

BEATI I COSTRUTTORI DI PACE

*OPERAZIONE
BILANCI DI GIUSTIZIA*

Rapporto 1997

INDICE

PARTE PRIMA: INTRODUZIONE

A- Lettera alla Campagna Bilanci di Giustizia	pag. 01
B- Non solo Bilanci di Giustizia: le esperienze di consumo sostenibile in Europa e l'etica alla conquista del mercato.	pag. 03

PARTE SECONDA: GLI ADERENTI

A- Dati sui nuclei familiari	pag. 05
B- Distribuzione geografica	pag. 09
C- Bilanci inviati	pag. 10

PARTE TERZA: GLI OBIETTIVI

A- Un'analisi qualitativa	pag. 12
---------------------------------	---------

PARTE QUARTA: I RISULTATI DELLA CAMPAGNA ANNO 1997

A- Nota metodologica	pag. 17
B- Distribuzione dei consumi	pag. 18
C- Riduzione dei consumi	pag. 22
D- Autoproduzione	pag. 24
E- Consumi spostati	pag. 26
F- Investimenti	pag. 31

PARTE QUINTA: CONSIDERAZIONI FINALI

A- I dati parlano	pag. 33
-------------------------	---------

APPENDICE

A- Operazione Bilanci di Giustizia: morfologia sociale e strategie di vita	pag. 35
--	---------

La stesura del Rapporto 1997 è stata curata dal Coordinamento Nazionale dell'Operazione Bilanci di Giustizia con la collaborazione di GUIDO GINI e LUCIA RONCONI (per l'elaborazione dei dati), MARCO MOROSINI (per il panorama europeo), ANTONELLA VALER (per la stesura delle parti riguardanti obiettivi, risultati e conclusioni), ALBERTO TAROZZI e SARA PATERLINI (per l'appendice). Un grazie di cuore a tutti.

PARTE PRIMA: INTRODUZIONE

Lettera alla Campagna Bilanci di Giustizia

L'Operazione Bilanci di Giustizia nel 1997 è stata segnata da tre eventi di segno molto diverso:

- 1- grandi strutture a livello nazionale ci hanno contattato e hanno chiesto la nostra collaborazione (la Coop Italia, il WWF, l'Ufficio della pastorale familiare della CEI);
- 2- di contro alcuni gruppi locali che da due o tre anni partecipavano all'operazione, si sono dichiarati "esauriti" e non mandano più i bilanci;
- 3- d'altro lato sono sorti nuovi gruppi animati da molta determinazione e, in genere, sostenuti da un buon metodo di lavoro collettivo.

Questo mi fa pensare: aprire le persone ad una consapevolezza nel consumare interessa sempre di più: interessa chi cerca di difendere la propria organizzazione di vendita da un mercato selvaggio, interessa chi si propone di promuovere il rispetto o l'amore per l'ambiente, interessa chi si propone obiettivi di itinerari spirituali.

Sono curioso di vedere se ci saranno sviluppi per le proposte che abbiamo fatto a queste grandi strutture. Avranno l'elasticità, la libertà, il coraggio di stimolare le grandi masse con cui sono a contatto a rivedere e a diminuire i consumi?

Il nesso tra queste strutture e questa economia è così forte che penso non sia il caso di coltivare illusioni.

Quando si passa dalla generica esortazione a "non farsi prendere dal consumismo" alla proposta di organizzare una rete che permetta ai consumatori critici di esprimere il loro reale potere, questo diventa troppo compromettente.

Sono convinto che il movimento dei consumatori critici dovrà camminare con l'autogestione. Essa è impegnativa, "costosa" ma è decisamente entusiasmante.

L'obiettivo è diventare realmente liberi nei confronti di questo mercato, capaci di vedere i beni senza l'inquinamento di questa economia che deve venderti tutto quello che, senza scrupoli, ha prodotto, capaci di godere dei beni che soddisfano i nostri bisogni reali compreso il bisogno di silenzio, di lentezza, di leggerezza, di autenticità della vita.

L'operazione Bilanci di Giustizia propone gli strumenti per questo itinerario: il coinvolgimento del nucleo familiare attraverso la compilazione del bilancio, lo spazio di confronto offerto dal gruppo locale, la rete nazionale che collega chi partecipa a questa sperimentazione.

In 1997 è stato l'anno cruciale dei referenti locali: è infatti il referente che assicura la continuità e il passaggio di informazioni tra il "cuore" dell'Operazione e i singoli aderenti. Abbiamo visto gruppi lavorare con convinzione, con lucidità, con metodo e i risultati non sono mancati. Senza nulla togliere agli altri, ricordo la campagna sui pannolini del gruppo di Bergamo, la campagna per il latte in bottiglia a rendere del gruppo di Trento, il lavoro per i gruppi di acquisto a Torino (e mi scuso con tutti gli altri che non cito).

Rimangono in ogni caso le difficoltà derivanti dalla compilazione del bilancio familiare. A questo dato caratteristico non pensiamo di rinunciare; abbiamo bisogno di oggettività nella sperimentazione. Ma non pensiamo di farne un feticcio; il cuore dell'operazione è il cambiamento del nostro rapporto con i beni.

Ci sembra degno di segnalazione l'itinerario programmato dai gruppi di Verona: concentreranno per un anno la ricerca su un tema comune: la casa. Ne attendiamo con interesse i risultati.

Sicuramente la definizione di un ambito di ricerca comune in un gruppo locale permette di raccogliere informazioni, di vagliare criticamente le proposte e di offrire indicazioni comunicabili a tutti gli aderenti all'operazione.

Quindi nuova vitalità, nuovo impegno, partendo dalla cura del gruppo locale.

Contiamo sulla adozione di precisi obiettivi e di un buon metodo di lavoro da parte dei gruppi locali per poter rispondere adeguatamente alle offerte di collaborazione che ci giungono dal Wuppertal Institut (per una rilevazione che studi il rapporto fra revisione dei consumi e miglioramento della qualità della vita) e dalla facoltà di sociologia dell'Università di Bologna (il Prof. Alberto Tarozzi ci propone di analizzare se i percorsi attuati dagli aderenti siano replicabili da altri e se la scelta fatta dalle famiglie sia suscettibile di futuro).

Da questo largo orizzonte torno all'ufficio di Marghera.

