

M.A.S.C.I.
MOVIMENTO ADULTI SCOUT CATTOLICI ITALIANI

**Campo regionale estivo della Toscana
29-30-31 agosto 2003
Sereto-S. Giovanni Valdarno (Fi)**

RIFLESSIONI SUL CONSUMO CRITICO a cura di Laura Ponzecchi

Premessa

Ho sempre avuto la curiosità verso le erbe ed i prodotti cosiddetti "naturali", forse trasmessa da mio padre, perito chimico uscito dal famoso Istituto Tecnico Industriale "T. Buzzi" di Prato. Ho cercato quindi notizie su questi argomenti dalla TV o carta stampata, raccogliendo minuziosamente fogli e dati tecnici.

Erbe, ecologia, Sud del mondo: parole che nella mia mente da tempo vagavano senza una giusta correlazione e collocazione. Fino a quando il cerchio si è finalmente chiuso: con la nascita dei miei due figli, a distanza di poco più di tre anni, tutto si è chiarito.

Diagnosi del pediatra: dermatite atopica. Consigli: eliminare subito, ad esempio, sostanze sospette come l'ammorbidente e prendere altre precauzioni alimentari. Ecco che affiora la mia mania di leggere le etichette dei prodotti di pulizia. Scopro sigle misteriose, tento di decifrarle con l'aiuto di persone che lavorano nel settore, reperisco notizie al riguardo che pochi sanno e fanno circolare. Da qui, una cosa tira l'altra, dai prodotti per la pulizia della casa a quelli per la nostra pelle ed infine - si fa per dire - a quelli che mangiamo.

*Un altro incontro decisivo mi "allarga gli orizzonti": la partecipazione ad un convegno promosso dall'associazione Manitese, a Firenze nel 1997. Si parla di temi apparentemente lontani da noi: politica sociale, economia, diritti umani ed anche globalizzazione, che oggi è un termine usato quasi ormai come il prezzemolo. Ma di tutte le parole, una frase mi si fissa nella mente: **think global, act local**, cioè "pensa globale e agisci locale", oppure "pensa in grande, agisci nel piccolo".*



E' un pensiero illuminante, semplice nella sua essenza, ma che richiede un grosso sforzo iniziale. Come posso io, nel piccolo della mia quotidianità, contribuire a modificare un po' certe situazioni nel Sud del mondo? Attenzione: non si parla di gesti eclatanti o meglio ancora "alla moda", seppure utili allo scopo - quali le donazioni chieste durante trasmissioni televisive, o di altra beneficenza con offerte a varie associazioni umanitarie, adozioni a distanza e quanto altro - ma di azioni quotidiane.

Fare la spesa: azione, più o meno amata, che coinvolge milioni di persone ogni giorno. Al mercato rionale o dal negoziante vicino casa, al super-ipermercato e al camion dell'ambulante per la strada, tutti i giorni compiamo un'azione che ci accomuna e ci può dare una forza notevole. Sì, è vero, se tutti noi consumatori ci rendessimo conto dell'enorme potere che abbiamo, saremmo in grado di fare cose incredibili. Tutto ciò si riassume nelle parole **consumo critico**, anche se preferisco chiamarlo, come già qualcuno ha fatto, **consumo sensibile**.

Il mio compito è cercare di spiegare cos'è questa frase, ma più vado avanti a studiare l'argomento, più mi rendo conto che è abbastanza difficile. Ci proverò prendendo a prestito parole, frasi e pensieri tratti dalle letture che ho fatto.

Le scelte che facciamo recandoci ad un supermercato, discount o semplice negozio, hanno un'importanza notevole a livello economico ed anche politico e, come diceva Beppe Grillo in una sua tournée, sono più decisive di un voto in cabina elettorale. Aldilà della battuta provocatoria, conviene soffermarsi su alcune considerazioni al riguardo.

