



Mara Lorenzini

# **CONSUMO CRITICO**

biologico, locale, etico,  
sobrio, in gruppo d'acquisto

Introduzione Michele Boato

Supplemento n° 1 a Gaia 42/2009 trimestrale edito dal Movimento dei Consumatori  
Spedizione in A.P. - DL 353/2003 art. 1 comma 2. - DCB VE Aut. trib. VE n° 842 del 31/12/85.

Dir. resp. Michele Boato - Redaz. Viale Venezia, 7 Venezia-Mestre

Stampa Eurooffset, v. Rialto, 108 Martellago VE

Prima edizione Dicembre 2009  
ISBN 978-88-95829-06-7

# Indice

<b>Introduzione - Michele Boato</b>	
<b>VERSO UN'ECONOMIA PIU' SOSTENIBILE.....</b>	<b>5</b>
<b>Cap. 1 IL CONSUMO CRITICO.....</b>	<b>7</b>
1 Di fronte ad una scelta.....	7
2 Sobrietà.....	8
3 Consumo Critico.....	12
"Fa' la cosa giusta".....	14
4 Azioni di Boicottaggio.....	16
5 Bilanci di Giustizia.....	21
6 Rete Lilliput.....	23
<b>Cap. 2 IMMAGINARE E REALIZZARE UN'ECONOMIA DIVERSA.....</b>	<b>27</b>
1 L'economia nel XX secolo.....	27
2 Il potere in mano ai più forti.....	28
3 L'economia solidale.....	30
R.e.s. e D.e.s. ....	31
4 Dall'economia della crescita all'economia del limite.....	33
5 Lo sviluppo sostenibile: può esistere?.....	34
6 Sistemi di certificazione e marchi di garanzia.....	36
7 Il commercio equo solidale, primi passi verso un'altra economia.....	38
Quando un prezzo è equo.....	40
8 L'importanza di sviluppare l'economia locale.....	41
9 Economia di comunione e del bene comune.....	42
<b>Cap. 3 ALTERNATIVE POSSIBILI.....</b>	<b>45</b>
1 Un nuovo modello di consumo.....	45
2 Scegliere prodotti biologici.....	45
3 Preferire prodotti locali: Scec.....	48
4 Acquistare in gruppo.....	51
5 Prediligere fonti di energia rinnovabili.....	54
6 Eticità anche nel risparmio.....	57
7 Viaggiare? Sì, ma con attenzione.....	61
<b>Cap. 4 IN CONCRETO.....</b>	<b>63</b>
Consigli utili per uno stile di vita più sostenibile.....	63
<b>ALLEGATI.....</b>	<b>75</b>
Carta per la rete italiana di economia solidale.....	75
Atto costitutivo e Statuto di un G.A.S. ....	79
<b>BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA.....</b>	<b>82</b>



# Introduzione

## VERSO UN'ECONOMIA PIU' SOSTENIBILE

Con Consumo critico prosegue l'attività di elaborazione e diffusione di testi utili ai consumatori italiani e alle loro associazioni che la **Fondazione Icu – Istituto Consumatori Utenti** svolge dal **1998**.

Questa attività è iniziata con la pubblicazione dei **Quaderni ICU**, prosegue, dal 2006, con i **Libri dei Consumatori**; ad oggi, nelle due collane sono usciti **diciassette testi** (molti dei quali ancora disponibili, su richiesta), frutto di specifiche ricerche progettate e finanziate dalla Fondazione.

Dal 2004, a queste ricerche si affianca la pubblicazione, con eventuale rielaborazione, di alcune Tesi di laurea tra le vincitrici del **Premio “Consumo sostenibile”**, che la Fondazione ha istituito per valorizzare lavori universitari “dalla parte dei consumatori e del rispetto dell'ambiente”; lavori che quasi certamente sarebbero rimasti sconosciuti. E' il caso dei Quaderni ICU 7 Acque minerali e potabili e 11 Trasparenza bancaria e dei Libri dei consumatori Biologico sicuro, Acquisti verdi e Class Action.

E' il caso anche di questo volume, **Consumo critico**, con cui pubblichiamo buona parte della Tesi di Mara Lorenzini, laurea triennale in Economia presso l'Università di Verona. Questa tesi, nell'ottobre 2009, ha vinto la sesta edizione del Premio ICU per tesi di laurea sul Consumo sostenibile.

Data l'estrema attualità del tema, abbiamo deciso di pubblicarla senza aspettare, come negli anni scorsi, i tempi tecnici per organizzare un convegno sullo stesso tema. Lo faremo a breve, comunque.

Il consumo sostenibile si inquadra in una visione della società e dell'economia imperniata sull'armonia con la natura e tra le persone, invece che sulla concorrenza e la crescita senza limiti di produzione e consumo di merci. Un'economia che guarda al futuro del pianeta e dell'umanità, e perciò (secondo il significato originario del termine) “sostenibile”, cioè capace di durare nel tempo.

Della sostenibilità il testo tratta in modo chiaro nel capitolo secondo. Qui voglio aggiungere alcuni spunti sul carattere “nonviolento” dell'economia a cui il consumo critico si ispira

## VERSO UN'ECONOMIA NONVIOLENTA

**Siamo immersi in un'economia violenta**, basata su una concezione della vita, che mette l'uomo ( in particolare maschio e adulto) al centro dell'universo, con un rapporto di dominio e sfruttamento verso il resto del creato: animali, vegetali e minerali considerati solo come “risorse” da utilizzare a suo vantaggio. Espressioni di questa economia violenta sono:

- la crescente **concentrazione della ricchezza** in una minoranza di popoli (il Nord del mondo) e, al loro interno, in una minoranza della popolazione; con conseguenti **migrazioni di massa** dal Sud al Nord e dall'Est verso l'Ovest del mondo;

- **il mito del mercato** e la divinizzazione della competizione come **regola aurea** a cui sottostare, con conseguenti guerre per il possesso delle risorse, dalle fonti energetiche fossili all'acqua;
- l'ideologia del **consumismo** e dello spreco usa-e-getta, come volano dello "sviluppo";
- lo **sfruttamento** più o meno legalizzato della maggioranza dei lavoratori: in particolare donne, bambini, gli eterni "giovani", novelli schiavi del precariato, migranti, anziani e maschi ultra-quarantenni in cerca di nuova occupazione;
- veloce ed irrefrenabile **dilapidazione di risorse**, come i combustibili fossili, prodotti dalla natura in milioni di anni;
- **utilizzo selvaggio del suolo** sia in città (con l'impero della rendita immobiliare), che nel resto del territorio, con produzioni altamente inquinanti, escavazioni e moltiplicazione di strade e capannoni;
- dittatura del **denaro**: tutto si ottiene soltanto attraverso scambi monetari, ogni altro scambio (baratto, dono, prestito) è sospetto o illegale;
- **produzione globalizzata**, con frequenti de-localizzazioni, verso i paesi dove i salari sono più bassi e i diritti meno garantiti
- regole del **commercio internazionale di stampo coloniale**, che strozzano i paesi poveri produttori di materie prime a basso prezzo e importatori di prodotti finiti e di tecnologie a prezzi ben più elevati.

Dalle lotte del ventesimo secolo si possono trarre **linee guida per una economia ispirata ai valori della nonviolenza**, che vanno in senso diametralmente opposto e partono da una concezione della vita fondata non più sullo sfruttamento, ma sull'alleanza con Gaia, nostra madre terra:

- **giustizia sociale** con riduzione degli squilibri tra Nord e Sud del mondo e all'interno delle popolazioni;
- **cooperazione** come valore guida tra persone, le comunità locali e le nazioni;
- ricerca della **felicità nella sobrietà**, sia individuale che sociale; abbandonando il falso "sviluppo" del consumismo senza limiti;
- **lavoro creativo**, artigianale, con più rapporti di collaborazione e sempre meno di subordinazione;
- **economia "solare"**, basata su risparmio energetico, fonti rinnovabili e locali col minor impatto ambientale possibile;
- **città aperta**, dove le scelte urbanistiche sono fatte sulla base del bene comune, direttamente dagli abitanti e non da lobby di speculatori e amici politici;
- allargamento progressivo dell'**auto-produzione** di beni e servizi, del loro baratto e scambio non monetario, anche attraverso associazioni locali come le Banche del Tempo, le monete locali e le Reti di Economia Solidale;
- **produzione il più possibile locale**, limitando importazioni ed esportazioni a beni necessari non producibili localmente; sostegno ai produttori **biologici** locali, a ristoranti e mense che usano solo prodotti regionali (Km zero), ai gruppi di acquisto che privilegiano i rapporti diretti e continuativi con produttori locali, diffusione degli orti nelle città o nelle immediate periferie, verso l'autosufficienza alimentare;
- per il (pochissimo) commercio internazionale strettamente necessario, adottare regole di **equità**, e ridurre al minimo possibile l'impatto ambientale.

**Michele Boato**

Presidente Fondazione ICU

Istituto Consumatori e Utenti

# Capitolo 1

## IL CONSUMO CRITICO

### 1.1 Di fronte a una scelta

Sicuramente è capitato a tutti di trovarsi di fronte a un bivio e di non sapere cosa decidere. Dalle scelte più difficili al semplice acquisto di caffè, di cioccolata, di un vestito... scelte che si compiono quotidianamente andando a fare la spesa. Quando si consuma qualcosa, si esprime una preferenza. Può sembrare un gesto banale, riguardante solo se stessi, i propri gusti, i propri desideri, il proprio portafoglio, il proprio diritto a non essere imbrogliati. Eppure il consumo non si può definire un fatto privato, è un fatto che riguarda tutti perché dietro a questo gesto quotidiano si nascondono vari aspetti di natura sociale, politica e ambientale di portata planetaria. Il consumo genera rifiuti, è inquinante, l'uso massiccio di fertilizzanti e pesticidi sta avvelenando le falde acquifere e sta rendendo sterili vaste estensioni di terra. La produzione di carta sta provocando un terribile impoverimento delle foreste e dei boschi, per non parlare dei gas prodotti dalle centrali che producono l'energia necessaria per far funzionare la grande macchina industriale. Il buco nell'ozono si allarga, l'effetto serra avanza e tutto questo a causa dei super consumi degli uomini. Proprio a partire da questi aspetti risulta evidente che il nostro stile di vita entra in concorrenza con quello della gente del Sud del mondo che ha bisogno di più cibo, più vestiti, più mezzi di trasporto, più alloggi, più strutture sanitarie e più macchinari. Tutto ciò richiede una crescita produttiva che il Sud potrà attuare solo se il Nord del mondo rinuncerà a "mangiarsi" la maggior parte delle risorse e produrrà meno rifiuti. D'altronde è dimostrato che non si può giungere ad un equilibrio fra Nord e Sud portando tutta la popolazione terrestre al tenore di vita dei primi, perché se tutti gli abitanti della terra consumassero quanto consumano i paesi industrializzati, ci vorrebbero altri cinque pianeti come fonti di materie prime e come discariche di rifiuti<sup>1</sup>. Il super consumo del Nord inoltre danneggia i popoli del Sud non solo perché corrode i loro spazi di sviluppo ma anche perché contribuisce al loro sfruttamento. Purtroppo dietro a molti prodotti che si consumano abitualmente c'è spesso il lavoro minorile, addirittura in condizioni di schiavitù.

Alcune volte non lo si sa, altre si preferisce chiudere gli occhi davanti a una realtà così crudele, invece qualcosa si può fare, basta scegliere. Scegliere da che parte stare, che "gioco giocare", scegliere se essere complici di questo meccanismo ingiusto o se rimboccare le maniche e credere che una realtà diversa possa veramente esistere. Lottare per questo. Se si vuole sostenere il pericolo di guerre, la distruzione del pianeta, lo sfruttamento, la corruzione, l'oppressione allora si può continuare a consumare alla cieca. Ma se si vuole un pianeta sano, la giustizia, la partecipazione, la non violenza, allora si dovrebbe consumare meno e prendere le distanze dalle imprese che si comportano in maniera iniqua. Insomma... Imboccare la strada della SOBRIETA' e del CONSUMO CRITICO<sup>2</sup>. Di seguito viene riportata una tabella (Tab. 1.1) che analizza il consumo pro-capite di diversi prodotti, esemplificativa del divario fra Nord e Sud del mondo. I dati sono riferiti alla fine degli anni '80 ma sono da ritenere comunque molto significativi e validi tutt'oggi, sebbene con qualche variazione.

---

1 Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Guida al Consumo Critico, EMI, Bologna, 2005.

2 Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Guida al Consumo Critico, opera citata.



**Tab. 1.1 - Nord e sud del mondo a confronto per prodotti e consumi  
alla fine degli anni '80**

<i>Prodotto</i>	<i>% consumata nel Nord</i>	<i>Quante volte il consumo pro-capite del Nord supera quello del Sud</i>
Alluminio	86%	19%
Carta	81%	14%
Legno	76%	10%
Energia	75%	10%
Carne	61%	6%
Fertilizzanti	60%	5%
Cereali	48%	3%
Acqua potabile	42%	3%

*Fonte: Alan Durning, Quanto basta?, Franco Angeli, Milano, 1994 .*

In questo breve prospetto, tratto dalla Guida al consumo critico del Centro Nuovo Modello di Sviluppo, viene resa evidente la disparità di consumi fra Nord e Sud del Mondo aumentasse di dieci volte il consumo del legno o di quattordici volte quello della carta, che fine farebbero le foreste? Se il Sud del Mondo iniziasse a consumare come il Nord dove finirebbero tutti i rifiuti accumulati?

Anche della carne ci sarebbe molto da dire, si pensi che in alcuni paesi una mucca viene nutrita meglio di un essere umano...

Basti sapere che tre miliardi di persone al mondo vivono con meno di due dollari al giorno mentre una vacca europea costa due euro e mezzo al giorno e una vacca americana cinque dollari al giorno. O che l'Argentina potrebbe coltivare cibo per sei miliardi di persone, invece usa i campi per i pascoli, producendo soia per ingrassare i maiali. Se già oggi giorno avvengono queste cose, cosa accadrebbe se il Sud del Mondo aumentasse di sei volte il suo consumo di carne senza una diminuzione conseguente dei consumi del Nord?

Ecco perché è necessario trovare un'altra soluzione, ed è proprio da qui che nasce l'esigenza di convertire la propria vita ad uno stile più sobrio, più rispettoso, in modo tale che questo divario Nord-Sud diminuisca sempre di più e si possano eliminare alcune delle più grandi disuguaglianze.

Se si dividesse un po' più equamente la grande ricchezza di questo mondo, questa basterebbe per tutti, ma finché il 20% del mondo vuole continuare a consumare (spesso sprecare) l'83% delle risorse, è chiaro che ci saranno milioni e milioni di persone che continueranno a vivere in baraccopoli, a morire di fame, ad essere sempre più povere.

## 1.2 La sobrietà

*"Anche tu desideri la giustizia ma pensi a un mondo giusto attestato sul nostro tenore di vita. Tutto ciò non ti pare lusso ma vita dignitosa... e forse hai ragione ma questo mondo è impossibile perché si scontra con la capacità di tenuta del pianeta?"*

È proprio su questo concetto di lusso che si deve riflettere:

per sostenere la scelta consumistica, la gente del Nord, che rappresenta appena il VENTI PER CENTO della

Francesco Gesualdi, Sobrietà: dallo spreco ai diritti per tutti, Feltrinelli, Milano, 2005.

popolazione mondiale, consuma l'OTTANTA PER CENTO delle risorse sulla terra.

Così facendo condanna il resto dell'umanità a vivere nella povertà e non solo, si appresta a lasciare ai figli un pianeta inabitabile, dove l'inquinamento, il buco nello ozono, l'effetto serra, lo scioglimento dei ghiacciai, il riscaldamento globale... sono problemi che si fanno sempre più gravi.

A ben guardare però, è proprio questa gente (siamo proprio noi) la prima vittima del consumismo perché è sommersa dai rifiuti, ha problemi di sovralimentazione, è affetta da diversi tipi di malattie a causa delle insoddisfazioni e della vita frenetica che conduce. Quindi, perché non cercare una forma di vita più sobria? le motivazioni non mancherebbero. Francesco Gesualdi (coordinatore del Centro Nuovo Modello di Sviluppo) definisce così la Sobrietà:

“uno stile di vita - personale e collettivo - più parsimonioso, più pulito, più lento, più inserito nei cicli naturali. La sobrietà è più un modo di essere che di avere. È uno stile di vita che sa distinguere tra i bisogni reali e quelli imposti. È la capacità di dare alle esigenze del corpo il giusto peso senza dimenticare quelle spirituali, affettive, intellettuali, sociali. È un modo di organizzare la società affinché sia garantita a tutti la possibilità di soddisfare i bisogni fondamentali con il minor dispendio di risorse e produzione di rifiuti”. In ambito personale, la sobrietà si può riassumere in dieci parole d'ordine: pensare, consumare critico, rallentare, ridurre, condividere, recuperare, riparare, riciclare, consumare locale, consumare prodotti di stagione. Tutti fattori che si avrà modo di approfondire nel corso di questo scritto. Prima di tutto però, si dovrebbe riflettere di più sui risvolti negativi del consumismo. Un aspetto che non si considera mai è il tempo. Prima di tutto quello che si passa al lavoro per guadagnare i soldi necessari per gli acquisti. Prendiamo come esempio l'automobile. Secondo un rapporto dell'Acì<sup>4</sup> pubblicato nel gennaio 2004, mediamente il possesso dell'auto costa 4.414 euro all'anno. Qualcosa come 500 ore di lavoro secondo i salari medi. Se si aggiunge il tempo passato nel traffico, quello che serve per cercare un parcheggio e per la manutenzione, l'automobile assorbe ogni anno un migliaio di ore della propria vita. Se si fa lo stesso calcolo per tutti gli altri beni ci si accorge che si vive per consumare.

Si consideri che di media ogni casa dispone di 10.000 oggetti, contro i 236 che erano in uso presso gli indiani Navajos. Per ognuno di essi si deve lavorare, recarsi al supermercato, sceglierlo, fare la coda alla cassa. Una volta a casa, si deve pulirli, spolverarli, sistemarli. Se si considera tutto, il super consumo è un lavoro forzato che non lascia vivere.

Un altro aspetto da tenere presente sono i rifiuti. In Italia se ne producono circa 120 milioni di tonnellate, di cui 90 industriali e 30 urbani. Ogni individuo produce mezza tonnellata di rifiuti domestici all'anno e nove tonnellate di gas serra. Ma l'inquinamento atmosferico ha lo svantaggio di essere apparentemente invisibile e per questo meno considerato, eppure arriva il momento in cui ci si accorge del danno causato. A partire dal cambiamento del clima che è già una realtà percepibile, per non parlare poi delle risorse. La base biologica del pianeta, su cui regge l'esistenza umana, si sta riducendo di giorno in giorno. L'acqua, le foreste, i pesci, i suoli sono elementi già fortemente compromessi. Perfino le risorse minerarie sembrano scarseggiare. Primo fra tutti il petrolio per il cui controllo si è tornati a combattere guerre di tipo coloniale<sup>5</sup>. Apparentemente la sobrietà è solo una questione di stile di vita. In realtà è una rivoluzione economica e sociale perché manda in frantumi il principio su cui è costruito l'intero pensiero capitalista. È il principio della crescita, desiderato non solo dalle imprese, ma anche da tutti coloro che hanno la certezza che senza crescita non può esistere sicurezza sociale né piena occupazione. Fino ad oggi nessuno ha osato mettere in discussione questo dogma, ma se si riuscisse ad avere un'altra concezione del lavoro, della ricchezza, della natura, della solidarietà collettiva, ci si renderebbe conto che è possibile costruire un'altra società capace di coniugare sobrietà, piena occupazione e diritti fondamentali per tutti.

In questa prospettiva l'economia locale, che verrà analizzata meglio anche nei seguenti capitoli, assume un ruolo centrale per tre ragioni.

4 Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.aci.it](http://www.aci.it) (22.02.09)

5 Francesco Gesualdi, Sobrietà: dallo spreco di pochi ai diritti per tutti, opera citata.

La prima ragione è di tipo energetico.

Essa contribuisce a risparmiare carburante, avvicinare la produzione al consumo, sfruttare l'energia rinnovabile che per definizione è una risorsa diffusa da sfruttare su base locale, addirittura individuale. Abbandonare le enormi centrali che producono energia elettrica per intere nazioni e al loro posto far nascere delle micro-centrali che producono per le singole famiglie o per le singole imprese. Trasformarsi da consumatori in pro-sumatori. Gente, cioè, che al tempo stesso produce e consuma in un rapporto di scambio continuo con la rete, di cui a volte si è fornitori, a volte fruitori.

La seconda ragione è di tipo ambientale.

“Un tempo, quando il pane era fatto col grano del luogo, quando i pesci erano pescati nel fiume che attraversa la città, quando ci si scaldava con la legna dei boschi circostanti, ci si prendeva cura dei suoli, delle acque, dei boschi perché si sapeva che la propria vita dipendeva dalla loro integrità. Oggi, invece, che il benessere si fonda su oggetti comprati al supermercato e provenienti da chissà dove, non ci si preoccupa se i fiumi sono delle fogne, se i terreni si impoveriscono o se scarseggia l'acqua per irrigare<sup>6</sup>”.

Solo tornando ad avere un rapporto profondo col proprio territorio si capirà quanto sia importante prendersi cura di esso. Allora si analizzerà ogni collina per valutare se può accogliere generatori a vento. Si selezionerà ogni rifiuto per evitare la presenza di discariche. Si cementificherà il meno possibile per rispettare i terreni agricoli. Si ripulirà ogni bosco per evitare incendi e raccogliere meglio i suoi frutti. Si doterà ogni zona rurale di servizi pubblici essenziali per trattenere la gente. Si svilupperanno le coltivazioni tradizionali e ogni possibile attività artigianale e manifatturiera in base alle specificità del territorio. Questo può sembrare assurdo in quanto invece di progredire con nuove tecniche innovative, in questo modo si retrocede tornando all'economia del secolo scorso. A conti fatti però sembra non essere così imperfetta, tutt'altro. La terza ragione per cui favorire l'economia locale è di tipo occupazionale.

Oggi si aspetta che siano le multinazionali ad aprire delle fabbriche, che molto probabilmente fanno funzionare con semilavorati importati dall'altra parte del mondo, o ad avviare delle piantagioni, che magari coltivano con semi geneticamente modificati. Ma le multinazionali adottano la politica del “mordi e fuggi”: investono il meno possibile e si fermano nello stesso posto finché ci sono risorse da saccheggiare e manodopera da sfruttare. Poi se ne vanno, incuranti dei disastri ambientali e della disoccupazione che lasciano dietro di sé. L'alternativa alla confusione creata dalle multinazionali è il ritorno all'economia locale. Ogni regione, con le proprie risorse, boschi, terreni, laghi, fiumi, pianure, colline, mari, spiagge, pascoli, con i propri saperi, conserva tesori nascosti che potrebbero garantire un'occupazione stabile e sicura a tantissima gente. Si tratta solo di valorizzarli garantendo ovunque i servizi essenziali come la scuola, la sanità di base, le comunicazioni, l'assistenza tecnica affinché la vita possa essere dignitosa anche nei luoghi più perduti. E naturalmente si tratta di garantire uno sbocco di mercato, sicuro e durevole. È il mercato locale sostenuto da una nuova consapevolezza dei consumatori e da adeguate leggi e misure fiscali<sup>7</sup>. Sobrietà non significa allora “ritornare alla candela”, significa eliminare gli eccessi e rimodellare il proprio modo di produrre, consumare e organizzare la società.

Tuttavia si è così abituati all'abbondanza che l'idea di vivere diversamente spaventa.

Prima di tutto per i cambiamenti nello stile di vita personale ma non solo, anche per i suoi riscontri sociali. In primo luogo ci si preoccupa per l'occupazione. Se si consuma di meno come si creano posti di lavoro? In sostanza: è possibile vivere bene con meno?

Unire sobrietà, piena occupazione e garanzia dei bisogni fondamentali per tutti?

Verrebbe da pensare che un'economia che produce meno crea meno posti di lavoro ma l'occupazione non dipende solo da quanto si produce ma anche da come.

---

6 Francesco Gesualdi, Sobrietà: dallo spreco di pochi ai diritti per tutti, opera citata

7 Francesco Gesualdi, Sobrietà: dallo spreco di pochi ai diritti per tutti, opera citata.

Programmi di riciclaggio, "occupati verdi", consulenza per il risparmio energetico, energie alternative, agricoltura biologica, protezione territorio, ecc... sono tutte attività importanti che potrebbero svilupparsi e rispondere alle esigenze di molti, nel rispetto di un principio più grande di solidarietà e rispetto.

Come accennato in precedenza la sobrietà poggia su 4 imperativi: le 4 "R"

- **RIDURRE:** fare attenzione a ciò che è essenziale e ciò che non lo è.

In nessun altro aspetto della vita siamo così guidati come nel consumo: è necessario porre attenzione su quali sono i veri bisogni e quali invece sono indotti dalla pubblicità o da altre forme di condizionamento. Il consumo è ormai al livello dello spreco, quindi ci si pone anche un problema di quantità, non solo di qualità. Dalla riduzione dei rifiuti, al risparmio energetico, all'utilizzo di mezzi pubblici anziché privati.

- **RECUPERARE:** riutilizzare lo stesso oggetto finché è adoperabile e riciclare tutto ciò che può essere ancora utilizzato, le risorse non sono infinite e a questo ritmo di consumo saranno rapidamente esaurite. Attraverso il riciclaggio si può risolvere parzialmente anche il problema dei rifiuti. Fare la raccolta differenziata non è facile perché non si è abituati a farla ma porterebbe a grandi risultati.

Alcuni esempi:

- ognuno di noi produce circa 30 kg di plastica ogni anno: se questa plastica fosse completamente riciclata, in un comune di 100.000 abitanti si risparmierebbero 10.000 tonnellate di petrolio e carbone;
- per produrre 1 kg di alluminio, occorrono 15 kwh di energia elettrica, per produrre un kg di alluminio riciclato, servono invece 0,8 kwh: in Italia, ogni anno, vengono consumate 1 miliardo e 500 mila lattine;
- per produrre una tonnellata di carta vergine occorrono 15 alberi, 440.000 litri d'acqua e 7.600 kwh di energia elettrica: per produrre una tonnellata di carta riciclata bastano invece 1.800 litri d'acqua e 2.700 kwh di energia elettrica;
- il riciclo del vetro permette un risparmio annuo, in Italia, pari a 400.000 tonnellate di combustibili fossili: petrolio, carbone, gas, petrolio;
- i pneumatici, una volta terminato il loro ciclo, possono essere reimmessi in ciclo per gli utilizzi più svariati: è importante, poiché in Italia ne vengono scartati ogni anno 500.000 tonnellate, per un volume di oltre 3 milioni di metri cubi, l'equivalente di più di sei stadi di San Siro pieni;
- da 100 kg di olio usato se ne ottengono 68 di olio nuovo: 1 solo kg di olio usato disperso nell'ambiente inquina 1.000 metri cubi d'acqua<sup>8</sup>.

I motivi per cui non funziona sono legati principalmente agli aspetti culturali, alle abitudini delle persone, alla mancanza di informazioni e al pensiero che "tanto poi finisce tutto insieme". Invece vale la pena fare un tentativo.

- **RIPARARE:** non gettare gli oggetti al primo guasto.

Oggi è sempre più difficile perché gli oggetti non sono fatti per essere riparati ma per essere sostituiti. È pur vero che imparando ad aggiustarsi le cose da soli si diventa più padroni della propria vita, si crea un'occupazione locale che non può essere messa in pericolo dalle multinazionali. Si consumerebbe di meno, si avrebbe bisogno di meno denaro, ci sarebbero meno rifiuti e si inquinerebbe meno. Non male come risultato!

- **RISPETTARE:** rispetto per gli oggetti e per il lavoro altrui, bisogna imparare a trattare bene le cose che ci rendono possibile la vita, a farle durare il più possibile. Bisognerebbe conoscere il trattamento dei lavoratori che le producono e tramite il consumo (e il non consumo) agire affinché i loro diritti sociali, sindacali, economici siano rispettati. Un esempio a riguardo è il boicottaggio della Coca-Cola, accusata di maltrattamento degli operai (vedi §1.4). Evitando di comprare questo prodotto si esprime la propria disapprovazione verso i metodi applicati da questa multinazionale e si cerca di far capire che il rispetto dei diritti di una persona vale più del profitto che essa ne può trarre. Esempi simili sono numerosi, nel campo alimentare come in quello dell'abbigliamento ma il ragionamento è sempre lo stesso, è importante diffondere il valore del rispetto prima di tutto, prima del proprio interesse e prima del proprio profitto, perché "tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti. Essi sono dotati di ragione e di coscienza e devono agire gli uni verso gli altri in spirito di fratellanza", questo è quello che recita il primo articolo della "Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo" (Vedi Allegato F) e di cui troppo spesso ci si dimentica. Rispetto verso l'uomo ma anche verso l'ambiente che ci circonda, sarebbe bello salvaguardare il proprio territorio così che si possa usufruire dei frutti che esso offre nello scambio reciproco.

Mettere in pratica tutti questi suggerimenti non è cosa facile, è sicuramente un grande cambiamento nelle abitudini della maggior parte delle persone che vivono in un paese industrializzato, ma riuscirci significherebbe liberarsi da tutti quei meccanismi di condizionamento a cui si è perennemente sottoposti. Significa riscoprire dei valori persi, riappropriarsi della propria libertà di scelta e di pensiero. Essere, non solo avere. Solo in quest'ottica potremmo capire come la sobrietà non è un sinonimo di rinuncia, di privazione, ma è un'espressione di libertà.

### 1.3 Il consumo critico

L'idea del consumo critico nacque nel 1993 per iniziativa di un'organizzazione statunitense, il Council on Economic Priorities (Cep) fondato da Alice Tepper Marli (fondatrice del sistema di certificazione SA8000). Il Cep fu una delle prime organizzazioni a fare ricerca sulle imprese e cominciò a farlo a servizio di investitori etici. Questi si erano resi conto che investendo alla cieca, acquistavano anche titoli di aziende produttrici di armi e defolianti utilizzati nella guerra in Vietnam. Allora cominciarono a porsi il problema della selezione delle imprese nelle quali investire e perciò fu chiesto all'associazione di condurre delle indagini per valutare quali aziende avessero dei coinvolgimenti nell'industria bellica e quali tenessero i comportamenti peggiori in campo sociale e ambientale. Il Cep fu così il primo ente al mondo a fare ricerca sui comportamenti sociali e ambientali delle imprese.

Era quindi un approccio dal lato degli investimenti finanziari, non del consumo. Fu proprio il Cep la prima organizzazione al mondo a realizzare una guida al consumo etico: la "Ethical shopping guide".

Questa iniziativa venne poi imitata da una "costola" del commercio equo inglese, New Consumer e successivamente dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo che coniò il termine di consumo critico, termine che è sembrato meno moralistico e che esprime l'importanza di attivare il ragionamento e la critica anche quando si fanno acquisti<sup>9</sup>.

*Si vota ogni volta che si va a fare la spesa.*

Partendo da questo presupposto è bene ricordarsi che ogni qual volta ci si reca a fare la spesa si ha fra le mani un grande potere: il potere di scegliere, il potere di far salire o scendere i profitti di un'impresa piuttosto che un'altra.

Proprio perché le imprese dipendono dal comportamento del consumatore esse tentano di veicolare la sua volontà spendendo miliardi in pubblicità.

9 Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Guida al consumo critico, opera citata.

10 Lorenzo Guadagnucci, Dalla parte sbagliata del mondo, Terre di Mezzo, Milano, 2008

È necessario quindi sforzarsi di riappropriarsi della propria volontà decisionale e rivalutare il potere che si ha tra le mani, che preso singolarmente è molto piccolo ma che, moltiplicato per milioni di persone può condizionare le più grosse multinazionali.

Uno degli strumenti a disposizione del consumatore per condizionare le imprese è proprio il CONSUMO CRITICO: un atteggiamento di scelta costante che si attua su tutto ciò che compriamo ogni volta che andiamo a fare la spesa. Consiste nella scelta di prodotti non solo in base al prezzo e alla qualità, ma anche in base alla loro storia e al comportamento delle imprese che li offrono.

Il consumo critico punta a far cambiare le imprese attraverso le loro stesse regole economiche fondate sul gioco fra domanda e offerta<sup>11</sup>.

Nasce infatti dalla constatazione che le imprese si comportano male quando sanno di avere a che fare con consumatori egoisti e noncuranti. Al contrario, quando hanno di fronte consumatori che pensano, si informano e agiscono di conseguenza, stanno molto più attente, e questo per un semplice motivo: non vogliono perdere quote di mercato.

Allora più i consumatori guarderanno verso questa direzione, informandosi e facendo la scelta giusta, più le grandi imprese saranno costrette ad assumere comportamenti diversi e basare la propria concorrenza non più sulle caratteristiche estetiche ed economiche del prodotto bensì su scelte ambientali e sociali.

Il problema è che al giorno d'oggi non si compra più solo per bisogno ma perché si è indotti a farlo, perché si vive in una società in cui si crede che la felicità si misuri attraverso l'averne, il possedere. Si preferisce non pensare al fatto che un numero sempre più grande di consumi sono incompatibili con l'ambiente o contribuiscono allo sfruttamento dei Paesi in via di sviluppo.

Se invece fossero i consumatori i primi a sensibilizzarsi su questi temi si potrebbe pensare che un cambiamento è veramente possibile.

Per comprendere meglio si prendano in considerazione le attività di un'azienda:

essenzialmente essa ha il compito di procurarsi le materie prime per la produzione di beni, allacciare quindi rapporti con dei fornitori, dare inizio al processo produttivo (trasformazione delle materie prime in beni atti a soddisfare i bisogni del consumatore) avvalendosi dei propri dipendenti. Infine, una volta ritagliata la propria fetta di mercato, passerà alla vendita dei beni stessi. Questo è il punto su cui è necessario soffermarsi per il momento. La vendita è una fase essenziale nel percorso di un'azienda, è quella che permette a chi ha investito del denaro in quel progetto di avere la propria remunerazione, di avere un profitto, di conseguenza l'atto di acquisto dei consumatori è un momento estremamente importante. Se non si acquistasse, se non si consumasse, l'intero processo produttivo non avrebbe nessuno scopo, nessuna ragione d'esistere. Ecco perché informandosi, consumando in modo critico, in maniera responsabile, si può fare la differenza, si possono cambiare delle dinamiche importanti che spesso

coinvolgono l'intero pianeta. A questo punto le domande da porsi nel momento in cui si è di fronte ad una scelta d'acquisto possono riguardare la provenienza del prodotto, la sua stagionalità, il consumo energetico, i veleni prodotti durante la fabbricazione o che produrrà durante lo smaltimento, il riciclaggio, le risorse utilizzate, i km percorsi dal prodotto per arrivare alla propria casa, le condizioni di lavoro in cui è stato ottenuto, il prezzo pagato ai produttori, il legame dell'impresa con l'esercito, la trasparenza, ecc.