Se ci teniamo in comunicazione fra noi, se ha preso consistenza questa rete è per il continuo ed intelligente lavoro di (in stretto ordine alfabetico) Alessandra, Davide, Guido, Marisa, Paola, Stefano e Valeria.

Ogni storia di liberazione va avanti perché "chi vede un orizzonte" si mette a servizio di un cammino comune.

Buon cammino, dunque!

don Gianni Fazzini

Non solo Bilanci di Giustizia: le esperienze di consumo sostenibile in Europa e l'etica alla conquista del mercato

Chi l'avrebbe detto? L'etica sta cominciando a diventare una forza di mercato. E' forse la rivincita del moralista Adam Smith sui suoi esegeti meno lucidi che a volte ne hanno fatto, a torto, un propugnatore dell'egoismo come motore dell'economia. I successi dell'economia di mercato hanno dimostrato che sotto certi aspetti è vero che "perseguire il proprio interesse economico è il modo migliore di fare l'interesse di tutti". Allo stesso tempo è sotto gli occhi di tutti come il sistema economico attuale, sempre più dominato dal mercato e mancante di un contesto politico che lo regoli, è fautore di grandi squilibri, di povertà e di problemi ambientali. Inoltre, non è vero, come la teoria economica neoclassica afferma, che l'unico scopo degli individui è il perseguimento e la massimizzazione del proprio interesse personale.

Ecce allora che oggi alcuni ricercatori di mercato, pubblicitari e strateghi aziendali cominciano a guardare nella direzione opposta. "L'interesse più alto è l'interesse di tutti": questo non è solo il fortunato slogan pubblicitario della Banca Etica in Italia, ma è anche il criterio con cui milioni di cittadini europei spendono almeno una parte dei loro soldi. Alcuni di loro infatti cominciano a preferire prodotti e servizi il cui rapporto qualità/prezzo include anche la qualità etica, cioè la qualità sociale ed ecologica.

In Germania per esempio, i consumatori postmaterialisti sarebbero circa il 20%. Poiché il loro orientamento è verso la partecipazione ambientale e la responsabilità ambientale, piuttosto che verso il possesso dei beni materiali e il bisogno di status sociale, perseguendo anche la qualità etica delle merci e dei servizi, costoro sono disposti a pagare un certo prezzo monetario, di tempo o di scomodità per spendere i propri soldi in modo più responsabile. E' quanto risulta da uno studio di Gerhard Scherhorn, direttore del dipartimento Nuovi modelli di benessere del Wuppertal Institut. Proprio il nome del dipartimento di Scherhorn indica quanto sia ormai superato associare l'idea di un consumo sostenibile con quella di una riduzione del benessere. Semmai è vero il contrario: chi cerca di fare la spesa in modo sostenibile persegue piuttosto un aumento del benessere, ma di un benessere che risponde a un nuovo modello, a uno stile di vita meno materiale. Questi consumatori che consumano meno emergono così come veri edonisti della semplicità piuttosto che come pauperisti penitenti. Soprattutto emergono come nuovi ricchi: ricchi della risorsa oggi più rara, il tempo. Meno tempo dedicato al consumo, al commercio e alla produzione libera infatti tempo ed energie per la famiglia, la comunità, la vita spirituale, culturale e politica. Secondo lo studio di Scherhorn un altro 25% dei tedeschi sono invece nettamente materialisti mentre il rimanente 55% stanno in una zona intermedia tra la seduzione della semplicità e le sirene del consumismo.

Anche il ministero dell'ambiente tedesco, nel suo studio sullo sviluppo sostenibile della **Germania**, dedica un intero capitolo al consumo, affermando la necessità di una revisione degli stili di vita per poter immaginare una Germania veramente sostenibile. A Monaco di Baviera il comune ha aperto un dipartimento "Agenda locale 21" per l'applicazione comunale dei precetti economici ed ecologici fissati dal documento finale (l'Agenda 21) del vertice di Rio del 1992. Tra le iniziative comunali c'è un esperimento di revisione sistematica dei consumi, cui parteciperanno 21 famiglie, selezionate tra 100 candidate, seguite ognuna da un consulente. L'esperienza sarà poi resa pubblica nell'intento di influenzare l'intera cittadinanza. Iniziative di revisione sociale ed ecologica dei consumi sono prese anche da altri comuni tedeschi e austriaci, da diversi gruppi di cooperazione con i paesi poveri e dall'Accademia Francesco d'Assisi di Eichstätt.

In Inghilterra la cooperativa di consumo "Out of this World" nata nel 1994, ha raggiunto i 14.000 soci e ha aperto tre negozi, che forniscono solo prodotti scelti secondo precisi criteri etici o ambientali. Ogni negozio, finanziato dagli stessi soci, si propone di essere non soltanto un luogo di acquisto di prodotti sani (per la salute e per l'ambiente) e rispettosi dei diritti di produttori e lavoratori, ma anche un luogo di incontro, punto di informazione e consigli per una pratica di consumo nuova. Nel Galles inglese, lavora "Christian Ecology Link", un gruppo cristiano ecumenico che, secondo un approccio spirituale, incoraggia e suggerisce coerenti comportamenti di consumo e di investimento.

Sulla revisione etica dei consumi è attivo in **Austria** il "Gruppo di lavoro responsabilità per il Creato" (ARGE Schöpfungsverantwortung) della diocesi di Vienna: il loro lavoro pastorale comprende la riflessione ecologico-teologica, le azioni di sensibilizzazione e di informazione nei confronti dei problemi ambientali globali (di recente ha promosso un convegno e una manifestazione contro l'Accordo Multilaterale sugli Investimenti, MAI), fino alle proposte concrete alle singole parrocchie (consigliando e promuovendo l'uso di pannelli solari, ad esempio).

Una ricerca sul comportamento dei consumatori rispetto agli imballaggi in **Danimarca**, ha evidenziato come l'attenzione alle conseguenze dei diversi tipi di imballaggi sull'ambiente, sia presente in una minoranza significativa dei consumatori, tanto da spostare le loro scelte di acquisto verso prodotti con imballaggi più sostenibili.