Scegliere il "consumo critico" vuol dire passare dal ruolo di semplice **consumatore** a quello di **consum-attore**: una più attenta lettura delle etichette ci fa conoscere infatti non solo gli ingredienti del prodotto, ma il Paese di provenienza e la ditta che lo prepara. Se qualcosa non ci soddisfa possiamo, per esempio, dare un "giudizio" sul prodotto e soprattutto sulla ditta, semplicemente **non** comprandolo: le conseguenze, in una società basata sul consumismo, sono facilmente prevedibili.

Il nostro gesto, che in apparenza facciamo quotidianamente quando scegliamo un prodotto invece di un altro, deve mirare però ad ottenere altri effetti che partono dalla realtà a noi vicina (*local*), a quella più lontana (*global*); ricordo la frase sopra citata: *think global, act local* :

- A. Qualità del prodotto, alimentare o di altro genere (che chiamerò **impatto sulla salute**);
- B. Rispetto della natura (**impatto ambientale**);
- C. Rispetto delle condizioni di lavoro dei produttori (**impatto sociale-etico**).

A. Impatto sulla salute

Forse è il punto su cui c'è meno da dire: per quanto riguarda i generi alimentari, noi italiani passiamo per essere fra i più esigenti e la nostra dieta mediterranea è da tempo studiata ed imitata. Tuttavia, anche da noi è in atto una **omologazione del cibo** che colpisce la fascia più debole dei consumatori, cioè bambini e giovani, complice il "bombardamento" pubblicitario soprattutto televisivo.

Chi non ha mai mangiato una merendina? Ed un finto-panino pieno di succulente salse e carni tritate, unito ad un bel sacchetto di patatine fritte e spruzzato da una frizzante bibita marrone? Non è certo un modello di dieta mediterranea e sta portando l'Italia ad essere in Europa ai primi posti per obesità infantile. Dove sono andate a finire le merende a base di pane ed olio, pane burro e zucchero, pane e pomodoro eccetera? So io con quanta difficoltà propongo a mia figlia come spuntino scolastico, la frutta od un semplice "pane e qualcosa", perché "tutti i compagni" hanno sempre merendine *più buone delle mie* – e magari all'ultima moda televisiva.



Vorrei aggiungere due parole su un altro argomento relativo alla qualità del prodotto. La proposta del cibo biologico avanza sempre più in modo deciso e sinceramente anche io credevo all'inizio fosse una "moda un po' snob". L'Italia è purtroppo ancora oggi il paese europeo in cui si usano più pesticidi in agricoltura: 175.000 tonnellate all'anno, che vuol dire circa 3 kg. a testa, fra erbicidi, insetticidi, fungicidi.

Tralascio tutti i dati relativi ai danni ambientali e a quelli della salute dei lavoratori riservandoli alle varie riviste specializzate e che in parte sono contenuti anche nel libro dal quale ho preso i dati. Il cibo biologico non mi sembra più una scelta ma un passo obbligato e per fortuna la realtà di queste aziende sta crescendo velocemente. Credo che valga la pena, o meglio la salute, privarsi di qualcos'altro per compensare la differenza economica che attualmente esiste tra gli alimenti biologici e quelli non (differenza in un futuro colmabile qualora sempre più aziende decidano di passare al biologico spinte anche e soprattutto da una richiesta pressante di noi *consum-attori!*).

Altro discorso è quello della pulizia della casa e dell'igiene personale. Mi sono accorta che certe informazioni sulle sostanze più o meno nocive per la nostra salute sono da tempo disponibili su riviste anche non specializzate: infatti alcuni dati raccolti sono tratti da articoli di riviste cosiddette femminili di circa 7-8 anni fa! Non ci possiamo più nascondere dietro a generiche affermazioni del tipo: "Io non lo sapevo!"-

Mi domando, e temo purtroppo la risposta, perché se c'è un'alternativa più naturale al prodotto di derivazione petrolchimica, si continuano a vedere così tante marche diverse di detersivi per lavastoviglie, lavatrici e pulizie varie? I "vecchi rimedi della nonna" funzionano ancora, provare per credere: aceto, limone, sale, bicarbonato, ecco il poker per far pulita tutta la casa, con qualche aggiunta particolare. Tutto qui? Sì, semplice, quasi ingenuo e la mia rabbia è nel constatare che per ogni problema di pulizia c'è sempre una soluzione più naturale di quella che ci vogliono propinare.