Attenzione però che a volte il singolo prodotto può risultare perfetto da tutti i punti di vista ma può essere fabbricato da una multinazionale che possiede tante altre attività non altrettanto "pulite". Acquistando quel prodotto si finisce comunque con l'assecondare il comportamento di quella multinazionale, e il risultato non cambia. Questo tranello si può evitare però se si è abbastanza informati e attenti a queste tematiche. Molte informazioni si possono trovare in riviste come "carta" o "altromercato" o nelle guide redatte dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo dove vengono prese in considerazione molte aziende e prodotti analizzati e valutati nei loro vari aspetti.

Probabilmente queste letture non sono così diffuse come altre, ma si spera lo possano essere con l'aiuto di un passaparola positivo e una maggior sensibilizzazione del consumatore che sarà il primo a cercare materiale informativo a riguardo.

## Fa' la cosa giusta

Oltre a quelli elencati sopra, un ulteriore modo per reperire maggiori informazioni su questi temi, è offerto dalla *fiera del consumo critico*. Essa è organizzata da "Terre di Mezzo", casa editrice nata nell'ottobre del 1994 a Milano, dall'idea di alcuni giornalisti impegnati nel mondo del sociale.

La fiera nasce a Milano nel 2004 come occasione di incontro tra realtà pubbliche e private impegnate a costruire uno sviluppo sostenibile dell'economia locale, e prende il nome di "*Fa la cosa giusta!*". Il motivo per cui Terre di Mezzo ha lanciato questo progetto è che un numero sempre più alto di consumatori si interessa e richiede servizi di qualità e ricchi di valori, in questo modo anche le imprese sono portate a percorrere un nuovo cammino sulla via della sostenibilità ambientale e sociale.

Quest'anno "*Fa la cosa giusta!*" è alla sua sesta edizione.

Gli operatori e i produttori del mondo dell'economia solidale e sostenibile che vi aderiscono sono un numero sempre crescente. Chi partecipa sono aziende agricole e agriturismi biologici, botteghe del commercio equo e solidale, operatori di turismo responsabile e ecosostenibile, della finanza etica, produttori di energia rinnovabile, esperti in campo informatico che propongono un tipo di software libero e promotori della mobilità sostenibile. Inoltre vengono proposti eco-prodotti, oggettistica e abbigliamento in materiali naturali, e tante idee per come riciclare e riutilizzare materiali che altrimenti verrebbero gettati (agende e borse prodotte con vecchie camere d'aria, sedie di cartone, lampade di carta riciclata, collane di plastica, e molto altro).

L'organizzazione di "*Fa' la cosa giusta!*" è fondata sulla trasparenza, sulla sostenibilità e sulla partecipazione sia nell'allestimento che nella fornitura dei servizi.

La trasparenza è uno dei valori fondamentali dell'azione di Terre di mezzo.

Strumento essenziale per massimizzarla ed evidenziarne i risultati in termini economici e di impatto sociale e ambientale, è il BILANCIO SOCIALE. L'obiettivo è quello di soddisfare in maniera sempre più efficace le aspettative degli stakeholder della fiera.

L'allestimento della fiera è improntato all'idea di sostenibilità ambientale e sociale. In questo progetto, il riuso, la raccolta differenziata e la riduzione dell'impatto ambientale sono i valori chiave a cui fare riferimento. Si ricorre a materiali che possono essere riutilizzati in futuro o riciclati completamente. La raccolta differenziata è poi promossa tra pubblico ed espositori attraverso le "Isole del Riciclo".

Nel bio-ristoro si utilizzano solo stoviglie in mater-bi®, al 100% biodegradabili, così come le borse consegnate gratuitamente all'ingresso della fiera, comode per la raccolta di materiale informativo lungo il percorso.

Inoltre, cosa che incuriosisce molto, l'acqua è solo Acqua del Sindaco", cioè del rubinetto: buona, sicura, pubblica e gratuita!

Gli *espositori* che intendono partecipare a questa fiera devono rispettare dei criteri di ammissione, composti da "criteri generali di ammissione", vincolanti per ogni espositore, e "criteri tematici di ammissione", che variano a seconda della sezione tematica di riferimento.

Vi è inoltre un preciso percorso di valutazione e selezione degli sponsor i quali devono accettare e diffondere i valori della fiera controfirmando anch'essi la carta dei criteri.

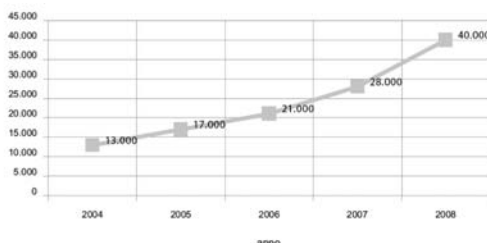
Di seguito (Fig. 1.2-3-4) vengono riportati alcuni dati rilevanti riguardante lo sviluppo della fiera negli anni, dal 2004 (anno in cui ricordiamo essere nata la fiera) al 2008:

- il numero di visitatori,
- la superficie della fiera,
- il numero di espositori.

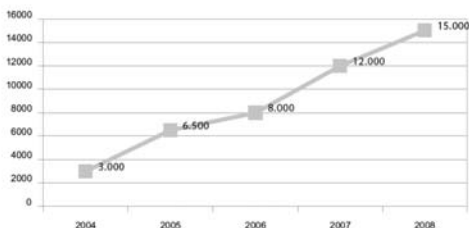
Nei grafici sottostanti si può notare una sempre maggior crescita e sensibilità verso queste tematiche, la disponibilità di un luogo pronto ad accogliere nel miglior modo possibile tutte le persone coinvolte e allo stesso tempo un forte incremento nel numero di espositori interessati a partecipare a questa fiera. Benché l'andamento sia sempre positivo lo sviluppo più consistente lo si trova fra gli anni 2006-2007 con un ulteriore aumento fra il 2007 e il 2008, confermato anche nel 2009 dove il numero di visitatori è salito del 20% arrivando a 50.000!

Si intravedono in queste cifre buoni presupposti per un futuro più sostenibile, e per un'economia che metta al centro le persone e i buoni valori, non la ricerca continua di un profitto a qualsiasi costo<sup>12</sup>.

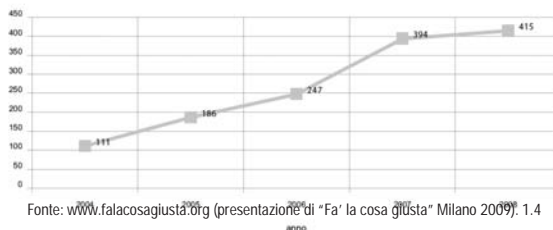
*Tab. 1.2 - Numero visitatori di "Fa la cosa giusta"*



*Tab. 1.3 - Superficie in mq di "Fa la cosa giusta"*



*Tab. 1.4 - Numero di espositori di "Fa la cosa giusta"*



Fonte: [www.falacosagiusta.org](http://www.falacosagiusta.org) (presentazione di "Fa' la cosa giusta" Milano 2009). 1.4



## 1.4 Azioni di boicottaggio

Un altro strumento a disposizione del consumatore per condizionare le imprese, oltre al consumo critico, è il boicottaggio.

Un'azione straordinaria che consiste nell'interruzione organizzata e temporanea dell'acquisto di uno o più prodotti al fine di spingere le aziende produttrici ad abbandonare certi comportamenti e adottare delle pratiche più etiche.

L'esperto Todd Puttman afferma che il boicottaggio non solo denuncia ma educa. Educa ad agire, a non assistere passivamente alle numerose ingiustizie che avvengono ogni giorno e ad assumersi le proprie responsabilità.

Il termine boicottaggio deriva dal nome del capitano inglese Charles Cunningham Boycott (1832-97), un amministratore terriero vissuto nel XIX secolo in Irlanda. Amministratore del conte di Erne, ricco proprietario terriero della contea di Mayo, era famoso per la sua prepotenza. Fu così che la Lega irlandese dei lavoratori della terra, l'Irish Land League (un'organizzazione che sosteneva le istanze dei braccianti terrieri e che aveva iniziato una campagna in favore di migliori condizioni lavorative dei contadini alla quale Boycott aveva tentato di opporsi) adottò nel 1880 un'azione non violenta lanciando una campagna di isolamento e non collaborazione verso Boycott. I vicini di casa iniziarono a non parlargli, in Chiesa nessuno si sedette più vicino a lui o gli rivolse la parola, non fu più servito nei negozi né ebbe più braccianti da ingaggiare per il raccolto nelle tenute che gestiva. Le terre del conte cominciarono a inaridire e Boycott fu licenziato. Ma il governo inglese, non accettando l'insubordinazione irlandese, decise di intervenire, inviando una scorta militare per proteggere Boycott, che fu costretto comunque a lasciare l'Irlanda il 1° dicembre dello stesso anno.

Dal "to boycott" inglese hanno tratto i Francesi (boycotter), i Tedeschi (boycottieren) e gli Italiani (boicottare). Inizialmente il verbo boicottare aveva il significato più corretto di "mettere al bando" un commerciante colpevole, impedendogli appunto di commerciare. Il termine ha continuato ad essere usato e ha finito con il significare "congiurare contro qualcuno o qualcosa", ostacolandone l'attività o la produzione, assumendo anche una valenza politica, riferita per esempio ad uno Stato produttore di determinati beni. Oggi il verbo boicottare è entrato nell'uso comune e significa "ostacolare, escludere"<sup>13</sup>.

Ci sono almeno tre tipi di boicottaggio:

- di coscienza
- strategico
- etico-strategico

Il boicottaggio di *coscienza* risponde allo scopo di compiere azioni volte a correggere un'attività considerata contraria ai principi morali o dannosa. Un esempio in questo senso è il boicottaggio degli OGM o di prodotti e servizi di una società che adotta comportamenti ritenuti scorretti.

Il boicottaggio *strategico* ha invece finalità politico-economiche e viene intrapreso da gruppi organizzati o anche da stati o organizzazioni internazionali al fine di modificare comportamenti in atto presso altri gruppi o stati usando ritorsioni economiche e commerciali sugli stessi. Un esempio in tal senso è il boicottaggio statunitense dei prodotti cubani.

Il boicottaggio definito come *etico-strategico*, condivide in qualche maniera entrambe le posizioni. Consiste in una forma di ribellione e rifiuto di quei prodotti eticamente scorretti, ma in maniera strategica, che porti cioè dei danni economici alle aziende incriminate.

Con tale espressione si intende il modo che molte persone hanno per evitare di comperare (e quindi sostenere) prodotti derivanti dall'inaccettabile sfruttamento umano e/o del pianeta: prodotti direttamente fabbricati da persone (spesso bambini) in condizioni di lavoro estremamente disumane e, spesso, indotte dal sistema economico; marche che, pur di raggiungere il maggior profitto, non rispettano la dignità umana ed il valore del lavoro; prodotti altamente inquinanti, pericolosi per la salute del pianeta e per la salute umana, creati nel nome del libero mercato e del massimo profitto che, pur essendo lesivi ed in più difficilmente degradabili, vengono comunque commercializzati. Questo modo di boicottare è la maniera che ogni singolo soggetto possiede per ribellarsi all'attuale sistema economico ed è la maniera che ogni singolo soggetto possiede per non sovvenzionare marche e prodotti derivanti da tale logica di mercato<sup>14</sup>. In altre parole consumare in maniera critica.

Il successo di un boicottaggio dipende anche dalla capacità di diffondere il messaggio. Grazie all'avvento di internet, con i siti web, i blog ed i forum, la capacità di comunicazione è aumentata considerevolmente consentendo di raggiungere un numero maggiore di potenziali aderenti.

Per ottenere buoni risultati inoltre è preferibile concentrarsi sull'impresa leader, se si riesce a far cambiare comportamento a lei sarà facile unire le minori ad allearsi.

Per capire meglio di cosa si sta parlando, vengono proposti di seguito casi di alcune multinazionali analizzando la loro condotta e le eventuali campagne di boicottaggio in atto. Alcune di queste sono andate a buon fine, altre sono state sospese ma riavviate perché le promesse fatte non sono state mantenute. Si potrà rimanere increduli di fronte a certe testimonianze, ma questo è quello che veramente accade. Non si dimentichi però che i consumatori hanno potere di vita e di morte sulle imprese e che certi atteggiamenti possono essere cambiati.

### **Scheda 1.1 - Coca-Cola e il rispetto dei lavoratori**

In Colombia l'uso estremo della violenza usata per imporre i modelli neoliberali è diventato un modello. Tutte le forme di organizzazione sociale continuano ad essere sterminate: indigeni, contadini, operai sono assassinati perché si oppongono alle pretese degli investitori. Ogni anno in questo paese vengono assassinati più sindacalisti che nel resto del mondo.

Coca Cola Company, Coca Cola Colombia e la sua filiale Panamerican Beverage-Panamco S.A. sono responsabili, per azioni o omissioni, di questa politica di annichilimento del movimento sociale la quale ha generato l'assassinio di 9 lavoratori, l'esilio di 2, la fuga forzata di 48, minacce di morte contro altri 67, incarceramento per false accuse contro più di 15 operai a causa di caluniose segnalazioni da parte dei funzionari di Coca Cola che li accusano di essere terroristi e delinquenti.

I dossier sui diritti umani che testimoniano le continue azioni dei gruppi paramilitari, portate avanti con la complicità delle forze armate e dei corpi di sicurezza dello Stato, servono alla multinazionale e alla sua filiale per far pressione illegalmente sui dirigenti sindacali, obbligare i lavoratori a lasciare il sindacato, obbligarli a rinunciare ai loro contratti di lavoro e imporre bassi salari ai nuovi assunti.

Questa politica fondata sul terrore permette alla Coca Cola di aumentare enormemente i propri profitti.

La campagna Mondiale consiste in una serie di iniziative che vanno dal NON CONSUMARE PRODOTTI COCA COLA, al ritirare i conti correnti dalle banche dove è presente Coca Cola, dalle iniziative di mobilitazione e protesta a tutte quelle azioni che costringano la Coca Cola a riparare integralmente i danni causati fino a modificare la sua politica verso il rispetto dei diritti umani dei lavoratori e della popolazione.

*Fonti: [www.tmcrew.org](http://www.tmcrew.org) (14.02.09);*

*AA.VV., Coca Cosa? Conoscerla per evitarla, Nuovi Equilibri, Viterbo, 2005.*

## **Scheda 1.2 - Testimonianza di un lavoratore nelle piantagioni di ananas del Monte**

La Del Monte, una delle più famose multinazionali nel campo della frutta e verdura fresca e in scatola, operante in molti paesi del Sud del mondo, è stata recentemente acquisita per 770 miliardi di lire da una joint-venture tra la Royal Foods, gruppo alimentare sudafricano, e la Anglo-American Corporation, la più grande compagnia mineraria del Sudafrica. È diventata così, secondo le parole del Presidente di Royal Foods, Vivian Erman, "il marchio leader nel Regno Unito, in tutta Europa e nel Medio Oriente, per l'ananas in scatola, la frutta, i succhi di frutta, e i derivati del pomodoro".

Tra i prodotti più noti della Del Monte ci sono gli ananas in scatola, provenienti quasi sempre dal Kenya o dalle Filippine. Una missione congiunta di alcuni organismi di cooperazione svizzeri nel 1987 ha valutato le condizioni di lavoro e l'impatto ambientale e sociale della Del Monte sull'isola di Mindanao. Sull'isola le piantagioni della Del Monte si estendono per circa 24.000 ettari ed impiegano circa 11.000 lavoratori. Ma curiosamente questi sterminati campi di ananas non sono di proprietà della Del Monte, perché una legge nelle Filippine vieta alle compagnie straniere di possedere più di 1024 ettari di terra; la multinazionale è costretta a prenderla in affitto dai piccoli proprietari. Con quali metodi ce lo racconta direttamente un contadino: "Nella nostra zona, per indurci a firmare i contratti di concessione, la Del Monte usò tre diverse strategie: la persuasione, la minaccia ed infine la rappresaglia. (...) Alla fine era rimasto solo Ramon che si ostinava a non firmare. Una mattina entrò nella sua proprietà un camion pieno di gente armata. Subito dopo fece il suo ingresso una ruspa dell'impresa che cominciò ad abbattere tutto quello che incontrava. Anche Ramon firmò". E cosa firmò? Firmò contratti "completamente incomprensibili, a causa della lingua inglese giuridica impiegata", con l'effetto simile a quello di un contratto di vendita.

"Il lavoro nelle piantagioni comprende principalmente le seguenti attività: piantare, spruzzare pesticidi e raccogliere. (...) Il tempo di lavoro comprende più di 8 ore al giorno. (...) Considerata la differenza di clima tra le notti fresche e umide e le giornate tropicali afose, le condizioni di lavoro nelle piantagioni sono eccessivamente dure. Gli improvvisi sbalzi di temperatura portano frequenti malattie come febbri, reumatismi, influenze e malattie polmonari, tra le più frequenti. I lavoratori che maneggiano i pesticidi si lamentano di irritazioni alla pelle, allergie e malattie agli occhi".

Dopo il raccolto gli ananas vengono portati nella fabbrica di Cagayan de Oro, a 12 miglia dalle piantagioni. Vi lavorano circa 3200 persone, la maggior parte donne, con il compito di mettere con le mani le fette di ananas nelle scatole. Il ritmo dei nastri trasportatori (1 ananas al secondo) non consente alle donne di lavorare sedute, né "di asciugarsi il sudore dalla fronte o andare a fare pipì", a detrimento della loro salute. Il contatto continuo con il succo di ananas provoca allergie ed eruzioni cutanee. I capi-reparto mantengono atteggiamenti minacciosi di intimidazione e pressione sui lavoratori. Per completare il quadro manca solo l'esame dell'impatto sull'ambiente: "la delegazione ha riportato lamentele da parte di lavoratori la cui salute era stata danneggiata dai pesticidi trasportati dal vento e dall'inquinamento dell'acqua potabile". Il quadro è completo: l'impatto della Del Monte sulle Filippine è devastante. Per sostenere i nostri consumi voluttuari (il 90% di quegli ananas è destinato al mercato internazionale), essa sfrutta i contadini, ruba loro le terre, dà salari di fame, inquina l'ambiente e non dà nessuna garanzia per il futuro; in compenso fa grossi profitti.

La DEL MONTE nel mondo:

LUOGHI IN CUI E' PRESENTE: Brasile, Indonesia, Kenya, Turchia e Filippine.

RELAZIONI SINDACALI: nell'aprile 1987 un sindacalista è stato ucciso in una piantagione.

SALARI E CONDIZIONI DI LAVORO: è stata criticata per le dure condizioni di lavoro nelle piantagioni di ananas delle Filippine. Il salario medio mensile è di circa 30 euro.

DIRITTO ALLA TERRA: nelle Filippine sottrae terre ai piccoli contadini, privandoli dell'autosufficienza e costringendoli a coltivare ananas.

AMBIENTE: nelle Filippine la Del Monte è stata criticata per l'uso di spruzzare i pesticidi, pratica che causa inquinamento dell'acqua potabile e problemi di salute ai lavoratori.

*Fonte: Mani Tese, 1998. Per maggiori informazioni consultare il sito [www.manitese.it](http://www.manitese.it)*

### **Scheda 1.3 - Mamma Nestlé**

Secondo l'UNICEF un milione e mezzo di bambini muoiono ogni anno poiché non vengono nutriti con il latte materno. E molti milioni in più di bambini si ammalano seriamente. L'allattamento al seno materno fornisce il migliore inizio alla vita per tutti i bambini, ma in una società di poveri costituisce un'indispensabile fonte di sopravvivenza. Le società che producono latte per bambini promuovono il loro prodotto presso mamme ed operatori sanitari, poiché si rendono conto che, se non riescono a far attecchire l'allattamento artificiale, non fanno affari. L'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e l'UNICEF hanno un Codice Internazionale che proibisce ogni forma di promozione di latte per bambini. La Nestlé viola questo codice più frequentemente degli altri concorrenti.

Una delle strategie di maggior successo della Nestlé consiste in forniture gratuite di latte agli ospedali: allattare con il biberon i neonati favorisce l'insuccesso dell'allattamento naturale. Il bambino viene infatti a dipendere dal latte artificiale. Una volta a casa la madre deve comprare il latte da sé. In molte società ciò può costare più della metà dell'intero reddito familiare. Le madri povere a volte diluiscono eccessivamente il latte in polvere e ciò porta alla malnutrizione. In condizioni di povertà l'acqua mischiata al latte è spesso malsana; porta a diarrea, disidratazione e spesso alla morte.

Il primo boicottaggio della Nestlé venne sospeso nel 1984, quando la Nestlé promise di rispettare il Codice Internazionale. La Nestlé rinnegò subito la sua promessa, cosicché il boicottaggio venne nuovamente attivato nel 1988, concentrando l'azione sul prodotto più venduto e famoso della Nestlé, il Nescafé. La Nestlé ora ammette che le forniture gratuite sono dannose, ma si rifiuta di bloccarle negli ospedali, a meno che i governi facciano leggi in materia. La Nestlé è impegnata a far diminuire l'allattamento al seno materno allo scopo di vendere più latte in polvere.

Una risoluzione del 1986 dell'Assemblea Mondiale della Sanità aveva stabilito che: "nessuna fornitura, gratuita o con sussidio, di latte in polvere per bambini deve essere data agli ospedali o ai reparti maternità; il piccolo ammontare necessario dovrà essere acquistato dalle istituzioni".

Il boicottaggio della Nestlé sta funzionando?

La Nestlé è chiaramente preoccupata per il danno alle sue vendite e alla sua reputazione. Il boicottaggio è appoggiato a livello internazionale da migliaia di persone, nonché da centinaia di organizzazioni, inclusa la Chiesa d'Inghilterra. Il boicottaggio continuerà finché la Nestlé interromperà tutte le sue irresponsabili pratiche di commercializzazione.

La NESTLE' nel mondo

**LUOGHI IN CUI E' PRESENTE:** Nestlé ha filiali in Brasile, Cina, Colombia, Egitto, El Salvador, Guatemala, Honduras, India, Indonesia, Kenya, Libano, Messico, Papua Nuova Guinea, Filippine, Senegal, Sri Lanka, Turchia. L'Oreal è presente anche in Perù e Marocco.

**RELAZIONI SINDACALI:** nel 1989 i lavoratori di una fabbrica a Cacapava, Brasile, fecero sciopero. I lavoratori si lamentavano delle misere condizioni di lavoro, compresa la discriminazione verso le donne, la mancanza di indumenti protettivi e le inadeguate condizioni di sicurezza. Entro due mesi dall'inizio dello sciopero la compagnia aveva licenziato 40 dei suoi operai.

**COMMERCIALIZZAZIONE IRRESPONSABILE:** recenti mosse della Nestlé nel campo del latte in polvere per neonati comprendono un'ulteriore violazione del Codice dell'OMS, cioè la pubblicità del suo nuovo latte ipo-allergenico, Good Start, negli USA. Si è saputo che alcuni neonati hanno sofferto di shock 'anafilattici', con pericolo per le loro vite, dopo essere stati nutriti con questo prodotto.

**TEST SU ANIMALI:** L'Oreal è attualmente oggetto di boicottaggio per il suo uso continuato di test sugli animali. La stessa Nestlé è stata recentemente criticata dalla BUAV (antivivisezionisti inglesi) per aver fatto test di cancerogenicità del suo caffè su topi.

**CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO:** la Nestlé è attualmente oggetto di un boicottaggio mondiale per la pubblicità irresponsabile del latte in polvere, e L'Oreal per i test sugli animali.

*Fonte: Mani Tese, 1998. Per maggiori informazioni consultare il sito [www.manitese.it](http://www.manitese.it)*

### Scheda 1.4 - Vestirsi Nike

La Nike, con sede centrale nell'Oregon, USA, produce una vasta gamma di scarpe sportive molto pubblicizzate. Nata negli anni '60, ha assunto il suo attuale nome nel 1985.

Ogni anno 6 milioni di paia di scarpe sportive Nike vengono confezionate in Indonesia sotto licenze normalmente concesse dalla sud-coreana HQ, consociata della Nike.

I dipendenti della Nike quotidianamente controllano la qualità nelle 6 fabbriche di Tangerang e Serang, in competizione l'una con l'altra per mantenere le licenze, che sono rinnovate mensilmente. Il salario medio giornaliero dei 24.000 lavoratori di queste fabbriche è appena di 60 centesimi circa. Secondo l'AAFLI (Istituto Asiatico-Americano per il Lavoro Libero) queste fabbriche stanno violando 12 leggi nazionali, tra cui quelle sul salario minimo, il lavoro minorile, gli straordinari, gli orari di lavoro, l'assicurazione, l'organizzazione sindacale e i licenziamenti. Sono stati evidenziati problemi riguardo la salute, le ferie ed i congedi per maternità. Sebbene le fabbriche non siano di proprietà diretta della Nike, finanziariamente la compagnia è nella posizione di poter assicurare il rafforzamento degli standard minimi di vita.

I salari in Indonesia

L'Indonesia ha un salario minimo giornaliero di 2.100 Rupie (circa 0,70 euro), ma anche questo è inferiore ai "bisogni fisici minimi" stimati dal governo. E con 12 milioni di disoccupati su 70 milioni di forza lavoro, è impossibile rafforzare questo minimo.

Recenti inchieste hanno rivelato che quasi l'80% dei lavoratori nella regione di Tangerang riceve solo 1.600 Rupie al giorno, e quindi lunghe ore di straordinari sono di solito fondamentali per la sopravvivenza. L'ILO (Organizzazione Internazionale del Lavoro) stima che l'80% delle donne lavoratrici in Indonesia sono malnutrite.

I sindacati di solito esercitano un controllo effettivo sullo sfruttamento dei lavoratori, ma il governo repressivo indonesiano ne ha a lungo limitato lo sviluppo. Fino dagli anni '60, il movimento dei lavoratori è stato controllato dal governo tramite un unico sindacato legale, l'SPSI (Unione dei Lavoratori di Tutta l'Indonesia). Coloro che desiderano fare parte dei sindacati devono avere il permesso del loro datore di lavoro, che spesso sceglie quello governativo.

Questo rende il boicottaggio e le campagne sui consumatori le forme di pressione più importanti che possano persuadere la Nike sulla possibilità di un comportamento più responsabile verso i lavoratori.

**COSA COMBINA NEL MONDO LA NIKE**

**REGIMI OPPRESSIVI:** tutte le scarpe Nike sono prodotte in Asia, in particolare in Indonesia, Cina, Thailandia, Taiwan, Corea del Sud, Vietnam.

**RELAZIONI SINDACALI:** in Indonesia i sindacati liberi sono illegali e vengono repressi dall'esercito, i dirigenti sindacali sono licenziati, imprigionati, torturati, ed anche uccisi.

**SALARI E CONDIZIONI DI LAVORO:** i lavoratori della Nike ricevono un salario da fame, inferiore al salario minimo stabilito dalla legge indonesiana. Lavorano esposti ai vapori delle colle, ai solventi, alle vernici, per 12 ore al giorno.

**COMMERCIALIZZAZIONE IRRESPONSABILE:** la Nike spende circa 180 milioni di \$ all'anno in pubblicità, quando sarebbe sufficiente l'1% di questo bilancio per migliorare le condizioni di 15.000 lavoratori indonesiani.

**CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO:** nel 1990 Operation Push, un gruppo per i diritti civili, ha lanciato il boicottaggio della Nike perchè, nonostante venda il 45% dei suoi prodotti ai neri, non vi sono afroamericani ai vertici dell'azienda.

Fonte: [web.peacelink.it](http://web.peacelink.it) (14.02.09).

#### QUANTO COSTA UNA SCARPA NIKE

voce	importo	percentuale
MATERIALE	\$ 4,7	4%
MANODOPERA	\$ 1,3	1%
PROFITTI ALL'INGROSSO	\$ 62	49%
PROFITTI AL DETTAGLIO	\$ 57	46%
PREZZO AL PUBBLICO	\$ 125	100%

## 1.5 Bilanci di giustizia

Pochi lo sanno ma in Italia, come in altri paesi, esistono molte famiglie che aderiscono alla campagna Bilanci di Giustizia, tramite la quale si sono unite in rete tra loro ed hanno iniziato un cammino di revisione del loro stile di consumo.

Sono proprio loro la testimonianza che consumare meno e vivere meglio è possibile.

La caratteristica che contraddistingue queste famiglie è che tutte le loro scelte vengono raccolte e documentate a fine mese, per verificare come è stato speso il proprio denaro, quali cambiamenti sono avvenuti nelle loro preferenze e quanto sono riusciti a seguire l'ottica di giustizia e sostenibilità quali punti cardine di questo progetto.

La vita di queste famiglie viene arricchita dalla scelta di orientarsi verso prodotti sostenibili dal punto di vista ambientale e sociale e dalla ricerca e sperimentazione delle alternative possibili al super-consumo a tutti i costi che impone la crescita economica.

La necessità di tenere un proprio bilancio nasce proprio dalla consapevolezza di essere in prima persona responsabili delle proprie scelte d'acquisto, e di poter in qualche modo abbandonare l'idea generale che si ha del mercato a favore di uno stile di vita diverso, di maggior aiuto a un tipo di economia differente e che non per questo non si possa chiamare "economia".

In un recente spettacolo teatrale di Ercole Ongaro e F. De Giovanni intitolato "Q.B: Quanto basta, stili di vita per un futuro equo<sup>15</sup>", veniva fatta una proposta, ironica ma veritiera a proposito del PIL. Si può essere così sicuri che il Prodotto Interno Lordo possa essere rappresentativo del benessere dei cittadini?? Se si rimane bloccati delle ore in autostrada nel traffico il Pil aumenta... si consuma benzina... ma si è felici???

Ecco l'invito a "dePILarsi" (dal libro di Roberto Lorusso e Nello De Padova "depiliamoci") ovvero smettere di ragionare in termini di Pil, a favore di un'alternativa altrettanto valida quale è il BIL: "Benessere Interno Lordo".

Si tratta di una cultura fondata su pochi semplici gesti quotidiani: gesti da cittadino, da genitore, da imprenditore, da figlio, da educatore, da politico.

Comportamenti che non richiedono grandi sforzi, nessuna rinuncia, nessun sacrificio, solo buona volontà e consapevolezza. Per superare il circolo vizioso del PIL superfluo basta riflettere, evitare gli sprechi ed attuare un consumo delle risorse consapevole dei bisogni delle generazioni che verranno.

Per lo stesso motivo le famiglie di Bilanci di giustizia credono che non sempre sia la maggior quantità di beni materiali a portare un maggior benessere, anzi.

La socializzazione, la condivisione e la crescita fatta insieme alle altre famiglie è ciò che più li gratifica.

Si tratta di vantaggi sul piano relazionale che al giorno d'oggi risultano talvolta difficili da comprendere, o semplicemente messi in secondo piano in una società dove skype, msn, facebook sono il massimo della comunicazione.

E' stato fatto anche uno studio da Gerhard Scherhorn direttore del dipartimento Nuovi Modelli di benessere del *Wuppertal Institut*<sup>16</sup> il quale afferma che chi cerca di fare la spesa in modo sostenibile persegue un aumento del benessere che risponde a uno stile di vita diverso, meno materiale. L'indagine rivela che queste persone sono ricche della risorsa oggi più rara: il tempo.

Ma come agiscono in concreto queste famiglie?

Le loro strategie sono rivolte per lo più all'attenzione alle condizioni dei lavoratori e dei produttori, all'ambiente e alla qualità della vita. Acquistano prodotti del commercio equo-solidale, aderiscono a campagne di boicottaggio, scelgono di auto-produrre beni e servizi di uso comune, preferiscono prodotti di stagione, locali, biologici, rinunciano ai prodotti usa e getta, cercano di risparmiare e investire in fondi etici.

---

15 Per ulteriori informazioni si veda il sito internet [www.itineraria.it](http://www.itineraria.it)

16 Per ulteriori informazioni consultare il sito internet [www.wupperinst.org](http://www.wupperinst.org)

Una testimonianza particolare è data da una coppia di olandesi, Hanneke van Veen e Rob van Eeden, i quali hanno deciso di dar vita alla rivista dei “Parsimoniosi”.

L’idea nasce dalla scelta personale dei due coniugi di cambiare il loro stile di vita verso una sobrietà radicale, sull’esperienza degli *downshifter*<sup>17</sup> americani, e dal desiderio di opporsi al modello di consumo e di vita dominante.

La loro rivista offre consigli utili su come risparmiare denaro e risorse e sono molte le persone con un basso livello di reddito che la seguono contenti di non doversi sentire emarginati perché non comprano ma al contrario sentirsi dire “sei OK se non compri!”.

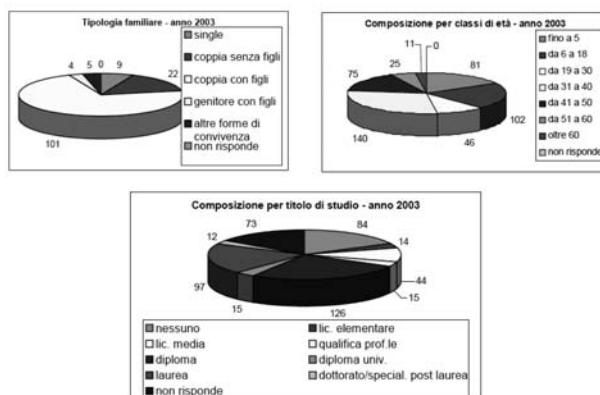
Di seguito (Fig. 1.3) vengono riportati dei grafici che analizzano il profilo dei “bilancisti”.