In **Olanda** i coniugi Hanneke van Veen e Rob van Eeden animano la rivista dei "Parsimonios", un'iniziativa che diffonde informazioni utili per vivere meglio con meno denaro e minori consumi insostenibili. Oltre a curare la rivista, i due olandesi tengono veri e propri "corsi di vita semplice" in Olanda, Belgio, Austria ed altri paesi europei. I soldi o la vita (Geld oder Leben) è il titolo che hanno dato al loro libro che consiglia molti accorgimenti per spendere meno e vivere meglio. Il titolo è lo stesso di quello di un altro libro fortunato (Your money or your life) che Joe Dominguez e Vicki Robin hanno scritto nel 1992 negli Stati Uniti e che rappresenta il manifesto del movimento degli downshifters americani, ovvero di tutte quelle persone (una minoranza significativa secondo lo studio di Juliet Schor, "The Overspent American: Upscaling, Downshifting and the New Consumer", Basic Books), che volontariamente rinunciano ad una parte di reddito in cambio di maggiore tempo libero.

In Europa i principi del consumo sostenibile sembrano per ora praticati da minoranze che spesso hanno il privilegio di un reddito sufficiente e di un'istruzione superiore. Ma non sarà sempre così. Perché questa idea-guida diventi patrimonio di tutti la Commissione europea ha lanciato in Italia per il 1998 una campagna dal titolo Consumo sostenibile e ne ha affidato la realizzazione a una grande agenzia di comunicazione pubblicitaria.

I comportamenti dei consumatori "critici", di cui l'esperienza dei Bilanci di Giustizia rappresenta un esempio significativo nel panorama europeo, non sono dunque solo quelli di una "minoranza di pazzi", ma piuttosto quelli di chi ha intuito la strada di una civiltà capace di futuro e, senza indugio, muove i primi passi in quella direzione.

PARTE SECONDA: GLI ADERENTI

Dati sui nuclei familiari

L'appuntamento di fine anno con la scheda di riepilogo si sta ormai consolidando come uno strumento per "dialogare" con le famiglie, anche al di là dei bilanci.

A fine '97 sono state 163 le famiglie che hanno compilato e restituito la scheda: il 77,6% delle famiglie che hanno inviato i bilanci, contro il 63,3% dell'anno precedente.

Ma qual è la tipologia di aderente che emerge dalla lettura dei dati raccolti attraverso le schede?

In appendice a questo Rapporto '97 troverete alcune pagine curate da Alberto Tarozzi e Sara Paterlini che tracciano una fotografia sociologica delle famiglie aderenti all'Operazione Bilanci di Giustizia elaborata a partire dalle schede di riepilogo del '96.

In questa parte dedicata alla descrizione degli aderenti tentiamo di ripercorrere il medesimo modello descrittivo riferendoci ai dati del '97.

Se guardiamo gli aderenti sotto il profilo della **tipologia familiare**, emerge la netta predominanza della famiglia nucleare: la "coppia con figli" rappresenta il 60,7% dei nuclei che hanno compilato la scheda di riepilogo; la "coppia senza figli" rappresenta il 27%. Il numero medio dei componenti di ciascun nucleo è pari a 3,3.

Tav. 1 *Suddivisione dei nuclei aderenti per tipologia familiare - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>TIPOLOGIA FAMILIARE</i>	<i>Numero nuclei</i>	<i>Percent.</i>
<i>single</i>	8	4.9%
<i>coppia senza figli</i>	44	27.0%
<i>coppia con figli</i>	99	60.7%
<i>genitore con figli</i>	1	0.6%
<i>coppia convivente con genitori</i>	3	1.8%
<i>convivenza di più nuclei familiari</i>	0	0.0%
<i>altre forme di convivenza</i>	6	3.7%
<i>non risponde</i>	2	1.2%
<i>Totale</i>	<i>163</i>	<i>100.0%</i>

Si tratta dunque di famiglie nucleari e di nuclei, se guardiamo l'età, relativamente giovani. Facendo riferimento solo al nucleo-base (alla coppia o al singolo, con esclusione dei figli e degli altri eventuali conviventi), il 47,2% risulta avere un'età compresa tra i 25 e i 34 anni e il 37,1% tra i 35 e i 44 anni (vedi tav. 2).

Il nucleo relativamente giovane porta con sé una significativa presenza di figli in età prescolare (il 18,6% del totale degli aderenti) e scolare (il 12,8%), come si può vedere nella tabella 3.

Tav. 2 *Suddivisione degli aderenti maggiorenni, con esclusione dei figli e di altri eventuali conviventi, per classi d'età - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>FASCIA DI ETA'</i>	<i>Numero aderenti</i>	<i>Percent.</i>
<i>meno di 25</i>	3	0,9%
<i>da 25 a 34</i>	150	47,2%
<i>da 35 a 44</i>	118	37,1%
<i>da 45 a 54</i>	30	9,4%
<i>da 55 a 64</i>	14	4,4%
<i>oltre 64</i>	1	0,3%
<i>non risponde</i>	2	0,6%
<i>Totale</i>	318	100,0%

Tav. 3 *Suddivisione dei componenti dei nuclei familiari aderenti per classi d'età - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>FASCIA DI ETA'</i>	<i>Numero aderenti</i>	<i>Percent.</i>
<i>da 0 a 5</i>	100	18,6%
<i>da 6 a 14</i>	69	12,8%
<i>da 15 a 24</i>	38	7,1%
<i>da 25 a 34</i>	158	29,4%
<i>da 35 a 44</i>	118	22,0%
<i>da 45 a 54</i>	30	5,6%
<i>da 55 a 64</i>	14	2,6%
<i>oltre 64</i>	7	1,3%
<i>non risponde</i>	3	0,6%
<i>Totale</i>	537	100,0%

Continuando a riferirci al nucleo-base, l'analisi dei **titoli di studio** ci porta ad evidenziare un aderente con un'istruzione medio-alta: il 44% possiede un diploma e il 41,2% possiede un titolo universitario (diploma universitario, laurea o specializzazione).

Tav. 4 *Suddivisione degli aderenti maggiorenni, con esclusione dei figli e di altri eventuali conviventi, per titolo di studio - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>TITOLO DI STUDIO</i>	<i>Numero aderenti</i>	<i>Percent.</i>
<i>non risponde</i>	2	0,6%
<i>nessuno</i>	0	0,0%
<i>licenza elementare</i>	2	0,6%
<i>licenza media</i>	23	7,2%
<i>qualifica professionale</i>	20	6,3%
<i>diploma</i>	140	44,0%
<i>diploma universitario</i>	30	9,4%
<i>laurea</i>	83	26,1%
<i>dottorato/specializz. Post laurea</i>	18	5,7%
<i>Totale</i>	318	100,0%

Dal punto di vista della **qualifica professionale** siamo in presenza di nuclei di ruolo impiegatizio (48.4%), come si può vedere dalla tavola 5, espletato soprattutto nel settore pubblico (31,8%) e nei servizi privati (25,2%), come evidenziato nella tavola 6.