Intendo, con la parola "naturale":

- a) meno nociva per noi che usiamo il prodotto,
- b) meno inquinante e quindi più rispettosa dell'ambiente,
- c) più economica e qui sta il problema.



Faccio solo due esempi vissuti sulla mia pelle, anzi su quella dei miei bambini. Come dicevo nella premessa, accertata la dermatite atopica di mia figlia, il pediatra mi consigliò di eliminare subito il prodotto maggiormente imputato e nocivo per la pelle: l'ammorbidente. Per fortuna, pur essendo nata negli anni del boom economico italiano, come neo-casalunga non ho mai avuto la fissazione per il pulito e morbido a tutti i costi. Dopo un'accurata ricerca di prodotti più naturali, diciamo meno nocivi, sostitutivi dell'ammorbidente che ha costi decisamente superiori, sono venuta a sapere che il "rimedio della nonna" è l'aceto. Da allora, ne sono un'accanita consumatrice e l'adopero quasi per ogni tipo di pulizia.

Altro responsabile di un lento ma continuo "avvelenamento" è il brillantante per lavastoviglie; la fonte di tale informazione è - pensate un po' - il nostro Istituto Superiore per la Sanità. Dopo tentativi più ecologici e costosi sono approdata prima all'aceto e poi ancor meglio al bicarbonato, che abbassa la durezza dell'acqua e toglie quindi il calcare dalle stoviglie.

B. Impatto ambientale

Il consumo critico impone un cambiamento dello stile di vita, una "svolta nel metodo di acquisto delle merci", perché, come dice il sig. Beneforti del WWF di Pistoia, "(...) prendersi cura del territorio in cui viviamo vuol dire prendersi cura anche degli altri ed in sostanza aumentare il grado di convivenza civile". Non aggiungo altro, visto che mi trovo in un campo regionale di adulti scout!

Prendo come spunto, per introdurre l'argomento, il 30° seminario sulle "emergenze planetarie" che si è recentemente tenuto al Centro E. Majorana di Erice, diretto da Antonio Zichichi. 130 studiosi provenienti da 31 Paesi si sono confrontati su clima, Sars, Aids, mucca pazza, tilt energetico ed inquinamento. Per quanto riguarda il **clima** i ricercatori, divisi sulle cause che hanno determinato il mutamento, sono concordi nell'affermare che l'accelerazione registrata negli ultimi venti anni è dovuta in gran parte all'uomo. I veleni immessi nell'atmosfera hanno creato l'effetto serra ed il clima ne ha risentito con il surriscaldamento a cui stiamo assistendo.

Un altro esempio riguarda il **tilt energetico**: nel 2001 lo stato della California - che da solo potrebbe essere la 5ª potenza mondiale per prodotto interno lordo - ha subito il più grave blackout della sua storia. In conseguenza di ciò la scelta politica effettuata non è stata quella apparentemente più ovvia, costruire nuove centrali più potenti, ma fare investimenti - per l'esattezza 850.000 dollari - sull'informazione circa le possibili alternative energetiche: nuovi elettrodomestici, sistemi diversi per il riscaldamento e l'illuminazione di case.

Dopo questa campagna di sensibilizzazione, che è stata molto apprezzata dalla popolazione, il traguardo di 5000 Kwh risparmiati entro un anno è stato ampiamente superato: sono arrivati infatti a 6500 Kwh.

Ciò che voglio dire è che se tutti gli abitanti della Terra consumassero come noi Paesi del Nord del mondo, che rappresentiamo il 20% del totale della popolazione, occorrerebbe un quantitativo di risorse naturali 10 volte superiore all'attuale!

