



### **Scheda 3**

Il terzo incontro è dedicato alla presentazione di alcune esperienze di rinnovamento di stili di vita già operanti.

Scopo di tale incontro è di dare la possibilità al gruppo di conoscere e di potersi confrontare con delle esperienze concrete e quindi possibili, di scelte e conseguenti comportamenti, abitudini e atteggiamenti che, assunti in gruppo o singolarmente, sono attenti ad una relazione con i beni e con l'ambiente che si rifaccia a valori quali la giustizia, la solidarietà e il rispetto.

Importante a tale proposito è aiutare i partecipanti del gruppo ad accostare queste esperienze evidenziando: le modalità con cui sono nate, spesso dall'iniziativa di piccoli gruppi di persone; le modalità con cui sono state realizzate, spesso senza la necessità di grandi investimenti di denaro o di tecnologia; quale impatto hanno avuto sulla realtà circostante; come si sono diffuse e che genere di cambiamenti sono riusciti a portare.

Di seguito vengono illustrate due possibili tracce di svolgimento dell'incontro lasciando all'animatore la discrezionalità di scegliere tra queste o di elaborarne di ulteriori in base alle specificità del gruppo e all'andamento dell'intero percorso.

#### Prima traccia

Alla fine dell'incontro precedente vengono distribuite ai giovani le schede delle diverse esperienze proposte in base agli interessi dei partecipanti, proponendo loro di lavorare a coppie.

Si chiede loro di approfondirne la conoscenza cercando tra i propri conoscenti persone che conoscano o pratichino l'esperienza scelta oppure mediante la bibliografia o il contatto telefonico e di posta elettronica indicati nelle singole schede.

Nell'incontro successivo ogni coppia presenterà al gruppo quanto ha "scoperto" sull'esperienza scelta aiutandosi con materiali raccolti o da loro elaborati, ma anche, volendo, invitando al gruppo qualcuno che abbia assunto tale esperienza come caratterizzante il proprio stile di vita.

#### Seconda traccia

L'animatore sceglie alcune esperienze che ritiene possano essere maggiormente significative nel percorso formativo dei giovani. Di queste esperienze chiede al gruppo di studiare le schede per poi potersi confrontare con alcune persone, invitate nella seconda parte dell'incontro, con cui i giovani potranno confrontarsi ed approfondire le pratiche proposte.

A seguire vengono presentate le schede relative alle singole esperienze proposte.



## Una parola nuova: ecoefficienza

Sobrietà, certo, ma ... ci sono cose di cui proprio non si può fare a meno. Non possiamo scaldarci con un focherello nel camino, né spostarci su un carretto tirato da un somarello; non possiamo “tornare alla candela”, come si sente dire spesso. È vero: nelle nostre case oggi ci sono più luce e calore. Siamo ben felici che sia così e non vogliamo davvero rinunciare ad essi.

È vero, ma ... se, invece di guardare indietro, provassimo a guardare avanti? Se talvolta un po' di intelligenza e di attenzione per ciò che può offrirci la tecnica potessero aiutarci a ridurre i consumi senza rinunciare al benessere? Se fosse possibile farlo in modo da aiutare l'ambiente ed anche il portafoglio di chi deve pagare le bollette? **È possibile** e talvolta neppure troppo complicato ... basta pensarci.

Facciamo un esempio. Come illumini la tua camera?

- Un'elegante **piantana alogena**, magari a potenza regolabile? Esamina bene l'etichetta: ce ne sono molte che quando sono al massimo (e sembra che solo così facciano davvero luce...) consumano anche **500 W** (quanto una piccola stufetta elettrica).
- Un paio di **faretto** con **lampade ad incandescenza**? Possono essere molto carini ed il consumo calerebbe probabilmente attorno ai **200 W** o forse anche meno. Un **lampadario centrale**, magari con una singola lampada a globo, lo farebbe scendere probabilmente attorno ai **120 W**, senza ridurre la qualità dell'illuminazione globale, ma si può fare anche molto di meglio.
- Perché non passare a qualcosa di più tecnologico? Le **lampade ad alta efficienza** consumano 5 volte di meno: il consumo cala attorno ai **40** o ai **25W** e la qualità dell'illuminazione non cambia. Costano decisamente di più all'acquisto, ma durano anche molto di più di quelle tradizionali: c'è tutto il tempo per recuperare la spesa con la riduzione delle bollette e risparmiare ancora un po'. Certo, bisogna stare attenti: poi non è il caso di giocarci a basket davanti...
- Ma assieme alla tecnologia possiamo valorizzare anche un po' di buon senso: quando si studia da soli o si legge a letto, invece della lampada centrale, può bastare una **lampada più piccola** opportunamente posizionata (...utile anche per fare atmosfera, quando serve...). Potrebbe essere una tradizionale da **50 W** o – assai meglio - una ad alta efficienza da **10 / 12 W**.