Tav. 5 *Suddivisione degli aderenti maggiorenni, con esclusione dei figli e di altri eventuali conviventi, per qualifica professionale – Operazione Bilanci di Giustizia – anno 1997*

<i>QUALIFICA</i>	<i>Numero aderenti</i>	<i>Percent.</i>
<i>non risponde</i>	5	1,6%
<i>dirigente</i>	15	4,7%
<i>impiegato</i>	154	48,4%
<i>operaio</i>	24	7,5%
<i>imprenditore</i>	7	2,2%
<i>libero professionista</i>	25	7,9%
<i>artigiano</i>	1	0,3%
<i>coltivatore diretto</i>	1	0,3%
<i>esercente</i>	4	1,3%
<i>collaboratore/consulente</i>	15	4,7%
<i>studente</i>	11	3,5%
<i>pensionato</i>	12	3,8%
<i>casalinga/o</i>	42	13,2%
<i>dissoccupato</i>	2	0,6%
<i>Totale</i>	<i>318</i>	<i>100,0%</i>

Tav. 6 *Suddivisione degli aderenti maggiorenni, con esclusione dei figli e di altri eventuali conviventi, per settore di impiego – Operazione Bilanci di Giustizia – anno 1997*

<i>SETTORE</i>	<i>Numero aderenti</i>	<i>Percent.</i>
<i>non risponde</i>	63	19,8%
<i>agricoltura</i>	5	1,6%
<i>commercio</i>	20	6,3%
<i>industria</i>	49	15,4%
<i>servizi privati</i>	80	25,2%
<i>settore pubblico</i>	101	31,8%
<i>Totale</i>	<i>318</i>	<i>100,0%</i>

“Dunque un ceto medio giovane istruito, di ruolo impiegatizio (...) che ha dato vita a nuclei familiari di piccole dimensioni. Questa l'immagine prevalente, ma non esclusiva dei partecipanti”, come già puntualizzato nell'appendice sulla base dei dati del '96.

Gli ulteriori dati in nostro possesso relativi ai nuclei familiari aderenti che hanno compilato la scheda di riepilogo annuale possono essere interessanti soprattutto per collocare in modo più circostanziato il perseguimento di alcuni obiettivi.

Il fatto che il 66,3% dei nuclei viva in **abitazione** di proprietà può rendere più significativo il consolidamento di obiettivi riguardanti il contenimento dei consumi energetici, dato che alcuni interventi generalmente non si effettuano se l'abitazione è in affitto. Riduzione dei consumi energetici domestici, acquisti per il risparmio energetico o impianti per energie rinnovabili rappresentano complessivamente obiettivi consolidati durante il '97 o prima per il 74,8% dei nuclei (vedi tav. 12 pag. 13).

Tav. 7 *Suddivisione dei nuclei aderenti per titolo di utilizzo dell'abitazione - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>PROPRIETA'</i>	<i>Numero nuclei</i>	<i>Percent.</i>
<i>abitazione di proprietà</i>	108	66,3%
<i>abitazione in affitto</i>	40	24,5%
<i>altro</i>	7	4,3%
<i>non risponde</i>	8	4,9%
<i>Totale</i>	<i>163</i>	<i>100,0%</i>

Il fatto che il 34,4% dei nuclei viva in **abitazione singola** può essere un dato significativo (pur non rappresentando il dato prevalente) per comprendere come mai l'autoproduzione alimentare, che si concretizza spesso nel coltivare un piccolo orto per ricavarne verdura, sia obiettivo consolidato nel corso del '97 o prima per il 41,1 dei nuclei.

Tav. 8 *Suddivisione dei nuclei aderenti per tipologia dell'abitazione - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997*

<i>TIPO DI ABITAZIONE</i>	<i>Numero nuclei</i>	<i>Percent.</i>
<i>abitazione singola (anche a schiera)</i>	56	34,4%
<i>abitazione in condominio</i>	86	52,8%
<i>altro</i>	7	4,3%
<i>non risponde</i>	14	8,6%
<i>Totale</i>	<i>163</i>	<i>100,0%</i>

E ancora: se il 95,7% dei nuclei dichiara di usare l'auto come **mezzo di trasporto**, diventa interessante sottolineare che numerose sono le famiglie che hanno consolidato obiettivi riguardanti i trasporti (vedi pag. 13).