Adesso faccio una parentesi che riguarda lo studio a livello mondiale di tale problema. Come ho detto all'inizio, stiamo parlando di consumo critico, ma la parola che si fa strada in questi ultimi tempi è **consumo ... sostenibile**. Il concetto vero è quello di **sviluppo sostenibile**, affermatosi a livello internazionale con la "Conferenza mondiale su ambiente e sviluppo" svoltasi a Rio de Janeiro nel 1992. La cosa che mi fa riflettere è che solo adesso se ne parla comunemente, intendo dire nelle riviste femminili, in TV e nei quotidiani, dopo ben 11 anni! Comunque il significato della parola è intuibile: "sviluppo che soddisfi i bisogni del presente **senza compromettere** la capacità delle generazioni future di soddisfare i propri".

E' un concetto che comprende contemporaneamente tre dimensioni: economica, ambientale e sociale. Finalmente si è passati da una visione settoriale dei problemi ad una multidisciplinare, nella quale l'ambiente è parte integrante dello sviluppo economico.

Un indicatore di sostenibilità, facile da calcolare ed intuitivo, che si sta imponendo all'attenzione dei consumatori, è **l'impronta ecologica**. Tale calcolo stima, in ettari, la superficie terrestre ed acquatica necessaria, da un lato, alla produzione delle risorse naturali richieste dall'economia per la produzione di beni, e dall'altro, all'assorbimento dei rifiuti prodotti. Rappresenta quindi **l'area di terra produttiva e di acqua richiesta per produrre le risorse consumate da quella nazione, comunità o individuo e per assorbire i rifiuti generati**.



Vado a presentare subito, senza approfondire l'iter per il calcolo finale, alcuni risultati: teniamo presente che la media utile di impronta ecologica pro-capite dovrebbe essere di 2 ettari. Le stime del '96, invece, dimostrano che l'impronta media mondiale effettiva era pari a 2,85 ettari di superficie pro-capite. Stiamo sfruttando, dal punto di vista ambientale, un'area superiore di almeno il 30% rispetto all'area disponibile, con conseguenze di impoverimento del cosiddetto "**capitale naturale del pianeta**". Ma sapete bene quanto poco ci dicano le medie, peggio ancora se fatte a livello mondiale. Scendo nei dettagli citando numeri rilevati da articoli di Silvia Battaglia, ingegnere ambientale (*vedi bibliografia*):

- statunitense medio: 12,22 ettari pro capite
- canadese: 7,66 ettari pro capite
- tedesco: 6,31
- italiano: 5,51
- colombiano: 1,90
- indiano: 1,06
- cambogiano: 0,83
- afgano: 0,58
- eritreo: 0,35.

E' evidente che se noi italiani abbiamo a disposizione, in base al nostro territorio, **1,92 ettari** per i nostri consumi e la nostra impronta è di **5,51** risulta in termini tecnici un "**debito ecologico**": in pratica vuol dire che sottraiamo energie e quanto altro ad altre popolazioni.

A questo punto dobbiamo assolutamente rivedere il nostro concetto di **benessere**: quello materiale non è più perseguibile nello stesso modo in cui abbiamo fatto finora; **il nuovo stile di vita deve essere quello di prendere dalla natura in modo minore, in termini tecnici, avere un'impronta ecologica più leggera**.

La natura infatti ci offre gratuitamente servizi essenziali alla vita che rischiano di essere compromessi dallo sfruttamento eccessivo delle risorse e dall'inquinamento. Una considerazione semplice ma vera: ci sono dei limiti fisici e biologici alla crescita continua dell'economia. Abbiamo una sola Madre Terra. Occorre agire quindi su due fronti: lo sfruttamento eccessivo delle risorse a monte dei processi produttivi e la produzione di rifiuti ed inquinamento a valle.