Proviamo a fare due conti: dalla prima all'ultima ipotesi i consumi di energia arrivano a ridursi anche di 50 volte. Una bolletta più leggera per chi deve pagarla; meno gas di effetto serra liberati in atmosfera; più in generale meno inquinamento.

È facile no? No: non lo è sempre. Ci sono altri campi in cui consumare in modo intelligente non è così facile, ma vale la pena di pensarci.

- Sai che gli elettrodomestici con l'etichetta di classe A (i migliori) possono arrivare a consumare circa la metà di uno con l'etichetta G? Costa un po' di più, ma vale la

pena di pensarci, quando bisogna cambiarlo. E se l'etichetta non è riportata? Cambiare negozio: è obbligatoria per legge!

- Sai che esistono un sacco di prodotti che sono progettati per ridurre al minimo il consumo di energia e di risorse naturali. Il Ministero dell'Ambiente e le relative agenzie ne hanno certificati parecchi con la margherita dell'Ecolabel: dove la trovi, prestale attenzione e magari vai a cercare la lista sul relativo sito ([www.minambiente.it/Sito/ecolabel\\_ecoaudit](http://www.minambiente.it/Sito/ecolabel_ecoaudit)).

Sono solo alcune idee, ma ce ne possono essere tante altre. Insomma, a volte, invece della candela ... meglio guardarsi un po' in giro ... con un po' di ecoefficienza. Anzi, se queste cose ti affascinano e vuoi qualche esempio un po' esagerato (una serra in mezzo alle nevi ad alta quota, che produce frutti tropicali, usando solo luce solare...), perché non provi a leggerti *Fattore 4*? Non è recentissimo, ma comunque affascinante...

(E.U.Von Weiszaecker, A.B.Lovins, L.H.Lovins, *Fattore 4. Come ridurre l'impatto ambientale moltiplicando per quattro l'efficienza della produzione*, Ambiente, Milano 1998).



## **Il commercio equo e solidale**

### **Economie alternative**

L'idea di promuovere l'autosviluppo delle comunità del Terzo mondo nasce in Olanda - Le prime organizzazioni in Italia partono nel 1988, ma oggi sono leader in Europa - un business con un fatturato di 400 milioni di euro

Una realtà attiva del non profit che punta su responsabilità delle imprese e redistribuzione degli utili

### **Il commercio "equo" che crea sviluppo**

Non solo equo e non solo solidale, ma anche vitale e in piena crescita. Quando la consapevolezza e la responsabilità diventano l'anima del commercio, il commercio stesso ne trae vantaggio mettendo d'accordo le scelte dei consumatori con le esigenze di milioni di persone del Sud del mondo. "Il commercio equo e solidale è un sistema globale - afferma Giorgio Dal Fiume, presidente di Ctm Altromercato, la principale organizzazione italiana del settore - basato su una rete di relazioni che coinvolge il mondo intero, un sistema in continua espansione. Sappiamo di essere globali e viviamo la globalizzazione sostenendone i valori positivi".

Bastano pochi numeri, del resto, per dare l'idea di come il commercio equo e solidale sia

oggi una realtà che - pur mantenendo una forte connotazione ideale - va ben oltre il

volontariato e la carità, oltre la solidarietà e l'assistenza.

Un sistema globale. Sono ormai più di cinquanta i Paesi e più di un milione le persone coinvolte in tutto il mondo (fra produzione di materie prime, processi di trasformazione e mercati finali); in Europa e Nord America (ma anche in Giappone e in Australia) sono un centinaio le organizzazioni che seguono l'importazione (e prima ancora la selezione dei produttori e l'assistenza agli stessi) e vendono, nelle oltre quattromila botteghe specializzate, i prodotti dell'artigianato (i primi storicamente, dalla maglieria alle tazze di terracotta, alle borse di iuta e cuoio, alle ceste intrecciate), e poi coloniali (come caffè, zucchero, cacao, tè che costituiscono oggi la quota più rilevante del commercio), o prodotti alimentari elaborati e freschi come dolci vari o banane (quest'ultimo il prodotto che sta guadagnando le quote di mercato più alte, fra quelli del fair trade). E oggi il fatturato complessivo delle organizzazioni di importazione supera i 400 milioni di euro all'anno.

La storia. Di strada ne è stata fatta da quando intorno alla metà del secolo scorso si incominciò a realizzare l'idea di commercio strutturato per sostenere i produttori del Sud del mondo: i primi furono gli americani del Ten thousand villages, gli inglesi di Oxfam, e gli olandesi del Fair trade organisatie. In Italia, soprattutto sulla scia dell'esperienza olandese

"il commercio equo e solidale - ricorda Stefano Magnoni, vicepresidente di Ctm comincia invece a svilupparsi in modo organizzato proprio con Ctm, che nata come cooperativa a Bolzano nel 1988, si è sviluppata negli anni diventando un consorzio di 120 "botteghe del mondo"(la più grande è la "Chico Mendes" di Milano) e la seconda organizzazione mondiale", (nel nostro Paese le cooperative sono in tutto una decina e fra queste le principali sono Commercio alternativo, Equo mercato, Robe dell'altro mondo ed Equoland). "L'anno scorso, 2002, - ricorda Paolo Brichetti, direttore generale di Ctm Altro mercato - abbiamo fatturato 21 milioni di euro come organizzazione e 30 milioni di euro al dettaglio, e quest'anno (coprendo circa il 65% del mercato italiano e avendo anche vendite all'estero) dovremmo chiudere con un ulteriore incremento del 50%. Solo la tedesca Gepa ha una dimensione superiore alla nostra, mentre abbiamo ormai superato gli olandesi di Fto".