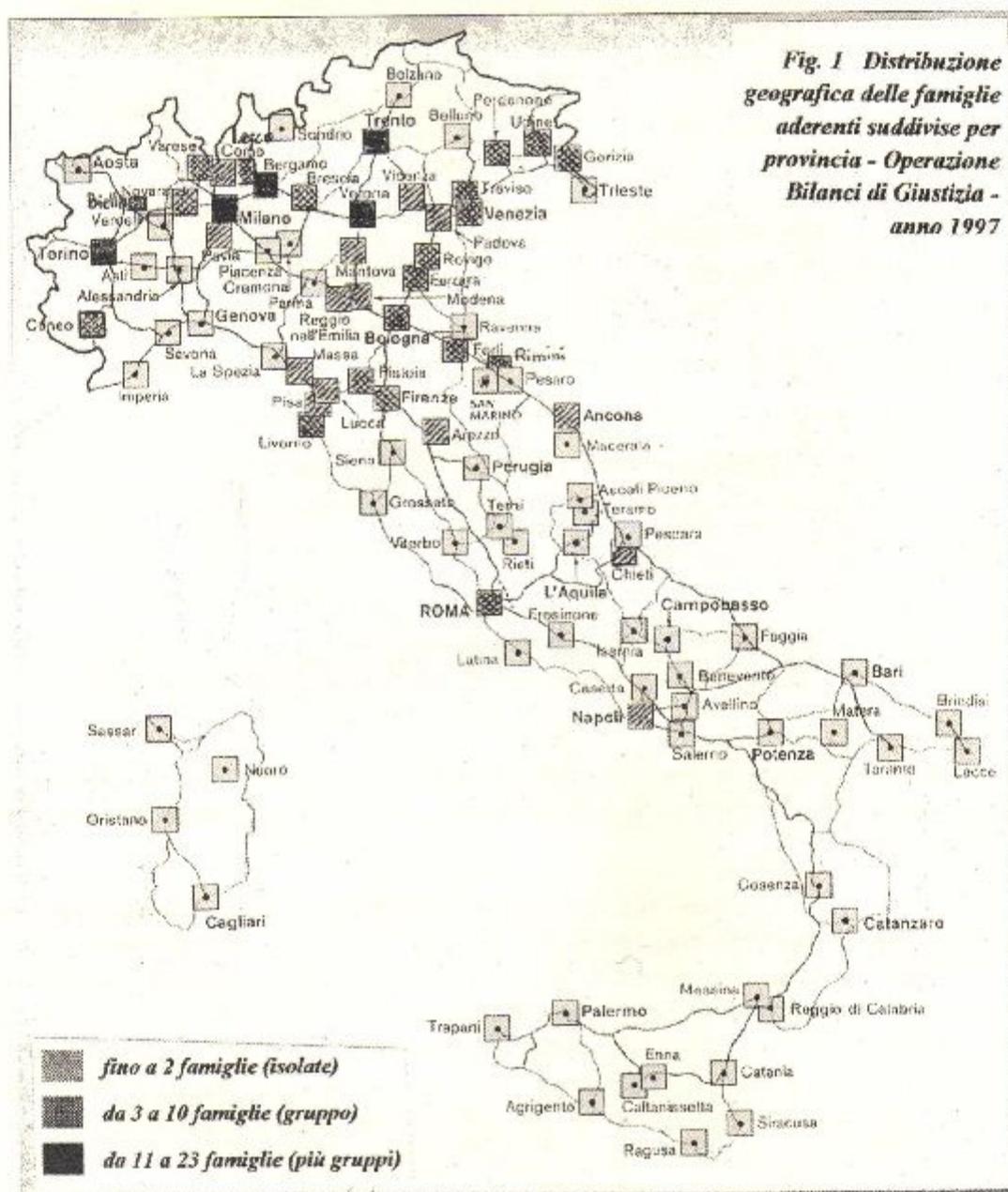
Ci stiamo focalizzando sull'uso dell'auto e la nostra situazione trasporti.

Il prossimo mese vogliamo provare a vedere quanti km percorriamo in auto, in bici, con mezzi pubblici e a piedi e per quelli in auto a valutare lo scopo degli spostamenti. Infatti non riteniamo eticamente valida una riduzione acritica dell'uso dell'auto, ma una riduzione degli usi superflui o qualora sia possibile utilizzare altri mezzi.

(Marco e Elena - Bergamo)

MEZZI DI TRASPORTO	Numero nuclei	Percent.
auto	156	95,7%
bici	105	64,4%
moto/motorino	46	28,2%
bus/tram/metro	71	43,6%
treno	65	39,9%
altro	6	3,7%
non risponde	0	0,0%

Distribuzione geografica



Dal punto di vista della provenienza geografica la concentrazione delle famiglie aderenti all'Operazione Bilanci di Giustizia è tutta nell'Italia settentrionale (con esclusione di Valle d'Aosta e Alto Adige), fatta salva una presenza significativa estesa alla Toscana. I motivi di questa prevalenza sono da ricercarsi nell'origine "storica" dell'esperienza dei Bilanci, nata in Veneto, che non ha saputo adattarsi ad altre realtà socio-economiche-culturali o trovare strumenti per tradurre in senso operativo le idealità e gli stili di vita diffusi e consolidati anche in altre regioni.

Com'è ormai nella tradizione dei Bilanci di Giustizia le esperienze più solide si notano dove esistono i gruppi locali ma sono da ricordare anche le coraggiose famiglie singole che continuano a partecipare pur senza avere un gruppo di riferimento e i tenaci nuclei che, dopo mesi di solitudine, coinvolgono finalmente la seconda coppia. Sono del '97 i nuovi gruppi locali di Rimini, Gorizia, Treviso, Livorno, Cuneo e Roma.

Prima di tutto sono molto felice di condividere questa scelta di come "consumare" con molte altre persone anche loro "sensibili" a tale problematica; è importante NON sentirsi isolati ma INSIEME a molti altri.
(Fulvio - Gorizia)

Riscontriamo una difficoltà a stabilire quali spese possano realmente essere considerate "spostate"; se ne discute in gruppo e si decide insieme. Abbiamo acquistato un paio di scarpe da Trekking della Dolomite (che abbiamo saputo non essere una multinazionale) per andare in montagna. Le considererei per il fatto che mi consentono di organizzare delle vacanze più naturali, utilizzando meno la macchina. In questo bilancio le ho messe tra le spese usuali perché il gruppo non era d'accordo.
(Patrizia - Roma)

Abbiamo aumentato le occasioni di incontro con gli amici, ma non siamo ancora riusciti ad "utilizzarle" per la sensibilizzazione alla Campagna né per un confronto con gli altri gruppi familiari. Ci sforzeremo in questo senso.
(Elena - Modena)

Bilanci inviati

Il numero complessivo dei bilanci inviati presenta nel '97 una lieve flessione rispetto all'anno precedente (-3,5%) e ugualmente il numero dei nuclei aderenti (-2,3%), come evidenziato in tabella.

Tav. 10 Bilanci inviati, famiglie coinvolte e aderenti complessivi negli anni '94, '95, '96, '97 - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

Anno	N. bilanci	N. famiglie*	N. aderenti
1994	678	123	Non disponibile
1995	925	163	519
1996	1518	215	674
1997	1465	210	685

*Almeno un bilancio inviato nell'anno

Verosimilmente, questo dato è un segnale della necessità di ripensare le modalità di adesione alla Campagna per i nuclei "storici" nonché le strategie di coinvolgimento dei nuovi nuclei.