Ed ecco che torniamo al nostro gesto quotidiano di fare la spesa. E' sufficiente chiedersi per ogni oggetto utilizzato la sua storia e rendersi conto che **"dietro ad una transazione in denaro c'è anche una transazione con la natura"**. Ogni oggetto è costruito da qualcuno, in certe condizioni di lavoro, sfruttando certe risorse naturali, emettendo determinate sostanze inquinanti; poi l'oggetto viene trasportato, con ulteriore impiego di materiali ed energia, nel luogo di vendita, qui consumato ed utilizzato per diventare rifiuto da smaltire. Ed infine, altro problema legato al prodotto acquistato è l'imballaggio. Pensate che gli imballaggi rappresentano circa il 50% in volume dei rifiuti solidi urbani e metà di questi provengono dalle nostre case. E allora cosa fare?

Rimanendo in tema di consumo critico, occorre andare aldilà della raccolta differenziata, che tuttavia in Italia ancora non raggiunge gli standard europei, con forti dislivelli regionali. Il problema non è differenziare un rifiuto, per il cui smaltimento o riciclaggio comunque occorrono soldi, energia ed impianti adeguati, ma **ridurre il rifiuto stesso**.

Anche qui faccio due esempi.

Gli anni '60 e '70 ci hanno abituato all' **"usa e getta"** per lanciare nuovi materiali e soprattutto il consumismo come stile di vita: Tetra Pak, che ha iniziato la produzione nel '53, lattine di alluminio, vari tipi di plastica - PET, PVC, PP - : tutto questo ha creato notevoli problemi sul fronte del riciclaggio e dello smaltimento.

In un opuscolo rivolto alle scuole dell' ASM del Comune di Prato, che si occupa di rifiuti, ho trovato una scheda semplice ma altrettanto drammatica: il "tempo delle cose", si chiama. In essa si fanno esempi che indicano quanto tempo occorre per la decomposizione di materiali molto comuni, ecco alcuni esempi:

- torsolo di mela: da 15 giorni a 3 mesi
- filtro di sigaretta: 2 anni
- gomma da masticare: 5 anni
- bottiglia di vetro: 4000 anni
- bottiglia di plastica: da 100 a 1000 anni
- lattina di alluminio: da 20 a 100 anni
- carta telefonica: 1000 anni.



Come si può vedere - a parte il vetro, che però ha una ottima resa nel riciclaggio e può essere riutilizzato all'infinito - la plastica è il materiale che più rimane nel tempo. Cerchiamo quindi di non comprare prodotti con confezioni monodose, con microconfezioni, in lattina, vaschette di plastica, ecc.; non sappiamo più cosa farcene ed anche nella raccolta differenziata non trovano un posto adeguato, specialmente quella plastica che "scricchiola" di pasta e merendine!

Altro esempio l'eterna questione delle bottiglie in plastica. Questa estate in Germania ho potuto constatare ciò che avevo letto al riguardo. L'Italia è in controtendenza europea rispetto alla percentuale di bottiglie di plastica vendute. In un supermercato tedesco, le bottiglie di acqua in vetro erano quasi la totalità e tutte col sistema del *vuoto a rendere*, operazione che avveniva anche da noi in lontani anni passati, ed ora misteriosamente desueta: paghi la cauzione che ti viene resa quando riporti il vuoto; è facile, educativo, igienico. Certo è più comodo prendere e buttare via la plastica ma pensiamo un attimo alla difficoltà del loro smaltimento! Tutte eredità per le generazioni future

C. Impatto sociale-etico

In un momento in cui sembrano valere solo le ragioni del mercato e in cui le multinazionali hanno più potere dei governi, dobbiamo trovare nuovi strumenti per dare delle regole alle imprese in modo da indurle a comportamenti più rispetto nei confronti dei paesi del Sud del mondo, del lavoro e dell'ambiente.

