

## Editoriale

Il concetto di impresa sociale è oggi oggetto di un'ampia e articolata discussione sia scientifica che politica. Diversamente da quella americana, nella tradizione europea, con il termine "impresa sociale" si fa riferimento ad una tipologia specifica di impresa caratterizzata dal perseguimento di obiettivi di carattere sociale e da vincoli normativi alla distribuzione degli utili. Questo concetto d'impresa sociale a ben vedere non è esaustivo di una serie di iniziative e progetti di impresa che, pur non essendo condizionati da un limite legislativo nella distribuzione degli utili, decidono volontariamente di destinare parte degli stessi al conseguimento di attività sociali.

Tra le diverse iniziative di impresa sociale non vincolate per legge all'uso sociale degli utili può essere annoverata l'esperienza dell'Economia di Comunione.

L'Economia di Comunione è un progetto imprenditoriale che nasce su stimolo di Chiara Lubich nel 1991 all'interno del Movimento cattolico dei Focolari e che gode attualmente di una crescente popolarità a livello sia nazionale che internazionale. Le imprese che volontariamente aderiscono al progetto di Economia di Comunione si impegnano a mettere in comunione i profitti secondo tre obiettivi: i) fornire aiuto ai poveri e alle persone svantaggiate, creando nuovi posti di lavoro e rispondendo ai bisogni di prima necessità, dando vita a dei progetti di sviluppo specifici; ii) diffondere la cultura evangelica della reciprocità e iii) sviluppare l'impresa, che deve restare efficiente e competitiva pur contaminandosi con i principi di gratuità.

Nonostante si tratti di un movimento ancora limitato per numeri e fatturato, l'Economia di Comunione solleva per il dibattito sull'impresa sociale interrogativi dirimenti e non è un caso che in riferimento all'esperienza dell'Economia di Comunione abbiano preso corpo riflessioni importanti come quelle che stanno alla base del dibattito sull'economia civile in Italia. Quello che il progetto imprenditoriale di Economia di Comunione mette in discussione è la convinzione radicata

secondo cui il mercato non può essere il luogo dove si manifestano comportamenti altruistici i quali sono confinati al mondo del nonprofit. La diffusione di forme di impresa che liberamente destinano parte del proprio profitto a scopi sociali dimostra invece come un comportamento etico basato sul principio di reciprocità, in realtà, non sia monopolio di chi è finito per legge a rispettare particolari vincoli.

L'Economia di Comunione evidenzia piuttosto come l'essere impresa sociale sia e rimanga un problema e una sfida di coniugazione dei principi di efficienza ed economicità con i valori di solidarietà e reciprocità. Questo numero della Rivista interamente dedicato al tema dell'Economia di Comunione si propone di fornire un importante stimolo di riflessione su quali sono i confini entro i quali si può parlare legittimamente di impresa sociale evidenziando al contempo come il fare impresa sociale sia anche una sfida di contaminazione del mondo del nonprofit con quello dei mercati. Indipendentemente dalla valutazione personale che ciascun lettore può dare rispetto ai valori di fondo che muovono il movimento, l'esperienza dell'Economia di Comunione ripropone con forza il tema della pluralità dei modi attraverso i quali l'economia può essere utilizzata per la condivisione della ricchezza e la lotta alla povertà e all'esclusione sociale indicando indirettamente anche possibilità di collaborazione in larga parte inedite tra il mondo delle imprese e quello del nonprofit.

Coordinatori di tale sforzo analitico e di riflessione sono stati Luigi Bruni e Luca Crivelli, due tra i più importanti teorici e studiosi di Economia di Comunione a livello internazionale. Il loro impegno intellettuale e professionale ha consentito di raccogliere un numero di saggi che per qualità e contenuti offre uno spaccato estremamente approfondito e articolato dell'attuale esperienza di Economia di Comunione in Italia e nel mondo.

Per tutti coloro che credono che nella società umana "nessuno debba essere indigente", l'auspicio è che la lettura di questi saggi motivi ad una riflessione scevra da pregiudizi ideologici e capace di andare al fondo della questione centrale dell'esistenza e del futuro dell'impresa sociale: l'esigenza di contribuire a costruire un mondo meno diseguale e meno conflittuale di quello che un'economia senza solidarietà è destinata inevitabilmente a riprodurre.

La dedica di questo numero della Rivista in parte unico nella storia di *Impresa Sociale*, è a Chiara Lubich: una persona che ha dedicato la vita per costruire una società più umana. L'augurio è che anche lo scopo delle imprese sociali continui ad essere a lungo questo.

Luca Fazzi