Si può notare come la maggior parte dei nuclei familiari sono costituiti da coppie con figli, in costante aumento dal 1997 ad oggi a differenza delle coppie senza figli che sono viceversa in continua diminuzione. Il numero medio di componenti per nucleo viene calcolato al 3,4 quasi un punto percentuale sopra la media italiana.

Gli aderenti ai bilanci sono prevalentemente giovani, il 29,2% ha tra 31 e 40 anni, anche se la presenza di persone con età tra 41 e 50 anni sta aumentando continuamente.

Il titolo di studio degli associati è medio-alto: il 26,3% possiede un diploma e il 25,8% un diploma universitario, la laurea o un titolo post-laurea. Se addirittura consideriamo solo gli aderenti maggiorenni (escludendo quindi chi non ha ancora finito il corso di studi) queste percentuali diventano rispettivamente del 42,4% e 41,8%<sup>18</sup>.

Tab. 1.5 - Profilo dei “bilancisti”



Fonte: [www.bilancidigiustizia.it](http://www.bilancidigiustizia.it), Rapporto annuale 2003

A un primo sguardo il “bilancio di giustizia” potrebbe sembrare un semplice bilancio familiare, che in molte parti assomiglia a quello usato dall’ISTAT per le sue indagini sui consumi delle famiglie. In realtà l’analisi in questione è più approfondita poiché vuole mettere in risalto un’altra caratteristica dei consumi, ovvero quelli “usuali” e quelli “spostati”. Ogni tipo di spesa va collocata in una colonna o nell’altra a seconda che il tipo di bene analizzato sia stato acquistato mediante un criterio di eticità e sostenibilità ambientale o meno.

17 Il termine downshifting fu coniato la prima volta nel 1994 dal Trends Research Institute per indicare il fenomeno di quelle persone che rinunciavano parzialmente (o totalmente) alla propria carriera lavorativa, al successo, al denaro, per avere in cambio maggiore tempo a disposizione da dedicare ai propri interessi privati familiari.

18 Per un approfondimento si consulti il sito [www.bilancidigiustizia.it](http://www.bilancidigiustizia.it).

I “consumi spostati” quindi sono quelli su cui si è riflettuto maggiormente, valutando diverse alternative per poi giungere alla decisione secondo un criterio di consumo critico e di giustizia.

La giustizia è una caratteristica di questi bilanci che sicuramente non si può tralasciare:

il prezzo giusto non dovrebbe favorire i produttori o gli intermediari a scapito di qualcun altro; mercati giusti non dovrebbero fondarsi sulla distruzione dell'ambiente o sullo sfruttamento dei paesi più poveri; un consumatore giusto dovrebbe richiedere per se solo quello che gli è davvero necessario e il resto lasciarlo alle esigenze della comunità, riscoprendo un senso di fratellanza e di rispetto in base al quale nessuno si arricchisce alle spalle degli altri.

Non si tratta quindi di una giustizia teorica, al contrario i modi di agire sono molto concreti, si tratta di rifiutare in base a scelte coscienti e responsabili i consumi che non rispondono più ai bisogni umani reali o che danneggiano in modo spesso irreversibile i meccanismi ecologici e le popolazioni da troppo tempo confinate in una povertà di cui non hanno nessuna colpa.

L'obiettivo per il futuro della campagna “bilanci di giustizia” è quello di moltiplicare il numero delle famiglie che ritengono essenziale esercitare il potere che hanno a disposizione in quanto consumatori e contribuire ad affrontare questi problemi attraverso un impegno quotidiano e duraturo, realizzato in forma organizzata.

## 1.6 Rete di Lilliput

A questo punto della lettura, in cui si è riflettuto su diverse problematiche di grossa portata, le reazioni possibili sono due: la rassegnazione, di fronte a questioni troppo grandi, troppo lontane dalla propria realtà (ma che in realtà si è scoperto toccarci molto da vicino), o la volontà di provare a cambiare qualcosa, di unire le forze per ottenere un risultato.

Questo è quello che hanno fatto i lillipuziani quando hanno dovuto scontrarsi con Gulliver.

Lui, il gigante imbattibile, loro, piccole persone alte poco più di venti centimetri.

Nessuno avrebbe pensato che potessero sconfiggerlo, da soli non ce l'avrebbero mai fatta, per questo decidono di unirsi insieme e mettere in atto un piano comune.

Il tentativo andò a buon fine, i minuscoli lillipuziani catturano Gulliver legandolo nel sonno con centinaia di fili.

Sulle orme di questa storia nel 1999 nasce la “Rete di Lilliput” con l'obiettivo principale di far interagire e collaborare le numerose esperienze locali che cercano di lottare contro le disuguaglianze nel Mondo mettendo in atto una “strategia lillipuziana”, con la quale poter bloccare il gigante disumano del liberismo sfrenato servendosi di piccoli fili, cioè azioni mirate e concrete, da intessere insieme.

La vera e propria costituzione della Rete è avvenuta nell'ottobre con il primo incontro nazionale tenutosi a Marina di Massa.

In particolare i gruppi che hanno promosso la Rete di Lilliput sono: Chiama L'Africa, Sdebitarsi, Campagna Stop MillenniumRound, Ctm Altromercato, Missionari Comboniani Nigrizia, Campagna per la Riforma della Banca Mondiale, Mani Tese, AIFO, Pax Christi, Beati i Costruttori di Pace, Rete RadiéResch, WWF-Italia, Associazione Botteghe del Mondo Italia, Bilanci di Giustizia, Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Innovazioni e Reti per lo Sviluppo, Roba dell'altro mondo.

Oggi la Rete di Lilliput è una rete laica formata da persone, nodi, organizzazioni e reti collegati e coordinati tra loro che perseguono il cambiamento delle regole che governano le istituzioni finanziarie ed il commercio internazionale, propongono un cambiamento dei comportamenti e degli stili di vita, un modello diverso di gestione integrata del territorio, delle risorse naturali e dei beni, si impegnano per una economia di

---

19 Antonella Valer, Bilanci di giustizia, E.M.I., Bologna, 2000

20 Per maggiori dettagli consultare il sito internet [www.retelilliput.org](http://www.retelilliput.org)



giustizia e solidarietà, per una politica orientata al disarmo, per un modello di difesa popolare nonviolenta e per il recupero della solidarietà sociale.

Ciascuno può aderire alla rete di Lilliput individualmente attraverso l'adesione a un Manifesto.

Tale adesione avviene attraverso i Nodi locali, formati da singoli e da associazioni, che attualmente sono circa 70 in tutto il paese. Nella Rete non esistono basi e vertici, centri e periferie: cuore pulsante della Rete è ogni nodo locale, col suo impegno concreto nei luoghi in cui opera, garante del rispetto dei criteri condivisi del Manifesto da parte dei propri aderenti.

### **Scheda 1.5 - Manifesto della Rete di Lilliput**

#### *Il Manifesto della Rete di Lilliput*

*In un momento in cui sembrano valere solo le leggi del mercato e del profitto mentre le istituzioni democratiche stanno perdendo credibilità e potere*

**NOI**

*associazioni, gruppi e cittadini impegnati nel volontariato, nel mondo della cultura, nella cooperazione Nord/Sud, nel commercio e nella finanza etica, nel sindacato, nei centri sociali, nella difesa dell'ambiente, nel mondo religioso, nel campo della solidarietà, della pace e della nonviolenza*

**DIAMO AVVIO ALLA RETE DI LILLIPUT PER UNIRE IN UN'UNICA VOCE LE NOSTRE MOLTEPLICI FORME DI RESISTENZA CONTRO SCELTE ECONOMICHE CHE CONCENTRANO IL POTERE NELLE MANI DI POCCHI E CHE ANTEPONONO LA LOGICA DEL PROFITTO E DEL CONSUMISMO ALLA SALVAGUARDIA DELLA VITA, DELLA DIGNITÀ UMANA, DELLA SALUTE E DELL'AMBIENTE.**

*Come i piccoli lillipuziani riuscirono a bloccare il gigante Gulliver, legando ciascuno un singolo capello del predone, così noi cerchiamo di fermare il tiranno economico conducendo ciascuno la nostra piccola lotta in collegamento con gli altri. Per questo abbiamo costituito la Rete di Lilliput: per ampliare l'efficacia delle nostre singole opposizioni condividendo esperienze, informazioni, collaborazioni e concordando mobilitazioni comuni.*

*La recente sconfitta dell'Accordo Multilaterale sugli Investimenti, lo stop che l'Organizzazione Mondiale del Commercio ha subito a Seattle, la creazione di sempre più stretti contatti, collaborazioni ed iniziative tra i movimenti che a livello mondiale si oppongono agli effetti devastanti della globalizzazione e dell'economia dimostrano che è possibile bloccare la macchina globale con i granelli di sabbia.*

*Il nostro obiettivo a lungo termine è la costruzione di un mondo dove ogni abitante della terra possa soddisfare i propri bisogni materiali, sociali e spirituali nel rispetto dell'integrità dell'ambiente e del diritto delle generazioni future ad ereditare una terra feconda, bella e vivibile.*

*Nell'immediato ci opponiamo alle scelte economiche che attentano alla democrazia, che portano a morte il pianeta e che condannano miliardi di persone alla miseria. Le nostre strategie d'intervento sono di carattere non violento e comprendono l'informazione e la denuncia per accrescere la consapevolezza e indebolire i centri di potere, il consumo critico e il boicottaggio per condizionare le imprese, la sperimentazione di iniziative di economia alternativa e di stili di vita più sobri per dimostrare che un'economia di giustizia è possibile.*

*Ci impegniamo a realizzare tutto questo in un rapporto di dialogo e di collaborazione con tutti gli altri gruppi, reti e movimenti che in Italia e all'estero si battono per gli stessi obiettivi. Siamo certi che mettendo in comune idee, conoscenze, risorse, e iniziative, potremo ostacolare il cammino della globalizzazione al servizio delle multinazionali per contrapporre una globalizzazione al servizio degli essere umani.*

*Questa è la nostra strategia lillipuziana, questo è il potere di cui ciascuno di noi dispone.  
Esercitiamolo insieme per ottenere dei risultati concreti<sup>21</sup>.*

Uno dei maggiori promotori di questo progetto è Padre Alex Zanotelli, missionario dell'ordine dei Comboniani di Verona.

Oltre a quello dei Lillipuziani Padre Alex fa un altro confronto interessante paragonando il potere alla statua di Nabucodonosor: le sue dimensioni erano imponenti e incuteva in tutti un gran terrore ma aveva un difetto, aveva i piedi di argilla, un materiale che se riceve i raggi solari si indurisce ed è capace di sostenere un peso molto grande ma che se invece riceve qualche goccia di acqua diventa una poltiglia che fa crollare il peso sopra di lei.

Con questa similitudine fa capire come tutti i cittadini siano i piedi del potere, capaci di sostenerlo oppure di abbatterlo.

Per questo motivo è importante che tutto quello che è stato detto finora sia conosciuto da tutti, perché possano essere prese delle scelte consapevoli delle conseguenze che portano e del peso che hanno.

In questo modo è possibile essere fiduciosi in un futuro migliore.



## Capitolo 2

# IMMAGINARE E REALIZZARE UN'ECONOMIA DIVERSA

### 2.1 L'economia nel XX secolo

In questo paragrafo verrà analizzata l'economia del secolo passato come base di partenza per capire quali sono stati i tratti che l'hanno contraddistinta e valutare i punti di forza e di debolezza della stessa. Da qui inizierà un percorso che sottolineerà le alternative possibili facendo, a volte immaginare, a volte toccare con mano esperienze di un'economia "diversa".

Nel XX sec. si sono susseguite numerose vicende che hanno contribuito a far cambiare ed evolvere l'economia internazionale. I mutamenti più significativi iniziano con le rivoluzioni industriali, il conseguente declino dell'agricoltura e dell'artigianato a favore delle prime grandi industrie e lo sviluppo delle città, punti di incontro fra domanda e offerta. Questi fattori infatti hanno contribuito a un forte incremento della produzione, che non si limitava più all'auto-consumo ma veniva portata anche sul mercato.

L'economia non si ferma più ai confini dell'Europa, che inizia in questi anni la sua unificazione, ma si espande oltre, creando forti squilibri soprattutto fra Nord e Sud del Mondo le cui relazioni iniziano ad essere spesso difficili, divisi fra tre pensieri completamente diversi:

- a) il Nord sfrutta, sottosviluppa, il Sud del mondo,
- b) il Nord è occasione di progresso, che non sempre il Sud riesce a cogliere,
- c) il Sud minaccia l'economia del Nord del mondo.

Fatto sta che il prodotto pro capite del continente africano, per esempio, non raggiunge quello dell'Europa occidentale di due secoli fa, e gli esseri umani che vivono nei paesi più poveri dell'Africa hanno un reddito compreso fra 1/100 e 1/50 di quello di chi vive negli Stati Uniti.

Momenti di forte espansione si sono alternati ad altri di profonda crisi, sono gli anni delle guerre mondiali, della "stagflazione"<sup>1</sup> e della grande crisi economica dovuta al crollo di Wall Street nel 1929. Momenti di forte instabilità nei quali si estende il fenomeno della disoccupazione, il commercio mondiale diminuisce, il mercato finanziario internazionale crolla, il gold standard viene abbandonato.

Un'altra crisi, seppur meno evidente avviene negli anni Settanta e pone fine alla fase di straordinario sviluppo realizzatasi tra il 1950-70<sup>2</sup>.

A seguito di tutte queste vicende nascono tre diversi sistemi economici:

• *l'economia di mercato*, basata sull'interazione degli operatori economici privati, con un ruolo limitato dello Stato (ordine pubblico, difesa, giustizia, istruzione, costruzione di infrastrutture);

• *l'economia pianificata*, dove la gestione delle dinamiche del sistema economico compete allo Stato, che elabora piani di breve-media durata che stabiliscono gli obiettivi e regolano di conseguenza l'impiego delle risorse;

• *l'economia mista*, accanto all'interazione degli operatori privati, lo Stato interviene direttamente nel funzionamento del sistema economico, a sostegno della produzione e dell'occupazione, utilizzando la spesa pubblica ed avvalendosi di politiche fiscali e monetarie.

Indipendentemente dal ruolo che hanno avuto lo Stato e i privati in questo "gioco", lo sviluppo economico si è portato appresso delle contraddizioni e degli squilibri, tra i quali l'aumento delle grandi concentrazioni capitalistiche, l'iniqua distribuzione della ricchezza, l'attività borsistica e le speculazioni, di cui si risente tuttora.

1 Termine che indica la presenza contemporanea di inflazione e stagnazione della produzione.

2 Pierluigi Ciocca, "L'economia mondiale nel XX secolo", dal sito [www.economia-politica.it](http://www.economia-politica.it) pubblicato sul sito web [www.economia-politica.it](http://www.economia-politica.it)

Si è iniziato a parlare di “globalizzazione”, finanza internazionale, indebitamento dei paesi poveri, emarginazione, squilibrio.

L'apertura delle frontiere è stata per alcuni paesi un grande vantaggio, per altri la rovina. Nascono le multinazionali, grandi imprese che pur di continuare ad espandersi sono disposte a tutto.

D'altro canto si sente l'esigenza di tutelare i paesi e le persone più deboli e prendono vita delle forme di commercio attente alle tematiche sociali, etiche e ambientali, tra cui il mercato equo-solidale, le botteghe del mondo, la rete e i distretti di economia solidale

## 2.2 Il potere in mano ai più forti

La prima considerazione che si vuole fare a proposito di più forti e di più deboli è che questi ultimi non sono poveri perché sfortunati, perché nati nel paese sbagliato, come si è soliti pensare. Sono poveri perché c'è un meccanismo preciso che li rende tali. È un meccanismo di sfruttamento<sup>3</sup> e di dipendenza difficile da sradicare perché purtroppo non sempre ci si rende conto di quello che accade e di cui si è complici anche nelle decisioni più banali che si prendono quotidianamente.

Bisogna ricordare che l'abbondanza, il benessere economico e la ricchezza sono privilegi riservati a pochi. La povertà infatti sta invadendo anche le società opulente in cui viviamo, non soltanto il Sud del Mondo. Le statistiche dicono che in Italia la povertà riguarda quasi il 12% della popolazione per un totale di sette milioni di persone. Nella vecchia Europa dei quindici, i poveri sono 55 milioni pari al 14% della popolazione, mentre negli Stati Uniti sono 49 milioni e nell'Europa dell'Est addirittura 157 milioni. Sommati a quelli del Giappone e dell'Australia fanno 283 milioni, pari al 23% della popolazione dei paesi industrializzati.

La povertà che si incontra in questi casi però è definita “povertà relativa” in quanto risultato di un confronto. Più precisamente, si considera povero chiunque sia nell'impossibilità di andare oltre il 50% dei consumi medi<sup>4</sup>.

Nonostante ciò una piccola parte di popolazione può permettersi di consumare di più, addirittura di sprecare.

Fatta questa premessa si vuole capire quali sono gli attori economici considerati “più forti” e perché lo sono, e quelli invece considerati “più deboli” e come possono progredire ed essere sostenuti maggiormente.

*“Sempre più, in molti Paesi americani, domina un sistema noto come «neoliberismo»; sistema che, facendo riferimento ad una concezione economicista dell'uomo, considera il profitto e le leggi del mercato come parametri assoluti a scapito della dignità e del rispetto della persona e del popolo. Tale sistema si è tramutato, talvolta, in giustificazione ideologica di alcuni atteggiamenti e modi di agire in campo sociale e politico, che causano l'emarginazione dei più deboli. Di fatto, i poveri sono sempre più numerosi, vittime di determinate politiche e strutture spesso ingiuste.”<sup>5</sup>*

Queste righe scritte da Papa Giovanni Paolo II sono molto significative poiché sottolineano i diversi parametri utilizzati da chi lavora nel settore economico, e come, anche i comportamenti più scorretti vengano così giustificati, noncuranti delle conseguenze che essi hanno.

Purtroppo sono molte le imprese che operano con il fine unico ed esclusivo del profitto.

Ai loro dirigenti va il merito di essere riusciti nel tempo a trasformare una piccola attività talvolta di origine familiare, in un colosso dell'economia. Il problema risiede nel prezzo da pagare per essere arrivati a questo risultato.

3 Fa pensare il fatto che quando cliccando il tasto destro del mouse sulla parola “sfruttamento” uno dei sinonimi che propone il computer è “profitto”.

4 Francesco Gesualdi, Sobrietà: dallo spreco di pochi ai diritti per tutti, Feltrinelli Editore, 2005.

5 Giovanni Paolo II, “De ecclesia in america”, n 56, 22 gennaio 1999.

Le più grandi aziende al mondo superano per fatturato i bilanci di interi Stati e per fare affari, spesso, non guardano che il proprio interesse, senza preoccuparsi in alcun modo di chi subisce le loro decisioni: pratiche scorrette al limite della legalità, sfruttamento dei lavoratori, prodotti dannosi per la salute e per l'ambiente.

Una impresa multinazionale, è un'impresa che organizza la sua produzione in almeno due paesi diversi. In questi territori ci sono imprese da lei "controllate" delle quali detiene tra il 10 e il 50% delle azioni, e altre denominate "filiali" delle quali controlla più del 50% delle azioni. Le caratteristiche principali di questo modello economico sono quindi:

- *la dispersione* geografica della attività dell'impresa,
- *l'internalizzazione*, in quanto nella maggior parte dei casi l'attività estera non è delegata ad un'impresa locale.

L'ascesa delle multinazionali negli anni '90 è strettamente connessa con il processo di liberalizzazione regionale e globale del commercio. A causa della concorrenza internazionale, le imprese tendono a ridurre i costi di produzione e ricercare fattori di produzione a basso costo. Tuttavia le attività multinazionali possono svolgersi solo se esistono bassi costi per la commercializzazione internazionale dei semilavorati o la reimportazione in patria dei prodotti finiti.

Il vantaggio economico si ritrova perciò nel grande potere di mercato (e quindi contrattuale) che esse assumono e nella creazione di economie di scala superiori.

Tra i fattori che determinano la scelta di localizzazione delle multinazionali vi sono:

- il tipo di ordinamento giuridico nazionale, ad esempio per quanto riguarda la protezione dei diritti di proprietà degli investitori esteri;
- l'accesso ai mercati esteri;
- la disponibilità di fattori di produzione a basso costo,
- le politiche favorevoli in materia di tassazione.

I motivi per cui si cerca di trasformare la propria impresa in una multinazionale sono da ricondurre principalmente ad un maggior guadagno per gli azionisti della stessa, il quale è legato ad un aumento della produttività complessiva, con un conseguente incremento del livello di occupazione, alla riduzione dei costi di produzione grazie alle economie di scala e a una maggiore competitività delle imprese nazionali; la delocalizzazione inoltre rafforza le attività rimaste nel paese d'origine sulle quali ci si può concentrare maggiormente.<sup>6</sup> Ma cosa accade nei paesi dove queste multinazionali portano la propria attività? Essi si vedono togliere una consistente quota di mercato, i cui profitti per di più vengono trasferiti all'estero, nella sede dell'impresa controllata, per cui nessuno può beneficiare della ricchezza da essa generata.

A questo punto bisogna fare una distinzione, se il paese di destinazione possiede un sistema economico abbastanza forte da poter interagire con le multinazionali, esso può avvantaggiarsi degli investimenti diretti esteri, e lo fa sfruttando i cosiddetti effetti di *spillover*, (ossia la ricaduta sulle imprese locali di tecnologie, conoscenze e metodi importati dalla multinazionale), impiegando in maniera più efficiente le risorse, e migliorando le proprie prestazioni a seguito di una maggiore pressione competitiva.<sup>7</sup>

Il vero problema nasce nel momento in cui il paese di destinazione è un paese in via di sviluppo, quindi più debole. L'insediamento qui è chiaramente motivato dalla ricerca di un minore costo del lavoro, da vantaggi valutari e da una pressione fiscale notevolmente bassa. Quello che si vuole sottolineare, al di là della questione dello sfruttamento di cui si è già parlato, è come i benefici portati qui siano del tutto illusori e di breve durata.

Questo perché col tempo l'aumento dei redditi, e quindi dei salari, riduce sensibilmente i margini di profitto delle multinazionali; il paese di destinazione può così perdere la propria capacità di attrazione, a favore di nuovi attori con un costo della manodopera minore (un esempio reale è quello che sta succedendo per le multinazionali USA, e non solo, che si spostano dal Messico alla Cina).

6 Andrea Goldstein, Lucia Piscitello, *Le multinazionali*, Il Mulino, Bologna, 2007.

7 Giorgio Barba Navaretti, Anthony J. Venables, *Le multinazionali nell'economia mondiale*, ed. Il Mulino, Bologna, 2006.

La dipendenza che si era creata lascia quindi un grande vuoto nel momento in cui la multinazionale cambia distinzione. Molti lavoratori, che già facevano fatica a mantenere se stessi e la famiglia, rimangono disoccupati, e l'economia locale deve trovare un altro modo per andare avanti, per poter garantire a tutti un altro posto di lavoro.

## 2.3 L'economia solidale

Fortunatamente c'è chi, anche in ambito economico, sta cercando una soluzione affinché non si debba sempre restare alle dipendenze dei più forti, di coloro che detengono il potere. È così che nascono varie forme di economia alternativa fondate su principi di eticità ed equità, che tengono in considerazione l'aspetto prettamente umano dei soggetti coinvolti.

L'economia solidale è un esempio concreto di questo pensiero, essa si fonda sul principio di reciprocità che presuppone una relazione dare-ricevere e una visione allargata del luogo in cui si opera. L'interesse personale infatti viene lasciato da parte a favore della collaborazione con soggetti sociali, del ritrovarsi in gruppi o reti di gruppo. Lo slogan di Banca Etica riassume bene questo concetto affermando che *"l'interesse più grande è l'interesse di tutti"*,<sup>8</sup>

Altra caratteristica dell'economia solidale che si contrappone notevolmente alla logica delle grandi multinazionali è la scelta di essere radicati nel territorio e del dare molto importanza all'economia locale. In questo modo si vuole favorire l'occupazione del luogo mantenendo allo stesso tempo le tradizioni e le particolarità che lo caratterizzano.

Così facendo il bene ottenuto risulta essere unico perché inserito in un contesto ben preciso, frutto di un lavoro accurato di cui si può conoscere con facilità il percorso e la storia. Questa qualità in più si può definire "qualità relazionale" ed è quella che fa la differenza nel confronto con altri prodotti.

In genere la concorrenza nei più grandi sistemi economici porta all'omologazione e allo sfruttamento, essi investono così tanto in pubblicità per conquistarsi la propria quota di mercato che sono costretti a risparmiare su altri aspetti, molto probabilmente sul costo del lavoro, delle materie prime e del rispetto ambientale.

L'economia solidale vede la concorrenza come occasione per diversificarsi e far notare cosa veramente conta, e non è la pubblicità o la quota di mercato che ottiene, ma la consapevolezza di lavorare secondo determinati valori in cui credere.

Questo messaggio quindi non viene tramandato attraverso messaggi pubblicitari ma per esempio mediante il passaparola, le riviste del settore, le guide al consumo critico, ecc.

Certo è che questi mezzi non hanno la diffusione che ottengono i mass media e il problema dell'informazione è sicuramente molto importante in questo campo poiché se una persona non la cerca di proposito è difficile che ci "inciampi" per sbaglio.

L'economia solidale non è un'iniziativa così recente come si pensa: alcune esperienze sono state trovate in Francia prima del 1848, in Germania e in Inghilterra, ma non hanno avuto molto seguito e, dopo i moti del '48 e le guerre mondiali successivamente, questa spinta viene smorzata. Rimane per molti anni un settore di nicchia e alcuni pensano che tale rimarrà, la speranza di molti invece è che possa contaminare positivamente le economie di mercato e sensibilizzare un sempre maggior numero di persone.

Questo desiderio chiaramente non esprime la volontà di aumentare i propri profitti e il proprio successo bensì l'impegno di portare determinati valori e scelte di vita nella quotidianità di più persone possibili: consumatori critici e responsabili con un occhio di riguardo verso l'"altro". Sembrerà una banalità ma in una società individualista come quella attuale è un grande sforzo.

---

8 Incontro con Dr. Daniele del Maestro "Banca Etica: l'interesse più grande è l'interesse di tutti", Sala civica di Garda, 16.12.08.

## R.E.S. E D.E.S.

### **Reti di economia solidale (R.E.S.)**

Fig. 2.1 – Indicazione della città dove è nata la prima R.E.S.



Le numerose esperienze di economia solidale presenti a livello globale hanno portato all'esigenza di rafforzare questa realtà creando dei circuiti economici, in cui esse si possano sostenere a vicenda creando insieme spazi di mercato finalizzato al benessere di tutti.

L'idea nasce in Brasile grazie ai movimenti di lotta sociale e di economia solidale presenti. Essi hanno elaborato una teoria di organizzazione di reti, integrandole e dandole un carattere strategico. La prima rete di economia solidale nasce a *Curitiba* (Fig. 2.1), rivendicando una concezione di produzione articolata con la domanda di consumo locale, in forma autogestita e un processo di auto alimentazione produzione e consumo, di sviluppo sostenibile.

Una rete è costituita da più unità, dalle relazioni esistenti fra esse e dai flussi che le alimentano. Questi flussi possono essere di tre tipi: flussi d'informazione e tecnologia, flussi di beni e prodotti e flussi di valori, sia economici che etici. Ogni volta che questi gruppi si integrano in un processo di scambio reciproco allora si ha una rete. Le dinamiche relazionali fra le diverse unità avvengono senza gerarchie verticali prestabilite. La possibilità di essere così collegati e disponibili al confronto permette di lavorare con la diversità, e fare della *diversità* la forza del cambiamento. Maggiore è la diversità, e migliore è la qualità dei legami tra i componenti della rete, tanto più robusta sarà.<sup>9</sup> Questo concetto è fondamentale per comprendere il punto di forza di questi progetti, cos'è la diversità? Perché fa così paura?

La diversità è l'opposto della normalità, è tutto ciò che procede in un verso differente rispetto alla norma, rispetto a tutti quegli atteggiamenti risultanti da ricerche ed esperienze maturate nel tempo, di comune diffusione, che si ritengono per questo motivo giusti e quindi normali. Nella normalità ci si sente sicuri perché la si conosce e si sa come affrontarla, la novità invece spaventa, perché si tende a vederla più come una minaccia a cui non si è preparati a rispondere che come una possibilità di miglioramento e di arricchimento. Affrontare la diversità quindi, sia nelle reti di economia solidale che in generale per le aziende e per gli individui, significa semplicemente ascoltarle, valutarle e decidere se tradurle o meno nella propria normalità. Aprirsi verso cose, esperienze, culture, persone diverse è sintomo di consapevolezza delle opportunità che si possono incontrare, quali la riscoperta di nuovi valori, nuove realtà che escono dalle restrizioni della propria cultura, lo stimolo alla creatività e al cambiamento, la valorizzazione di chi si ha accanto, l'accettazione di se stessi e degli altri per quello che sono e la capacità di cogliere qualcosa da ogni persona che si incontra.<sup>10</sup>

Questo è il segreto per una relazione costruttiva fra i popoli, per attuare uno sviluppo sostenibile per le persone, l'ambiente e l'economia.

In Italia questo percorso è stato avviato il 19 ottobre 2002 a Verona nel corso di un seminario sulle "Strategie di rete per l'economia solidale", in cui le numerose realtà presenti hanno deciso di affrontare questo viaggio collettivo. Un primo passo è stata la definizione della "Carta per la Rete Italiana di Economia Solidale" (Vedi allegato A), presentata al salone Civitas di Padova il 4 maggio 2003. Ora il percorso prevede la attivazione di reti locali di economia solidale, denominati "distretti", come passaggio fondamentale per la costruzione di una futura rete italiana di economia solidale. Questo progetto è sostenuto da un gruppo di lavoro su base volontaria a cui partecipano diversi soggetti dell'economia solidale italiana.

9 Per ulteriori informazioni consultare il sito: [www.redesolidaria.com.br](http://www.redesolidaria.com.br)

10 C. Baccarani, G.M.Golinelli, "A spasso con la diversità nell'impresa e nella ricerca", Sinergie, n. 77, settembre-dicembre 2008.



I principi su cui si basano le reti di economia solidale sono:

- nuove relazioni tra i soggetti economici, fondate su principi di cooperazione e reciprocità, giustizia e rispetto delle persone (condizioni di lavoro, salute, formazione, inclusione sociale, garanzia di beni e servizi essenziali),
- partecipazione democratica,
- impegno nell'economia locale e rapporto attivo con il territorio,
- disponibilità a entrare in relazione con le altre realtà dell'economia solidale condividendo un percorso comune,
- impiego degli utili per scopi di utilità sociale.<sup>11</sup>

Economie basate su questi principi si scontrano fortemente con i modelli attuali che si rifanno per di più alle politiche del neoliberalismo, per questo in Italia la Rete di Lilliput e diversi soggetti di economia alternativa (Botteghe del Mondo, commercio equo solidale, Gruppi di Acquisto Solidali, organizzazioni della Finanza Etica e del Turismo Responsabile, cooperative sociali) stanno lavorando per collegare e rafforzare queste pratiche. Punto di partenza di questo processo è la costituzione di Distretti locali di Economia Solidale.

### ***Distretti di economia solidale (D.E.S.)***

I distretti di economia solidale nascono come risposta ai processi di uniformazione, sradicamento, degrado ecologico e sociale sorretti in gran parte dal fenomeno della globalizzazione.

Al contrario essi mirano a valorizzare le risorse locali e a produrre ricchezza in condizioni di sostenibilità ecologica e sociale e perseguono la realizzazione dei seguenti principi:

- **Cooperazione e reciprocità.** I soggetti appartenenti al distretto si impegnano a dare precedenza agli scambi all'interno del distretto stesso, con questo non si vuole però mancare di varietà nell'offerta al consumatore, si cerca pertanto di favorire l'instaurarsi e il diffondersi di relazioni sociali ed economiche fondate sulla reciprocità e sulla cooperazione anche fra diverse forme di scambio.

- **Valorizzazione della dimensione locale.** Le conoscenze, i saperi tradizionali, le peculiarità ambientali e le ricchezze sociali e relazionali del luogo in cui si opera sono elementi fondamentali da valorizzare. Sono ricchezze (*stocks*) da accrescere e fortificare, non sono risorse (*flussi*) da sfruttare ai fini del profitto. Se tutti si uniformassero agli stessi standard non ci sarebbe più motivo di viaggiare, di spostarsi per conoscere nuove culture, nuove tradizioni. Anche per questo è importante mantenere la propria identità, per sentirsi parte del proprio paese.

- **Sostenibilità sociale ed ecologica.** Come detto in precedenza una delle motivazioni principali per cui si approfondiscono questi temi è la presa di coscienza che le risorse non solo illimitate, il pianeta non può sostenere tutti i vizi e gli sprechi degli uomini e il persistere di comportamenti scorretti potrebbe compromettere, nel lungo periodo, la capacità di carico degli ecosistemi. A tale proposito i DES si impongono delle regole quali la definizione delle dimensioni del proprio territorio (scala), delle soglie di reddito minimo e massimo per i soggetti aderenti al Distretto e della modalità di svolgimento delle proprie attività economiche (che consentano una riduzione dell'impronta ecologica del distretto).

La realizzazione pratica di questi tre principi fondamentali viene attuata secondo "il metodo della partecipazione attiva dei soggetti alla definizione delle modalità concrete di gestione dei processi economici propri del distretto stesso".<sup>12</sup>

---

11 Per ulteriori informazioni consultare il sito: [www.retecosol.org](http://www.retecosol.org)

12 "Carta per la rete italiana di Economia Solidale" (RES), Marzo, 2007, consultabile sul sito [www.retecosol.org](http://www.retecosol.org) (14.02.09) o nell'allegato A della seguente tesi.

## 2.4 Dall'economia della crescita all'economia del limite

Quando si affronta un problema di qualsiasi natura, nella maggioranza dei casi la soluzione migliore è trovarne l'origine e cambiare ciò che vi è di sbagliato, ciò che ha creato la situazione negativa. Se un albero non dà frutti, potrebbe non essere l'albero stesso il problema, ma il terreno che non è fertile, lo spazio che non gli concede di svilupparsi, il clima che non è quello favorevole per la sua crescita, ecc.