L'obiettivo per tutti, è quello di favorire l'autosviluppo delle comunità di Africa, Asia e America Latina, e il mezzo si integra con le regole del mercato (riviste al meno in parte), coinvolge attiva mente i consumatori, la loro sensibilità. Permette ai cittadini dei Paesi sviluppati di prendere coscienza e di partecipare, anche attraverso le decisioni d'acquisto, al miglioramento delle condizioni di vita e di lavoro di altre persone che si trovano a chilometri di distanza, in un sistema unico e globale che si autosostiene e continua a crescere. I principi. "I principi di base del commercio equo e solidale spiega Dal Fiume - riguardano fondamentalmente quattro elementi: le organizzazioni, le persone coinvolte, l'ambiente, e il pro dotto. Le organizzazioni che si occupano di fair trade nel mondo, dai produttori alle grandi centrali d'importazione e alle botteghe che vendono nei Paesi sviluppati, hanno precise regole interne: in Italia nella quasi totalità si tratta di soggetti non profit, cooperati ve e consorzi di cooperative che hanno come obbligo la redistribuzione degli utili. Le persone che vi lavorano partecipano sia alla gestione che al finanziamento dell'attività e una particolare attenzione è dedicata al rispetto dei diritti sindacali e più in generale alle condizioni di lavoro. L'impatto sull'ambiente è il terzo elemento che riguarda tutto il processo produttivo, soprattutto per quanto riguarda la realizzazione dei pro dotti e le coltivazioni nelle comunità e nei villaggi". Ma a differenziare e qualificare il commercio equo e solidale rispetto ai temi generali della responsabilità sociale e dell'eticità dell'attività economica (gli anglosassoni a questo proposito distinguono il fair trade dall'ethical trade) è il quarto e ultimo elemento: il prodotto in sé e il suo prezzo. Il prezzo. "Il prodotto - continua Dal Fiume - deve essere prima di tutto compatibile con l'area, con il Paese, nel quale viene realizzato, ma è la modalità di formazione del prezzo e la redistribuzione del valore a fare la differenza. Il prezzo che noi operiamo nei confronti dei produttori non rispetta le quotazioni del mercato (spesso soggetto ad oscillazioni e speculazioni che colpiscono e distruggono il lavoro dei produttori locali) ed è stabilito in base ai costi medi di produzione e sviluppo: in particolare, il differenziale tra prezzo equo e prezzo di mercato rappresenta il contributo o il finanziamento erogato a favore dei gruppi di contadini e artigiani per permetterne la crescita e l'autosviluppo. Ma al commercio solidale sono legati anche meccanismi economici che coinvolgono trasversalmente il lavoro nostro e dei produttori, e che ne costituiscono lo strumento operativo fondamentale: la relazione commerciale che noi instauriamo prevede il prefinanziamento del 50% del valore dell'ordine al momento della stipula del contratto; la stabilità e la durata negli anni della collaborazione; e una serie di attività di sostegno e assistenza tecnica a favore dei produttori". Non solo equo, non solo solidale, ma anche efficace.

**Come consumatore sono potente: posso decidere cosa consumare**

## **DECALOGO DEL CONSUM-ATTORE:**

1. Acquista possibilmente prodotti locali e con l'imballaggio strettamente necessario;
2. Acquista prodotti riparabili e rifiuta i prodotti usa e getta;
3. Acquista prodotti senza sfruttamento di lavoro minorile e non inquinanti paesi lontani;
4. Acquista nei negozi del commercio equo e solidale;
5. Acquista i prodotti dell'agricoltura biologici;
6. Privilegia i prodotti in vetro e portati sempre da casa i sacchetti per fare la spesa;
7. Valuta il dispendio energetico della tua abitazione e impegnati a ridurlo;
8. Chiedi ai politici di detassare il lavoro e di aumentare le tasse sulle materie prime;
9. Ricicla e fai riciclare con cura tutte le materie, combatti l'incenerimento dei rifiuti;