Periodo di "stanchezza" e di ricerca delle motivazioni per cui sono sempre così pochi i gruppi familiari che aderiscono all'Operazione "Bilanci di Giustizia", pur essendo Brescia una città viva e attenta ai valori della solidarietà.
(Dante e Marta - Brescia)

Abbiamo aumentato le occasioni di incontro con gli amici, ma non siamo ancora riusciti ad "utilizzarle" per la sensibilizzazione alla Campagna né per un confronto con gli altri gruppi familiari. Ci sforzeremo in questo senso.
(Elena - Modena)

Dal confronto dei dati del '97 e del '96 emergono due tendenze rilevanti in questo senso: il 38,1% dei nuclei aderenti nel '96 non ha più inviato bilanci nel '97, mentre il 50,7% rimane nella rosa dei "fedelissimi" continuando ad inviare più di quattro bilanci nel corso del '97.

Tav. 11 Abbandoni e nuove adesioni tra il 1996 e il 1997 - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

		Anno 1997			Totale
		0 bilanci	1-3 bilanci	4-12 bilanci	
Anno 1996	0 bilanci	0	41	36	77
	1-3 bilanci	46	2	10	58
	4-12 bilanci	36	22	99	157
Totale		82	65	145	292

Questi dati suscitano delle domande cui l'Operazione Bilanci di Giustizia dovrà elaborare delle risposte.

Abbandonare la compilazione o l'invio del bilancio mensile significa non aderire più alla Campagna? E comunque: abbandonare l'adesione alla Campagna significa retrocedere rispetto allo stile di vita acquisito e consolidato grazie a (o indipendentemente da) Bilanci di Giustizia?

Il semplice impegno di registrare le spese su un bilancio ci ha portato, ogni volta che compriamo qualcosa, a porci delle domande: da dove viene questo prodotto?

Che c'è scritto sull'etichetta? E' un consumo che può essere spostato? Questo prodotto è proprio necessario? E' etico comprare questo prodotto?

(Antonio e Rita - Roma)

Si può pensare ad un percorso all'interno della Campagna che preveda altre forme tangibili di adesione, riducendo l'impegno tecnico della stesura dei bilanci ad un periodo limitato e studiando una forma di "staffetta" che consenta in ogni caso di valutare anche una ragionevole componente numerica?

Proprio sull'onda di queste domande è nata l'idea di pensare alla "fase 2" dei Bilanci, richiamata nell'introduzione.

PARTE TERZA: GLI OBIETTIVI

Un'analisi qualitativa

Ogni giorno prendiamo sempre più consapevolezza che dobbiamo promuovere in prima persona uno stile di vita fatto di scelte e atteggiamenti diversi. Qualche volta c'è ancora il coraggio e la voglia di farlo con parenti ed amici, ma stiamo capendo che non possiamo né aspettare troppo tempo, né lasciarlo fare ad altri. Nei prossimi mesi contiamo di essere più incisivi...
(Flavio e Sandra - Brescia)

Accanto ad un consolidamento delle scelte di **consumo etico**, attente agli aspetti della giustizia nel consumo, l'analisi degli obiettivi riportati sulla scheda annuale 1997 sembra rilevare una crescente attenzione da parte delle famiglie aderenti alla campagna agli aspetti della sostenibilità ambientale dei propri consumi.

L'80,3% delle 163 famiglie che hanno compilato la scheda di riepilogo, dichiarano infatti di aver consolidato (prima del '97 o nel '97) l'acquisto di alimenti nel circuito del commercio equo e solidale, il 68,6% di acquistare nello stesso circuito i regali e l'81,6% dichiara di aderire alle campagne di boicottaggio contro le imprese che non rispettano i diritti dei lavoratori.

Per quanto riguarda gli **aspetti "verdi"** (di rilevanza ambientale) **del consumo**, il dato relativo all'acquisto di alimenti biologici caratterizza la linea di tendenza e la volontà di cambiamento delle famiglie. Mentre il 35,5% afferma che questo tipo di scelta è consolidata, nel 32,5% dei casi le famiglie hanno perseguito l'obiettivo senza essere riuscite a consolidarlo. Nel 25,8% dei casi questo è un obiettivo ipotizzato per il 1998.

Inoltre, accanto ad una larga condivisione di obiettivi quali l'acquisto di alimenti di stagione (85,9%) o la raccolta differenziata dei rifiuti (92,1%), comportamenti che si possono definire "sostenibili nel senso debole" (secondo lo studio dell'università di Duisburg - Germania si definiscono comportamenti "verdi soft" quelli che non comportano elevati sacrifici o cambiamenti di stile di vita e stanno entrando nelle abitudini della popolazione), va evidenziato il consolidamento di obiettivi che richiedono maggiore attenzione e impegno quali: la scelta di prodotti a scarsa trasformazione (32,5%), gli acquisti direttamente dal produttore (27,6%), gli acquisti collettivi (19,2%), la riduzione di piatti e bicchieri usa e getta (75,4%), il riuso (52,1%), la riduzione degli imballaggi (58,2%), l'acquisto di detersivi bio-eco-naturali (43,6%).

Gli obiettivi di **riduzione dei consumi** si trovano in quasi tutti i capitoli di spesa e risultano ampiamente condivisi. Per quanto riguarda il capitolo degli alimentari viene ritenuto consolidato l'obiettivo di riduzione dei specifici consumi dal 46,7% delle famiglie; la riduzione dei consumi energetici domestici è un obiettivo consolidato per il 44,7% (il 20,9% l'ha perseguito e non consolidato, mentre il 12,3% lo ipotizza per il '98).

Significativo è anche il dato di riduzione dell'uso dei detersivi, consolidato per il 57,7% delle famiglie.

Minore, e tuttavia significativa, è la percentuale delle famiglie che ritengono consolidata la riduzione dell'uso dell'auto: 36,8% a fronte di un tentativo senza successo del 16,6% ed una previsione di impegno per il '98 di un ulteriore 17,8%. A questa riduzione si affianca l'aumento dell'uso dei mezzi pubblici (consolidato per il 25,8%) e della bicicletta (38,7%).