Per avere dei frutti allora non basterà comprare un altro albero, bisognerà lavorare invece su quei fattori che non ne permettono lo sviluppo e modificarli affinché ciò avvenga.

Si provi a pensare all'economia in questi termini. Per anni si è pensato (e tuttora si pensa) che la soluzione ad ogni crisi fosse la crescita. Più aumenta il PIL più il paese è ricco, più le persone acquistano più c'è benessere, allora se c'è crisi cosa si fa? Si esortano le famiglie a mantenere inalterati i propri consumi o addirittura ad aumentarli, perché se non lo fanno non ci sarà più lavoro, di conseguenza i redditi diminuiranno e con loro anche il potere d'acquisto, e via così, come "un cane che si morde la coda".

Di per sé il ragionamento può funzionare, ma in questo modo non si sta affrontando il problema alla sua origine, lo si sta solo rimandando nella speranza che l'economia pian piano si riprenda da sé. Ma se così non fosse?

Alcuni autori, tra cui Serge Latouche e Maurizio Pallante, hanno provato a dare una soluzione diversa al problema, ribaltando completamente l'ottica generale in base al quale benessere sia sinonimo di crescita e sviluppo.<sup>13</sup>

Si passa dalla crescita alla decrescita, da economia di sviluppo a economia del limite, dalla velocità alla lentezza, dall'ottica di breve termine a un'ottica di medio-lungo periodo, dall'omologazione alla valorizzazione delle proprie specificità, dal consumismo alla sobrietà, dall'acquisto all'autoproduzione...

Ecco come il problema si sposta dal cercare un modo per far fruttare a tutti i costi un albero che non riesce più a produrre, al cercare una soluzione che metta questo albero nelle condizioni di poter generare ancora nuovi prodotti, secondo le sue possibilità e i suoi tempi, accettando anche di consumare di meno. La decrescita dei consumi, della produzione, dei trasporti e quindi dei rifiuti e dell'inquinamento è il primo passo per vivere in un ambiente più sano e accogliente.

S. Latouche ha definito la decrescita una scommessa: non una fantasia, perché con l'impegno può diventare una cosa reale, ma nemmeno un progetto concreto, perché non è stato ancora studiato nei dettagli. È una scommessa, poiché la si può attuare se si riesce a far capire alla gente la sua importanza, far capire che il benessere non coincide con il ben-avere e che la felicità non è direttamente proporzionale al valore del Pil.

Una vita più sobria e misurata può far tornare a vivere la dimensione locale dei paesi, l'aiuto reciproco, il legame delle comunità in cui si sente forte il valore della solidarietà.

Spesso ci si accorge delle cose troppo tardi, quando si è messi alla prova da fatti talvolta spiacevoli, ne è un esempio il terremoto che ha sconvolto l'Abruzzo il 5 aprile scorso.

Molte persone si sono trovate da un giorno all'altro senza casa, senza viveri, senza tutte quelle certezze che accompagnano la società odierna. Con l'aiuto di numerosi volontari si è riusciti pian piano a ricostruire qualcosa, a provvedere ai loro bisogni essenziali tuttavia la vita di questa gente ha subito un grande cambiamento. Ognuno ha reagito in maniera diversa, ma chi è stato nei vari paesi colpiti dal sisma ha notato la differenza fra quelli che già prima di questo avvenimento erano abituati ad uno stile di vita improntato sull'aiuto reciproco e la solidarietà e quelli invece che non ne hanno mai sentito l'esigenza preferendo l'indipendenza.

13 Maurizio Pallante, *Decrescita felice: la qualità della vita non dipende dal PIL*, Editori Riuniti, Roma, 2005. Maurizio Pallante, *Discorso sulla decrescita: manifesto per una felice sobrietà*, L. Sossella, Roma, 2007.  
Serge Latouche, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli Editore, Milano, 2007.

I primi hanno saputo trarre la forza di andare avanti proprio dalla loro unione che si è rafforzata ancora di più in un momento così difficile, diversamente per quelli meno abituati ad aiutarsi l'uno con l'altro, a condividere le proprie cose, a saper adattarsi allo stile di vita di altri la convivenza "forzata" è stata più dura. Ecco perché una società capace di relazionarsi e accontentarsi di poche cose può vivere, e vivere bene, anche con un tenore di vita economicamente medio-basso.

"Tutto ciò nella consapevolezza che la ricchezza che ci rende effettivamente sereni e felici è quella delle relazioni personali. La pienezza della nostra vita è data dalla quantità e dalla qualità dei rapporti che abbiamo con gli altri (siano essi parenti, amici, conoscenti occasionali ecc.), dal tempo che trascorriamo con loro e dal modo in cui trascorriamo questo tempo insieme. Vivere questi rapporti, che sono la nostra vera felicità, in un ambiente che sia il nostro, più genuino, godibile, sobrio, sereno, allegro in un contesto socioeconomico, dove si ritorna a forme di autoproduzione, dove il lavoro diminuisce e torna ad essere piacevole in un certo ambito (come la campagna e l'artigianato), dove il mercato torna ad avere la sua funzione di riunione popolare e riscopre lo scambio culturale attraverso lo scambio prodotto-moneta o addirittura prodotto-prodotto (il baratto) e dove la preoccupazione economica quasi scompare, essendo questa una società conviviale e pressappoco autosufficiente".<sup>14</sup>

Per attuare tutto ciò, e fare in modo che col tempo la decrescita divenga un progetto concreto, bisogna lavorare innanzitutto sulla propria volontà ed entrare in azione nel proprio piccolo, attuando su di se una trasformazione radicale che pian piano coinvolgerà un numero sempre maggiore di persone.

## 2.5 Lo sviluppo sostenibile: può esistere?

È opportuno chiarire fin d'ora la differenza che sussiste fra la teoria della decrescita e quella dello sviluppo sostenibile.

Esse sono profondamente diverse perché si basano su due modi d'agire agli estremi fra loro. La prima vuole abbandonare completamente l'obiettivo della crescita fine a se stessa, credendo che la ricchezza e il benessere possano esistere realmente anche se l'economia e i consumi si riducono al minimo.

Chi appoggia lo sviluppo sostenibile, e si vedrà come di seguito, riconosce invece la fase della crescita come una fase importante del ciclo economico ma pone alla stessa determinati vincoli che fanno sì che essa limiti i danni all'ambiente e alle persone che solitamente provoca.

Per molti studiosi questa è soltanto una scappatoia che porta a un risultato che è pressappoco lo stesso. Per altri può essere un punto di partenza nell'approccio di questi argomenti, dal momento in cui sarebbe difficile per chiunque cambiare completamente stile di vita in poco tempo.

Il primo passo deve essere senz'altro la sensibilizzazione verso questi temi dopo di che, una volta fatti propri, comportamenti e scelte coerenti verranno spontanei.

Nel tempo sono state date diverse definizioni di sviluppo sostenibile:

La prima risale al 1987, contenuta nel rapporto Brundtland (dal nome della presidente della Commissione, la norvegese Gro Harlem Brundtland) e poi ripresa dalla Conferenza mondiale sull'ambiente e lo sviluppo dell'ONU (World Commission on Environment and Development, WCED) e lo definiva così:

*"Lo Sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni".<sup>15</sup>*

Tale visione antropocentrica seppur molto diffusa, è stata criticata in quanto pone al centro della questione non tanto l'ecosistema, e quindi la sopravvivenza e il benessere di tutte le specie viventi, ma piuttosto le generazioni umane.

---

14      Commento del libro: La scommessa della decrescita di Serge Latouche, tratto dalla rivista Incursioni del Centro Studi Meridie.

15      Per maggiori informazioni consultare il sito: [www.onuitalia.it](http://www.onuitalia.it)

Nel 1991, viene redatta dalla World Conservation Union, UN Environment Programme and World Wide Fund for Nature, una successiva definizione di sviluppo sostenibile, in cui è inclusa invece una visione più globale, che lo identifica come

*"...un miglioramento della qualità della vita, senza eccedere la capacità di carico degli ecosistemi di supporto, dai quali essa dipende".<sup>16</sup>*

Quindi partendo dal presupposto che la vita umana dipende fortemente dall'ecosistema che la circonda, si cerca di trovare un equilibrio fra uomo e ambiente che conceda all'uno di migliorare la qualità della sua vita senza andare a discapito dell'altro.

Similmente l'ICLEI (International Council for Local Environmental Initiatives) nel 1994, definisce lo sviluppo sostenibile come *"lo sviluppo che fornisce elementi ecologici, sociali ed opportunità economiche a tutti gli abitanti di una comunità, senza creare una minaccia alla vitalità del sistema naturale, urbano e sociale che da queste opportunità dipendono".<sup>17</sup>*

Come si può notare, nelle definizioni viste precedentemente, ci sono sempre tre dimensioni prese in causa, pilastri dello sviluppo sostenibile, e sono (fig. 2.2):

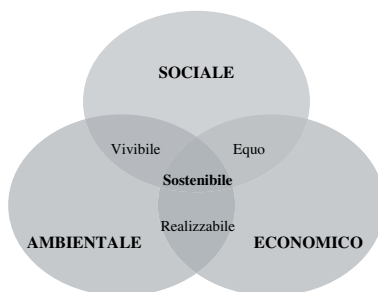
- la dimensione economica,
- la dimensione sociale,
- la dimensione ambientale.

La *sostenibilità* economica rivela la capacità di un sistema di generare reddito e lavoro per la popolazione diretta beneficiaria e di trattenere all'interno del paese le proprie risorse valorizzando la peculiarità dei prodotti e servizi offerti a livello locale.

La *sostenibilità* sociale si riferisce invece alle persone, cittadini portatori di diritti fondamentali quali la sicurezza, la salute, l'istruzione, l'aver un'esistenza conforme alla dignità umana. Significa garantire il benessere per tutti indipendentemente dalla classe sociale, intervenire insieme per attuare un progetto comune.

Per *sostenibilità* ambientale si intende la capacità di valorizzare l'ambiente in quanto elemento distintivo del territorio, di garantire la tutela e il rinnovamento delle risorse naturali e del patrimonio e di preservarlo nel tempo.

Fig. 2.2 - Le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile



Fonte: [www.sogesid.it](http://www.sogesid.it), interventi integrati per la sostenibilità dello sviluppo

Sono tre dimensioni strettamente correlate, ed ogni intervento che si vuole attuare per rendere la crescita economica più "sostenibile" deve tenere conto delle reciproche relazioni che intercorrono fra esse. Non si può parlare di sviluppo sostenibile se una di esse viene trascurata. È detta anche la regola dell'*equilibrio* delle tre "E": Equità, Economia, Ecologia.

16 Per maggiori informazioni consultare il sito: [www.iucn.org](http://www.iucn.org)

17 Per maggiori informazioni consultare il sito: [www.iclei.org](http://www.iclei.org)

Anche in Italia da qualche anno si è iniziato a parlare di sviluppo sostenibile, alla luce del Dlgs n. 152 del 03/04/2006 con le modifiche apportate dal Dlgs n. 4 del 16/01/2008, è così definito:

**“Art. 3-quater (Principio dello sviluppo sostenibile)**

1. Ogni attività umana giuridicamente rilevante ai sensi del presente codice deve conformarsi al principio dello sviluppo sostenibile, al fine di garantire che il soddisfacimento dei bisogni delle generazioni attuali non possa compromettere la qualità della vita e le possibilità delle generazioni future.

2. Anche l'attività della pubblica amministrazione deve essere finalizzata a consentire la migliore attuazione possibile del principio dello sviluppo sostenibile, per cui nell'ambito della scelta comparativa di interessi pubblici e privati connotata da discrezionalità gli interessi alla tutela dell'ambiente e del patrimonio culturale devono essere oggetto di prioritaria considerazione.

3. Data la complessità delle relazioni e delle interferenze tra natura e attività umane, il principio dello sviluppo sostenibile deve consentire di individuare un equilibrato rapporto, nell'ambito delle risorse ereditate, tra quelle da risparmiare e quelle da trasmettere, affinché nell'ambito delle dinamiche della produzione e del consumo si inserisca altresì il principio di solidarietà per salvaguardare e per migliorare la qualità dell'ambiente anche futuro.

4. La risoluzione delle questioni che involgono aspetti ambientali deve essere cercata e trovata nella prospettiva di garanzia dello sviluppo sostenibile, in modo da salvaguardare il corretto funzionamento e l'evoluzione degli ecosistemi naturali dalle modificazioni negative che possono essere prodotte dalle attività umane”<sup>18</sup>

## 2.6 Sistemi di certificazione e marchi di garanzia

A livello internazionale si è iniziato a camminare nella direzione di uno sviluppo più sostenibile prima di tutto per quanto riguarda la tematica ambientale.

Nel 1997 è stato creato un accordo internazionale, il “Protocollo di Kyoto”, con il quale 169 nazioni del mondo si sono impegnate a ridurre le emissioni di gas serra per rimediare ai cambiamenti climatici in atto.

Per raggiungere tale obiettivo si sono adottate due strade:

- il risparmio energetico attraverso l'ottimizzazione delle risorse sia nella fase di produzione che negli usi finali (impianti, edifici e sistemi ad alta efficienza, nonché educazione al consumo consapevole),
- lo sviluppo delle fonti alternative di energia invece del consumo massiccio di combustibili fossili.

Nonostante i buoni propositi, vi sono alcune critiche a questo accordo che non si possono tralasciare. La principale riguarda l'efficacia di tale Protocollo.

Per molti gli obiettivi che si pone sono inadeguati in quanto, per ottenere dei miglioramenti significativi sull'ambiente, si dovrebbero richiedere degli sforzi almeno dieci volte superiori a quelli previsti nell'accordo. Inoltre esso impegna solo i paesi che lo ratificano, di conseguenza la mancata adesione degli USA, primo produttore di gas serra al mondo, pone dei seri dubbi sull'utilità del protocollo considerato che essi da soli sono responsabili di circa un terzo delle emissioni di anidride carbonica.

Altri dubbi riguardano i meccanismi di flessibilità in quanto si teme un indiscriminato mercato dei “crediti di emissione” che potrebbero rappresentare un semplice espediente per aggirare il Protocollo. Per commercio delle emissioni si intende lo scambio di crediti di emissione tra Paesi industrializzati e ad economia in transizione: un Paese che abbia conseguito una diminuzione delle proprie emissioni di gas serra superiore al proprio obiettivo può così cedere tali “crediti” a un Paese che, al contrario, non sia stato in grado di rispettare i propri impegni di riduzione delle emissioni di gas-serra.<sup>19</sup>

18 DLgs. n. 152 del 03/04/2006; Dlgs. n. 4 del 16/01/2008.

19 L'Educazione ambientale e allo sviluppo sostenibile in Friuli Venezia Giulia: [www.ea.fvg.it](http://www.ea.fvg.it)

In questo modo, le emissioni reali non variano di molto, sicuramente non abbastanza per ottenere i risultati voluti.

Un altro tentativo in questa direzione è messo in atto dalle norme ISO.

L'Organizzazione internazionale per la normazione (International Organization for Standardization in abbreviazione ISO, è la più importante organizzazione a livello mondiale per la definizione di norme tecniche. In questo ambito si vogliono ricordare l'ISO 14001, 9004 e la 26000.

ISO14001 è la norma internazionale da cui deriva una delle certificazioni ambientali più importanti. Garantisce che l'azienda rispetti tutte le leggi ambientali che riguardano il rumore, le emissioni tossiche, le emissioni di polveri, lo scarico delle acque; il sistema di smaltimento dei rifiuti controllato e registrato; la riduzione dei consumi energetici e i progetti e le azioni rivolte a questo scopo; i progetti ambientali.

Dopo una serie di verifiche eseguite in azienda viene rilasciata da appositi enti una certificazione che attesta il rispetto di questi requisiti.



Eco LABEL

ECOLABEL: è il più conosciuto marchio ambientale istituito con Regolamento UE. Viene applicato a prodotti ecocompatibili. Garantisce che il prodotto ha un ridotto impatto ambientale nell'intero ciclo di vita ed è conforme ai requisiti stabiliti a livello comunitario.

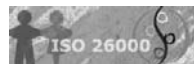
Per quanto riguarda invece il miglioramento della efficacia e dell'efficienza delle organizzazioni si può fare riferimento alla norma ISO 9004 che fornisce le linee guida per il miglioramento delle prestazioni (nella revisione 2000) e da decenni punto di riferimento internazionale per i Sistemi di gestione per la qualità in ambito aziendale e non. Proprio

in questo periodo è soggetta a una revisione che la intitolerà "*Managing for sustainability*" e si focalizza su nuove esigenze quali la responsabilità sociale, la sostenibilità e la capacità di costruire relazioni al fine di conseguire un successo sostenibile.

Oltre alla 9004 è ormai prossima (novembre 2009) la pubblicazione della norma ISO 26000 "*Guida sulla responsabilità sociale*" che intende fornire una guida mirata a responsabilizzare tutti i tipi di organizzazioni sull'impatto delle loro attività sulla società e sull'ambiente, affinché tali attività siano condotte in una modalità che, in accordo con le leggi applicabili, sia basata su un comportamento etico e sia compatibile con gli interessi della società e di uno sviluppo sostenibile.

Le questioni più rilevanti sono state discusse e raggruppate in quattro sezioni:

- ambiente,
- diritti umani e pratiche lavorative,
- governance e corrette pratiche organizzative,
- questioni legate ai consumatori e allo sviluppo della società.



La futura norma ISO 26000 intende rivolgersi ad ogni genere di organizzazione, che operi nel settore privato o pubblico e in qualsiasi contesto, sia in una economia sviluppata che in una in via di sviluppo. La sua particolarità è di non contenere elenchi schematici di requisiti da soddisfare in quanto vuole invece essere una vera e propria guida non uno strumento di certificazione.

È da sottolineare il fatto che il numero dei paesi in via di sviluppo coinvolti in tale attività è molto elevato, arrivando a superare quello dei paesi più industrializzati.<sup>20</sup> Segnale molto positivo che fa auspiciare dei cambiamenti positivi.

Finora si è parlato principalmente della dimensione ambientale ed economica dello sviluppo sostenibile, meno di quella sociale di cui si occupano in maniera più approfondita coloro che collaborano per esempio ai progetti del mercato equo-solidale.

Nel 1997 nasce "*FLO: Fair Trade Labelling Organization*", l'organizzazione mondiale di certificazione dei prodotti del commercio equo che permette a più di 800.000 produttori e lavoratori di più di 45 paesi in via di sviluppo di trarre beneficio dai prodotti marchiati. FLO garantisce che i prodotti dotati di marchio Fair Trade siano conformi agli standard del Commercio Equo e contribuiscano allo sviluppo dei produttori. Il sistema di certificazione implementato da FLO prevede il rispetto di una serie di indicatori basati

su standard e convenzioni internazionali, relativi allo sviluppo sociale, economico e ambientale, differenziati per:

1. Piccole organizzazioni di contadini e lavoratori
2. Imprese con personale dipendente.

Gli standard prevedono due tipi di requisiti sui quali i produttori vengono ispezionati: requisiti minimi, a cui le organizzazioni si devono conformare e, requisiti di processo, rispetto ai quali le organizzazioni devono mostrare miglioramento continuo.

Tra le organizzazioni di contadini e lavoratori sono compresi piccoli produttori, organizzati in cooperative, associazioni e consorzi che, attraverso il lavoro proprio e della loro famiglia, riescono a destinare più del 50% della produzione al circuito del commercio equo. Le imprese con personale dipendente invece, possono partecipare al commercio equo se organizzate in unioni e, se disposte ad utilizzare il maggior reddito derivante dal fair trade per la promozione dello sviluppo dei lavoratori.<sup>21</sup>

La necessità di una maggior diffusione per i prodotti del C.E.S. porta numerosi produttori e ONG (Organizzazioni Non Governative), all'inserimento di prodotti equo-solidali nei canali distributivi tradizionali (super e iper-mercati, ecc).

Questa scelta non vuole però dare una diversa natura a dei prodotti che hanno determinate caratteristiche, spesso differenti da altri prodotti che si trovano sullo scaffale e dai quali si vuole differenziarli. A tale scopo era necessaria la creazione di un marchio distintivo dei prodotti acquistati a condizioni eque, che li renda visibili e riconoscibili. Questo per evitare anche che qualche multinazionale, fiutando il grande business, adoperi il proprio marchio o crei nuovi brand facendoli risultare parte del C.E.S. quando in realtà non lo sono. Questo è accaduto realmente nel caso dei prodotti biologici, e lo ha scoperto una società americana, la Corpwatch, che ha fatto notare come numerosi prodotti biologici in vendita sugli scaffali dei supermercati americani in realtà sono prodotti da società controllate da colossi come la Philip Morris, Monsanto, Citigroup, Exxon-Mobil, Wal Mart, Nike, Dow, CocaCola e così via.<sup>22</sup>

L'idea di proporre un marchio di garanzia comincia a realizzarsi con la fondazione, il 20 maggio 1988, di "Stichting Max Havelaar", organizzazione dei Paesi Bassi per la promozione del marchio Max Havelaar, che istituisce un Registro dei Produttori di Caffè e che concede l'uso del suo marchio agli importatori e distributori di caffè che si impegnano a rispettare le regole del Commercio Equo.

Il modello si diffonde anche in altri Paesi, nasce TransFair International, cui aderiscono le organizzazioni nazionali di Germania, Lussemburgo, Austria, Giappone, USA, Canada e Italia, e nascono Fairtrade Foundation nel Regno Unito e Irish Fair Trade Network in Irlanda.

Vengono successivamente istituiti i Registri dei Produttori di Cacao, Tè, Zucchero, Miele, Banane e Succo d'Arancio; per ogni prodotto, vengono stabiliti i criteri che i licenziatari si impegnano contrattualmente a rispettare.

I prodotti a marchio TransFair sono presenti in Italia dal novembre 1995. Da allora il numero di produttori che entrano in contatto con il C.E.S. ed il numero di punti vendita in cui si possono trovare prodotti equo-solidali aumentano considerevolmente, ed aumenta anche la consapevolezza e l'attenzione dei consumatori rispetto alla necessità di condizioni di produzione e di commercializzazione eque.<sup>23</sup>

## 2.7 Il commercio equo solidale, primi passi verso un'altra economia

Nel paragrafo precedente si è parlato di commercio equo e solidale dal punto di vista dei marchi di garanzia e delle certificazioni utilizzati per distinguere tali prodotti da quelli più comuni. Di seguito si vuole dare una lettura più ampia di quello che è, e delle caratteristiche che contraddistinguono il C.E.S. dalla sua nascita.

21 È possibile avere ulteriori informazioni sul sito web [www.equonomia.it](http://www.equonomia.it)

22 Redazione Altraeconomia "Se dietro al biologico c'è una corporation", Altraeconomia, Aprile 2005, pag 24.

23 È possibile ottenere ulteriori informazioni sul sito [www.volint.it](http://www.volint.it)

Esempio concreto di un economia "altra", il commercio equo e solidale, detto anche fair trade, è un sistema di distribuzione commerciale pensato per far arrivare nelle case dei consumatori prodotti provenienti da Paesi lontani nel rispetto dei diritti dei lavoratori che li hanno realizzati. Vi è un'attività di acquisto diretto presso piccoli produttori nel Terzo Mondo e vendita diretta ai consumatori di prodotti in prevalenza agro-alimentari e artigianali. Lo scopo è di eliminare gli svantaggi per produttori e consumatori coinvolti nell'attuale organizzazione commerciale internazionale che, come visto in precedenza, ha degli obiettivi e delle modalità di operare radicalmente opposte a quelle sviluppate dal commercio equo-solidale. Le radici di questo tipo di mercato affondano infatti in una peculiare visione politica delle relazioni Nord/Sud e della cooperazione internazionale, che cerca di valorizzare la dimensione etica e politica del consumo:

**"Trade, not aid":** commercio, non aiuti.

Questo slogan, pensato agli inizi di questo cammino intorno al 1964, risulta tuttora valido e identifica il senso complessivo che esso si propone: compiere le proprie scelte contro lo squilibrio Nord/Sud e lo sfruttamento dei popoli nel gesto più quotidiano che ci possa essere: fare la spesa.

Il perno dell'azione solidale deve concentrarsi non tanto nell'aumento di aiuti, quanto nella modifica degli iniqui meccanismi economici e commerciali che perpetuano le condizioni di subordine, dominazione e squilibrio di tanta parte del Sud del pianeta.

L'obiettivo di questa attività non riguarda però unicamente lo sviluppo economico; ciò che si intende promuovere non è direttamente valutabile in termini di fatturato, poiché riguarda prima di tutto: l'autonomia dei produttori (compreso il fatto che non divengano dipendenti dal sistema del fair trade); la diversificazione della produzione; il rispetto della cultura e delle tipologie produttive locali (si acquista solo ciò che viene già prodotto, intervenendo al massimo su design e repertorio dei prodotti).

Le organizzazioni del fair trade aderiscono alla federazione mondiale del commercio equo e solidale detta [HYPERLINK "http://www.altromercato.it/it/info/cosa\\_facciamo/IFAT"](http://www.altromercato.it/it/info/cosa_facciamo/IFAT) IFAT (International Fair Trade Association) e sono coinvolte attivamente nell'assistenza tecnica ai produttori, nell'azione di sensibilizzazione dell'opinione pubblica e delle istituzioni e nello sviluppo di campagne volte al cambiamento delle regole e delle pratiche del commercio internazionale.

IFAT definisce gli standard, ovvero i criteri generali che gli operatori di commercio equo ad essa accreditati sono vincolati a rispettare, e un codice di condotta condiviso, in un'ottica di verifica del corretto operato di tali organizzazioni e di trasparenza verso i consumatori e gli altri interlocutori (vedi allegati B e C). Alcuni dei criteri internazionali condivisi principali riguardano la tipologia dei produttori: normalmente i soggetti coinvolti sono riuniti in strutture collettive (consorzi, cooperative, associazioni) che garantiscano la partecipazione democratica, la gestione sociale delle risorse e dei profitti, un rapporto positivo con la comunità territoriale; il processo produttivo: deve avvenire nel rispetto dei diritti dei lavoratori, del divieto del lavoro minorile, delle differenze; l'impatto ambientale: rispetto dell'ambiente, priorità all'utilizzo di materie prime locali ed alla produzione biologica; e il prodotto finale: deve rispecchiare la cultura di provenienza, i prodotti alimentari elaborati devono avere almeno il 60% di provenienza "equo e solidale". Altri principi e regole importatati si trovano nella "Carta italiana dei criteri" (vedi allegato D), un approfondimento che cerca di guardare anche al futuro, per rispondere alle esigenze sia del produttore che del consumatore consapevole.

Mantenendo sempre come presupposto i criteri validi a livello internazionale, li porta nella realtà italiana mediante altri suggerimenti ed esperienze specifiche.

Il commercio equo risponde a importanti linee guida:

- garantire ai piccoli produttori nel Sud del mondo un accesso diretto e sostenibile al mercato, al fine di favorire il passaggio dalla precarietà ad una situazione di autosufficienza economica e di rispetto dei diritti umani;
- rafforzare il ruolo dei produttori e dei lavoratori come primari stakeholder (portatori di interesse) nelle organizzazioni in cui operano;
- agire ad ampio raggio, anche a livello politico e culturale, per raggiungere una maggiore



equità nelle regole e nelle pratiche del commercio internazionale.<sup>24</sup>

Oggi il commercio equo e solidale costituisce una struttura economica reale, consolidata e radicata nel territorio, che dimostra ogni giorno la sostenibilità di relazioni commerciali Nord/Sud e di modelli aziendali alternativi. In Italia dopo oltre trenta anni si contano circa 600 botteghe del mondo.

Non più solo cooperazione, volontariato, solidarietà: realtà come questa (e altre quali il Commercio Alternativo, Equomercato, Equoland, RAM, Robe dell'Altro Mondo) costituiscono un posto avanzato nella cultura sociale ed economica, che a pieno titolo partecipa e dà sostanza alla cosiddetta economia no profit.

## Quando un prezzo è “equo”?

La determinazione di un prezzo può avvenire in diverse modalità.

Le imprese che puntano alla massimizzazione delle vendite cercheranno di tenere i prezzi bassi in modo da risultare molto concorrenziali, quelle che mirano invece a massimizzare i profitti alzeranno il prezzo in modo tale che sottratti i costi totali rimanga un ampio margine per i soci, simile è il concetto di “mark up” con il quale si fissa una percentuale da aggiungere ai costi sostenuti che andrà ai soci come remunerazione.

Altre imprese stabiliscono il prezzo in base a quelli correnti, allineandosi ai soggetti già presenti sul mercato. Molti tra questi si chiedono quale sia il prezzo giusto da applicare, quello che possa garantire il successo dell'impresa e la sua permanenza nel tempo e allo stesso tempo offra ai lavoratori un giusto compenso e possa attrarre i consumatori finali.

Pochi però si chiedono quale sia il prezzo “equo”, e soprattutto perché sia necessario applicare questo tipo di prezzo. Questa domanda chiaramente se la sono posta i commercianti del mercato equo solidale e la risposta è stata la seguente:

Secondo i criteri IFAT, “è considerato equo un prezzo concordato fra le parti tramite il dialogo e la partecipazione, che garantisca una retribuzione equa per i produttori ma che allo stesso tempo sia sostenibile dal mercato. Laddove esistono prezzi equi minimi (fair minimum price and premium) stabiliti a livello internazionale, questi sono rispettati”.

Anche AGICES, l'Assemblea Generale Italiana del Commercio Equo e Solidale, elenca tra i Criteri generali adottati dalle organizzazioni di commercio equo e solidale il pagamento di “un prezzo equo che garantisca a tutte le organizzazioni coinvolte nella catena di commercializzazione un giusto guadagno; il prezzo equo per il produttore è il prezzo concordato con il produttore stesso sulla base del costo delle materie prime, del costo del lavoro locale, della retribuzione dignitosa e regolare per ogni singolo produttore”.

Da queste definizioni spicca subito la componente relazionale che contraddistingue questi ragionamenti. In entrambe viene utilizzato il verbo “concordare”, non è l'imprenditore che fissa il prezzo in base alle sue esigenze o alle strategie in atto, bensì vi è un dialogo fra il produttore e il venditore i quali trovano un accordo che possa soddisfare entrambi, ricordando comunque che la logica del C.E.S. non è quella del profitto, per cui l'aumento dovuto alla giusta retribuzione del lavoratore è compensato dall'assenza di mark up o di meccanismi di massimizzazione del profitto.

I margini per la distribuzione infatti sono fissati in modo da assicurare la sostenibilità della centrale operativa e delle Botteghe, gli eventuali utili sono poi reinvestiti per aumentare l'efficacia dell'azione del commercio equo e solidale. Il prezzo equo è infatti soltanto uno degli strumenti per incentivare l'autosviluppo dei produttori, altri strumenti non meno importanti sono ad esempio il prefinanziamento e la continuità dei rapporti commerciali.

---

24 Il commercio equo solidale, per maggiori informazioni prendere visione del sito internet [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it).

Un prezzo equo è dunque quello che garantisce ai produttori un compenso minimo che va al di là delle oscillazioni di mercato. Tale giusto compenso permette ai fornitori del Sud del mondo una vita dignitosa e tiene conto sia dei costi delle materie prime, dell'attrezzatura e del lavoro, sia della realizzazione di alcuni progetti di sviluppo a beneficio della comunità e dell'ambiente. Quando si compra un prodotto del commercio equo si può essere sicuri che questi requisiti vengano rispettati, acquistando lo stesso prodotto da una multinazionale si può essere abbastanza certi del contrario (lo si è visto nel primo capitolo per le ananas "del Monte" ma numerosi sono i casi simili per altri prodotti quali le banane, il caffè, il the, il cacao, ecc).

È un errore credere che un prezzo giusto per i produttori comporti necessariamente prezzi superiori alla media per i consumatori: circa la metà dei prodotti del commercio equo ha un prezzo superiore a quello di mercato e l'altra metà ha un prezzo addirittura inferiore. Molti prodotti sono altamente concorrenziali grazie all'assenza di intermediari nella catena di distribuzione e al contributo prezioso dei volontari.<sup>25</sup>

## 2.8 L'importanza di sviluppare l'economia locale

Come si è avuto modo di capire, il commercio equo solidale fa riferimento più che altro a prodotti provenienti dal Sud del Mondo e che non si possono trovare nelle coltivazioni italiane/europee. E per gli altri prodotti che si utilizzano abitualmente? Dove si acquistano? Da dove provengono? Chi li produce?

Per rispondere a queste e ad altre domande è necessario approfondire il concetto di "economia locale" che già è stato preso in considerazione nel Cap. 1 (§ 1.2).

Scegliendo prodotti locali e provenienti da filiere corte per prima cosa si riduce lo spreco di energia e l'inquinamento prodotti dal trasporto della merce che in molti casi si può trovare senza troppi problemi anche vicina a casa. Il motivo per cui molti prodotti viaggiano da una parte all'altra del pianeta è che sono stati fatti dei calcoli di convenienza economica che fanno sì che si prediligano luoghi dove il costo della manodopera e delle materie prime è nettamente inferiore. Se questi calcoli però tenessero conto anche dei costi dell'inquinamento, dell'utilizzo delle strade, dell'impiego di energia, del tempo perso nel traffico. . . , forse non sarebbero più così convenienti. Il problema è che essi non vengono attribuiti direttamente a chi li genera ma si riflettono sulla collettività. L'unica cosa che si può fare (in mancanza di una diversa distribuzione dei costi) è di astenersi dall'acquisto di questi prodotti a favore di quelli locali che oltretutto arrivano a tavola più freschi e richiedono meno conservanti.

Un'altra considerazione riguarda i produttori. Scegliendo prodotti locali c'è la possibilità di conoscere direttamente e sostenere i piccoli produttori di cui sono noti i comportamenti (il loro rispetto dell'uomo, degli animali e dell'ambiente, ecc.), più difficile sarebbe conoscere i produttori dei beni venduti da una multinazionale. Ogni prodotto ha una sua storia, è importante conoscerla. I Gruppi di Acquisto Solidale (vedi Cap. 3) camminano in questa direzione, cercando contatti diretti con i produttori per conoscerli, essere al corrente del loro modo di lavorare e acquistare la merce in gruppo, in modo tale che anche il produttore possa trarre vantaggio da ordini più consistenti che gli consentano un buon rendimento. Acquistando in questa maniera inoltre si riducono i passaggi di intermediazione, premiando il reddito di chi produce e non di chi specula.