## **IL PIANETA SOLIDALE**

50

**I PAESI COINVOLTI**

Fra aree di produzione, Paesi di lavorazione e trasformazione, e mercati finali

1.000

**LE ORGANIZZAZIONI**

Fra produttori ed esportatori all'origine

1 milione

**LE PERSONE AL LAVORO**

Fra contadini, artigiani e tecnici

100

**I SOGGETTI IMPORTATORI**

Impegnati da anni nel fair trade

4mila

**LE BOTTEGHE SPECIALIZZATE**

Ormai presenti in tutti i Paesi sviluppati

80mila

**I SUPERMERCATI**

Della grande distribuzione tradizionale

3mila

**I DIPENDENTI DIRETTI**

Impiegati dai soggetti importatori

200mila

**I VOLONTARI**

Coinvolti attivamente nell'equo e solidale

400 milioni  
IL FATTURATO IN EURO  
Fatturati al dettaglio ogni anno

15 milioni  
IL VALORE IN EURO  
Dell'attività di comunicazione realizzata

Fonte: Fair trade federation, Efta, Ctm Altromercato

### **Per saperne di più**

Centro Nuovo Modello di Sviluppo, *Nuova Guida al consumo critico*, EMI, 2001  
Gesualdi F., *Manuale per un consumo responsabile*, Feltrinelli, 1999

[www.retelilliput.org](http://www.retelilliput.org),  
[www.altreconomia.it](http://www.altreconomia.it),  
[www.unimondo.org](http://www.unimondo.org)

### **Contatto**

Bottega del mondo El Fontego  
Via  
Tel. 041  
Mestre



## Il Boicottaggio

L'ingiustizia sociale, il terribile divario fra Nord e Sud del mondo ed ogni altro problema che affligge il nostro pianeta non si affronta delegando a pochi rappresentanti le azioni da intraprendere. Tutti noi siamo chiamati ad agire: le nostre scelte e i nostri comportamenti quotidiani possono davvero cambiare le cose!

Gesti piccoli, concreti ed efficaci con lo scopo di incidere sui meccanismi perversi della società consumista e modificarne le regole. Ognuno di noi può essere, nel suo piccolo, protagonista dell'economia, attore e non spettatore in un mondo sempre più maltrattato!

### Piccoli Gesti, Grandi Risultati

Il boicottaggio (interruzione dell'acquisto di un prodotto) e le campagne di pressione (invio di cartoline di protesta all'impresa, articoli su giornali e riviste, diffusione delle informazioni attraverso i media, ecc.) possono essere strumenti davvero incisivi: azioni coordinate ed organizzate con lo scopo di costringere le imprese ad abbandonare certi comportamenti.

Immaginiamo cosa accadrebbe se da domani tutti ci mettessimo d'accordo per non comprare più un determinato prodotto o se migliaia di cartoline riempissero la cassetta delle lettere di un'impresa. Di certo, l'impresa non resterebbe indifferente!!

E' necessaria, ovviamente, la partecipazione di tante persone: ognuno di noi, con una giusta informazione, può contribuire ad allargare il "gruppo di amici" che si oppone alle ingiustizie!

*Il termine **boicottaggio** deriva dal nome del capitano, Charles Boycott, un inglese del 1800, proprietario in Irlanda di molte terre e famoso per la sua prepotenza. Nell'estate del 1880, Boycott mandò i suoi affittuari a mietere l'orzo ma, invece di offrire la paga regolare, diede loro molto meno.*

*Questi si rifiutarono di lavorare e la famiglia Boycott tentò di mietere il raccolto da sola. Dopo poco, però, si trovarono costretti ad implorare gli affittuari a riprendere il lavoro. La richiesta fu accolta, ma arrivò il foglio di sfratto. La reazione dei contadini fu immediata: decisero di interrompere qualsiasi rapporto con Boycott e la sua famiglia, resistendo agli assalti di reggimenti chiamati dal capitano Boycott. I contadini l'ebbero vinta. Fu allora che il giornalista americano Redpath coniò il verbo "boicottare".*



### *Alcune azioni di boicottaggio e campagne di pressione in corso*

**Nestlè** – azione contro la vendita irresponsabile di latte in polvere nei Paesi del Sud del mondo e la promozione dell'uso di latte artificiale, in aperta violazione dei codici dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e dell'UNICEF (la quale stima in 1 milione e mezzo il numero di bimbi che ogni anno periscono a causa di malattie gastrointestinali derivanti dal cattivo utilizzo del latte artificiale!). Le informazioni fornite, infatti, dalla Nestlè sull'allattamento artificiale sono contraddette dagli studi dell'OMS. Le forniture gratuite di latte artificiale agli ospedali da parte della multinazionale favoriscono, quindi, l'insuccesso dell'allattamento naturale. In tal modo il bambino viene a dipendere dal latte artificiale. Una volta a casa, la madre deve comprare il latte da sé, e ciò può costare più della metà dell'intero reddito familiare. Le madri povere a volte diluiscono eccessivamente il latte in polvere: ciò porta alla malnutrizione e, in condizioni di povertà, l'acqua mischiata al latte è spesso malsana, causando diarrea, disidratazione e spesso la morte.

**McDonald's** – azione contro la cattiva qualità del cibo ad alto contenuto di grassi, zucchero, sale e additivi chimici e utilizzando parti di animali di scarto, la scarsità di igiene, il modo crudele con cui gli animali vengono allevati e macellati, lo sfruttamento della mano d'opera, l'adozione di misure antisindacali, la mancanza di sicurezza del personale, il danneggiamento ambientale causato dall'enorme quantità di contenitori usati, il disboscamento forestale per la creazione di pascoli in Centro e Sud America.