Tav. 12 Obiettivi consolidati prima o nel corso del '97, perseguiti e ipotizzati suddivisi per capitolo di spesa: percentuale di famiglie rispetto al totale delle famiglie che hanno compilato la scheda di riepilogo annuale - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

TIPOLOGIA OBIETTIVI	Consolidato prima del 97	Consolidato nel 97	Perseguito non consolid.	Ipotizzato per il '98
ALIMENTARI				
* acquisto alimenti biologici	24,5%	11,0%	32,5%	25,8%
* acquisto alimenti c/o botteghe commercio equo	60,1%	20,2%	12,9%	7,4%
* acquisto alimenti di stagione	60,7%	25,2%	9,2%	5,5%
* acquisti direttamente dal produttore	19,0%	8,6%	30,1%	25,8%
* acquisti c/o circuiti no profit	12,3%	6,1%	16,6%	17,8%
* acquisti collettivi	10,4%	8,6%	20,2%	27,0%
* autoproduzione	31,3%	9,8%	24,5%	16,0%
* riduzione di specifici consumi	25,8%	20,9%	16,0%	11,0%
* aumento di specifici consumi alimentari	12,3%	11,7%	10,4%	10,4%
* scelta di prodotti a scarsa trasformazione	21,5%	11,0%	11,7%	10,4%
* diffusione di uno stile alimentare critico	27,0%	20,9%	17,2%	11,7%
* altro	2,5%	1,8%	1,2%	1,2%
ABBIGLIAMENTO				
* acquisto vestiti usati	6,1%	4,9%	11,0%	6,1%
* acquisto abbigliamento e biancheria in fibre naturali	22,1%	9,8%	17,8%	10,4%
* autoproduzione	17,8%	3,7%	12,3%	8,6%
* riuso e scambio	49,7%	16,6%	9,8%	3,7%
* altro	4,3%	1,8%	1,2%	1,2%
CASA				
* riduzione consumi energetici domestici	29,4%	15,3%	20,9%	12,3%
* acquisti per il risparmio energetico	12,3%	16,0%	9,8%	15,3%
* riduzione uso dei detersivi	31,9%	25,8%	11,7%	9,2%
* acquisto prodotti bio, eco, naturali	22,7%	20,9%	24,5%	22,7%
* altro	1,8%	3,7%	0,6%	2,5%
TRASPORTI				
* riduzione uso dell'auto (Km.)	23,9%	12,9%	16,6%	17,8%
* aumento uso mezzi pubblici	17,2%	8,6%	9,2%	14,7%
* aumento uso bicicletta	27,0%	11,7%	13,5%	14,1%
* altro	2,5%	3,1%	0,6%	0,0%
SALUTE				
* cure con prodotti omeopatici	16,0%	8,6%	11,7%	8,6%
* cure con prodotti naturali	22,1%	8,0%	17,2%	9,8%
* cure con altre terapie non farmacologiche	12,9%	4,9%	8,0%	4,9%
* contenimento spesa sanitaria	26,4%	10,4%	6,7%	7,4%
* altro	0,0%	0,6%	0,6%	0,6%
SVAGO, CULTURA, FORMAZIONE				
* utilizzo strutture pubbliche (biblioteche...)	22,1%	7,4%	12,9%	9,8%
* utilizzo collettivo libri e giornali	12,3%	4,9%	9,2%	14,1%
* autoproduzione giochi	5,5%	4,3%	12,3%	11,0%
* acquisto libri e riviste "stile di vita"	47,2%	22,1%	9,2%	11,7%
* altro	4,3%	1,8%	0,0%	0,0%
IGIENE				
* acquisto prodotti bio, eco, naturali	22,1%	20,9%	22,1%	20,9%
* altro	1,8%	3,1%	0,0%	0,0%
BENI DUREVOLI				
* riparazione, riutilizzo elettrodom., arredi, bici, oggetti	38,0%	17,2%	13,5%	5,5%
* impianti per energia rinnovabile (pannelli solari,...)	1,8%	0,0%	3,7%	11,0%
* altro	0,6%	3,7%	0,6%	0,6%

TIPOLOGIA OBIETTIVI	Consolidato prima del 97	Consolidato nel 97	Perseguito non consolid.	Ipotizzato per il '98
VARIE				
* acquisto regali solidali	41.1%	27.6%	17.8%	6.7%
* acquisto regali ecologici	19.6%	14.7%	14.1%	9.2%
* autoproduzione regali	24.5%	11.0%	19.0%	12.3%
* riduzione spese regali e feste	33.7%	20.2%	11.7%	11.7%
* altro	0.6%	0.6%	0.0%	0.0%
STRAORDINARIE/PERIODICHE				
* vacanze ecocompatibili e/o solidali	22.7%	9.8%	12.9%	11.0%
* altro	1.2%	1.2%	0.0%	0.0%
INVESTIMENTI				
* sostegno gruppi e associazioni	60.7%	12.3%	11.0%	3.7%
* capitale sociale e/o azioni coop. e società no profit	31.3%	13.5%	6.7%	7.4%
* depositi etici (MAG, coop. sociali,...)	31.9%	12.9%	7.4%	18.4%
* adozioni a distanza	25.8%	11.0%	2.5%	7.4%
* obiezione spese militari	19.0%	3.7%	3.7%	8.6%
* sostegno progetti cooperazione e sviluppo	37.4%	14.7%	5.5%	7.4%
* altro	3.1%	3.1%	0.0%	0.0%
BILANCI				
* registrazione delle spese	47.9%	23.9%	13.5%	8.6%
* riduzione spese	25.8%	9.8%	20.9%	18.4%
* aumento consumi spostati	19.6%	26.4%	23.9%	20.2%
* sensibilizzazione alla Campagna	18.4%	22.7%	20.2%	19.6%
* confronto con altri gruppi familiari	24.5%	19.6%	19.6%	23.3%
* altro		19.6%	19.6%	23.3%
RIFIUTI				
* riduzione imballaggi	33.7%	24.5%	19.6%	12.9%
* riduzione "usa e getta" (carta cucina, piatti plastica)	50.9%	24.5%	12.9%	11.0%
* riuso	41.1%	11.0%	6.1%	4.9%
* raccolta differenziata	70.6%	21.5%	4.3%	4.3%
* altro	3.7%	0.6%	0.0%	0.0%
ALTRO				
* adesione campagne di boicottaggio	53.4%	28.2%	8.0%	3.7%
* riduzione utilizzo televisione	42.3%	16.0%	11.0%	12.9%
* aumento occasioni conviviali con amici	38.7%	14.1%	13.5%	14.7%
* altro	0.0%	0.6%	0.0%	1.2%

Tra gli obiettivi di riduzione va notata ancora la riduzione delle spese per regali e feste, consolidata dal 53,9% delle famiglie conteggiate.