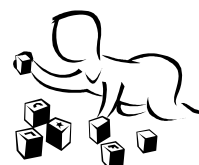
L'esperienza dimostra che uno dei mezzi più efficaci per condizionare le imprese è il consumo perché ha potere di vita o di morte su di loro. Ecco l'importanza di scegliere accuratamente ogni prodotto, in modo da premiare le imprese che si comportano meglio e punire le altre.

Ho voluto iniziare con la presentazione del libro "Guida al consumo critico" scritta dal fondatore del Centro Nuovo Modello di Sviluppo (CNMS), Francesco Gesualdi, perché ritengo tale libro fondamentale per un serio impegno nel consumo "sensibile".

L'idea nasce negli anni '90, quando uscirono analoghe guide negli Stati Uniti e in Inghilterra, dove i movimenti dei consumatori sono assai più forti. Il libro contiene da una parte la suddivisione per generi e relativi marchi/imprese, con consigli per un consumo critico, e dall'altra l'elenco alfabetico di società con marchi venduti e loro comportamenti relativi ad una serie di parametri che vanno dal rispetto ambientale, alla trasparenza, ai contatti col Terzo Mondo, ecc.

Si può dire che il CNMS ha preso parte alle più importanti iniziative di pressione pubblica su società che hanno avuto comportamenti a dir poco scorretti: pensiamo alla Nestlé, alla Nike, Chicco, ed altro – se vi interessa, ne parlerò separatamente -. In un certo senso ha preparato il terreno per la campagna "meno beneficenza, più diritti" di cui volevo parlare.

Tale iniziativa è stata promossa da Manitese ed altre associazioni – da Amnesty International a Save the Children, per esempio – ed ha come obiettivo di fare in modo che la produzione estera controllata direttamente o indirettamente dalle aziende italiane o europee e la commercializzazione italiana ed europea di prodotti provenienti da paesi in via di sviluppo (PVS) avvengano nel pieno rispetto dei diritti fondamentali della persona e della comunità circostante e garantiscano il rispetto e la protezione dell'ambiente.



Tutto ciò viene chiamato Responsabilità Sociale dell'Impresa (RSI). Come si vede il prodotto finale che acquistiamo nasconde una serie di informazioni, non ultima quella sul rispetto dei diritti dei lavoratori coinvolti nel processo produttivo.

Siamo di nuovo tornati al ruolo dei consumatori: sembra utopico, ma associazioni di consumatori sono state create non solo o non tanto per difendere i diritti dei consumatori ma per contribuire alla risoluzione dei problemi mondiali, in particolare di quanto compete al comportamento delle grandi imprese. Inoltre, da ricerche effettuate, emerge che i consumatori sembrano disposti a pagare un prezzo ragionevolmente maggiore per avere un prodotto che non sia il risultato di sfruttamento e schiavitù. Il miglior valore aggiunto apportato dalle aziende diventa allora non tanto e non solo l'innovazione o la creatività ma **la sicurezza di poter dimostrare che il prodotto è stato fatto per le persone e non contro le persone.**

Vorrei citare due esempi pratici. Il primo riguarda la certificazione di responsabilità sociale che già esiste a livello europeo e che si chiama **SA 8000** (controlliamo bene questa sigla sulle etichette future!). Ebbene, proprio da queste parti - ad Arezzo - c'è la prima azienda tessile in Europa ad avere ottenuto tale certificazione, si chiama **Monnalisa Spa** e produce confezioni per bambine e teenager.

Per quanto riguarda invece la grande distribuzione, l'Esselunga supermercati produce una linea di detergenza domestica, vari tipi di carta e anche abbigliamento intimo, che ha ottenuto il marchio di qualità ecologica dell'Unione Europea, riconoscibile da una margherita con stelline blu al posto dei petali. Tali prodotti, di costo leggermente superiore agli altri, garantiscono una scheda informativa completa, un uso di minori risorse alla fonte, imballaggi a minore impatto ambientale.