**Nike e Reebok** – azione contro la repressione dell'attività sindacale, lo sfruttamento dei lavoratori e l'uso di lavoro minorile, per l'adozione di un codice di comportamento conforme alle norme internazionali (definite dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro e dai principi Universali delle Nazioni Unite) e perché accettino procedure di verifica da parte di Commissioni Indipendenti concordate con le Organizzazioni sindacali e le Organizzazioni non governative.

### Esempio di campagna riuscita

**Del Monte** – Lanciata il 1 nov. 1999, la campagna poneva in particolare l'attenzione sulle piantagioni di ananas in Kenya. In un paio di mesi sono state spedite circa 7.000 cartoline. Le richieste fatte a Del Monte riguardavano miglioramenti delle condizioni di lavoro salariali, sindacali e di sicurezza nelle piantagioni. Nonostante la negazione di ogni addebito e le minacce nei confronti dei promotori della campagna da parte di Del Monte, le ispezioni eseguite in Kenya hanno evidenziato e confermato i gravi e inaccettabili problemi esistenti. La Del Monte è stata così costretta ad elaborare un piano di miglioramento delle condizioni di lavoro e di vita nelle piantagioni.

### **Per saperne di più**

Blisset L., *100 buone ragioni per stare alla larga da McDonald's*, Stampa alternativa, 2001

[www.unimondo.org](http://www.unimondo.org)

[www.manitese.it/trasparenti/home.htm](http://www.manitese.it/trasparenti/home.htm)

[www.manitese.it/boycott.htm](http://www.manitese.it/boycott.htm)

[www.cleanclothes.org](http://www.cleanclothes.org)

[www.peacelink.it/boycott](http://www.peacelink.it/boycott)



## **Gruppi di Acquisto Solidali**

### ***Cosa sono i Gruppi di Acquisto Solidali (GAS)?***

Un gruppo d'acquisto è formato da un insieme di persone che decidono di incontrarsi per acquistare all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune, da ridistribuire tra loro.

### ***Si ma ... perché si chiama solidale?***

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, al rispetto dell'ambiente, ai popoli del sud del mondo e a coloro che - a causa della ingiusta ripartizione delle ricchezze - subiscono le conseguenze inique di questo modello di sviluppo.

### ***Perché nasce una GAS?***

Ogni GAS nasce per motivazioni proprie, spesso però alla base vi è una critica profonda verso il modello di consumo e di economia globale ora imperante, insieme alla ricerca di una alternativa praticabile da subito. Il gruppo aiuta a non sentirsi soli nella propria critica al consumismo, a scambiarsi esperienze ed appoggio, a verificare le proprie scelte.

### ***Come nasce un GAS?***

Uno comincia a parlare dell'idea degli acquisti collettivi nel proprio giro di amici, e se trova altri interessati si forma il gruppo. Insieme ci si occupa di ricercare nella zona piccoli produttori rispettosi dell'uomo e dell'ambiente, di raccogliere gli ordini tra chi aderisce, di acquistare i prodotti e distribuirli ... e si parte!

### ***Criteri solidali per la scelta dei prodotti***

I gruppi cercano prodotti provenienti da *piccoli produttori locali* per avere la possibilità di conoscerli direttamente e per ridurre l'inquinamento e lo spreco di energia derivanti dal trasporto. Inoltre si cercano *prodotti biologici o ecologici* che siano stati realizzati rispettando le *condizioni di lavoro*.

### ***Una rete***

I gruppi di acquisto sono collegati fra di loro in una rete che serve ad aiutarli e a diffondere questa esperienza attraverso lo scambio di informazioni. Attualmente in Italia sono censiti una settantina di GAS.

### ***Per saperne di più***

Saroldi A., *Gruppi di Acquisto Solidali*, EMI 2001

**Contatto**

Gas di Venezia

[notizie@venezianogas.net](mailto:notizie@venezianogas.net)



## **Il risparmio consapevole**

Le banche tradizionali, le Società di Gestione del Risparmio e le SIM (società di Intermediazione Mobiliare) non rappresentano un sistema etico di investimento e risparmio.

Esse puntano principalmente alla massimizzazione immediata del profitto e sono pertanto obbligate ad investire i soldi raccolti fra i risparmiatori in attività ad alta remunerazione tra le quali troviamo anche la produzione e la commercializzazione di armi o merci gravemente lesive della salute umana e dell'ambiente, così come attività che si fondano sullo sfruttamento del lavoro o sulla repressione delle libertà civili ed anche attività di riciclaggio di denaro sporco, attività criminali o in contrasto con il bene comune.