Più di una volta si è parlato dell'uniformità del mercato globale che fa nascondere se non scomparire le peculiarità di un piccolo paese. Se non si vuole che questo accada la soluzione è immediata ed è quella di favorire la salvaguardia del proprio territorio consumando prodotti della propria zona e mantenendone vive le tradizioni.<sup>26</sup>

---

25 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)

26 Le 10 buone pratiche di CTM: per maggiori informazioni consultare il sito [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)

## 2.9 Economia di comunione e del bene comune

Altre due testimonianze di un'economia diversa vengono proposte da due grandi persone quali Chiara Lubich, per l'economia di comunione e Stefano Zamagni, per l'economia del bene comune. Entrambi propongono una svolta al tradizionale modello economico, volendo porre al centro di tutto l'uomo, non come individuo ma nella collettività, nel gruppo, in comunione.

L'economia del bene comune è definita come l'economia di tutti che funziona con il contributo di tutti per soddisfare i bisogni fondamentali di tutti.

E possibile umanizzare l'economia fino a questo punto? È possibile convincere milioni di persone che lo stare bene insieme sia un valore importante anche per l'economia?

Ciò che caratterizza il bene comune è il fatto che in esso l'interesse di ogni individuo si realizza assieme a quello degli altri, non contro, come accade nel bene privato, né a prescindere dall'interesse degli altri, come nel bene pubblico. Partendo da questa analisi Zamagni individua nel principio di reciprocità, per cui "io ti do liberamente qualcosa affinché tu possa a tua volta dare, secondo le tue capacità, ad altri o eventualmente a me", la chiave di volta di un nuovo sistema economico, basato sulla cultura della fraternità, capace di porre al centro e come fine dell'attività produttiva l'uomo, ed essere garanzia di una convivenza armoniosa e capace di futuro.<sup>27</sup>

Un tentativo, forse più concreto, di umanizzazione dell'economia nasce nel 1991 in Brasile. L'iniziativa viene da Chiara Lubich, presidente del Movimento dei Focolari, la quale colpita nel vedere di persona, accanto ad una delle maggiori concentrazioni di grattacieli del mondo, grandi estensioni di favelas lancia un progetto: *"Qui dovrebbero sorgere delle industrie, delle aziende i cui utili andrebbero messi liberamente in comune con lo stesso scopo della comunità cristiana: prima di tutto per aiutare quelli che sono nel bisogno, offrire loro lavoro, fare in modo insomma che non ci sia alcun indigente. Poi gli utili serviranno anche a sviluppare l'azienda e le strutture della cittadella, perché possa formare uomini nuovi: senza uomini nuovi non si fa una società nuova! Una cittadella così, qui in Brasile, con questa piaga del divario tra ricchi e poveri, potrebbe costituire un faro e una speranza"*.

Questo progetto è proprio l'Economia Di Comunione (EDC), con le sue particolarità che le derivano dalla spiritualità da cui nasce, si pone a fianco delle numerose iniziative individuali e collettive che hanno cercato e cercano di "umanizzare l'economia" e ai molti imprenditori e lavoratori che concepiscono e vivono la loro attività economica come qualcosa di più e di diverso dalla pura ricerca di un vantaggio materiale. In particolare essi cercano di instaurare rapporti leali e rispettosi animati da uno spirito di servizio e collaborazione nei confronti di clienti, fornitori e concorrenti; di valorizzare i dipendenti fulcro dell'attività produttiva in atto; hanno una forte cultura della legalità del rispetto della natura e dell'ambiente di lavoro; per loro è importatane cooperare con altre realtà aziendali nel territorio in quanto la vita sociale ed economica è luogo di crescita umana e spirituale; l'attenzione agli ultimi si concretizza nella gratuità e nella solidarietà che contraddistinguono questi imprenditori.

Gli "assistiti" a cui vanno parte degli utili sono parte integrante del progetto, ciascuno da e riceve con pari dignità in una relazione di sostanziale reciprocità.

Molte organizzazioni umane sono spesso ostacolate e in certi casi paralizzate dai numerosi conflitti interni, lo spirito che anima la realtà dell'EDC aiuta, non a eliminare, ma a superare questi momenti, col dialogo, con la consapevolezza di lavorare tutti verso un'unica direzione, uno scopo comune. Questo modo di operare attira fiducia di clienti fornitori e finanziatori.

Ci sono quattro aspetti che C. Lubich vuole sottolineare:

1) LA FINALITÀ: la finalità lo dice il nome stesso è la "comunione", fra gli uomini e con le cose, è l'unità e la fraternità universale, la finalità è far sì che non ci siano più bisognosi.

---

27 Stefano Zamagni, L'economia del bene comune, Città Nuova, Roma, 2007.

Stefano Zamagni, "Bene comune nell'era della globalizzazione", Centro Congressi, Università di Pisa, 2a Sessione.

2) CULTURA DEL DARE: diversa dall'economia consumistica dell'AVERE, all'opposto l'EDC insegna a dare più che ad avere, a dare sempre:

"diamo sempre, diamo un sorriso, una comprensione, un ascolto, la nostra intelligenza, volontà, disponibilità, esperienza, capacità." Come c'è scritto nel Vangelo "date e vi sarà dato". L'invito è che non ci si limiti alla carità, a qualche opera di misericordia, a qualche piccolo superfluo di poche persone, certo è un inizio, ma la speranza è che aziende e imprese mettano in comune liberamente il loro utile e camminino in questa direzione.

3) UOMINI NUOVI: sono i laici, sono tutti coloro che vivono in modo attuale il Vangelo e possono cristianizzare i vari ambiti del vivere umano con la testimonianza del loro amore reciproco e con la Parola.

4) SCUOLE: Necessità di far sorgere scuole per imprenditori, economisti, professori, studenti, componenti aziendali. Per citare un paio d'esempi, nell'ottobre 2008 sono iniziate le lezioni nella sede del nuovo Istituto *Universitario Sophia*<sup>28</sup> con corsi che offrono una laurea magistrale in *Fondamenti e prospettive di una cultura dell'unità*, pensati come laboratorio di dialogo fra popoli, culture e saperi. I quaranta iscritti infatti sono di 16 Paesi del mondo differenti.

Altro esempio è la scuola per i politici che vogliono aderire al "movimento dell'unità", già funzionante, vicino al Parlamento, la quale può suggerire lo schema per altri indirizzi come quello imprenditoriale. Le statistiche dicono che in Italia ogni anno nascono moltissime nuove aziende, ma altrettante ne muiono, la maggior parte delle quali nei primi anni di vita.<sup>29</sup> Essere imprenditori è una decisione seria che prevede un'attenta valutazione e un'accurata preparazione, ben venga se orientata a questi valori.

Può sicuramente sembrare una scelta controcorrente, forse meglio dire una scelta nuova.

Inizialmente si è detto essere un "tentativo", ma oramai si può pure parlare di una realtà. Sono numerosi i convegni accademici e le pubblicazioni scientifiche nate dal desiderio di comprendere il segreto di imprese che riescono ad essere competitive in mercati globalizzati e che al tempo stesso vivono l'attività economica come un luogo di rapporti autenticamente umani. Molte aziende sono nate e non solo in Brasile, ma in molti Paesi del mondo, imprese già esistenti hanno fatto proprio il progetto, modificando lo stile di gestione aziendale e la destinazione degli utili.

Nell'ottobre 2007 vi avevano aderito 754 imprese di varie dimensioni: 463 in Europa (di cui 242 in Italia), 218 nell'America del Sud, 36 nell'America del Nord, 27 in Asia, 8 in Africa, 2 in Australia.

Lo stesso Zamagni commenta l'E.D.C. che si distingue dalle altre per due ragioni:

"la prima è che in Economia di Comunione chi liberamente accetta questa formula, non accetta di separare il momento della produzione della ricchezza dal momento della distribuzione. Il secondo elemento è quello di contrastare l'opinione in base alla quale l'etica può essere asservita alle esigenze dell'economia. Per entrambe queste ragioni, ritengo che il modello dell'Economia di Comunione abbia tutte le premesse per svilupparsi e arricchirsi".<sup>30</sup>

---

28 Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.iu-sophia.org](http://www.iu-sophia.org)

29 Elena Giaretta, *Vitalità e longevità d'impresa. L'esperienza delle aziende ultracentenarie*, Torino, Giappichelli, 2004.

30 Chiara Lubich, *Una cultura nuova per una società nuova*, Città Nuova, Roma, 2002. Ulteriori informazioni sono presenti sul sito [www.edc-online.org](http://www.edc-online.org)



## Capitolo 3

### ALTERNATIVE POSSIBILI

#### 3.1. Un nuovo modello di consumo

I tradizionali modelli di consumo (per non dire di consumismo) portano a una visione della propria vita in relazione ai beni posseduti e/o acquistati.

Attraverso i consumi una persona si crea la propria immagine, da agli altri una percezione di se, che, corretta o errata che sia, è quella che vuol far apparire.

I consumi influenzano il proprio stile di vita rispecchiando la propria personalità, la propria storia e il proprio carattere, ma viceversa il proprio stile di vita è influenzato dai consumi, specialmente quelli indotti, non programmati. Basti pensare non solo agli acquisti d'impulso a cui si è stimolati in un supermercato, ma anche a tutti i negozi di souvenir presenti nei luoghi di villeggiatura... non è sufficiente fotografare nella memoria i bei ricordi, si cerca sempre di portare a casa un qualcosa che renda tutto più concreto e duraturo. Questo non è un atteggiamento da condannare ma riflette molto la società odierna e l'importanza che viene data a questo gesto tanto discusso che è il "consumo".

Dopo le guerre mondiali i consumi erano il riflesso dei bisogni, necessità reali di ricostruire tutto quello che era stato portato via, esigenza di nuovi beni e di nuovi ideali in cui credere.

Successivamente arriva un periodo d'oro, il boom economico, sono gli anni '60-'70, la produzione aumenta e i consumi di conseguenza. Nasce il "carosello", la prima forma di pubblicità di massa, e con esso tanti desideri e aspettative. La gente è invogliata a comprare ma non più per necessità ma perché sono nate delle aspettative. La differenza fra le due non è da poco poiché i bisogni una volta soddisfatti svaniscono (il bisogno di bere, di mangiare, di assistenza medica...), le aspettative invece crescono man mano che si raggiungono, difficilmente hanno un limite. Ed è proprio qui la soglia che differenzia il normale consumo dal consumismo. In questi anni per la prima volta si inizia a sentire la differenza fra paesi ricchi e paesi poveri e l'idea di consumo viene distorta in quanto l'apparato economico porta ad assimilare l'idea di sviluppo con l'aumento dei consumi. Aumento prettamente quantitativo, raramente si è parlato di qualità dei consumi, è più facile sentire parlare di percentuale di crescita e di numeri.

Ecco allora che in questo capitolo si vuole far conoscere la parte più nascosta dell'economia, quella che guarda poco alla quantità e più alla qualità, si vedranno nuovi modelli di consumo e di non-consumo. Modelli che tentano di valutare i bisogni personali rapportandoli a quelli di tutto il mondo. Il problema quindi non è solo consumare tanto o poco ma farlo in maniera diversa. Le modalità alternative sono molte e vanno dal commercio equo-solidale, alla scelta di prodotti locali, a km zero, biologici, fino all'autoproduzione. Inoltre la qualità riguarda tutti gli altri aspetti della vita come la finanza, il turismo, il problema dei rifiuti, l'e-commerce, le fonti di energia, i trasporti...

Per ogni cosa c'è un'alternativa valida che rispetti i nostri interessi e insieme l'interesse più grande che è quello di tutti di vivere su un pianeta sano e capace di futuro.

#### 3.2 Scegliere prodotti biologici

I prodotti biologici sono quelli che provengono appunto da un'agricoltura biologica. Sono ottenuti senza alcuna sostanza chimica di sintesi e nel pieno rispetto dell'ambiente. Nella pratica biologica sono centrali soprattutto gli aspetti agronomici: attraverso l'utilizzo di fertilizzanti organici, la pratica delle rotazioni colturali e di lavorazioni attente al mantenimento (e miglioramento) della struttura del suolo e della percentuale di sostanza organica, si salvaguarda la fertilità del terreno; la protezione delle piante è consentita solamente con preparati vegetali, minerali e animali che non siano di sintesi chimica (tranne alcuni

prodotti considerati "tradizionali").

Gli animali vengono allevati con tecniche che rispettano il loro benessere e nutriti con prodotti vegetali ottenuti secondo i principi dell'agricoltura biologica. Sono evitate tecniche di forzatura della crescita e sono proibiti alcuni metodi industriali di gestione dell'allevamento, mentre per la cura delle eventuali malattie si utilizzano rimedi omeopatici e fitoterapici limitando i medicinali allopatrici ai casi previsti dai regolamenti. L'agricoltura biologica in Europa è regolamentata da due normative comunitarie:

- Reg. (CEE) n. 2092/91 (e successive modifiche e integrazioni)
- Reg. (CE) n. 1804/99

Il primo è il documento più importante per quanto riguarda la storia di questo tipo di agricoltura, quello che ha riconosciuto ufficialmente questa pratica e l'ha regolamentata per la prima volta. Riguarda il metodo di produzione biologico di prodotti agricoli e la corretta indicazione di tale metodo sui prodotti agricoli e sulle derrate alimentari che, proprio per questo motivo, si distinguono dalle altre. Il regolamento del 1999 è una sorta di integrazione al primo per quanto riguarda nello specifico le produzioni animali. Nel giugno del 2007 è stato adottato un nuovo regolamento CE per l'agricoltura biologica:

- Reg. (CE) n. 834/2007, che abroga il Reg. (CEE) n. 2092/91

Quest'ultimo concerne la produzione biologica e l'etichettatura dei prodotti biologici sia di origine vegetale che animale.<sup>1</sup>

Per capire meglio cosa significa biologico è possibile guardare all'esperienza dell'Alto Adige dove l'agricoltura biologica rappresenta un settore in espansione: i titolari di aziende agricole biologiche in provincia di Bolzano sono oggi circa 300. Sono riuniti in tre associazioni, che vantano origini e tradizioni differenti come pure un differente approccio al concetto di "coltivazione biologica", ma che hanno alcuni, imprescindibili punti in comune come la *rinuncia all'impiego di prodotti chimici di sintesi* (insetticidi, fungicidi, acaricidi), di diserbanti, al loro posto il terreno viene lavorato meccanicamente secondo precise regole, di fertilizzanti chimici, in alternativa viene preferito il compostaggio rigoroso e *fertilizzanti organici*.

Le aziende appartenenti a tali associazioni si impegnano a rispettare i principi della coltivazione biologica propria di ciascuna associazione nonché i regolamenti dell'UE, accettando di sottoporsi ai relativi controlli. Quando un prodotto è composto da più ingredienti vige la seguente regolazione di certificazione:

- se il prodotto è composto da ingredienti biologici al 95%, può essere chiamato "Biologico" o "Ecologico",
- se meno del 95% ma più del 70% degli ingredienti sono prodotti in modo biologico, questi ingredienti possono essere evidenziati come "Biologici" o "Ecologici" sulla lista degli ingredienti, generalmente con un asterisco e una nota a piè di pagina.<sup>2</sup>

Per riconoscere i prodotti biologici l'etichetta ha un ruolo fondamentale.

Per esempio si può trovare scritto: proveniente da agricoltura biologica, regime di controllo CEE, controllato da Aiab, Suolo e Salute, Bioagricoop, Ccpb, Codex, Ecocert Italia, Imc, Qc&i o Bios, e segue un codice di riconoscimento come

IT ABC Z999 T001100

dove:

- **IT** indica Italia;
- **ABC** indica la sigla dell'organismo di controllo;
- **Z999** indica il codice del produttore, può essere composto anche da soli numeri;
- **T** significa prodotto trasformato (La lettera "F" indica un prodotto fresco come la frutta e sarà riportata sulle cassette contenenti tale prodotto);
- **001100** indica il numero di autorizzazione alla stampa delle etichette. Questo numero è rilasciato dall'organismo di controllo, per i quantitativi di produzione accertati.<sup>3</sup>

1 È possibile consultare queste informazioni al sito [www.prodottibiologici.it](http://www.prodottibiologici.it)

2 Questi e altri regolamenti sono presenti sul sito [www.centroconsumatori.it](http://www.centroconsumatori.it)

3 Per maggiori informazioni a riguardo consultare il sito [www.prodottibiologici.it](http://www.prodottibiologici.it)

Nel caso dei prodotti sfusi, i contenitori dei prodotti (le cassette della frutta per esempio) devono riportare tutte le voci come le etichette dei prodotti confezionati, se un negoziante dovesse vendere per prodotto biologico, un prodotto che non lo è commetterebbe un reato punibile dalla legge. Il consumatore ha diritto a chiedere di visionare i certificati che hanno accompagnato la merce nel trasporto, sicuramente avere un rapporto di fiducia col negoziante è molto importante, così come acquistare da rivenditori che trattano esclusivamente prodotti biologici certificati.

In assenza di certificati non si può avere la sicurezza che il prodotto provenga da coltivazioni biologiche. Attenzione inoltre a non confondere i prodotti dell' "agricoltura integrata", contrassegnati dalla coccinella, con i prodotti biologici. L'agricoltura integrata impiega infatti concimi chimici nonché sostanze di sintesi per disinfestare e irrorare i prodotti, cosa che non è consentita ai produttori del biologico. Per verificare che ciò non accada infatti, sono stati istituiti dei precisi organismi di certificazione, le cui sigle compaiono sulle etichette dei prodotti certificati. Tra le sigle si annoverano: *Aiab*<sup>4</sup> (Associazione Italiana per l'Agricoltura Biologica) e *Icea*<sup>5</sup> (Istituto certificazione etica e ambientale, consorzio fondato da aiab), *Suolo e Salute*,<sup>6</sup> *Bioagricoop*<sup>7</sup>, *Ccpb*<sup>8</sup>, *Codex*<sup>9</sup>, *Ecocert Italia*<sup>10</sup>, *Imc*<sup>11</sup> (Istituto Mediterraneo di Certificazione), *Qc&i*<sup>12</sup>, *Bios*<sup>13</sup>. Per quanto concerne la qualità degli alimenti, il regolamento comunitario vieta espressamente di pubblicizzare come di qualità superiore i prodotti biologici, anche se è provato che l'esclusione di pesticidi, fertilizzanti e diserbanti chimici, conduce a prodotti non inquinati, dunque migliori per la salute.

Le ricerche sono molte, a partire da quelle del tedesco Schuphan (Heisenheim, Germania) e del francese Lairon (Marsiglia, Francia) degli anni '60 e '70, quelle commissionate dal Ministero dell'agricoltura inglese nel 1990, fino ai giorni nostri.

I prodotti biologici hanno qualità nutrizionali superiori rispetto a quelli dell'agricoltura convenzionale, perché contengono più vitamine, più oligoelementi, spesso hanno un gusto decisamente migliore e contengono meno acqua.

Ci sarebbe da stupirsi, se non fosse così, visto il modo molto più attento, curato, intelligente e scientificamente rispettoso della biologia col quale il metodo biologico tratta gli organismi vegetali e il terreno.

Per di più l'agricoltura biologica fa espressamente divieto di usare prodotti transgenici e radiazioni ionizzanti (per la conservazione).

Infine non inquina l'ambiente e quindi non è causa delle malattie provocate dall'inquinamento chimico.

Oltre che per questi motivi il biologico si sta sviluppando anche per il numero elevato di intolleranze a cibi prodotti in maniera tradizionale quindi con l'utilizzo anche di pesticidi, rimane comunque un mercato di nicchia, in quanto i prezzi sono più alti rispetto ai corrispettivi prodotti convenzionali.

In Italia, uno dei paesi leader nella produzione biologica europea interessa circa il 6,9% della superficie agricola.

In crescita è anche la quota di prodotti biologici utilizzata dalla ristorazione collettiva: circa un milione di bambini mangia biologico a scuola, come previsto dalla legge n. 488/1999 (art. 59) e da leggi regionali, alcune delle quali (Friuli Venezia Giulia, Toscana, Marche, Basilicata) erogano contributi alle amministrazioni locali che optano per i prodotti biologici.<sup>14</sup>

---

4        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.aiab.it](http://www.aiab.it)

5        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.icea.info](http://www.icea.info)

6        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.suoloesalute.it](http://www.suoloesalute.it)

7        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.bioagricoop.it](http://www.bioagricoop.it)

8        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.ccpb.it](http://www.ccpb.it)

9        Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.codexsrl.it](http://www.codexsrl.it)

10       Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.ecocertitalia.it](http://www.ecocertitalia.it)

11       Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.imcert.it](http://www.imcert.it)

12       Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.qci.it](http://www.qci.it)

13       Maggiori dettagli sono presenti sul sito [www.certbios.it](http://www.certbios.it)

14       Per maggiori informazioni a riguardo consultare il sito [www.prodottibiologici.it](http://www.prodottibiologici.it)



### 3.3 Preferire i prodotti locali

Si è già accennato in precedenza (§ 2.8) dei vantaggi che si possono susseguire sviluppando l'economia del proprio paese, dalla riduzione degli sprechi di energia, al sostegno dei piccoli produttori locali che evitano i passaggi di intermediazione e aumentano la consapevolezza di ciò che il proprio territorio offre, spesso anche a costi minori.

Ma come si può salvaguardare il territorio? Come dare maggior valore ai propri prodotti al fine di mantenere la ricchezza nel territorio?

Per rispondere a questi quesiti nel 2005 è nato un laboratorio di sperimentazione in un quartiere di Roma, Acilia, ad opera di due studiosi del signoraggio bancario, Sebastiano Scrofina e Gianfranco Florio che hanno dato vita ad Ecoroma.

Da questo "laboratorio sperimentale", che ha dato notevoli spunti di riflessione teorici e pratici, nel maggio 2007 è partito lo SCEC (acronimo di SConto chE Cammina) a cura dell'Associazione Arcipelago.<sup>15</sup> Il funzionamento è molto semplice. Si utilizzano dei Buoni detti *Buoni Locali di Solidarietà* che vengono emessi dall'associazione e consegnati gratuitamente ai consumatori e alle aziende che aderiscono al circuito in forma fissa o proporzionale al reddito e al fatturato. Questi buoni danno diritto ad uno sconto medio del 20% sui prezzi di listino, ma ogni esercente e chiunque sia in grado di offrire una prestazione o un servizio sceglie la percentuale da applicare. Invece di essere usati "una tantum", i buoni locali continuano ad avere vita e saranno spesi nuovamente tra gli aderenti al circuito. Questi buoni non sono convertibili in euro e hanno la particolarità di ancorare sul territorio anche la parte di spesa pagata in euro. In questo modo la ricchezza rimane nel territorio che l'ha prodotta, facendolo arricchire e ridando vita anche a mestieri e lavorazioni locali in via di estinzione a causa degli alti costi e delle politiche aggressive della GDO (Grande Distribuzione Organizzata).

Il Buono Locale è quindi uno strumento che ha un rapporto di parità con l'euro (1:1), non è convertibile in euro, è gratuito e viene distribuito con criteri univoci e trasparenti, uguali in tutte le zone d'Italia che aderiscono al progetto Arcipelago.

Attualmente sono numerose le città che stanno lavorando a questo progetto:

Torino, Milano, Bergamo, Verona, Mantova, Pordenone, Genova, Bologna, Firenze, Prato, Pistoia, Lucca, Viareggio, Massa Carrara, Arezzo, Terni, Pesaro, Roma, Napoli, Acerra, Portici, Crotone, Foggia, Taranto, e anche la Sardegna.<sup>16</sup>

Lo scopo e l'obiettivo dei Buoni Locali è quello di far intravedere alle persone che li usano che esiste la possibilità di un altro modo di relazionarsi con il prossimo, facendo anche una sana economia. Uno stimolo a non vedere l'altro come un nemico, ma come parte di una comunità. E' un progetto fatto dalla gente per la gente che ha costi irrisori oltre ad essere semplice e pratico.

*"Dall'economia del denaro all'economia del donare"*, si invertono due lettere e cambia tutto! Da un'economia che sulla moneta ha fondato da millenni il suo potere, caricandolo di significati di sopraffazione, egoismo, avidità, schiavitù, si può passare attraverso questo semplice spostamento, all'economia del donare dove ciascuno fa un piccolo passo indietro per mettere la comunità davanti a se stesso poiché l'aiuto reciproco è la forza vincente di questo progetto.

Se nella logica del denaro basata sull'indebitamento si ragiona quasi esclusivamente in relazione al guadagno, al contrario lo scambio basato sul Donare è un atto di rinuncia, che non chiede il perché e quale sarà il ritorno di questa azione, ma vede le cose con un'ottica più ampia e sa che da un piccolo sacrificio tutta la comunità sociale ed economica potrà trarre giovamento.<sup>17</sup>

---

15 Per ulteriori informazioni consultare il sito web [www.arcipelagoscec.org](http://www.arcipelagoscec.org)

16 Maggiori informazioni sono presenti sul sito [www.disinformazione.it](http://www.disinformazione.it)

17 Per un ulteriore approfondimento si consulti il sito [www.centrofondi.it](http://www.centrofondi.it)

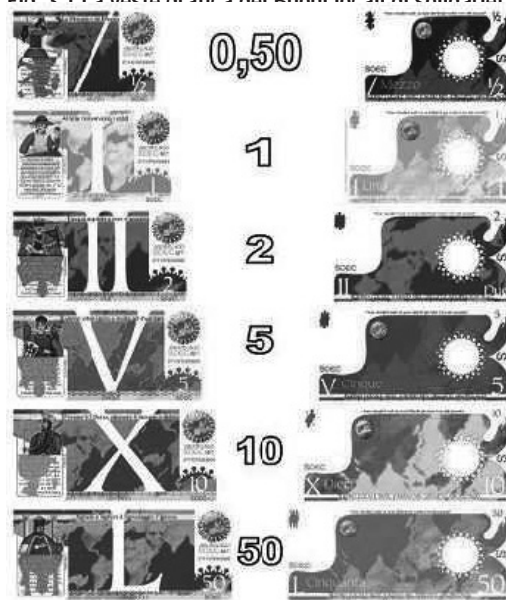
Nella figura 3.1. si può vedere la veste grafica di questi buoni, del taglio di 0,5-1-2-5-10 e 50 ovviamente un arrotondamento è necessario. In caso di necessità si arrotonda per difetto fino allo 0,49 e per eccesso dallo 0,50.

Esempio: 11 euro con 20% di accettazione = 8,80 euro + 2,20 Buoni diviene:  
9 euro e 2 Buoni;

Esempio: 18 euro con 10% di accettazione = 16,20 euro + 1,80 Buoni diviene:  
16 euro e 2 Buoni.

Con questo sistema i consumatori saranno indotti a usare i buoni per convenienza e invece di fare la spesa al supermercato, magari di una multinazionale estera, si rivolgeranno ai negozianti locali.

Fig. 3.1 La veste grafica dei Buoni locali di solidarietà



Fonte: "Il progetto completo dei buoni locali" tratto dal sito [www.centrofondi.it](http://www.centrofondi.it) (25.03.09)

Ci si chiederà il motivo per cui se questo progetto ha tanti vantaggi non si sia ancora diffuso, in realtà questi sistemi sono già in funzione in diverse parti del mondo (esistono circa 6000 esperimenti) con notevole successo.

In Italia si inizia a parlarne soltanto ora perché le condizioni economiche attuali lo consentono. L'augurio è quello che continuino a svilupparsi e l'economia locale torni davvero ad avere un ruolo da protagonista. Un'altra modalità di sviluppo dei prodotti locali riguarda la "spesa a km zero". Ciò significa che i prodotti acquistati non hanno dovuto viaggiare da un continente all'altro, o da una regione all'altra, prima di arrivare negli scaffali del supermercato, e successivamente sulle tavole dei consumatori.

I prodotti quindi vengono venduti senza subire i ricarichi dei costi di trasporto. La Coldiretti ha calcolato che consumando prodotti locali e di stagione e facendo attenzione agli imballaggi, una famiglia può ar-

rivare ad abbattere fino a 1000 chili di anidride carbonica l'anno, e risparmiare fino a 100 euro al mese sui 467 euro che mediamente si destinano all'acquisto di alimenti e bevande ogni mese. Un'alternativa alle grosse catene di vendita quindi è rappresentata dalle quasi 50 mila imprese agricole nazionali che vendono direttamente prodotti fatti in casa.<sup>18</sup>

In Italia è nata la prima *rete di locali a chilometri zero*<sup>19</sup> che offrono questo tipo di prodotti, in attesa che anche sul territorio nazionale le principali catene commerciali si impegnino a segnalare in etichetta le emissioni di gas ad effetto serra provocate dal trasporto dei cibi in vendita che danneggiano il clima.

Il progetto "a chilometri zero" della Coldiretti ha l'obiettivo di far riconoscere quei locali (ristoranti, osterie, gelaterie) che utilizzano prodotti del territorio (vino, olio, salumi, formaggi, latte, frutta, verdura e fiori) acquistati direttamente dalle imprese agricole. In Veneto il circuito a km zero comprende già tra gli aderenti, dall'osteria di Padova alla gelateria di Verona, dallo snack bar di Treviso ai vari ristoranti nel veneziano fino alle mense collettive di Rovigo, riconoscibili da una apposita targa.

La sensibilità di alcune catene della grande distribuzione commerciale europee nel cogliere i cambiamenti nel comportamento dei consumatori ha già portato in alcuni casi alla scelta di dedicare ampi spazi sugli scaffali a prodotti locali del territorio o a segnalare all'opposto, con particolari accorgimenti, i prodotti provenienti da Paesi lontani con rilevanti costi ambientali.

È il caso di una grande catena di distribuzione inglese che applica un aeroplanino sulle confezioni della frutta e verdura importate da altri continenti o quella di altri gruppi di ospitare all'interno dei locali un vero mercato per la vendita diretta da parte degli imprenditori agricoli.

Oltre a questo, Coldiretti ha fortemente sostenuto la diffusione dei *Farmers Market* (i mercati esclusivi degli agricoltori in città) e ha messo in atto una serie di iniziative per consentire ai consumatori di fare scelte di acquisto non inquinanti: dall'introduzione dell'obbligo di indicare in etichetta la provenienza dei cibi in vendita, alla richiesta della disponibilità di spazi adeguati nella distribuzione commerciale dove poter acquistare alimenti locali che non devono essere trasportati per lunghe distanze, dall'offerta di prodotti regionali in mense scolastiche ed ospedaliere, alla promozione della vendita diretta degli agricoltori che sulla base delle esperienze di altri paesi potrebbe raggiungere fino al 15 per cento del mercato alimentare<sup>20</sup>. Il vero problema è che i consumatori non sono più abituati a mangiare i prodotti del territorio perché riescono a trovare senza problemi anche gli altri, i prodotti venduti nei supermercati nella maggior parte dei casi non sono prodotti locali e pertanto il loro trasporto inquina.

Così se da una parte ci si può permettere di mangiare una bella coppa di fragole, ciliegie, arance, banane... in qualsiasi mese dell'anno, dall'altra si contribuisce ad inquinare costantemente l'atmosfera per le emissioni dei mezzi di trasporto occorrenti per portare il prodotto dai vari posti del mondo alle proprie tavole.

Non è da tralasciare inoltre il fatto che in media il 70% del prezzo dei prodotti in vendita nei supermercati è il costo della filiera, costo che si riduce altamente se si sceglie di recarsi direttamente al produttore locale che ottiene i propri prodotti con sistemi di agricoltura più sani e economici.

È il caso, come si è detto in precedenza, dell'agricoltura biologica. Più economica e meno inquinante di quella industriale, consente di ottenere prodotti con qualità nutritive migliori di quelli ottenuti dall'agricoltura industriale che utilizza in gran parte fertilizzanti e pesticidi che contribuiscono in maniera non indifferente all'emissione di gas serra (ricordando che per inquinare ci vuole un attimo, per bonificare decenni).<sup>21</sup>

La grande distribuzione inoltre prevede per normativa una serie di imballaggi che contribuiscono ad aumentare ulteriormente l'inquinamento, il costo del prodotto, e il problema successivo dello smaltimento dei rifiuti, questione per la quale si potrebbe aprire un altro lungo dibattito.

---

18 Michela Giacchetta, "Dai campi alla tavola a km zero", DNEWS, Verona, 5 marzo 2008.

19 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.coldiretti.it](http://www.coldiretti.it)

20 Tratto dal sito web [www.newsfood.com](http://www.newsfood.com)

21 Puntata di "Report" del 13 aprile 2008.

22 Ulteriori informazioni sono reperibili sul sito [www.comunivirtuosi.org](http://www.comunivirtuosi.org)

Ci si limita qui ad accennare la presenza di un altro progetto, quello dei “rifiuti zero” che si propone appunto di far conoscere le buone pratiche di raccolta differenziata “porta a porta” e di riduzione dei rifiuti al fine di risolvere al meno in parte il problema delle discariche e soprattutto dello smaltimento degli stessi. I progetti realizzati in Italia sono numerosi e significativi per dimostrare che intervenire a favore dell’ambiente non solo è possibile e necessario, ma anche economicamente conveniente.<sup>22</sup>

### 3.4 Acquistare in gruppo

Sono molteplici le esperienze di consumatori che decidono di unirsi in gruppi di acquisto al fine di procurarsi all’ingrosso dei prodotti alimentari per poi distribuirli tra le varie famiglie aderenti.

Le motivazioni che spingono a creare un gruppo d’acquisto sono il più delle volte economiche, dal momento in cui acquistare direttamente dai produttori, anziché nei supermercati, significa risparmiare sui prezzi delle merci. Altre volte però la scelta dei prodotti è dettata anche da altre ragioni, per esempio etiche, riservando la propria preferenza ad articoli ottenuti per esempio nel rispetto dell’uomo e della natura. In questo caso si parla di gruppi d’acquisto solidali (G.A.S.).

Un gruppo d’acquisto diventa solidale nel momento in cui decide di utilizzare il concetto di solidarietà come criterio guida nella scelta dei prodotti. Solidarietà che parte dai membri del gruppo e si estende ai piccoli produttori che forniscono i prodotti, che da molta importanza al rispetto dell’ambiente, ai popoli del Sud del mondo e a coloro che, a causa della ingiusta ripartizione delle ricchezze, subiscono le conseguenze di questo modello di sviluppo ingiusto.