Nel libro di cui ho parlato sopra, anche se questo deve essere periodicamente aggiornato dal punto di vista economico - si pensi soltanto alle fusioni ed acquisizioni che avvengono tra le varie società - si evidenziano non solo i comportamenti negativi ma anche quelli positivi, suscettibili quindi di approvazione "tangibile" da parte del consumatore.

Esiste anche un modo più esplicito per indirizzare le nostre scelte di acquisto verso ditte che assicurano condizioni di lavoro ed economiche migliori specialmente nei Paesi del Sud del mondo. E' il caso del **commercio equo e solidale**, una forma di commercio alternativo per i prodotti provenienti dal Sud del mondo dai quali le centrali di distribuzione del Nord importano direttamente i prodotti di cooperative di produttori locali.

Tramite l'importazione diretta è possibile uscire dal circuito delle multinazionali e pagare stipendi più alti ai lavoratori, consentendo loro una vita dignitosa. In Italia opera soprattutto il consorzio **CTM-altromercato** che "garantisce ai piccoli produttori" - leggo dall'etichetta di una miscela di caffè, ad esempio - "rapporti diretti e paritari, prezzi equi superiori al mercato, contratti pluriennali, prefinanziamenti e sostegno a progetti locali di sviluppo ambientale e sociale". Scegliendo tali prodotti, che negli ultimi anni sono aumentati in numero, dai generi alimentari fino all'abbigliamento, all'igiene personale e all'arredamento, diciamo sì ad un nuovo comportamento, che oltre ad essere un atto di solidarietà con i lavoratori è anche un modo per difendere le condizioni di lavoro nostre e dei nostri figli, affinché non ci dobbiamo trovare a competere con la "concorrenza sleale" di chi sfrutta i lavoratori e ottiene in questo modo costi di produzione più bassi.

Questa realtà di consumo è sempre più presente, inizialmente diffusa dalle cosiddette "botteghe del mondo" , circa 250 in Italia, ed ora la troviamo nella grande distribuzione, vedi COOP ed Esselunga.

Un recente esempio di commercio equo e solidale di notevoli dimensioni - già esisteva come magazzino all'ingrosso - è Equoland, cooperativa che dal 1995 importa direttamente dai Paesi del sud del mondo. Qui troviamo tutto per la casa, abbigliamento, persino strumenti musicali oltre ad una notevole scelta di libri, cd, video ed audiocassette sull'argomento del consumo critico e rapporti Nord/Sud del mondo. Si trova alla periferia di Prato, zona Capalle, vicino al Centro Commerciale dei Gigli, come dire due mondi opposti (mi sono sempre chiesta se la dislocazione è stata scelta di proposito!).

Per concludere questa parte dedicata all'impatto etico-sociale del consumo vorrei citare un esempio italiano.

I consumatori, nell'attuale legge di mercato, hanno il massimo potere di influenza sulle scelte delle imprese. Negli anni '90 si attuò una campagna di informazione e sensibilizzazione su un episodio in particolare avvenuto in Cina dove, in uno stabilimento di una ditta di appalto della Artsana, morirono in un incendio ragazze lavoratrici perché le porte antincendio erano sbarrate. Sotto l'influsso di una campagna di pressione che è arrivata anche al cosiddetto **boicottaggio** di tale marchio, la Artsana, ditta italiana che detiene il marchio Chicco per giocattoli e prodotti per l'infanzia, ha sottoscritto insieme ai sindacati un codice di comportamento in cui si impegna a rispettare i diritti fondamentali dei lavoratori nella produzione in ogni parte del mondo, compresa quella su appalto. Anche le associazioni di categoria dei produttori del tessile e del cuoio e i sindacati italiani hanno firmato un codice di condotta per l'eliminazione del lavoro minorile e il rispetto delle condizioni di lavoro.

Mi rendo conto che a questo punto, dopo aver sciorinato concetti per molti già noti e per altri un po' meno, sia giunto il momento di chiudere.