Puntando, come si è detto, al maggior guadagno nel più breve tempo possibile, il sistema finanziario tradizionale destina gran parte del denaro raccolto ad operazioni di speculazione finanziaria, scommettendo sull'andamento dei titoli azionari, dei cosiddetti "prodotti derivati" o delle valute locali. Indovinando la "puntata", questo sistema permette di realizzare notevoli guadagni con liquidità immediata. Si tratta di un mondo il cui accesso è vietato a chi non ha soldi: solo chi gli li ha può entrare e farne degli altri.

Inoltre, questo sistema di investimento toglie risorse all'economia reale, a chi ha bisogno di soldi per realizzare qualcosa di concreto, di tangibile. Le banche destinano, infatti, una parte molto limitata dei risparmi raccolti per la concessione di prestiti a privati cittadini, chiedendo generalmente tassi di interesse elevati e condizioni economiche gravosissime.

## **La finanza etica**

La Finanza Etica si inserisce in questo scenario proponendosi come alternativa concreta per il risparmiatore consapevole.

I consumatori-risparmiatori dovrebbero prendere coscienza della responsabilità che hanno nell'affidare i propri soldi ad uno piuttosto che ad un altro gruppo finanziario.

Da diversi anni sono nate le MAG (Mutua Auto Gestione), cooperative finanziarie che raccolgono i risparmi dei propri soci e li investono in attività dal forte contenuto etico e sociale. Dal 1999 è operativa su tutto il territorio nazionale la prima Banca Etica italiana, soggetto che coniuga i principi della Finanza Etica con lo strumento della Banca e che quindi finanzia esclusivamente progetti ad alta utilità ambientale e sociale.

"L'interesse più alto è quello di tutti", questo è lo slogan che portano avanti gli operatori finanziari etici. Si supera la logica della massimizzazione del profitto e si affidano i risparmi raccolti ad associazioni, cooperative, organizzazioni di volontariato e solidarietà, tutti soggetti, cioè, che presentano un progetto indirizzato verso la cooperazione sociale, il Commercio Equo e Solidale, il microcredito nel Sud del Mondo, la salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente, l'agricoltura biologica, attività culturali e sportive.

Tutti i finanziamenti erogati dalle MAG e dalla Banca Etica sono pubblici. Nei siti internet di questi intermediari finanziari “alternativi” sono elencati tutti i progetti finanziati. Per la prima volta in Italia il risparmiatore può sapere dove vanno a finire i soldi da lui affidati alla banca.

Per poter investire i propri soldi in finanza etica sono a disposizione molti strumenti. Dai libretti di risparmio al vero e proprio conto corrente (con bancomat e carta di credito), dai depositi liberi o vincolati nel tempo alle obbligazioni. E' possibile, inoltre, scegliere in che tipo di settore si desidera che vengano investiti i propri risparmi.

Chi invece intende chiedere un finanziamento agli operatori finanziari etici deve presentare il progetto per il quale chiede i soldi. Questo progetto verrà valutato non solo dal punto di vista economico (ricordiamo infatti che si tratta di prestiti, quindi il progetto deve essere sostenibile e redditizio economicamente, per poter permettere al soggetto finanziato di restituire il debito contratto), ma anche da quello socio-ambientale. Se supererà questi due esami, verrà concesso il finanziamento.

La Finanza Etica riconosce l'accesso al credito da parte dei cittadini come un diritto. Vengono concessi, quindi, finanziamenti anche a chi non è in grado di garantirli dal punto di vista patrimoniale. Si vuole superare la distinzione creata dal sistema finanziario tradizionale fra “bancabili” e non, che in sostanza significa che si danno soldi solo a chi li ha!

E' possibile anche diventare soci di una MAG o di Banca Etica. Questo consente di partecipare alle assemblee e quindi alle decisioni che vengono prese. E' importante il principio “una testa un voto”, che consente a tutti i soci di “pesare” in modo uguale nelle assemblee, indipendentemente dal numero di azioni possedute.

### **Per saperne di più**

Stiz G., Coop. *Il Seme, Guida alla finanza etica*, EMI, Bologna 1999

Yunus M., *Il banchiere dei poveri*, Feltrinelli, Milano 1998

[www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)

[www.etimos.it](http://www.etimos.it)

[www.magvenezia.org](http://www.magvenezia.org)

### **Contatto**

Cooperativa MAGVENEZIA via Trieste 82/c - 30175 Ve-Marghera

Tel. e fax 041-5381479

E-Mail: [magve@libero.it](mailto:magve@libero.it)

[www.magvenezia.org](http://www.magvenezia.org)



## **Il turismo responsabile**

Paesi lontani, esotici, spiagge da sogno, panorami incantevoli, strutture ricettive dotate di ogni comfort: ecco cosa ci propongono, di solito, le agenzie che organizzano le nostre vacanze!

Spesso facciamo scarsa attenzione, invece, alla realtà del Paese che ci ospiterà: in che condizioni vive la popolazione locale? Quanto incide la nostra presenza su quel territorio? Chi è il vero beneficiario delle nostre vacanze?

Esiste un modo di viaggiare la cui prima caratteristica è la consapevolezza: di sé e delle proprie azioni; della realtà dei Paesi di destinazione; della possibilità di una scelta meditata, diversa.