La nascita di un G.A.S. quindi prende forma nel momento in cui più persone credano che cambiare il mondo nel loro piccolo sia possibile, prima di tutto partendo dal carrello della spesa. Dietro a questo gesto quotidiano si nascondono infatti problemi di portata planetaria quali l’inquinamento, lo spreco di risorse non rinnovabili, lo sfruttamento dei minori e dei lavoratori.

Spesso alla base di questa scelta vi è una critica profonda verso il modello di consumo e di economia globale che domina in questa società, insieme alla ricerca di una alternativa praticabile da subito. Il gruppo aiuta a non sentirsi soli nella propria “lotta al consumismo”, a scambiarsi esperienze ed appoggio, a verificare le proprie scelte.

La storia dei gruppi d’acquisto solidali in Italia inizia nel 1994 con la nascita del primo gruppo a Fidenza, Reggio Emilia e in seguito in diverse altre località. Nello stesso periodo si diffonde in Italia l’operazione Bilanci di Giustizia (vedi § 1.5), lanciata a fine 1993 con un incontro all’arena di Verona intitolato “Quando l’economia uccide...bisogna cambiare”, da qui la richiesta alle famiglie di rivedere i propri consumi secondo giustizia e verificare sul bilancio familiare l’incidenza delle loro modifiche allo stile di vita. Dove possibile, le famiglie si ritrovano in gruppi in cui affrontare temi di interesse comune e si organizzarsi per praticare comportamenti equi nella loro zona.

Nel 1996 viene pubblicata dal Centro Nuovo Modello di Sviluppo la prima “Guida al Consumo Critico”, con l’obiettivo di guidare la scelta del consumatore informandolo sul comportamento delle imprese più conosciute; le numerose pagine di informazioni documentate (spesso negative) sulle multinazionali fa sì che ci si ponga qualche domanda e si inizi da subito la ricerca di alternative.

Nel 1997 nasce la rete dei gruppi d’acquisto, con lo scopo di collegare tra loro i diversi gruppi nati negli anni, favorire lo scambio di informazioni sui prodotti e sui produttori, e diffondere questo progetto ancora poco conosciuto. Circa una volta l’anno vengono organizzati dei convegni nazionali, il primo dei quali denominato “incontro zero” si è tenuto ad Albano di Ivrea (Torino) nel 1998, dove è stata avviata la stesura del “documento base” dei G.A.S. dove si possono trovare tutte le informazioni su chi sono e cosa fanno questi gruppi e le motivazioni che li hanno portati a seguire questa strada. Questa esperienza è ora in fase di crescita, sia per la creazione di nuovi gruppi che per la sua visibilità, il loro numero raddoppia ogni due anni, in Italia dal 1994 al 2005 sono arrivati ad essere oltre 220.<sup>23</sup>

Nei luoghi dove sono presenti più gruppi nasce spesso un coordinamento a livello locale, sono nati per esempio l'Intergas milanese e la Retina della Brianza, con lo scopo di incontrarsi, scambiarsi suggerimenti, informazioni, e organizzare eventi meglio gestibili da più gruppi insieme.

Il funzionamento del G.A.S. è molto semplice e allo stesso tempo necessita di una buona organizzazione (soprattutto se il numero dei componenti è elevato). Essi non hanno spaccio né magazzino, non fanno ricarichi sui prezzi perciò ciascuno è coinvolto nell'organizzazione degli acquisti, in solidarietà con gli altri. I membri quindi si occupano insieme di ricercare nella zona piccoli produttori rispettosi dell'uomo e dell'ambiente che possano soddisfare le loro esigenze. Una volta messi d'accordo sui fornitori, possibilmente avendo conosciuto di persona le esperienze dei vari produttori, proseguono con la raccolta degli ordini in genere affidata ad un referente che li invia al produttore col quale concorda data e luogo della consegna. A quel momento ognuno si incarica in base alla propria disponibilità di smistare i prodotti ricevuti per le varie persone e si fissa una riunione o un giorno in cui la merce può essere ritirata e il responsabile raccoglie i soldi anticipati al produttore (suoi o della cassa comune).

I criteri "solidali" utilizzati dai G.A.S. sono tutti quelli visti in precedenza e riguardano quindi la scelta di prodotti locali (per ridurre l'inquinamento e lo spreco energetico dovuti al trasporto della merce, per conoscere i produttori, verificare il loro comportamento, apprezzare la "storia" di ogni prodotto), di piccoli produttori (perché è più facile conoscerli e perché lavorano con più intensità di manodopera che non di capitale: così i soldi che si spendono finanziano l'occupazione, e non gli azionisti), di prodotti biologici (perché non utilizzano pesticidi, diserbanti, concimi chimici, che inquinano e consumano energia, ma invece rispettano la terra, per mangiare cose naturali, recuperandone i sapori), di attenzione alle condizioni di lavoro (l'economia nell'era della globalizzazione ha come protagoniste le multinazionali le quali spostano la produzione dove i costi sono più bassi, la manodopera è sottopagata e i lavoratori non hanno diritti: preferire i prodotti senza sfruttamento significa aiutare a regolare il mercato del lavoro), e di prodotti realizzati da cooperative sociali o da chi lavora con persone svantaggiate.

Dal momento in cui da fenomeno sporadico i G.A.S. diventano un fenomeno diffuso, si è posto il problema di una maggiore formalizzazione organizzativa. Nati quasi sempre come gruppi informali, una volta raggiunta una certa consistenza numerica, si considera l'idea di trasformarsi in associazione o di affiancarsi ad una struttura formale.<sup>24</sup>

L'organizzazione dei G.A.S. infatti può avvenire in tre forme diverse:

- **Associazione.** Per fondarla è necessario redigere uno Statuto e un Atto Costitutivo (vedi Allegato E) da depositare all'Ufficio del Registro. Consente di coinvolgere un grande numero di persone, e di svolgere attività di promozione e sensibilizzazione: non è necessaria una sede, può essere la casa di qualcuno, e la quota associativa copre i piccoli costi di gestione.

- **Appoggio ad associazioni esistenti.** Pur mantenendo la propria autonomia, il gruppo può appoggiarsi a un'associazione che già svolge questa attività ma occorre che i partecipanti siano soci della Associazione ospite, la quale permette l'utilizzo delle proprie strutture.

In questo caso è l'Associazione ospite a farsi carico della regolarizzazione della contabilità. La condizione necessaria è che gli acquisti collettivi rientrino tra le finalità della Associazione o della Cooperativa, altrimenti è necessario modificare lo Statuto in tal senso.

- **Gruppo spontaneo.** Non ha una struttura definita, ma è frutto di una volontà comune, quindi non ci sono particolari vincoli da seguire. Semplicemente, qualcuno nel gruppo raccoglie gli ordini e tiene i contatti con i produttori, e insieme ci si interroga su quali criteri seguire e quali prodotti scegliere. Nei loro incontri gli aderenti si dividono i prodotti e le spese. Non avere una forma giuridicamente conosciuta non significa comunque non avere regole, in questi casi i gruppi redigono un regolamento non meno preciso e dettagliato degli statuti delle associazioni.<sup>25</sup>

24 Lorenzo Valera, GAS: gruppi di acquisto solidale, Terre di Mezzo, Milano, 2005.

25 Vedi "Documento Base dei Gas", Luglio, 1999. Scaricabile dal sito [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

In occasione del settimo raduno nazionale dei G.A.S. a Marina di Massa nel 2007 è partita la richiesta di un emendamento da inserire in finanziaria, di cui si è fatta promotrice la senatrice Loredana De Petris, per avere l'opportunità di definire legislativamente, per quanto possibile, cosa siano e come operano i G.A.S., sottolineando la diversità di questo rispetto a una qualsiasi altra attività commerciale. Questa proposta ha avuto esito positivo e la si ritrova così all'art.1 commi dal 266 al 268 della legge finanziaria 2008:

**266.**

*Sono definiti «gruppi di acquisto solidale» i soggetti associativi senza scopo di lucro costituiti al fine di svolgere attività di acquisto collettivo di beni e distribuzione dei medesimi, senza applicazione di alcun ricarico, esclusivamente agli aderenti, con finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale, in diretta attuazione degli scopi istituzionali e con esclusione di attività di somministrazione e di vendita.*

**267.**

*Le attività svolte dai soggetti di cui al comma 266, limitatamente a quelle rivolte verso gli aderenti, non si considerano commerciali ai fini dell'applicazione del regime di imposta di cui al decreto del presidente della Repubblica 26 ottobre 1972, n. 633, ferme restando le disposizioni di cui all'articolo 4, settimo comma, del medesimo decreto, e ai fini dell'applicazione del regime di imposta del Testo unico di cui al decreto del presidente della Repubblica 22 dicembre 1986, n. 917.*

**268.**

*All'onere derivante dalle disposizioni di cui ai commi 266 e 267, valutato in 200.000 euro annui a decorrere dall'anno 2008, si provvede mediante corrispondente riduzione dell'autorizzazione di spesa di cui all'articolo 5, comma 3-ter, del decreto legge 1° ottobre 2005, n. 202, convertito, con modificazioni, dalla legge 30 novembre 2005, n. 244.<sup>26</sup>*

Delle finalità etiche, di solidarietà sociale e di sostenibilità ambientale se ne è accennato in precedenza, l'altro aspetto da sottolineare è che le attività svolte dai G.A.S. non sono considerate commerciali in quanto il loro scopo non è di vendere la merce ai membri del gruppo; come si è detto in precedenza essi non hanno spaccio né magazzino e non fanno ricarichi sui prezzi, semplicemente decidono di formare un gruppo di acquisto che abbia determinati valori e criteri in comune.

I criteri fondamentali, che ogni gruppo fa propri in diversa misura, avendo diverse priorità, sono contenuti anch'essi nel documento base.

I principali sono il *costo* del prodotto, che è ciò che tocca più da vicino il consumatore ma che non è inteso solo come costo economico bensì anche come *costo sociale*, quello che bisogna pagare a seguito di comportamenti scorretti, in termini di salute, umana e ambientale, di inquinamento, ecc...; *la disponibilità* del prodotto, che permette mediante degli accordi con i produttori di sapere se e quando si può acquistare ciò di cui si necessita, *l'accessibilità* quindi la volontà di prediligere prodotti locali che non debbano viaggiare per centinaia di km per arrivare alle tavole dei consumatori, *gli imballaggi* in quanto spesso si è attratti da certe confezioni pensate apposta per catturare l'attenzione e far acquistare il proprio prodotto, in realtà bisognerebbe essere meno attenti al lato estetico e favorire invece *la funzionalità*, le confezioni riciclabili, o che utilizzano qualcosa di riciclato, se ci sono, vuoti a perdere (per detersivi alla spina, distributori automatici di latte...); importantissimo è rivalutare l'utilità dei prodotti che si comprano, non farsi convincere dalle numerose pubblicità che ogni giorno riempiono spazi televisivi, radio, cartelloni, ecc... riconoscere le proprie esigenze e tralasciare il superfluo.

In questo i G.A.S. aiutano in quanto facendo la spesa e ordinando solo ciò di cui si ha bisogno si può pian piano, organizzando bene i quantitativi, slegarsi dal supermercato ed evitare di farsi catturare dalla tentazione di acquistare cose inutili.

Altro criterio è l'*affidabilità*, sia verso il produttore che dei membri che compongono il gruppo, per essere protagonisti di un mercato che metta al centro le persone, non gli oggetti; e infine l'*assistenza* privilegiando prodotti che non siano da buttare nelle immondizie quando si rompono ma che possano essere riparati sostituendo le parti realmente danneggiate. In questo modo non sarà necessario spendere altro denaro per ricomprare l'oggetto nuovo e soprattutto si creano meno rifiuti.<sup>27</sup>

Questo punto è particolarmente delicato in una società come quella odierna dove i beni diventano obsoleti nel giro di poco tempo, dove prevale la cultura dell'usa e getta senza pensare alle conseguenze che ciò comporta.

Schumpeter, economista austriaco tra i più importanti del XX secolo, la chiamava "distruzione creatrice"<sup>28</sup>, riferendosi al fatto che per far crescere consumi oltre certi livelli occorre distruggere i prodotti tecnologicamente meno evoluti e sostituirli con quelli più avanzati. È così che gli imprenditori possono competere, lanciando sul mercato un prodotto più innovativo, che consenta loro di aumentare la quota di mercato e fare più profitti.

Questo comportamento però ha come conseguenza un aumento di prodotti considerati obsoleti anche se ancora perfettamente funzionanti (basti pensare all'evoluzione dei cellulari, i computer, delle tecnologie per ascoltare la musica...) e che vengono comunque gettati nella spazzatura creando una crescita di rifiuti considerevole.

Può sembrare molto difficile riuscire ad essere coerenti con tutti questi criteri, ogni G.A.S. infatti stabilisce la propria scala di valori a seconda della composizione del gruppo e dei prodotti trattati; in ogni caso il concetto in sé di "consumo critico" implica un ragionamento di base che deve essere fatto al di là dell'elenco schematico delle "buone pratiche" da seguire, informandosi il più possibile sui prodotti che si intende acquistare e discutendone insieme.

### 3.5 Prediligere fonti di energia rinnovabili

Nel 1972 fu commissionato un rapporto sui limiti dello sviluppo dal Club di Roma<sup>29</sup> al Massachusetts Institute of Technology in relazione alla crescita economica. La ricerca riguardava le conseguenze della continua crescita della popolazione sull'ecosistema terrestre e sulla stessa sopravvivenza della specie umana, la possibilità che a lungo andare le fonti fossili non fossero in grado di soddisfare il fabbisogno mondiale e le problematiche riguardanti l'aggravarsi dell'inquinamento a causa dei processi di combustione.

La soluzione riguardava la riduzione dell'uso di combustibili fossili, ma come fare senza compromettere la crescita economica e produttiva del paese?

Ci furono due pensieri nettamente diversi: uno proponeva come risposta la fissione nucleare la quale può soddisfare una consistente domanda di energia elettrica in poco tempo, l'altro invece sosteneva lo sfruttamento dell'energia solare: energia gratis e pulita in quantità dieci mila volte superiore a quella necessaria. La prima fase del confronto si concluse con la vittoria dei nuclearisti ma dopo il diastro di Cernobyl nel 1986 l'opinione pubblica cambiò e si votò a favore del referendum che chiedeva l'eliminazione dal piano energetico del nucleare. Ma questa non fu la vittoria degli avversari perché negli anni successivi non ci fu quello sviluppo delle fonti rinnovabili che si era annunciato.

Nel frattempo una piccola minoranza sosteneva che per ridurre al massimo e in tempi brevi il consumo di fonti fossili la scelta non era la loro sostituzione con altre fonti ma la diminuzione dei consumi mediante la riduzione degli sprechi e il miglioramento dell'efficienza energetica.

---

27 Vedi "Documento Base dei Gas", Luglio, 1999. Scaricabile dal sito [www.retegas.org](http://www.retegas.org)

28 Joseph A. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo, democrazia*, Etas, Milano, 2001.

29 Il Club di Roma è una associazione non governativa, non-profit, che tenta di individuare i principali problemi che l'umanità si troverà ad affrontare, analizzandoli in un contesto mondiale e ricercando soluzioni alternative nei diversi scenari possibili.

Quindi si passa da una logica della crescita (possibilità di consumare energia, ma nel rispetto dell'ambiente, e sfruttando la natura) a una logica della decrescita (sforzarsi di consumare meno).<sup>30</sup>

Purtroppo coloro che adottano la seconda strategia sono tuttora una minoranza, poiché è necessaria una maturazione di questi concetti che porti l'individuo a compiere delle scelte in quanto consapevole delle conseguenze delle sue azioni e per questo disposto a dei sacrifici.

Nonostante ciò le statistiche dicono che stanno aumentando sempre più le persone a favore delle energie rinnovabili che negli ultimi anni hanno avuto un grande successo a livello mondiale, assumendo un peso sempre maggiore nella produzione energetica, e questo è comunque un bel traguardo. Se proprio non si può fare a meno di consumare energia, almeno lo si faccia con intelligenza.

Per capire meglio, le Fonti Energetiche Rinnovabili, FER, (solare termico, fotovoltaico, eolico,...) oltre ad essere inesauribili, sono ad impatto ambientale nullo in quanto non producono né gas serra né scorie inquinanti da smaltire.

Spesso si confonde l'aggettivo "rinnovabili" con "alternative", la differenza sostanziale è che nella seconda categoria è compresa anche l'energia nucleare, che è un'alternativa alla combustione fossile ma che non fa parte delle fonti rinnovabili ed ha numerosi svantaggi riguardanti per lo più l'onerosità e la sicurezza. Da un sondaggio presentato al Forum Qual Energia di Roma, emerge che per gli Italiani le due fonti principali da cui ricavare energia dovrebbero essere l'eolico e il solare. Il nucleare riveste solo il 14% delle scelte ed è comunque ritenuto pericoloso e costoso.<sup>31</sup>

In Italia puntare sulle fonti energetiche rinnovabili, ed in particolare su quella solare, eolica e geotermica, può rappresentare una straordinaria occasione per creare nuova occupazione e ridurre la dipendenza dalle importazioni di greggio, oltre a stimolare la ricerca e l'innovazione tecnologica. Può rappresentare anche una opportunità per ripensare e migliorare la qualità delle città, per rinnovare e recuperare edifici che consumano troppa energia, caldi d'estate e freddi d'inverno. La strada da seguire è dunque quella di valorizzare le risorse naturali (sole, vento, acqua, biomasse e calore del sottosuolo) a seconda delle potenzialità locali.

Gli impianti *solari termici*<sup>32</sup> sono quelli più diffusi e diffondibili. Essi utilizzano la radiazione solare, attraverso un pannello solare, principalmente per riscaldare acqua, per usi sanitari e anche per il riscaldamento degli ambienti e per le piscine. La tecnologia è sicura ed affidabile, con impianti che hanno una vita media anche di oltre 20 anni e tempi di ritorno dell'investimento che possono essere molto brevi. Una famiglia di 4 persone che utilizza 75 litri di acqua calda a persona al giorno, integrando la caldaia convenzionale a gas con un impianto solare (impianto tipo di 4 m<sup>2</sup> di pannelli e serbatoio di 300 litri), può ammortizzare l'investimento necessario, di circa 4.000 Euro, in 3 anni. Questo calcolo tiene conto degli incentivi esistenti che consentono di detrarre dalle tasse parte delle spese di acquisto e di installazione (detrazione fiscale del 55% per la riqualificazione energetica degli edifici). L'acqua calda prodotta con un impianto solare termico può essere utilizzata per gli usi sanitari (bagno, cucina, lavatrice, lavastoviglie), per integrare il riscaldamento degli ambienti, per il mantenimento in temperatura delle piscine, sia per le famiglie sia per strutture più grandi (centri sportivi, ospedali, alberghi, ecc...).

Oltre al solare termico esiste il *solare fotovoltaico*<sup>33</sup> il quale converte direttamente l'irradiazione solare in energia elettrica. I pannelli sono composti da unità di base, le celle fotovoltaiche, che si comportano come delle minuscole batterie in seguito all'irraggiamento solare. Il materiale usato per le celle fotovoltaiche commerciali è il silicio e poiché si richiede una sua certa purezza, i prezzi sono tuttora elevati, sebbene in costante diminuzione, il che comporta che questa tecnologia debba essere incentivata economicamente.

---

30 Maurizio Pallante, Decrescita felice: la qualità della vita non dipende dal PIL, opera citata.

31 Franco Foresta Martin, "Energia: agli italiani piace rinnovabile", Corriere della sera, 27 maggio 2009.

32 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)

33 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)



La durata media di un impianto è di circa 25-30 anni, la ricerca sperimentale sta rendendo sempre più efficiente il rendimento degli impianti che vengono utilizzati da aziende, edifici pubblici, da una domanda energetica diffusa. Il costo di un impianto per usi residenziali di 2-3 kW è pari a 15.000-20.000 Euro. Da Settembre 2005 in Italia è previsto il "Conto Energia": un sistema di incentivazione che premia l'energia, il kWh, prodotta da impianti fotovoltaici con prezzi incentivanti. In questo modo la spesa iniziale per l'installazione di un impianto fotovoltaico domestico si ripaga approssimativamente in 10 anni di funzionamento dell'impianto stesso e successivamente la produzione di energia porta persino ad un piccolo guadagno annuale.

Se oltre al sole si vuole sfruttare anche il vento, è necessario sviluppare le tecnologie dell'*eolico*, ovvero un impianto che sfrutta l'energia del vento per produrre elettricità. È costituito da aerogeneratori che trasformano l'energia cinetica del vento in energia meccanica e infine quest'ultima in energia elettrica. Possono essere realizzati impianti eolici di varie dimensioni organizzati in "parchi", con aerogeneratori di altezza e potenza differente.

L'eolico è la fonte rinnovabile in maggiore espansione a livello internazionale. In Italia sono installati solo 3.736 MW, ma nei Paesi che hanno puntato con maggiore forza sull'eolico la produzione ha raggiunto risultati considerevoli, come in Spagna dove sono installati 16.740 MW o in Germania, maggior produttore mondiale di pale eoliche, con ben 23.903 MW (dati riferiti a fine 2008).

La produzione di energia elettrica dal vento può essere realizzata anche attraverso aerogeneratori di altezza e potenza ridotte (10-20 metri, e anche meno), in grado di servire utenze diffuse (aziende agricole, imprese artigianali, utenze domestiche, ecc.) e risultare integrati in paesaggi agricoli. In Italia questo modello sta compiendo oggi i primi passi, ma ha importanti potenzialità proprio per le caratteristiche del territorio italiano e del vento presenti.

Altra alternativa ai combustibili fossili sono le *biomasse*, utilizzabili ai fini energetici, consistono in tutti quei materiali organici che possono essere utilizzati direttamente come combustibili o trasformati in combustibili liquidi o gassosi, negli impianti di conversione, per un più comodo e vasto utilizzo. Il termine biomassa riunisce materiali di natura eterogenea, dai residui forestali agli scarti dell'industria di trasformazione del legno o delle aziende zootecniche. In generale si possono definire biomasse tutti i materiali di origine organica provenienti da reazioni fotosintetiche (il processo che permette alle piante di convertire l'anidride carbonica in materia organica sfruttando l'energia solare).

In Italia le biomasse coprono circa il 2,5% del fabbisogno energetico, con un apporto di anidride carbonica in atmosfera che può essere considerato virtualmente nullo poiché la quantità di CO<sub>2</sub> rilasciata durante la combustione è equivalente a quella assorbita dalla pianta durante il suo accrescimento. Perché questo processo sia effettivamente considerabile neutro in termini di produzione di gas serra, deve essere mantenuta la ciclicità del processo riproducendo sempre la biomassa utilizzata. Le biomasse possono essere utilizzate in impianti di produzione termica di dimensioni diverse, dimensioni strettamente legate alle caratteristiche del territorio e alla reperibilità del suddetto combustibile in zone limitrofe.

Oltre a queste, fa parte delle fonti rinnovabili, l'energia geotermica la quale utilizza le sorgenti di calore, che provengono dalle zone più interne della Terra, nel sottosuolo. È naturalmente legata a quei territori dove vi sono fenomeni geotermici (in Italia si evidenziano come "zone calde" la Toscana, il Lazio, la Sardegna, la Sicilia e alcune zone del Veneto, dell'Emilia Romagna e della Lombardia) dove il calore che si propaga fino alle rocce prossime alla superficie può essere sfruttato per produrre energia elettrica attraverso una turbina a vapore, oppure per il riscaldamento a livello residenziale ed industriale.

In Italia lo sfruttamento della risorsa geotermica è per il momento limitato alla Toscana ed all'alto Lazio con una capacità totale installata a fine 2007 di 723 MW, ed una produzione di elettricità di 5.248 GWh pari all'1,74% della produzione elettrica nazionale.

In aggiunta al sole, al vento, alla terra, è possibile utilizzare a fini energetici anche l'acqua.

---

34 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)

35 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)

Si tratta degli *impianti idroelettrici*<sup>36</sup> o mini-idroelettrici se di potenza inferiore a 10 MW, di ridotta dimensione e con un basso impatto ambientale. L'energia viene ottenuta attraverso impianti idraulici che sfruttano la portata dell'acqua per muovere le turbine. Il mini-idroelettrico può rappresentare una importante risorsa in molti territori agricoli e montani, sfruttabile sia recuperando strutture esistenti lungo i fiumi (condotte, depuratori, acquedotti), sia, laddove ci siano portate interessanti, realizzando salti e interventi di limitato impatto nei confronti dei bacini idrografici. In Italia la potenza mini-idroelettrica installata a fine 2007 era di 2.522 MW.

Oltre ai fiumi anche i mari sono una realtà da non trascurare. La produzione di energia da moto ondoso o di sfruttamento delle maree suscitano infatti notevole interesse. Le onde del mare sono un accumulo di energia presa dal vento. Più sono lunghe le distanze e più vi è la possibilità di accumulo. Vista la vastità del mare e l'energia contenuta in un'unica onda, vi è un immenso serbatoio di energia rinnovabile che può essere usato. Il totale medio annuo di energia contenuta nel moto ondoso al largo delle coste degli Stati Uniti, è stato stimato intorno ai 2.100 terawattora.

In paesi come: Portogallo, Regno Unito, Danimarca, Canada, Stati Uniti, Australia, Nuova Zelanda, ed altri ancora vi sono decine di aziende ed istituti di ricerca che se ne occupano in modo esclusivo, il Governo Scozzese ha istituito un premio di 10 milioni di sterline (Saltire Prize) a riguardo e numerose iniziative e convegni sono organizzati ogni anno. Il costo per KWh, utilizzando questa fonte, è già vicino a quello dell'eolico, dato incoraggiante, visto che sono ancora i primi prototipi.

Il primo brevetto risale al 1917 e consisteva in un'asta dentata fissata ad un galleggiante che trasferiva l'energia ad un'installazione fissa sulla costa. Da allora sono stati fatti molti passi in avanti.

Le tecnologie in fase di sperimentazione e quelle già utilizzate (Pelamis, WAC, AquaBuOY, Wave Dragon, ecc...) sono varie e numerose. Sono stati realizzati dispositivi galleggianti ancorati con un cavo che si srotola e si avvolge, tappetini piezoelettrici, contenitori che si riempiono e si svuotano d'acqua, sistemi di galleggianti di varia natura e sistemi fissi sia sulla costa che sul fondo del mare che ottengono energia in molteplici modi.<sup>37</sup>

Ecco che dopo aver illustrato brevemente tutte queste alternative è possibile farsi un'idea di come cambiare qualcosa a partire dal proprio piccolo, dalla propria casa.

È sicuramente più difficile per le grandi aziende che necessitano di grandi quantitativi di energia, e soprattutto ne hanno bisogno ininterrottamente, anche quando non c'è il sole per esempio, sicuramente è un problema da risolvere. Nel frattempo sarebbe buona cosa che ognuno rifletta sulla possibilità di adottare questo tipo di impianti, che avranno anch'essi dei difetti, non per ultimo l'onerosità dell'investimento iniziale, ma che a lungo andare premiano sia a livello economico che ambientale.

## 3.6 Eticità anche nel risparmio

Quando si pensa alla finanza e agli investimenti, si pensa sempre al rendimento in termini di denaro che essi possono ottenere, quasi come unico parametro. Ogni volta che si procede ad attuare un investimento vengono fatti dei precisi calcoli di convenienza economica che stabiliscono se è opportuno o meno andare incontro a quella spesa, se l'azione è vantaggiosa sul piano economico si attuerà altrimenti si cercherà un investimento migliore.

Raramente vengono fatte considerazioni di tipo etico-solidali in questo campo, nonostante ciò c'è chi ha pensato e sta portando avanti gli studi della cosiddetta finanza etica, la quale valuta gli investimenti, non solo in base al rendimento economico ma anche all'utilità che questi hanno a livello sociale. Il credito, in tutte le sue forme, è un diritto umano e quindi di tutti senza differenze, il cui accesso è consentito anche

---

36 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)

37 Per maggiori informazioni consultare il sito [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it)

alle fasce più deboli della popolazione. L'efficienza con cui vengono gestiti i fondi è considerata parte integrante della responsabilità etica che sta sia nel mettere a disposizione il proprio risparmio sia nel farne un uso che consenta di conservarne il valore, che sia coerente con le scelte di utilità sociale, rispetto umano e ambientale che ne stanno alla base.

La finanza orientata all'eticità non ritiene legittimo l'arricchimento basato sul solo possesso e scambio di denaro. Il tasso di interesse quindi ha la funzione di misurare l'efficienza con cui il risparmio è stato salvaguardato e investito in progetti adeguati. Non sarà nullo ma comunque il più basso possibile in relazione ai calcoli economici ed etico-sociali compiuti.

Cosa molto importante, che la contraddistingue, è la scelta di rendere partecipi delle decisioni più rilevanti dell'impresa, non solo i soci della stessa, ma anche i risparmiatori. Le forme con cui essi intervengono comprendono sia meccanismi diretti di indicazione delle preferenze nella destinazione dei fondi, sia meccanismi democratici di partecipazione alle decisioni. La finanza etica in questo modo si fa promotrice di una democrazia economica difficile da trovare altrove.

La responsabilità sociale e ambientale che questo tipo di finanza porta avanti fa sì che si escludano in partenza rapporti con attività economiche che ostacolano lo sviluppo umano e violano i diritti fondamentali delle persone, è il caso del commercio di armi, di produzioni lesive della salute e dell'ambiente, sfruttamento di minori e repressione delle libertà civili.<sup>38</sup>

La nascita degli investimenti con finalità sociale risale alla protesta attuata negli USA contro la guerra nel Vietnam, in particolare da parte degli studenti che criticavano il modo in cui venivano investiti i fondi delle proprie Università. Successivamente divenne uno strumento usato per boicottare quelle imprese che intrattenevano rapporti commerciali con Paesi razzisti (Sud Africa) o dittatoriali (Cile).

Il primo fondo comune etico negli Stati Uniti fu il Pioneer Fund, che gestiva gli investimenti di varie istituzioni religiose ed escludeva titoli di imprese operanti nel settore del tabacco, alcool, gioco d'azzardo. Nel 1961 nacque il *Foursquare*, nel 1971 il *Pax World Fund*, nel 1972 il *Dreyfus Third Century Fund*. Nel Regno Unito invece il primo fondo ad essere creato, fu, nel 1984, il *Friends Provident's Stewardship Trust*. Per far capire come il fenomeno si sta espandendo di seguito sono riportati alcuni dati:

- le imprese sostenibili quotate in Borsa sono duecento in 33 Paesi,
- il loro valore supera i 4.300 miliardi di dollari,
- l'investimento etico interessa potenzialmente circa il 40-50% degli investitori,
- dal giugno 1999 la società *Dow Jones* che rileva l'indice azionario di Wall Street, ha realizzato un sottoindice *Dow Jones Sustainability Group Index*<sup>39</sup> (DJSI) che monitora e raggruppa i risultati borsistici di aziende "sostenibili",
- negli Stati Uniti il numero di questi fondi è cresciuto dai 4 del 1980 ai più di 180 attuali, con un capitale complessivo che è passato dai 40 ai 1000 miliardi di dollari;
- in Gran Bretagna i fondi presenti sono 45,
- in Italia al momento sono stati attivati 9 fondi socialmente responsabili.

I prodotti che offre la finanza etica sono: prodotti etici in senso stretto i quali offrono all'investitore la garanzia di un uso equo e moralmente corretto del denaro; prodotti indirizzati che utilizzano il capitale raccolto a sostegno di specifiche attività socialmente utili, e prodotti umanitari i quali hanno l'obiettivo di incrementare le risorse destinate alla solidarietà internazionale.

Diversi sono anche gli intermediari finanziari etici o alternativi che sono venuti a crearsi nei vari Paesi, dalle Associazioni senza scopo di lucro e fondazioni, Società cooperative, Società di investimento dell'Economia sociale e Banche, tra le quali la più conosciuta è Banca Etica. Per la maggior parte tutte queste strutture sono riunite nell'International Association of Investors in the Social Economy (INAISE), che raccoglie 40 membri di 16 Paesi differenti.<sup>40</sup>

---

38 Elisa Baldessone, Marco Ghiberti, *L'euro solidale*, EMI, Bologna, 1998.

39 Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.sustainability-index.com](http://www.sustainability-index.com)

40 Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.finanza-etica.it](http://www.finanza-etica.it)

La prima istituzione di finanza etica in Italia è stata appunto Banca Etica, concepita dalle organizzazioni del Terzo Settore, del volontariato e della cooperazione internazionale. I primi passi sono stati mossi dalle cooperative Mag (Mutue per l'Autogestione) con l'obiettivo di creare un sistema di raccolta e impiego del risparmio tra soci privilegiando chi si trovava in situazioni di difficoltà e proponendo progetti con finalità sociale. Negli anni '90 il settore finanziario ha subito delle modifiche legislative rilevanti e ciò ha obbligato il sistema MAG a rivedere i suoi assetti e modificarli di conseguenza. Una volta messi in contatto con le istituzioni del mondo della cooperazione sociale, del volontariato e dell'associazionismo, si concretizzò nel dicembre 1994 l'Associazione Verso la Banca Etica, alla quale parteciparono l'intero movimento delle MAG e HYPERLINK "<http://www.bancaetica.com/Content.ep3?ID=771103>" diverse organizzazioni rappresentanti l'intero panorama associativo nazionale, tra cui l'ACLI, l'AGESCI, l'ARCI, Associazione Botteghe Commercio Equo solidale, Associazione Italiana Agricoltura Biologica, Cooperazione Terzo Mondo (CTM-Altromercato) e Mani Tese.

L'obiettivo era quello di organizzare i punti essenziali attraverso i quali si sarebbe costituita poi la Banca Etica e soprattutto studiarne la fattibilità analizzandone le reali opportunità e modalità di realizzazione. Questa fase fu realizzata grazie all'ausilio di una società di consulenza, la McKinsey & Company.

L'idea di fondo era quella di proporre una diversa concezione dello sviluppo umano, sociale e ambientale che si fondasse su valori di solidarietà e aiuto reciproco anziché sul profitto a tutti i costi. Queste esigenze, sentita sia dai risparmiatori più responsabili che dalle organizzazioni non profit, confluirono insieme formando un punto di incontro qual'era, ed è tuttora, Banca Etica.