Sono stata molto contenta di poter dire la mia opinione al riguardo, perché credo fermamente che questo nuovo stile di vita sia già presente nella nostra società. Nel solo cerchio delle mie amicizie e conoscenze, sono venuta a sapere che altre mamme, lavoratrici, casalinghe, già orientano i loro consumi verso una strada di semplicità, di rispetto per gli altri e per l'ambiente in cui viviamo. C'è chi fa una scelta più radicale, come orientare i propri risparmi verso la cosiddetta finanza etica, c'è chi compra soprattutto cibi biologici, c'è chi, come me, torna a fare il bucato come ai tempi delle nostre nonne. Come dice Ernst Schumacher, non so bene chi sia, "**occorre vivere più semplicemente per permettere agli altri semplicemente di vivere**". Bella frase, vero?

Ciò che vorrei dire a questi amici ed amiche è che è giunto il tempo di unire le forze e fare come i lillipuziani nella favola "I viaggi di Gulliver: non a caso la rete che riunisce in Italia tutte le associazioni di volontariato - finanza etica, centri sociali, terzo settore, solidarietà - si chiama la *rete di Lilliput*.

In tal modo potrà avvenire un sano passaparola che miri ad acquistare fiducia e consapevolezza nella forza che esercitiamo durante il nostro quotidiano gesto di **fare la spesa, di consumare e di smaltire**.

Infine, come suggerisce il tema di questo campo, educandoci a nuovi stili di vita, sapremo ancor meglio leggere e comprendere il creato e - con una seria presa di coscienza etico-cristiana - rispettare e salvaguardare di conseguenza anche **i diritti degli altri e del nostro pianeta**.



Sereto, 30 agosto 2003

Laura Ponzecchi

Bibliografia:

AA.VV., *Invito alla sobrietà felice*, EMI 2000

S. Battaglia, *Una sola madre Terra*, articoli vari apparsi sulla rivista Missioni Consolata, Gennaio '02-Marzo'03

A cura di Marco Beneforti, *Guida del consumatore ecologico, come fare la spesa e rispettare l'ambiente*, WWF sezione di Pistoia, Provincia di Pistoia, da Internet

Centro Nuovo Modello di Sviluppo, *Nuova guida al consumo critico*, EMI 2000

M. Correggia, *Manuale pratico di ecologia quotidiana*, Oscar Guide Mondadori 2000

La Repubblica, articolo *Allarme, la Terra ha la febbre*, 21/08/03

Superquark, trasmissione del 24/07/02.

Indirizzi Internet:

Consumo critico

- Centro Nuovo Modello di Sviluppo: <http://www.citinv.it/associazioni/CNMS>

Commercio equo e solidale

- CTM, altromercato: www.altromercato.it
- Equoland: www.equoland.it

Ecologia quotidiana

- Legambiente: www.legambiente.it
- WWF Italia: www.wwf.it
- ENEA (Ente Nazionale Energie Alternative): www.enea.it

Banca Etica

- www.bancaetica.com

Rapporti Nord-Sud del mondo, solidarietà, informazioni economiche/etiche

- www.manitese.it
- www.unimondo.org (sito dell'ass. Movimondo)
- www.saveriani.bs.it (sito Cem-mondialità)
- www.misna.org (agenzia di notizie dal sud del mondo)
- www.lilliput.it (rete di associazioni non profit)

CONSIGLI PER CONSUMI ... SOSTENIBILI

1. **Compra di meno.** Non esistono prodotti ecologici, ma solo meno dannosi di altri. Ogni prodotto (anche un bicchiere d'acqua) comporta un invisibile "zaino ecologico" fatto di consumo di natura, energia e 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 sempre è 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 che spingere 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 (Mutuo 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.

Tratto dall'articolo di S. Battaglia: *Quando lo sviluppo non è progresso*, Missioni Consolata, Giugno 2002

Per ulteriori informazioni:

"Campagna bilanci di giustizia", segreteria nazionale Venezia, tel. 041/5381479
www.unimondo.org/bilanci digiustizia. E-mail: bilanci@libero.it