Questo è Turismo Responsabile: un viaggiare che va incontro ai Paesi di destinazione, alla gente, alla natura con rispetto e disponibilità. Un viaggiare che sceglie di non avallare distruzione e sfruttamento, ma si fa portatore di principi di giustizia e di sostenibilità, a basso impatto ambientale e soprattutto culturale, in grado di stabilire rapporti autentici tra visitatori e comunità ospitanti.

Il turista non può essere solo spensierato vacanziero, ma deve diventare anche un testimone di una realtà talvolta difficile e non sempre bella da vedere.

E' necessario che i viaggiatori diventino coscienti del proprio ruolo di consumatori di un prodotto-viaggio, da cui dipendono la qualità dell'offerta e il destino di milioni di altri individui nei luoghi di destinazione.

Il turismo responsabile, insomma, è finalizzato ad esperienze di condivisione, di crescita interiore e rispetto per gli ospitanti. Chi viaggia deve farlo "ad occhi aperti", facendo continuamente attenzione affinché le società locali non vengano "invase" e restino padrone della loro vita.

### *L'A.I.T.R. e la Carta d'Identità per Viaggi sostenibili*

L'A.I.T.R (Associazione Italiana Turismo Responsabile) è un'associazione nata nel 1997 all'interno del mondo della cooperazione che raccoglie quasi tutti i soggetti (associazioni e singoli) che si battono per un turismo più giusto e consapevole. Loro obiettivo è quello di promuovere un modo di viaggiare rispettoso delle comunità locali, a basso impatto ambientale ed equo nella distribuzione dei guadagni.

Per questo motivo nel 1997 è nata la Carta d'Identità per Viaggi sostenibili i cui punti chiave possono essere individuati in *prima, durante e dopo* il viaggio.

Presentiamo di seguito uno stralcio della Carta:

*Prima* della partenza il viaggiatore:

- Si interroga sulle reali aspettative e motivazioni del suo viaggio;
- È disponibile a incontri preparatori con i suoi prossimi compagni di viaggio;
- Chiede agli organizzatori garanzie sulla qualità del viaggio dal punto di vista etico, cioè sulle sue caratteristiche ambientali (ad es. privilegiando alloggi, strutture e trasporti compatibili con l'ambiente), sociali (ad es. scegliendo partner locali che rispettino la

dignità dei lavoratori), ed economiche (privilegiando servizi e strutture di accoglienza a carattere familiare o su piccola scala);

*Durante* il viaggio il viaggiatore:

- Cerca di condividere i vari aspetti della vita quotidiana locale;
- Non ostenta ricchezza e lusso stridenti rispetto al tenore di vita locale;
- Chiede il consenso prima di fotografare o riprendere luoghi o persone;
- Rispetta l'ambiente e il patrimonio storico-monumentale;

*Dopo* il viaggio il viaggiatore:

- Verifica se è riuscito a stabilire una relazione soddisfacente con la gente del paese visitato;
- Valuta come dar seguito ai rapporti stabiliti;

**Per saperne di più**

Garrone R., *Il turismo responsabile, (Nuovi Paradigmi per Viaggiare in Terzo Mondo)*, 1996

[www.tures.it](http://www.tures.it)

[www.solidea.org/ospiti/aitr\\_index.htm](http://www.solidea.org/ospiti/aitr_index.htm)

[www.associazioneram.it](http://www.associazioneram.it)



### Bilanci di Giustizia

La Campagna Bilanci di Giustizia nasce nel 1993 dall'appello "Quando l'economia uccide... bisogna cambiare", come iniziativa dei Beati i Costruttori di Pace. Da allora essa ha coinvolto diverse centinaia di famiglie in un'analisi sistematica del bilancio familiare, per individuare ed eliminare forme di spreco, senza peraltro ridurre il benessere o la qualità della vita. La pratica proposta ai partecipanti, è, infatti, quella degli spostamenti di consumi - da forme negative sul piano ambientale o della giustizia o della qualità della vita, ad altre più soddisfacenti e talvolta orientate all'autoproduzione. Scopo di chi partecipa alla campagna è, infatti, di orientare i propri consumi secondo criteri di giustizia, ovvero rispettando l'ambiente, i diritti dei lavoratori e la dignità delle persone.

Lo strumento utilizzato dai "bilancisti" è la scheda mensile, che permette di tenere traccia dei consumi fatti secondo modalità usuali e di quelli spostati secondo criteri di giustizia.

La scheda mensile che le famiglie sono invitate a compilare per monitorare i propri consumi, di cui è disponibile il file per Excel, è lo strumento principale della Campagna Bilanci di Giustizia, attraverso il quale è possibile "misurare" i propri consumi, sulla base delle scelte secondo giustizia che vengono fatte quotidianamente. Lo schema di Bilancio rinnovato si compone di due facciate, ma non è indispensabile la compilazione di entrambe. La prima facciata si concentra sugli obiettivi di cambiamento che ci si pone; va compilata da tutti coloro che desiderano aderire all'Operazione Bilanci di Giustizia. La compilazione della seconda facciata, centrata sul bilancio economico, fa partecipare al gruppo Sperimentazione Spostamento Consumi, indispensabile per la stesura del rapporto annuale. A questa scheda, per la quale sono disponibili delle "note per la compilazione", si affiancano la scheda stagionale e la scheda per il riepilogo annuale.