Oggi conta 12 filiali e una rete capillare di promotori finanziari, chiamati "banchieri ambulanti", su tutto il territorio nazionale. A dieci anni dalla sua nascita, Banca Etica ha raggiunto una raccolta di capitale sociale di più di 20 milioni di euro, conferito da 30 mila soci, di cui circa 4.000 sono persone giuridiche (tra queste 9 Regioni, 40 Province, 300 Comuni). L'Istituto raccoglie depositi per oltre 550 milioni di euro e sta finanziando più di 3.400 progetti dell'economia solidale per un valore superiore ai 440 milioni di euro. I valori che guidano le scelte strategiche, le linee politiche e i comportamenti operativi di tutti coloro che a vario titolo e a diversi livelli cooperano per realizzare la missione di questa Banca sono:

- **la centralità della persona**, con la quale si approfondiscono relazioni interpersonali, fondate sulla nonviolenza, come valore fondamentale per lo sviluppo di un modello economico a servizio dell'uomo e rispettoso della natura,

- **l'equità**, cioè la ricerca di una distribuzione della ricchezza e delle risorse che superi le disuguaglianze sociali, e promuova lo sviluppo di una vita dignitosa anche alle persone più deboli,

- **la responsabilità**, sensibilizzando le persone ad agire, non solo per il proprio interesse economico, ma ponendo attenzione ai riflessi che le proprie azioni economiche hanno sulla società, sull'ambiente e sulle generazioni future,

- **la trasparenza**, sia nelle relazioni che nelle comunicazioni con gli stakeholder che hanno il diritto di conoscere i comportamenti della stessa e valutare se le scelte prese riscontrano effettivamente i valori dichiarati,

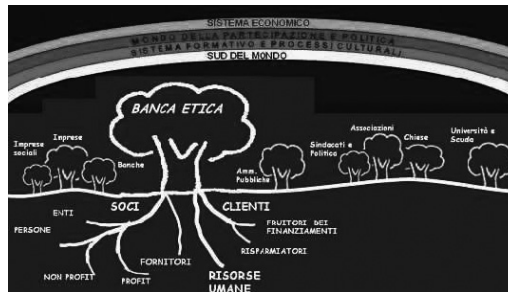
- **la cooperazione**, essenziale per raggiungere gli obiettivi prefissati, perché impegnandosi insieme si può mirare a mete più alte che non lavorando separatamente ognuno per se, per cui ognuno ha un ruolo attivo di partecipazione all'interno della struttura.

- **la sobrietà**, tramite il contenimento dei consumi di merci e risorse, la valorizzazione del saper fare, la ricerca della qualità rispetto alla quantità e l'adozione di modalità di scambio non esclusivamente mercantili, ma basate sul dono e la reciprocità,

- **l'impegno** ad essere efficace ed efficiente nell'uso delle risorse, affinché si crei il massimo beneficio per tutti senza sprechi di alcun genere.

Gli attori coinvolti nel progetto Banca Etica (fig. 3.2) sono numerosi e tutti a loro modo importanti.

Fig. 3.2 - Gli attori coinvolti nel progetto Banca Etica



Fonte: [www.bancaetica.it](http://www.bancaetica.it) (01.06.09)

Nelle figura sopra li vediamo rappresentati come un bosco in cui gli alberi rappresentano gli attori dell'ecosistema economico, sociale e ambientale in cui la banca opera e dal quale trae le stesse energie che le permettono di crescere e prosperare.

Le radici di Banca Etica sono formate pertanto da tutti gli stakeholder (portatori di interesse) quali i soci, i clienti, i fruitori dei finanziamenti, i risparmiatori, gli investitori, i fornitori, il settore profit e il settore non profit, le risorse umane, gli enti, dai quali trae la volontà e la forza per portare avanti questo progetto nel migliore dei modi.

L'ecosistema economico, sociale e ambientale nel quale opera è invece composto da Amministrazioni Pubbliche, Sindacati e Politica, Associazioni, Università e Scuola, Banche, Imprese sociali, Imprese, Chiese con le quali collabora in progetti di diverso tipo. Fondamentale è la cooperazione con la società civile e tutti gli attori che ne fanno parte al fine di rendere il sistema più vitale, dinamico e capace di rispondere alle sfide che ci si trova ad affrontare nella quotidianità.

Banca Etica offre tutti i principali prodotti/servizi bancari, distinguendosi oltre che per le finalità etiche anche per diverse competenze specifiche. Ha la sua sede centrale a Padova ed è presente su tutto il territorio nazionale con 12 filiali e una rete di promotori finanziari, chiamati "banchieri ambulanti", che portano la banca laddove non sia presente con un proprio sportello.

Per quanto riguarda i dettagli sulla struttura operativa di Banca Etica, i prodotti e i servizi offerti si rimanda, per chi dovesse essere interessato, alla consultazione del sito, in questa sede quello che preme di più far capire è come realtà diverse da quelle che si è abituati a sentire esistano, e siano da sostenere se si vuole procedere in questa direzione.

La serietà e la coerenza di questo istituto si può verificare chiaramente in un momento delicato per il sistema bancario come quello che sta attraversando adesso, in cui molte banche crollano a causa delle speculazioni finanziarie e di investimenti ad alto rischio. Banca Etica è sicuramente tra le banche che hanno risentito meno dell'attuale crisi, tant'è che nel maggio 2009 ha consolidato la sua presenza nel capoluogo campano, dove è presente da oltre 3 anni con una filiale, trasferendosi in una nuova filiale. Un momento di crescita importante che è diventato occasione di confronto, oltre che di festa.

"La gravissima crisi che ha colpito negli ultimi mesi tutto il mondo della finanza - e dell'economia - ha reso evidente a tutti ciò che noi diciamo da sempre: la finanza non può agire fine a se stessa inseguendo profitti sempre più gonfiati. Essa deve tornare ad essere uno strumento a sostegno di un'economia reale, sana e sostenibile. Quando Banca Etica è nata, 10 anni fa, molti non credevano che la nostra utopia si sarebbe avverata. E invece ce l'abbiamo fatta e - mentre il sistema bancario vacilla - la nostra scelta di sobrietà e sostegno all'economia sociale ottiene sempre più consensi. Abbiamo chiuso il 2008 con una raccolta di risparmio in crescita del 16% e i finanziamenti in crescita del 15%" questo è quanto riportato

da Mario Crosta, direttore generale di Banca Etica.<sup>41</sup>

### 3.7 Viaggiare? Sì, ma con attenzione

Si è visto fin qui che l'eticità può riguardare tutte le sfumature del vivere quotidiano, dai consumi abituali, a quelli più particolari come l'energia e la finanza.

Ma quando si va in vacanza si può dimenticare tutto?

La risposta è no, perché esiste un'eticità anche nello svago, viaggiare deve essere un piacere per chi ha la possibilità di farlo, ma dovrebbe esserlo anche per chi ospita, come occasione di beneficio in termini di reddito e di qualità della vita.

L'attenzione e la consapevolezza sono le principali caratteristiche di un turista che si possa definire *responsabile*, che protegga le risorse ambientali, che rispetti la comunità locale ospitante e che favorisca lo sviluppo dell'economia locale e non delle grandi multinazionali che danneggiano la popolazione nativa. Più precisamente il *turismo responsabile*, secondo la definizione offerta da AITR (Associazione Italiana Turismo Responsabile), "è il turismo attuato secondo principi di giustizia sociale ed economica e nel pieno rispetto dell'ambiente e delle culture, riconosce la centralità della comunità locale ospitante e il suo diritto ad essere protagonista nello sviluppo turistico sostenibile e socialmente responsabile del proprio territorio. Opera favorendo la positiva interazione tra industria del turismo, comunità locali e viaggiatori".<sup>42</sup> AITR è un'associazione che non persegue scopo di lucro, la sua funzione è quella di promuovere, qualificare, divulgare, ricercare, aggiornare, tutelare i contenuti culturali e le conseguenti azioni pratiche legate al turismo.

Il motivo per cui si è sentita la necessità di fondare un'associazione di questo tipo e con questi obiettivi deriva dal grande sviluppo che ha avuto negli anni il fenomeno turistico, capace di spostare intorno ai 5 miliardi di persone ogni anno e dare impiego a milioni di lavoratori, circa 1 su 15 in tutto il mondo (dati riferiti all'anno 2000). Questo grande sviluppo è stato favorito certamente dall'evoluzione che hanno avuto i sistemi di trasporto e delle comunicazioni che accorciano sempre di più le distanze. Se da una parte questo è risultato un grande vantaggio dall'altra non si può non considerare le conseguenze negative che il turismo di massa ha portato per l'ambiente, le culture, la società, le economie nei paesi di destinazione, specie nel Sud del mondo.

Proprio da queste riflessioni nasce la volontà di stabilire limiti precisi e condizioni di attuazione appropriate per un turismo che possa essere un'esperienza di qualità per entrambe le parti coinvolte.

I principali documenti stilati a riguardo sono la Carta di Lanzarote" (27/28 aprile 1995), la Agenda 21 dell'ONU" (14/6/1992), il Manifesto del movimento tedesco il "Tourism Bill of Rights and Tourist Code" (OMT, 1985), la " Manila Declaration on the Social Impact of Tourism" (OMT, maggio 1997) e la " Montreal Declaration" (1997).

L'intento di questi progetti è quello di sviluppare una maggior attenzione alle relazioni tra turisti, industria turistica e comunità ospitanti, per favorire un vero rispetto delle diversità culturali, ed una disponibilità di adattamento ad abitudini e modi diversi dai propri, riducendo al minimo i danni dell'impatto socioculturale ed ambientale prodotto dai flussi turistici, incoraggiando le comunità locali a decidere sul turismo nel proprio territorio, e stabilendo con queste rapporti continuativi di cooperazione solidale. Basilare è anche la sensibilizzazione degli utenti che devono prendere coscienza del proprio ruolo di consumatori del prodotto-viaggio, da cui dipendono la qualità dell'offerta e il destino di milioni di altri individui nei luoghi di destinazione.<sup>43</sup>

---

41 Per ulteriori informazioni consultare il sito [www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)

42 Tratto dal sito internet [www.aitr.org](http://www.aitr.org)

43 Tratto dal sito internet [www.aitr.org](http://www.aitr.org)

Concetti molto simili a quello del turismo responsabile sono il *turismo sostenibile e l'ecoturismo*.

I principi della sostenibilità si riferiscono agli aspetti ambientali, economici e sociali dello sviluppo turistico e alla ricerca di un equilibrio tra queste tre dimensioni. Per raggiungere tale obiettivo, il turismo sostenibile deve porre attenzione all'utilizzo delle risorse ambientali, al mantenimento dei processi ecologici essenziali e alla conservazione del patrimonio naturale e della biodiversità.

Rispettare l'autenticità socio-culturale delle comunità ospitanti, preservando le loro strutture edilizie tipiche, il loro patrimonio culturale e i valori della tradizione e collaborare per favorire la comprensione inter-culturale e una maggior tolleranza.

Supportare delle operazioni economiche fattibili e di lunga durata, che portino dei benefici economici a tutti gli stakeholder e che siano giustamente distribuite, promuovendo lavoro stabile e possibilità di guadagno e di servizi sociali presso le comunità ospitanti e contribuendo a ridurre la povertà.

Anche le caratteristiche dell'ecoturismo riprendono questi aspetti, infatti viene definito dall'International Ecotourism Society come "un modo responsabile di viaggiare in aree naturali, conservando l'ambiente e sostenendo il benessere delle popolazioni locali".

È quindi un modo di viaggiare sostenibile in destinazioni dove sono predominanti l'aspetto naturalistico e culturale, in cui una larga parte dei benefici restano entro la comunità poiché essa è parte attiva e protagonista nello sviluppo e nella gestione della destinazione. Al di là dei dati più tecnici, i soggetti interessati all'ecoturismo sono coloro che cercano, e ai quali viene offerta, una profonda esperienza di viaggio e di vita che metta in luce il complesso rapporto fra uomo e natura e il loro giusto equilibrio.<sup>44</sup>

Turismo responsabile, sostenibile ed ecoturismo quindi sono tre realtà che si intrecciano fra loro pur mantenendo dei tratti peculiari che portano a prediligere l'una o l'altra.

---

44 Per ulteriori informazioni si vede il sito [www.ecoturismo-italia.it](http://www.ecoturismo-italia.it) (04.06.09).

## Capitolo 4 IN CONCRETO

### 4.1 Consigli utili per uno stile di vita più sostenibile

Nel capitolo precedente sono state indicate delle modalità alternative per uno sviluppo che sia quanto più sostenibile possibile ma può non essere risultato chiaro cosa poter fare in concreto per favorire questo tipo di economia.

Ecco allora di seguito alcuni spunti per vivere ogni giorno questo cambiamento, modificando il proprio stile di vita a partire dalle piccole cose: l'attenzione al cibo che si acquista che può essere equo solidale, locale, biologico, di stagione, attenzione ad evitare gli sprechi e gli scarti, a dove investire i propri risparmi, a come risparmiare energia, acqua, carburante e all'informazione mediante riviste specializzate.<sup>1</sup>

#### 1. Acquistare cibo equo solidale

- Fare acquisti per quanto possibile nelle botteghe del commercio equo solidale quali "La buona terra", "La Rondine", "El Ceibo" e tante altre può essere una buona occasione per promuovere lo sviluppo e l'indipendenza dei paesi del Sud del mondo anziché il loro sfruttamento.
- Prendere parte ad un G.A.S. è l'occasione per maturare insieme ad altri queste tematiche, ottenere uno sconto sulla merce (che, non si può negare, è più costosa di altre) e dare un aiuto concreto ai lavoratori del Sud del Mondo.

#### 2. Preferire cibo biologico e di stagione

- Prima di tutto se è possibile coltivare un orto nel proprio giardino in modo tale da essere auto sufficienti e sapere con esattezza la storia del prodotto che si porta in tavola.
- Se ciò non fosse possibile, acquistare prodotti biologici, provenienti da produttori certificati o autocertificati, purché di fiducia.
- Frequentare mercatini periodici dove sono presenti produttori diretti, che siano in grado di garantire la qualità dei prodotti (anche se non ufficialmente biologici) e che permettono di evitare i ricarichi di negozi e supermercati.
- Se si vogliono ridurre i danni ambientali e alla salute derivanti dall'allevamento di bestiame e dalla pesca industriale, si possono limitare o eliminare i consumi di carne, scegliendo altri alimenti contenenti le medesime sostanze nutritive
- Preferire sempre i prodotti di stagione. Oltre ad avere un gusto più intenso e gradevole, hanno avuto il tempo e la forza di sintetizzare i principi nutritivi che li rendono indispensabili all'organismo, ciò che non avviene quando vengono coltivati in serra in periodi dell'anno diversi da quelli previsti dal loro ciclo naturale. Consumare prodotti di stagione, quindi, è un modo per salvaguardare la propria salute oltre che l'ambiente.

---

1 Andrea Poggio, *Vivi con stile*, Terre di Mezzo, Milano, 2007.  
Alberto Castagnola, *Cosa posso fare io? Una proposta*, Città dell'altra economia, Roma, 2008.  
Ulteriori informazioni sul sito internet [www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)



### 3. favorire l'economia locale

L'economia locale può essere favorita:

- Preferendo l'acquisto di prodotti locali di cui si conosce la reale provenienza.
- Evitando gli alimenti cosiddetti freschi in buste di plastica e confezioni sottovuoto.<sup>2</sup>
- Promuovendo l'arte del "cibo fatto in casa".<sup>3</sup>

### 4. proteggere la biodiversità

Con biodiversità si intende la moltitudine di specie (vegetali e animali) presenti sulla terra che è necessario salvaguardare. In India, per esempio, 10 varietà di riso occupano oggi il 70% di un territorio su cui un tempo venivano coltivate oltre 30 mila specie diverse. E questo accade in molti altri paesi. Sia per le piante che per gli animali.

Il numero di specie esistenti si sta via via estinguendo non per cause naturali ma per l'azione dell'uomo, per l'inquinamento che produce, per lo sviluppo della caccia e della pesca indiscriminato e per il disboscamento e la distruzione della natura che privano gli animali del loro habitat lontano dai quali non riescono a sopravvivere. Proteggere la biodiversità non è semplice perché la popolazione è in continuo aumento e di conseguenza lo sono anche i consumi. È però indispensabile che l'uomo protegga gli ambienti naturali che non sono stati ancora compromessi così come le specie in via d'estinzione. Lo si può fare:

- utilizzando prodotti naturali anziché chimici,
- riducendo le emissioni di Co2 delle fabbriche,
- diminuendo i consumi superflui,
- avendo rispetto per la natura nelle sue diverse forme,
- applicando e sostenendo le leggi a favore della salvaguardia delle biodiversità.

### 5. Evitare gli sprechi e gli scarti

Evitare gli sprechi non è solamente una questione di etica ma anche una necessità, visti gli attuali problemi con i rifiuti. Si può quindi consigliare di:

- cucinare solo ciò che si intende mangiare;<sup>4</sup>
- non buttare ciò che si avanza;
- ridurre il consumo di carne;<sup>5</sup>
- non comprare prodotti inseriti in imballaggi eccessivi, a partire dal pane nella plastica, ai salumi in busta, ecc. . . ;
- scegliere il "formato famiglia", invece di tanti vasetti o pacchetti monodose;
- acquistare prodotti in bottiglie di vetro a rendere, invece che di plastica da gettare;
- privilegiare detersivi per lavatrice in forma di "ricarica", cioè contenuti in buste da vuotare nel contenitore più grande iniziale, che così può essere usato a lungo; molti supermercati hanno ormai dei distributori di detersivi alla spina;

---

2 I surgelati non si sa quando e dove sono stati cotti o pescati, e comunque la loro lavorazione richiede molta energia.

3 Dal pane, alle lasagne, torte, biscotti, yogurt, marmellate, gelato. . .

4 Ogni anno in Europa si buttano nella spazzatura il 15% della carne e il 10% del pane e della pasta messi in tavola. Nel complesso si tratta di un milione e mezzo di tonnellate di cibo buttato.

5 Si stima che se i cereali coltivati per il bestiame da carne fossero consumati direttamente dagli uomini, nutrirebbero da cinque a dieci volte il numero di persone che utilizzano la carne così ottenuta. Inoltre, se tutta l'umanità volesse consumare la stessa quantità di carne consumata dai Paesi più ricchi (80-100 chili pro capite all'anno), occorrerebbe avere a disposizione una superficie più che doppia di quella della Terra, da adibire a pascolo e a coltivazioni di cereali.

- evitare i prodotti “usa e getta”, fanno risparmiare il tempo di lavaggio ma danneggiano gravemente e per lungo tempo l’ambiente;
- scegliere prodotti, durevoli, riparabili, intercambiabili: rifiutare i prodotti progettati per essere usati per un tempo ridotto e predefinito;
- al supermercato e alle botteghe usare le proprie borse<sup>6</sup> (specie se in iuta o in tela lavabile) rifiutando le buste in plastica;<sup>7</sup>
- non gettare nei cassonetti il materiale elettronico scartato e verificare, prima di comprare i nuovi apparecchi, se il venditore ritira quelli vecchi;
- verificare se è possibile riparare un oggetto prima di gettarlo;
- acquistare stoviglie monouso biodegradabili in Mater B a base di amido di mais o i Pla, a base di acido polilattico;
- fare la *raccolta differenziata* per contribuire alla tutela dell’ambiente, per ridurre i volumi delle discariche, per evitare sprechi di risorse e risparmiare energia;
- evitare i contenitori in tetrapak (cartoni a molti strati) perché difficili da riciclare per la difficoltà di separare lo strato di carta da quelli in alluminio o plastica;
- privilegiare beni di consumo prodotti in materiale riciclabile.

## 6) Impegnarsi nella finanza solidale

Informarsi sull’utilizzo che le banche fanno dei risparmi, che progetti finanziano, che sviluppo promuovono. Non utilizzare come unico parametro il tasso di interesse.

Banca etica, per esempio, pubblica sul sito Internet l’elenco dei soggetti finanziati, offrendo la possibilità di valutare se essi corrispondono o meno ai propri valori e aspettative. Inoltre, per essere più trasparente possibile, tiene i clienti periodicamente informati sulle iniziative della banca tramite l’utilizzo dell’estratto conto.

Di seguito una piccola storia per capire meglio:

*“Un giorno il Sig. Rossi andò in banca per investire 100 Euro dei suoi risparmi. Sceglie di metterli in un Fondo Etico che dovrebbe consentire di devolvere parte degli utili per sostenere progetti di solidarietà, sviluppo e difesa dell’ambiente. Il Sig. Rossi tornò a casa soddisfatto ritenendo di aver agito in modo coerente con i propri ideali. Ma che fine hanno fatto i 100 Euro di Rossi? Il gestore del Fondo Etico, all’insaputa del risparmiatore, decide di acquistare azioni del gruppo industriale XYZ il quale possiede quote della ditta Fusi, produttrice di armi che vengono vendute ad un paese del Sud del Mondo in guerra. Alla fine dell’anno, la ditta restituisce un interesse pari a 20 Euro, il gestore del fondo ne trattiene 5 per le sue spese, e accredita sul conto del Sig. Rossi 15 Euro, il quale molto soddisfatto decide di utilizzare questo guadagno per finanziare l’organismo “Fabem”, per sostenere dei medici volontari che lavorano in quel paese del Sud del mondo dove la ditta Fusi ha venduto le armi. Così:  
Il risparmio del Sig. Rossi serve per costruire fucili, il guadagno per comperare le bende per i feriti”<sup>8</sup>*

7 Considerate dannosissime in quanto resistenti per 400 anni nel deserto, in fondo al mare, sulle rive dei fiumi o sulle cime del Tibet. Un pericolo quindi per qualsiasi ecosistema.

8 Associazione Il giracose, Cambiare è possibile, collana “stili di vita”

## 7) Risparmiare energia

I modi per risparmiare energia sono numerosi e alla portata di tutti, basta fare attenzione anche alle piccole azioni come:

- spegnere la luce quando si esce da una stanza o quando non serve,
- utilizzare le lampadine a basso consumo,<sup>9</sup>
- non lasciare computer ed elettrodomestici connessi alla fonte di elettricità (stand by, accesi ma non in funzione), staccare i carica batterie o telefonini dalla presa,
- usare la lavatrice a temperature basse (30°-60°) e solo a pieno carico,
- possibilmente lavare i piatti a mano con alcuni accorgimenti (lasciare in ammollo la sera, spe rimentare i detersivi più efficaci e meno inquinanti, usare l'acqua calda dove si è bollita la pasta, ecc.),
- nella lavastoviglie, rinunciare all'asciugatura dei piatti ad aria calda: aprire lo sportello e lasciare che i piatti si asciughino da soli permette di risparmiare il 45% di energia su un ciclo completo,
- preferire l'uso di lavapiatti e lavatrici nelle ore serali e notturne (se non disturba i vicini) quando le centrali vengono impiegate di meno e possono erogare elettricità senza sovraccarichi di potenza,
- aprire il frigorifero meno volte al giorno per il tempo più breve possibile,
- regolare il termostato a seconda della temperatura dell'ambiente: una temperatura troppo bassa (meno di 3 gradi centigradi) fa aumentare i consumi anche del 10-15% senza migliorare la conservazione del cibo,
- nel caso di acquisto di nuovi elettrodomestici, chiedere quelli di categoria A (A+, A++, ecc.) che consumano meno energia,
- invece delle pile usa e getta (la cui produzione richiede molta più energia di quanta non ne eroghino), utilizzare quelle ricaricabili con un caricabatteria da collegare alle spine di casa,
- se si ha la possibilità installare pannelli fotovoltaici per la produzione di energia o termici per ottenere acqua calda, oppure piccoli motori eolici se la zona è ventosa, può sembrare un investimento oneroso ma vi sono degli appositi incentivi e la spesa può essere recuperata in un tempo molto breve.

## 8. Usare l'acqua con criterio

Considerato che un miliardo e 400 milioni sono le persone che non hanno accesso all'acqua potabile, non sprecare quella che si ha la fortuna di possedere sembra il minimo. Anche in questo caso le modalità sono molte, piccoli accorgimenti come:

- bere l'acqua del rubinetto che di regola è buona e molto controllata anziché comprare quella in bottiglia,<sup>10</sup>
- applicare i riduttori di flusso a tutti i rubinetti e alla doccia. Mescolando acqua e ossigeno riducono dal 30 al 50% il consumo di acqua, conservandone il potere detergente,
- se si acquista acqua minerale, scegliere un'acqua della zona e non una che proviene da lontano; scegliere quelle in bottiglia di vetro e con il vuoto a rendere; tenere l'eventuale acqua in bottiglia di plastica lontano da fonti di calore e al riparo dai raggi solari,

9 Pur essendo più costose, durano otto volte di più e consumano quattro volte di meno

10 Gli italiani sono i maggiori consumatori di acqua in bottiglia al mondo.

La presenza di calcare nell'acqua non è un fattore pericoloso per la salute e anzi è un elemento di prevenzione per alcune malattie cardiovascolari.

- se l'acqua non ha un gusto gradevole o non è potabile, sono possibili tre soluzioni: se dipende dai tubi vecchi e arrugginiti dell'edificio, si può munire il rubinetto di un filtro meccanico a rete; se le cause sono a monte, si possono usare delle cartucce filtranti con una miscela di carbone attivo e scambiatore di ioni, per l'eccesso di magnesio e calcio si può installare un impianto di addolcimento (chiamando degli esperti).
- usare delle bacinelle di raccolta dell'acqua per poterla riutilizzare (quella del lavaggio della verdura servirà per i fiori, quella dei lavaggi personali per il wc, quella della pasta per sgrassare le pentole...),
- anche l'acqua piovana può essere raccolta installando una cisterna, la si può usare successivamente per innaffiare fiori e ortaggi coltivati in casa o all'aperto,
- fare attenzione al tempo che si trascorre in doccia, in 4 minuti si consumano mediamente 50 litri di acqua,
- chiudere il rubinetto mentre ci si lava i denti, aprirlo solo per il risciacquo,
- innaffiare i fiori sempre verso sera: l'acqua evapora più lentamente e viene in maggior misura assorbita dalla terra.

### **9) Cambiare modalità di trasporto**

Considerando che il 25% dell'anidride carbonica emessa a livello mondiale è attribuita al settore trasporti in Europa, e che se le condizioni delle emissioni in Europa rimangono come le attuali, nel 2020 è previsto un numero di vittime da inquinamento atmosferico cresciuto a 8 milioni all'anno:

- Quando è possibile, preferire i mezzi pubblici all'auto personale.
- Usare biciclette e bici elettriche come mezzo di spostamento principale.
- Convertire le auto a benzina in auto con impianti a metano o a GPL.
- Provare a organizzare sul posto di lavoro o con dei vicini, dei trasporti in comune, usando a turno una sola auto (car- pooling).
- Se in città esistono dei servizi efficienti di car-sharing (condivisione di un parco auto comune), provare a vedere se conviene; all'inizio può sembrare un cambiamento complesso, ma ci si fa presto l'abitudine.
- È in fase sperimentale un sistema "Roadsharing", una specie di autostop informatizzato. Chi offre un passaggio si registra sul sito indicando luogo di partenza e di arrivo, e resta in attesa di chi sta cercando un passaggio in quella direzione; analogamente chi cerca un passaggio precisa le sue esigenze. Il contatto tra domanda e offerta è stabilito dal sito.
- Preferire all'auto un motorino di piccola cilindrata.
- Se si è costretti ad usare un'auto, mantenere una velocità moderata in autostrada e sulle strade esterne e urbane: andare a 125 chilometri all'ora invece che a 110 comporta un aumento del consumo del 20%.
- Uno stile di guida tranquillo permette di risparmiare dal 5 al 25% di carburante.
- Spegnerne il motore durante soste lunghe (ai passaggi a livello, ai semafori lunghi, sotto i tunnel, per parcheggi temporanei).
- Spegnerne tutti i dispositivi elettrici quando non sono realmente necessari,
- Evitare di riscaldare il motore a veicolo fermo.
- Usare al minimo il condizionatore.

### **10) Fare attenzione alle modalità di viaggio**

Anche quando si tratta di svago, avere degli accorgimenti è indispensabile affinché ospiti e ospitanti possano vivere insieme un'esperienza di qualità, è necessario quindi:

- chiedersi il motivo del viaggio,
- informarsi sulla storia e sulla cultura del Paese di destinazione,
- chiedere quale percentuale del prezzo del viaggio va alle comunità ospitanti,
- mettere in valigia lo spirito di adattamento,
- lasciare a casa le incertezze
- rispettare le persone, l'ambiente e il patrimonio storico,
- non chiedere privilegi che causino un impatto negativo,
- non adottare comportamenti offensivi verso chi ospita, cercare invece rapporti umani,
- privilegiare i Paesi dotati di piccole attrezzature turistiche (camere in affitto, piccole pensioni e mezzi pubblici di trasporto),
- prepararsi leggendo libri ambientati nella zona o testi di storia,
- leggere i quotidiani locali,
- evitare il più possibile l'auto e utilizzare al suo posto mezzi pubblici,
- parlare il più possibile con la gente del luogo.

### **11) Leggere riviste specializzate**

Non limitarsi alla visione di telegiornali o giornali, che hanno come unico obiettivo l'indice di ascolto, che utilizzano le notizie di cronaca nera, le disgrazie delle persone per farne un servizio che possa incuriosire la gente. Che al mondo non ci sono solo persone "per bene" si sa, allora perché non mandare in onda e scrivere sulle testate dei giornali tutte le cose positive che accadono invece del contrario? Perché non cercare di influenzare anche coloro che magari semplicemente non ci pensano a fare del bene?

Al giorno d'oggi fa più notizia chi commette un reato o è complice di uno scandalo, di chi ha compiuto qualcosa di buono e trascorre la propria vita a servizio degli altri.

Ecco perché sono nate delle riviste specializzate che si propongono con semplicità come fonti di informazione alternativa, nel tentativo di offrire una lettura critica degli avvenimenti e problemi nazionali e internazionali e di dare voce agli "ultimi", a coloro che mettono la propria vita a disposizione del prossimo, che cercano di trovare delle soluzioni a tutti i problemi visti in precedenza (sviluppo del Sud del mondo, della produzione locale, protezione della biodiversità, finanza solidale, risparmio energetico, riduzione degli sprechi, turismo responsabile, ecc...).

Tra queste riviste si distinguono quelle del mondo missionario, della cooperazione internazionale, della solidarietà in generale, riviste come "Valori" (mensile di economia sociale e finanza etica), "Terre di Mezzo" (street magazine), "AltrEconomia" (mensile sull'economia solidale), "AltroConsumo" (mensile per l'informazione e la tutela dei consumatori), tra le più note.

## 4.2 Come leggere l'etichetta

Saper leggere l'etichetta dei prodotti è fondamentale se si vuole conoscerne la storia. L'etichetta fornisce al consumatore molte più informazioni di quanto si pensi, basta saperla interpretare correttamente, la si può definire la *carta d'identità* di un prodotto. Tutto quello che lo riguarda deve essere riportato, è un obbligo che i produttori hanno verso i consumatori, di chiarezza, lealtà e informazione.

In altre parole, il ruolo delle etichette è quello di:

- tutelare il consumatore, in forza delle normative (regionali, nazionali ed europee) a cui devono sottostare;
- consentire una scelta del prodotto conforme alle proprie specifiche esigenze (evitare prodotti a cui si è allergici, di origine animale, prodotti con oli vegetali...);
- favorire una miglior valutazione del prodotto stesso (rapporto qualità/prezzo, provenienza: lo cale/estera, data di scadenza: a breve/lungo termine, presenza di additivi, qualità e quantità degli ingredienti presenti...).

La Commissione Europea, tramite la Direzione Generale Salute e tutela dei consumatori, ha pubblicato un opuscolo informativo che raccoglie alcune delle informazioni più utili al consumatore nella lettura dell'etichetta, al fine di sostenerlo nella scelta dei prodotti alimentari e renderlo più consapevole.

Di seguito è riportato un riepilogo delle notizie più significative<sup>11</sup>:

- **Quantità:** sulla confezione è indicata la quantità NETTA del prodotto
- **Denominazione:** specifica di cosa si tratta e gli eventuali trattamenti subiti (prodotto in polvere, congelato, concentrato, affumicato, ecc.)
- **Ingredienti:** elencati in ordine decrescenti di peso, compresi quelli che possono provocare reazioni allergiche. Per quelli descritti con la denominazione del prodotto è necessario indicare la percentuale presente.
- **Durata:** indica per quanto tempo l'alimento rimane fresco e può essere consumato senza alcun rischio. La formula: "da consumarsi entro" viene utilizzata per alimenti che si degradano facilmente e che possono causare intossicazioni alimentari se consumati dopo questa data, è il caso di carne, uova e latticini; per gli alimenti che invece possono essere conservati più a lungo viene utilizzata la formula "da consumarsi preferibilmente entro" in quanto consumare il prodotto dopo la data fissata come scadenza non è pericoloso, semplicemente può perdere il sapore o la consistenza.
- **Fabbricante/Importatore:** il nome e l'indirizzo di questi soggetti devono essere chiaramente indicati sulla confezione del prodotto in modo tale che il consumatore possa rivolgersi a qualcuno nel caso necessiti di maggiori informazioni, o voglia contattarli per un reclamo.
- **Biologico:** la denominazione "agricoltura biologica - regime di controllo CE" e l'utilizzo del relativo logo sono sottoposti a una rigorosa normativa comunitaria (vedi § 3.2) e sono permessi soltanto a coloro che applicano metodi specifici di produzione alimentare conformi agli standard previsti, nel rispetto della protezione dell'ambiente e degli animali.
- **OGM:** organismi geneticamente modificati: per i prodotti che hanno un contenuto OGM superiore allo 0,9% è obbligatoria l'indicazione sull'etichetta che deve riportare tutte le sostanze presenti con la dicitura "geneticamente modificato"
- **Origine:** è obbligatoria l'indicazione del paese o della regione d'origine per categorie di prodotti quali la carne, la frutta e la verdura, e nel caso in cui ci siano altri elementi stampati sulla stessa etichetta che possano indurre in errore il consumatore.