Attraverso questi semplici strumenti, è possibile fermarsi un momento e riflettere sul proprio stile di vita e su come stiamo consumando. L'incontro con altre famiglie dell'Operazione Bilanci di Giustizia permette un confronto delle. Alla compilazione della scheda segue un incontro mensile con altri bilancisti della zona, per discutere assieme le esperienze e le riflessioni maturate. Ogni anno la segreteria raccoglie le schede compilate e ne elabora un rapporto annuale, confrontabili con i dati ufficiali ISTAT. Da dieci anni i bilancisti consumano meno e meglio!

I criteri di valutazione per definire un consumo spostato si basano essenzialmente su semplici principi (che riportiamo in allegato), legati al consumo critico o al rispetto dell'ambiente, e sono oggetto di discussione continua all'interno dei gruppi locali. Si fa spesso riferimento alla Guida al Consumo Critico del Centro Nuovo Modello di Sviluppo (EMI, Bologna) nella scelta dei prodotti da acquistare, ma il "bilancista" non è solo un consumatore di prodotti. I bilancisti coltivano relazioni, si reimpadroniscono del proprio tempo, gustando il piacere dell'autoproduzione, riscoprono tradizioni e scoprono nuove



culture. Questo sono i Bilanci di Giustizia: monitorare il proprio consumo per cambiare l'economia dalle piccole cose, dai gesti quotidiani.

Per leggere qualcosa

A.Valer, *Bilanci di giustizia*, EMI, Bologna 1999.

[www.bilancidigiustizia.it](http://www.bilancidigiustizia.it)

### **I principi per consumi... sostenibili dei *Bilanci di giustizia***

#### **1) Compra di meno**

Non esistono prodotti ecologici, ma solo meno dannosi di altri. Ogni prodotto (anche un bicchier d'acqua) comporta un invisibile "zaino ecologico" fatto di consumo di natura , di energia e di tempo di lavoro.

#### **2) Compra leggero**

Spesso conviene scegliere i prodotti a minore intensità di materiali e con meno imballaggi, tenendo conto del loro peso diretto, ma anche di quello indiretto, cioè dello "zaino ecologico".

#### **3) Compra durevole**

Buona parte dei cosiddetti beni durevoli si cambia troppo spesso. Cambiando auto ogni 15 anni, invece che ogni 7, ad esempio, si dimezza il suo zaino ecologico (25 tonnellate di natura consumate per ogni tonnellata di auto). Lo stesso vale per mobili e vestiti.

#### **4) Compra semplice**

Evita l'eccesso di complicazione, le pile e l'elettricità quando non siano indispensabili. In genere oggetti più sofisticati sono più fragili, meno riparabili, meno duraturi. Sobrietà e semplicità sono qualità di bellezza

#### **5) Compra vicino**

Spesso l'ingrediente più nocivo di un prodotto sono i chilometri che contiene. Comprare prodotti della propria regione riduce i danni ambientali dovuti ai trasporti e rafforza l'economia locale.

#### **6) Compra sano**

Compra alimenti freschi, di stagione, nostrani, prodotti con metodi biologici, senza conservanti né coloranti. In Italia non è sempre facile trovarli e spesso costano di più. Ricorda però che è difficile dare un prezzo alla salute delle persone e dell'ambiente.

### **7) Compra più giusto**

Molte merci di altri continenti vengono prodotte in condizioni sociali, sindacali, sanitarie e ambientali inaccettabili. In Europa sta però crescendo la quota di mercato del commercio equo e solidale (Transfair). Preferire questi prodotti vuol dire per noi pagare poco di più, ma per i piccoli produttori dei paesi poveri significa spesso raddoppiare il reddito.

### **8) Compra prudente**

In certi casi conviene evitare alcuni tipi di prodotti o materiali sintetici fabbricati da grandi complessi industriali. Diversi casi hanno dimostrato che spesso la legislazione è stata modellata sui desideri delle lobby economiche, nascondendo i danni alla salute e all'ambiente.

### **9) Compra sincero**

Evita i prodotti troppo reclamizzati. La pubblicità la paghi tu: quasi mezzo milione all'anno per famiglia. La pubblicità potrebbe dare un contributo a consumi più responsabili, invece spinge spesso nella direzione opposta.

### **10) Investi in giustizia**

Ecco due esempi: finanza etica e impianti che consumano meno energia. In Italia puoi investire nelle MAG (Mutua Auto Gestione) e nella Banca Etica. Investendo poi nell'efficienza energetica puoi dimezzare i consumi e i danni delle energie fossili come carbone e petrolio.