11 Per ulteriori informazioni consultare il sito <http://ec.europa.eu>

12 Per maggiori informazioni consultare il sito della commissione europea: [ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)

•**Valore nutritivo:** descrive il valore energetico nonché gli elementi nutritivi di un prodotto alimentare (es. proteine, grassi, fibre, sodio, vitamine e minerali). Queste informazioni devono essere fornite nel caso in cui al prodotto sia associata un'indicazione nutrizionale.

Indicazioni nutrizionali e sulla salute: esistono norme UE per garantire che le indicazioni nutrizionali o sulla salute riportate sulle confezioni degli alimenti corrispondano a verità e siano basate su elementi scientifici. Le indicazioni riguardante un "basso" o "elevato" contenuto di un prodotto devono essere conformi a definizioni armonizzate, in modo che abbiano lo stesso significato in tutti i paesi dell'UE; le indicazioni relative agli effetti sulla salute sono permesse soltanto se possono essere dimostrate scientificamente. Sono vietate le indicazioni relative alla prevenzione, al trattamento o alla cura di una malattia, cenni che portino a credere che il mancato consumo del prodotto possa compromettere la salute, indicazioni sulla percentuale o l'entità della perdita di peso, referenze o pareri positivi di singoli medici.

Oltre alle informazioni previste per legge, i produttori sono liberi di fornire qualsiasi altra informazione, purché sia accurata e non induca in errore il consumatore.<sup>12</sup>

## Esempi di etichette di alcuni prodotti più significativi

Di seguito sono riportate delle etichette di diversi prodotti con la descrizione delle informazioni che devono contenere e che possono essere utili ai consumatori al fine di una corretta valutazione del prodotto da acquistare.<sup>13</sup>

### Latte

Il LATTE, uno degli elementi principali dell'alimentazione dell'uomo, consumato a tutte le età, è disponibile in vasta gamma.

Accanto al latte "tradizionale" (a breve, media, lunga conservazione) vi sono altri tipi di latte "modificato" come quello ad alta digeribilità, arricchito, fortificato, aromatizzato, scremato o parzialmente scremato, disidratato o parzialmente disidratato.

Per legge la confezione deve riportare:

- il trattamento subito,
- la temperatura di conservazione,
- la ragione sociale e la sede dello stabilimento,
- la data di scadenza,
- la quantità contenuta.

Fig. 4.1 Etichetta di un cartone del latte



Fonte: Regione Lombardia "Guida alla lettura dell'etichetta".

## Carne

Per quanto riguarda le carni preconfezionate l'etichetta deve riportare:

- riproduzione del bollo sanitario dello stabilimento che ha effettuato il sezionamento ed il confezionamento,
- ragione sociale e sede dello stabilimento,
- peso netto,
- denominazione commerciale: specie, categoria e taglio,
- data di scadenza,
- lotto di produzione,
- modalità di conservazione.



fig. 4.2 etichetta carne di pollo preconfezionata

Fonte: Regione Lombardia "Guida alla lettura dell'etichetta".

Per le **carni bovine** esiste un sistema di etichettatura più vincolante, oltre alle indicazioni valide per le altre carni, obbliga all'indicazione di:

- codice di riferimento che rappresenta il nesso tra il taglio di carne al banco e l'animale o il gruppo di animali macellato;
- paese di nascita;
- paese/paesi di ingrasso;
- nome del paese e numero del laboratorio dove è avvenuta la macellazione;
- nome del paese e numero di laboratorio dove è avvenuto il sezionamento.

Altre indicazioni possono essere apposte in maniera volontaria e riguardano:

- animale (razza o tipo genetico, caratteristiche legate al genoma, sesso, età dell'animale);
- allevamento (azienda di nascita e/o allevamento, tecnica di allevamento, metodo di ingrasso, alimentazione);
- macellazione (data di macellazione e/o preparazione delle carni, periodo di frollatura).

## Pesce

Il Regolamento europeo che stabilisce le norme per l'etichettatura del pesce prevede l'apposizione in etichetta di informazioni circa:

- denominazione commerciale della specie,
- denominazione scientifica della specie,
- metodo di produzione (pescato, pescato in acqua dolce, allevato),
- zona di cattura,
- bollo sanitario, solo su preconfezionato.

La provenienza aiuterà il consumatore ad evitare l'acquisto di pesci provenienti da mari inquinati e comprendere le ragioni di elevate differenze di prezzo, tra due pesci all'apparenza identici.

Fonte: Regione Lombardia "Guida alla lettura dell'etichetta"

Fig. 4.3 Etichetta pesce confezionato





## Prodotti Ortofrutticoli

I prodotti ortofrutticoli possono essere venduti sfusi, senza imballaggio, tuttavia è comunque obbligatorio che il rivenditore al dettaglio apponga sulla merce messa in vendita un cartello sul quale figurino in caratteri molto chiari e leggibili le indicazioni relative:

- alla varietà, se prevista (mele golden, pomodoro camone, patate primura, uva italia);
- alla categoria (I, II, Extra, individuata sempre in relazione alle caratteristiche del prodotto come previste dalle specifiche norme di qualità);
- all'origine del prodotto (Paese d'origine ed eventualmente zona di produzione);
- prezzo.

Per la frutta e la verdura vendute in confezione, oltre alle informazioni suddette è fatto obbligo di riportare in etichetta:

- la quantità netta nominale;
- nome o ragione sociale o marchio depositato e sede del fabbricante o del confezionatore o di un venditore stabilito nella CE;
- sede dello stabilimento di produzione o di confezionamento;
- il numero del lotto di produzione che nella maggior parte dei casi coincide con la data in cui è stato preparato il lotto.

Fig. 4.4 Etichetta prodotti ortofrutticoli



Fonte: Regione Lombardia "Guida alla lettura dell'etichetta".

## Uova

Dal 1° gennaio 2004 sul guscio delle uova è apposto un codice che ne indica la provenienza e la tipologia.

Le diciture sono:

- il tipo di allevamento:

0 per il biologico

1 per le galline allevate all'aperto

2 per le galline allevate a terra

3 per quelle in batteria

- la sigla del paese di allevamento: IT, FR etc

- il codice attribuito all'allevamento: (8 caratteri) che comprende la provincia, il codice ISTAT del comune sede dell'allevamento ed il numero che l'ASL attribuisce all'azienda agricola.

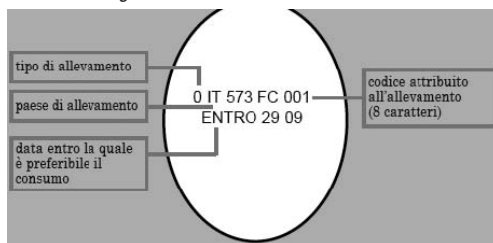
Queste nuove indicazioni si aggiungono alla data di deposizione dell'uovo o alla data entro la quale è preferibile consumarlo.

Le uova di categoria A (fresche destinate al consumo) sono classificate in base al peso:

XL molto grandi: 73 g. o più.

L grandi: tra 63 e 73 g.  
M medie: tra 53 e 63 g.  
S piccole: meno di 53g.

Fig. 4.5 Codice informativo di un uovo



Fonte: Regione Lombardia "Guida alla lettura dell'etichetta".

Una particolare attenzione bisogna rivolgerla alle uova utilizzate come ingredienti nei cibi. Quando le uova sono utilizzate come ingrediente in un prodotto alimentare (paste all'uovo, salse, torte confezionate) è bene porre attenzione alla loro denominazione: l'indicazione "uova fresche" significa che sono state utilizzate uova fresche di categoria "A"; quando invece tra gli ingredienti figura la semplice parola "uova", possono essere congelate, pastorizzate oppure in polvere. Per quanto riguarda la freschezza invece, non è esplicitamente indicata, ma si può dedurre dalla data di scadenza: tutte le uova infatti devono essere state deposte al massimo 28 giorni prima della data impressa sulla confezione.

Per riassumere tutto quanto detto in precedenza, si vuole a questo punto dare una lista delle parole chiave che si devono ritrovare sull'etichetta, di fondamentale importanza per una corretta comprensione del prodotto, e che aiutano nel proprio percorso per diventare consumatori più critici e consapevoli delle proprie scelte.

## IL DECALOGO DELL'ETICHETTA

1. denominazione di vendita,
2. elenco degli ingredienti,
3. quantità netta o nominale,
4. termine minimo di conservazione o data di scadenza,
5. nome del produttore o del confezionatore o del venditore,
6. sede dello stabilimento di produzione o confezionamento,
7. lotto di appartenenza del prodotto,
8. modalità di conservazione e di utilizzazione,
9. luogo di origine e provenienza,
10. bollo sanitario (per latte alimentare e prodotti a base di latte, carne, prodotti della pesca e prodotti a base di carne).

Capire le varie informazioni riportate sull'etichetta e riconoscere sulla stessa le notizie che interessano è importante al fine di comprendere tutta la storia del prodotto che si acquista e si consuma. Chi lo produce, da dove proviene, in quanti paesi diversi è stato, come è stato trattato, ecc.

Ma non basta fermarsi a questo, oltre alle considerazioni che ognuno può fare autonomamente leggendo attentamente ciò che è riportato sull'etichetta, ve ne sono altre, di più difficile comprensione, ma altrettanto rilevanti, riguardanti per esempio il comportamento delle aziende produttrici, i boicottaggi in atto o

il grado di utilità del prodotto.

Sull'etichetta non si troverà scritto se il produttore sfrutta o meno i lavoratori e l'ambiente, se numerose persone hanno deciso di non acquistare più tale prodotto perché in contrasto con la politica aziendale, e mai e poi mai si troverà scritto su un prodotto "è inutile, non ha utilità" andrebbe contro ogni legge del marketing.

Eppure queste sono considerazioni che è giusto fare con l'aiuto di chi studia queste tematiche ed è in grado di dare un'informazione il più corretta e trasparente possibile sulle reali condotte degli agenti economici presenti sul mercato.

La "Guida al consumo critico" del Centro Nuovo Modello di Sviluppo è molto utile a riguardo, offre una visione dettagliata di molti dei prodotti presenti dalla grande distribuzione alla bottega equo-solidale dando per ognuno di essi un giudizio riguardante quei parametri che non si trovano sull'etichetta ma che è legittimo conoscere (trasparenza, abuso di potere, rapporti col terzo mondo, rispetto dell'ambiente e degli animali, sicurezza e diritti dei lavoratori, consumatori e legalità, armi ed esercito, regimi oppressivi, paradisi fiscali, boicottaggi).

Al termine di questo capitolo è possibile affermare che delle alternative non solo valide ma molto concrete esistono. Dovrebbero essere accompagnate da una maggiore sensibilizzazione e informazione a riguardo, cosa che è comunque aumentata negli ultimi anni, e si spera continui a crescere.

# Carta RES

## CARTA PER LA RETE ITALIANA DI ECONOMIA SOLIDALE

Marzo 2007

### PREMESSA

Questo documento parte da esperienze e da reti già esistenti e su di esse si fonda, esprimendo idee e linee di azione emerse dagli incontri di Verona del 19 ottobre 2002 e di Bologna dell'11 Gennaio 2003 sulle "strategie di rete per l'economia solidale".

Questo documento è stato preparato dal Gruppo di lavoro fondato all'incontro di Verona cui hanno partecipato: Giovanni Acquati, Loris Asoli, Tino Balduzzi, Davide Biolghini, Mauro Bonaiuti, Fulvia Cavalieri, Andrea Calori, Stefano Gandolfi, Dalma Domeneghini, Riccardo Guidi, Vittorio Lovera, Carlo Marini, Andrea Saroldi, Mauro Serventi, Massimo Torsello, Andrea Tronchin, Sergio Venezia.

La carta è stata presentata la prima volta a Padova nel maggio 2003 ed è stata successivamente aggiornata.

### INTRODUZIONE

#### 1. I promotori

Il processo verso la realizzazione della Rete Italiana di Economia Solidale (RES) è stato inizialmente promosso dalla Rete di Lilliput e si è sviluppato successivamente con il sostegno delle Botteghe del Mondo, dei Gruppi di Acquisto Solidali, delle organizzazioni della finanza etica (MAG, Banca Etica), del turismo responsabile e delle cooperative sociali. Tale progetto è da considerarsi aperto a tutte le realtà che già operano, che si "sentono" parte, o che comunque intendono agire ispirandosi ai valori e ai principi dell'economia solidale.

#### 2. Il contesto

In Europa, in Spagna e Francia in particolare, e nel mondo, principalmente in Sud America, esistono da vari anni reti di realtà economiche che si definiscono di Economia Solidale, emerse soprattutto in questi ultimi anni con le realizzazioni di Forum Sociali Mondiali ed Europei. In Italia esistono molteplici realtà che, pur definendosi in vario modo, svolgono quotidianamente attività di produzione, distribuzione o consumo di beni o servizi secondo i principi e le modalità caratteristici dell'economia solidale (vedi "Caratteristiche dell'economia solidale").

#### 3. Le motivazioni

Si ritiene importante cominciare a creare le condizioni affinché iniziative economiche diverse, democratiche, eccellenti e motivate socialmente, radicate nel territorio, trovino opportunità per conoscersi e farsi conoscere, aiutare e farsi aiutare, innescare processi economici nuovi, coordinati e partecipati e diffonderli, nella convinzione che ciò potrà portare giovamento a tutti i soggetti coinvolti oltre che al contesto sociale ed ecologico in cui essi operano.

#### 4. La strategia delle reti

Per rafforzare ed espandere le realtà dell'economia solidale si sta sperimentando in diversi luoghi la strategia delle reti, che consiste nella costruzione di circuiti in cui fluiscono i beni, i servizi e le informazioni prodotti dalle realtà dell'economia solidale, in modo che queste si possano sostenere a vicenda, creando gli spazi per un'economia diversa.

## CARATTERISTICHE DELL'ECONOMIA SOLIDALE

Le pratiche di economia solidale si identificano dalla loro tensione verso i seguenti elementi caratterizzanti:

- nuove relazioni tra i soggetti economici basate sui principi di reciprocità e cooperazione;
- giustizia e rispetto delle persone (condizioni di lavoro, salute, formazione, inclusione sociale, garanzia dei beni essenziali);
- rispetto dell'ambiente (sostenibilità ecologica);
- partecipazione democratica (autogestione, partecipazione alle decisioni);
- impegno nell'economia locale e rapporto attivo con il territorio (partecipazione al "progetto locale");
- disponibilità a entrare in relazione con le altre realtà dell'economia solidale condividendo un percorso comune;
- impiego degli utili per scopi di utilità sociale.

Riteniamo che ogni riflessione od elaborazione culturale e teorica dovrà mantenere un confronto continuo con le pratiche in atto, e, d'altro canto, le esperienze concrete dovranno misurarsi continuamente con i suddetti principi caratteristici dell'economia solidale. Riserviamo agli organismi che si riterrà opportuno definire in seguito, il compito di delineare i criteri di appartenenza alla Rete ed ai "distretti" di economia solidale.

Il rapporto diretto tra consumatori e produttori, preferibilmente del medesimo territorio, apre nuove dinamiche relazionali, sociali e politiche che vanno ben al di là degli angusti spazi e regole che definiscono la tradizionale economia di mercato, verso la costruzione di una economia fondata sulle relazioni. In particolare nell'ambito dell'economia solidale è possibile affermare che la dimensione economica viene posta a servizio di quella sociale e politica.

Elemento normale e condiviso di questo patto tra produttori e consumatori è la tensione al rispetto della legalità, anche in rapporto con l'impegno diretto contro le economie criminali diffuse in primo luogo nel nostro Meridione. Una proposta alternativa che disconosca sistematicamente le norme vigenti non ha credibilità. Se la norma è ritenuta ingiusta, come nei casi di piccoli produttori strozzati da normative vessatorie si procederà insieme, produttori e consumatori, a protestarne il cambiamento in modo pubblico, trasparente ed inequivoco.

## I DISTRETTI DI ECONOMIA SOLIDALE

Nel processo di attivazione della RES riteniamo strategica l'attivazione, a partire dai territori, di "distretti di economia solidale" (DES). Tali distretti si configurano quali "laboratori" di sperimentazione civica, economica e sociale, in altre parole come esperienze pilota in vista di future più vaste applicazioni dei principi e delle pratiche caratteristiche dell'economia solidale. È inteso che tali esperienze pilota potranno avviarsi solo laddove si manifesti la volontà, da parte dei soggetti interessati, di partecipare attivamente al processo. Il "Tavolo RES" è disponibile ad offrire le proprie conoscenze ed esperienze a supporto del processo di attivazione dei DES.

A titolo esemplificativo i "soggetti" dei Distretti dell'economia solidale comprendono:

- le imprese dell'economia solidale e le loro associazioni;
- i consumatori e le loro associazioni;
- i risparmiatori/finanziatori delle imprese e delle iniziative dell'economia solidale e le loro associazioni o imprese;
- i lavoratori dell'economia solidale;

le istituzioni (in particolare gli Enti Locali) che intendono favorire sul proprio territorio la nascita e lo sviluppo di esperienze di economia solidale.

### TRE PRINCIPI E UN METODO

I processi di globalizzazione accelerano le dinamiche dell'economia di mercato provocando, nei diversi territori locali, uniformazione, sradicamento, oltre a varie forme di degrado ecologico e sociale. I distretti rappresentano una risposta propositiva a tali processi disgregativi. Essi mirano a valorizzare le risorse locali e a produrre ricchezza in condizioni di sostenibilità ecologica e sociale.

Più precisamente, per DES intendiamo una realtà territoriale, economica e sociale che persegue la realizzazione dei seguenti principi:

#### Cooperazione e reciprocità

I rapporti tra i soggetti del Distretto si ispirano ai principi della cooperazione e della reciprocità. Pur garantendo la pluralità dell'offerta e delle forme di scambio, i soggetti appartenenti al distretto si impegnano a realizzare gli scambi prioritariamente all'interno del Distretto stesso, favorendo l'instaurarsi e il diffondersi di relazioni sociali ed economiche fondate sulla cooperazione e sulla reciprocità. Per favorire lo sviluppo e la gemmazione di nuovi DES, ciascun soggetto aderente si impegna a sostenere il Distretto, secondo le modalità e i limiti definiti dal Distretto stesso.

#### Valorizzazione del territorio

I distretti intendono valorizzare le caratteristiche peculiari dei luoghi (beni comuni, conoscenze, saperi tradizionali, peculiarità ambientali, ricchezze sociali e relazionali). Tali peculiarità sono viste come ricchezze (stocks) da accrescere e valorizzare e non come risorse (flussi) da sfruttare a fini di profitto, nella convinzione che nel lungo periodo tale strategia, oltre a favorire la sostenibilità sociale ed ecologica, si mostrerà conveniente anche sotto il profilo del benessere sociale. In questa concezione il territorio non va inteso come sistema chiuso (localismo difensivo), ma come sottosistema aperto di un più vasto sistema economico e sociale sostenibile. (cfr. "Carta del Nuovo Municipio").

#### Sostenibilità sociale ed ecologica

I DES intendono muovere verso forme di organizzazione economicosociale sostenibili, sia da un punto di vista sociale (equità) che ecologico. In questa prospettiva essi potranno individuare limiti alle dimensioni (scala) dei soggetti aderenti al Distretto (ad esempio stabilendo soglie di fatturato/reddito massimo). I soggetti aderenti ai DES si impegnano inoltre a svolgere le proprie attività economiche secondo modalità tali da consentire una riduzione dell'impronta ecologica del distretto e comunque tali da non superare, nel lungo periodo, la capacità di carico degli ecosistemi. Si ritiene strategico, a tale fine, favorire la chiusura locale dei cicli di produzione e consumo.

La realizzazione pratica dei tre principi fondamentali enunciati viene perseguita attraverso il metodo della partecipazione attiva dei soggetti, nell'ambito dei distretti, alla definizione delle modalità concrete di gestione dei processi economici propri del distretto stesso.

Tale modalità partecipativa si attua attraverso la partecipazione diretta dei soggetti agli organi di gestione del distretto. Essa presuppone da parte dei soggetti la disponibilità a confrontarsi e a condividere con altri idee e proposte su progetti definiti di volta in volta dai diversi soggetti.

A titolo esemplificativo il progetto prevede che:

i soggetti che aderiscono al DES stringano tra loro patti di solidarietà che li impegnano reciprocamente ad acquistare beni e servizi prioritariamente dalle altre aziende dell'economia solidale

ad un prezzo ritenuto "equo".

gli Enti Locali (in particolare i Comuni) interessati al progetto, favoriscano sul loro territorio la formazione dei DES, agevolando il coinvolgimento dei soggetti economici e delle loro associazioni i risparmiatori-finanziatori e le loro strutture esecutive finanzino imprese e progetti dell'economia solidale;

le associazioni in sintonia con i principi dell'economia solidale ne diffondano la cultura; insieme, tutti questi soggetti praticino e producano cultura e informazione sui temi e sulle esperienze dell'economia solidale.

I soggetti appartenenti ai DES potranno, in accordo con la RES, delineare i criteri per l'attribuzione di "marchi" al fine di valorizzare i prodotti e processi caratteristici dell'economia solidale.

I soggetti appartenenti ai DES potranno altresì essere collegati, oltre che a livello locale, anche con soggetti analoghi in altri territori (reti settoriali) e, per alcuni prodotti o campi di azione, con esperienze di economia solidale di altri paesi e continenti

L'insieme dei soggetti, singoli ed organizzati, dei distretti, delle reti settoriali di economia solidale, collegati in vario modo fra di loro, costituiscono la Rete italiana dell'economia solidale.

# ATTO COSTITUTIVO E STATUTO DI UN GRUPPO D'ACQUISTO SOLIDALE

Modello di atto costitutivo e statuto per costituire un GAS in associazione (esempio dal GAS di Fidenza da adattare alla propria situazione).

## ATTO COSTITUTIVO

L'anno \_\_\_\_, il giorno \_\_\_\_ del mese di \_\_\_\_ in \_\_\_\_, si sono riuniti i Sigg.

Cognome e Nome - Residenza - Luogo e data di nascita - Codice Fiscale

... omissis (elencare i nomi) ...

che hanno stipulato e convenuto quanto segue:

1. È costituita una Associazione con sede in \_\_\_\_ in via \_\_\_\_ N. \_\_\_\_, denominata \_\_\_\_
2. L'Associazione ha per oggetto quello indicato all'art. 2 dello Statuto Sociale di cui in seguito.
3. L'Associazione funzionerà secondo le norme stabilite in questo atto costitutivo e nello statuto che si allega al presente atto sotto la lettera "A" e da regolamento deliberato dall'assemblea dei soci.
4. L'Associazione è amministrata da un Consiglio Direttivo (d'ora in poi C.D.) che decade dopo tre anni dalla nomina o per dimissioni, di cui al relativo articolo dello statuto sociale, nelle persone dei Sigg.:

-----  
-----  
-----

Viene eletto Presidente \_\_\_\_ cui viene conferita la legale rappresentanza. Viene eletto Tesoriere \_\_\_\_ e viene eletto vice presidente e Segretario \_\_\_\_ cui vengono conferiti, unitamente al Presidente, poteri d'ordinaria amministrazione.

5. Il Sig. \_\_\_\_ viene delegato a presentare all'Ufficio del Registro il presente atto e viene autorizzato ad apportare, accettare ed introdurre nel presente atto e allegato statuto le modifiche richieste dalle autorità competenti.

6. L'Associazione potrà aderire a Cooperative, consorzi ed altre forme che siano nei propri fini. Il Presidente è delegato ad aderire in nome e per conto della Associazione.

Firmato

... omissis ...

## STATUTO

1. È costituita una Associazione denominata \_\_\_\_.

2. L'Associazione non ha fini di lucro ed ha per scopo l'operare nel campo sociale e cooperativistico al fine di promuovere:

- il consumo e la diffusione di prodotti biologici, naturali, eco-compatibili;
- il sostegno dei piccoli produttori biologici stabilendo con essi rapporti diretti che garantiscano un'equa remunerazione;
- la solidarietà tra i soci.



3. Gli strumenti utilizzati sono:

- acquisti collettivi di prodotti;
- assistenza ed informazione ai soci nel campo alimentare biologico e nei settori ad esso collegati (modalità di produzione e di distribuzione, "ricette" per l'uso, impatto ambientale, ecc.);
- promozione dei prodotti eco-compatibili e delle loro tecniche di produzione ed utilizzo;
- tutte le operazioni commerciali, finanziarie, immobiliari atte al raggiungimento dello scopo sociale.

4. L'Associazione ha sede in \_\_\_ e potrà istituire altrove altre sedi.

5. Il domicilio fiscale dei soci, per quanto concerne i loro rapporti con l'Associazione, si intende eletto a tutti gli effetti presso la sede sociale.

6. La durata dell'Associazione è fissata dalla data dell'atto costitutivo sino al 31/12/2030 e potrà essere prorogata per deliberazione dell'Assemblea.

7. Il patrimonio sociale è costituito dalle quote sociali annuali, versate dai soci, che saranno stabilite di anno in anno dal C.D. Per il primo anno la quota sociale è di Lire \_\_\_\_. Faranno parte del patrimonio anche lasciti.

#### Assemblea

8. L'assemblea regolarmente costituita rappresenta l'universalità dei soci. Le sue deliberazioni, prese in conformità alla legge e al presente statuto, obbligano tutti i soci. Essa è ordinaria e straordinaria ai sensi di legge e potrà essere convocata anche al di fuori della sede sociale. L'assemblea ordinaria è convocata almeno una volta l'anno dal C.D. entro cinque mesi dalla chiusura dell'esercizio sociale. L'assemblea può essere convocata anche da un quinto dei soci.

9. Le convocazioni dell'assemblea saranno fatte a cura del C.D. con lettera (raccomandata) o elettronica, spedita ai soci almeno otto giorni prima della data fissata, oppure a mezzo manifesti affidati alla pubblica affissione, oppure sull'eventuale organo di stampa dell'associazione con l'obbligo di invio a tutti i soci in regola con le quote sociali.

10. Possono intervenire all'assemblea tutti i soci in regola con il versamento delle quote sociali. Ogni socio può farsi rappresentare per delega scritta (max una delega) con le limitazioni previste dalla legge.

11. L'assemblea sarà presieduta dal presidente del C.D., dal vice presidente, o da altra persona designata dall'assemblea.

12. L'assemblea, sia ordinaria che straordinaria, delibera validamente con le maggioranze stabilite dal Codice Civile. Il verbale di ogni assemblea verrà stilato a cura del Segretario e controfirmato dal Presidente.

#### Amministrazione

13. L'associazione è amministrata da un C.D. composto da tre o cinque o sette membri (a scelta dell'assemblea nel momento del rinnovo delle cariche sociali). Gli amministratori rimarranno in carica per anni tre rinnovabili o sino a dimissioni. L'assemblea ordinaria può variare il numero dei consiglieri anche durante il mandato. In caso di dimissioni della maggioranza dei consiglieri si intenderà decaduto tutto il C.D.

14. Qualora non abbia provveduto l'assemblea dei soci, il C.D. nominerà tra i suoi membri il presidente e il tesoriere.

15. Le riunioni del C.D. si terranno presso la sede sociale o altro luogo, purché nella provincia. Vengono convocate dal presidente a norma di legge.

16. Il C.D. è validamente riunito se sono presenti la metà più uno dei membri e delibera a maggioranza.

17. Il Presidente ha tutti i poteri necessari per il conseguimento dell'oggetto sociale sia per l'ordinaria che per la straordinaria amministrazione, ad eccezione dei poteri che la legge e lo statuto riservano all'assemblea dei soci. Il C.D. può delegare parte dei suoi poteri a singoli membri.

18. I membri del C.D. non percepiscono alcun compenso salvo diverso deliberato assembleare.

19. Il potere di rappresentanza dell'associazione nei rapporti con terzi e in giudizio, e il potere di firma per l'associazione, spettano al presidente.

#### Bilancio e utili

20. Gli esercizi sociali si chiuderanno al 31 dicembre di ogni anno. Alla fine di ogni esercizio il Presidente e il tesoriere provvederanno alla formazione del bilancio sociale da presentare all'assemblea dei soci.

#### Scioglimento

21. In caso di scioglimento i beni ed il patrimonio dell'Associazione saranno devoluti ad enti con simili finalità o ad associazioni senza fini di lucro operanti nel campo del volontariato e della solidarietà.

#### Varie

22. Il presente statuto può essere integrato da un "Regolamento" approvato all'assemblea dei soci.

#### Articolo finale

23. Per quanto non previsto dal presente statuto ci si riferirà al dettato del Codice Civile.

## PER APPROFONDIRE

### BIBLIOGRAFIA

- Andrea Poggio, *Vivi con stile*, Editore Terre di Mezzo, Milano, 2007.
- Andrea Saroldi, *Gruppi di Acquisto Solidali*, EMI, Bologna, 2001.
- Antonella Valer, *Bilanci di giustizia*, EMI, Bologna, 2000.
- Centro Nuovo Modello di Sviluppo, *Guida al Consumo Critico*, EMI, Bologna, 2005. (è uscita recentemente la nuova edizione)
- Centro Studi Meridie, *Commento del libro La scommessa della decrescita di Serge Latouche*.
- Chiara Lubich, *Una cultura nuova per una società nuova*, Città Nuova, Roma, 2002.
- Daniel Goleman, *Intelligenza ecologica*, Rizzoli, Milano, 2009.
- Francesco Gesualdi, *Sobrietà: dallo spreco di pochi ai diritti per tutti*, Feltrinelli, Milano, 2005.
- Francesco Gesualdi, *Manuale per un consumo responsabile*, Feltrinelli, Milano, 2003.
- Frans van der Hoff, *Faremo migliore il mondo*, Mondadori Bruno, Milano, 2005.
- Gianfranco Bologna, *Invito alla sobrietà felice: come vivere meglio consumando meno*, EMI, Bologna, 2001.
- Ivan Illich, *Elogio della bicicletta*, Bollati Boringhieri, Torino, 2006.
- Joseph A. Schumpeter, *Capitalismo, socialismo, democrazia*, Etas, Milano, 2001.
- Leonardo Becchetti, Marco Costantino, *Il commercio equo e solidale alla prova dei fatti: dai gusti dei consumatori del Nord all'impatto sui produttori del Sud del mondo*, Mondadori, Milano, 2006.
- Lorenzo Guadagnucci, *Dalla parte sbagliata del mondo*, Terre di Mezzo, Milano, 2008.
- Maurizio Pallante, *Decrescita felice: la qualità della vita non dipende dal PIL*, Editori Riuniti, Roma, 2005.
- Riccardo Milano, *La finanza e la banca etica. Economia e solidarietà*, Paoline Edizioni, 2001.
- Serge Latouche, *La scommessa della decrescita*, Feltrinelli, Milano, 2007.
- Stefano Zamagni, *L'economia del bene comune*, Città Nuova, Roma 2007.

### SITOGRAFIA

- <http://www.aitr.org>
- <http://www.altromercato.it>
- <http://www.bilancidigiustizia.it>
- <http://www.bancaetica.com>
- <http://www.equonomia.it>
- <http://www.falacosagiusta.org>
- <http://www.finanza-etica.it>
- <http://www.fonti-rinnovabili.it>
- <http://www.itineraria.it>
- <http://www.retecosol.org>
- <http://www.retegas.org>
- <http://www.retelilliput.org>



ISTITUTO CONSUMATORI E UTENTI

FONDAZIONE ICU  
ISTITUTO CONSUMATORI UTENTI

Presidente: Michele Boato

Vice Presidente: Tito Cortese

Consiglieri: Anna Ciaperoni, Graziano Cioni, Ugo Ruffolo

Fondazione ICU fornisce alle associazioni dei consumatori (Federconsumatori, da cui ha avuto origine, e tutte le altre attive su scala nazionale e locale) strumenti culturali per diffondere diritti e interessi di consumatori e utenti. A questo scopo sostiene varie ricerche presentando i risultati in convegni, conferenze e pubblicando dal 1998 al 2005 i Quaderni ICU, e dal 2006 i **Libri dei Consumatori**, Fondazione ICU promuove inoltre, dal 2004, il Premio per tesi di laurea "Consumo Sostenibile".

Per maggiori informazioni

[www.fondazioneicu.org](http://www.fondazioneicu.org) - e-mail: [info@fondazioneicu.org](mailto:info@fondazioneicu.org)

segreteria Tel e Fax 041.935666

## QUADERNI ICU

- 1 UGO RUFFOLO - Biotecnologie. Strumenti di tutela del consumatore, 1998
- 2 ANTONIO CASELLA, RODOLFO TOSETTI - Risorse idriche. Interessi dei consumatori, 1999
- 3 PIETRO MARIA PUTTI - r.c. auto, clausole abusive, 1999
- 4 ROSARIA GAROZZO, UGO RUFFOLO - pubblicità ingannevole. Come difendersi, 2000
- 5 PAOLO STEVANATO - Pubblicità ingannevole. Il garabnte della concorrenza, 2001
- 6 ANNA CIAPERONI - Guida al consumo consapevole, 2002
- 7 GIOVANNA FALCO - Acque minerali potabili. Tra qualità e buisness, 2003
- 8 ALDO CARRA - Inflazione. Come cambia per famiglie povere e ricche 2003
- 9 ALDO CARRA - Modelli di consumo. impatto dell'inflazione sui redditi, 2004
- 10 ALDO CARRA - tutti alle bancarelle? Prezzi, spesa e redditi, 2005
- 11 SUSANNA LANDO - trasparenza bancaria, 2005

## LIBRI DEI CONSUMATORI

- 1 MARCO MARINI, DOMENICO ROMITO - Nuova disciplina di diritti dei consumatori, 2002
- 2 ANNA CIAPERONI, VINCENZA DI MALTA - Biologico sicuro, 2006
- 3 SIMONE BILIATO - Acquisti verdi. Pubbliche amministrazioni per l'ambiente, 2006
- 4 FRANCESCO RIDOLFI, ANTONIO SAGRÈ - Cibo solidale. Mercato dell'ultimo minuto, 2007
- 5 MICHELE BOATO, PIETRO PISTONE, SILVANA PUCCI - Class action nel mondo. Legge italiana, 2008 MARA
- 6 LORENZINI - Consumo Critico. Biologico, locale, etico, sobrio, in gruppo d'acquisto, 2009

Quaderni ICU e Libri dei Consumatori si possono richiedere, su formato cartaceo o dogitale, inviando un contributo di almeno 5,00 euro per copia a: Fondazione ICU, Viale Venezia 7, 30171 Mestre VE. Sono esauriti i quaderni 1,2,3,6 e 7