L'obiettivo riduzione dell'uso della televisione, consolidato per il 58,3% delle famiglie, va letto insieme agli obiettivi che si riferiscono alla gestione del tempo (tempo lavorato e tempo libero) e, più in generale, allo stile di vita.

In questo periodo ho poco tempo e questo mi costringe a fare la spesa in modo frettoloso; non riesco neppure a fare dei lavori di cucito. Devo prestare più attenzione agli impegni che prendo per gestire meglio il "consumo del tempo".

(Marisa - Milano)

Per il 41,1% è consolidato l'obiettivo di sensibilizzare alla campagna, nel 73% dei casi è consolidato il sostegno a gruppi ed associazioni (obiettivo questo che rientra negli investimenti in stile di vita).

Il confronto con altri gruppi familiari risulta consolidato per il 44,1% delle famiglie; rimane tuttavia perseguito e non consolidato per il 19,6% e un'esigenza ancora da soddisfare e ipotizzata per il '98 dal 23,3%.

Il 52,8% delle famiglie si è posto e ha consolidato l'obiettivo di aumentare le occasioni conviviali con gli amici.

Stiamo constatando che attraverso i Bilanci di Giustizia ci poniamo molti interrogativi rispetto alla nostra quotidianità, al nostro modo di vivere. Crediamo di aver fatto alcuni passi, ma ci pensiamo ancora lontani da quelle scelte radicali che contraddistinguono la vita di un cristiano. Il confronto con il gruppo ci aiuta a trovare insieme soluzioni.
(Leonello e Cinzia - Livorno)

Importanti si confermano anche gli obiettivi relativi all'**autoproduzione**.

Per quel che riguarda il capitolo degli alimentari, è da ritenersi una scelta consolidata dal 41,1% delle famiglie conteggiate, perseguito e non consolidato dal 24,5% e ipotizzato per il '98 dal 16%. Nel capitolo dell'abbigliamento risulta consolidato nel 21,5% dei casi. Il 10% autoproduce giochi o giocattoli e il 35,5% i regali.

Gli obiettivi (fare il pane, i dolci e i giochi in casa e acquistare meno dolci e biscotti) sono stati perseguiti con facilità e divertimento. Ci rendiamo conto però che è stato possibile solo per il fatto che sono in paternità ed ho quindi momentaneamente del tempo a disposizione. Nel fare i bilanci ci rendiamo conto che oltre a revisionare i consumi ci troviamo a ripensare l'uso del tempo e quindi il modo di essere, non solo rispetto alle spese, anche rispetto alle relazioni.
(Giovanni - Treviso)

Il capitolo della **salute** evidenzia un certo consenso rispetto alla scelta di prodotti omeopatici (per il 26,6% è un obiettivo consolidato) e naturali (30,1%). Allo stesso tempo si rileva un consolidamento dell'obiettivo di un generale contenimento della spesa sanitaria (36,8%).

Per quel che riguarda gli **investimenti** rimangono obiettivi consolidati di una minoranza significativa la partecipazione al capitale sociale di cooperative e società no-profit e i depositi di risparmio etici (entrambi consolidati per il 44,8%).

La spesa di parte del reddito in solidarietà è un obiettivo consolidato per il 90% delle famiglie (questo dato si ottiene sommando le adozioni a distanza e il sostegno a progetti di cooperazione e sviluppo).

In che direzione si stanno muovendo le famiglie nelle loro scelte di cambiamento?

Si può confermare un tentativo concreto di riconversione nel senso della sostenibilità dei consumi.

Tra gli obiettivi scelti per il '98 si evidenziano infatti: l'acquisto di alimenti biologici (25,8%) e di prodotti per la casa naturali (22,7%).

Non solo: è chiaro anche l'obiettivo di provare ad incidere sui meccanismi dell'economia, a partire dalle scelte quotidiane.

Considerare consumo spostato la benzina dei distributori Q8 (indicato su I Care come marchio meno compromettente) può sembrare ridicolo, ma siamo convinti che anche questo sia consumo critico. Il gesto va considerato come se domani mattina tutti o la maggioranza degli automobilisti si chiedessero qual è il distributore meno compromettente dal punto di vista ecologico, etico, ecc. e, dopo averlo trovato, vi si recassero a far benzina, forse cambierebbe qualcosa... e lo sforzo del singolo tutto sommato non sarebbe eroico.
(Paolo - Trento)

Tra le scelte quotidiane di economia a misura di persona c'è quella di favorire i produttori locali e valorizzare il rapporto diretto tra produttore e consumatore in un'ottica di scelte di gruppo. La voce acquisti direttamente dal produttore è infatti un obiettivo ipotizzato dal 25,8% delle famiglie e lo è per il 27% quello degli acquisti collettivi.

Per facilitare la scelta degli obiettivi abbiamo pensato di allargare gli orizzonti: invece di pensare al singolo mese, ci ipotizziamo un cammino di più mesi in cui gli obiettivi (divisi in qualitativi, quantitativi o di gruppo) siano coerenti e progressivi.

Ora ci stiamo concentrando a livello di gruppo, nello stilare la mappa del territorio con i produttori locali e i negozi "alternativi". Gli obiettivi familiari sono orientati all'acquisto in questi negozi. Questo obiettivo impegnativo, ovviamente, porterà via più di un mese, ma se si ha di fronte una strada programmata da percorrere, ci sembra più facile decidere poi i singoli obiettivi parziali (mensili). Ci sembra che questa programmazione porterà più soddisfazione alla famiglia, che si sente impegnata in un cammino crescente e non invece oberata da frammentate azioni spesso non in armonia tra loro che affaticano più di quanto non incoraggino.
(Angelo e Giulia - Verona)

PARTE QUARTA: I RISULTATI

Nota metodologica

Prima di addentrarci nell'analisi dei numeri contenuti nei bilanci, sono necessarie alcune considerazioni che spieghino il metodo con cui questi numeri sono stati utilizzati.

La considerazione più importante è che, come negli anni precedenti, non tutti i dati contenuti nei bilanci hanno potuto essere utilizzati.

Prendendo in esame ogni capitolo di spesa, il singolo bilancio può rivelarsi compilato in uno dei tre modi seguenti.

1- Non viene evidenziato il totale di capitolo, anche se possono essere segnalati importi di singoli consumi usuali e/o spostati. In questo caso i dati contenuti nel capitolo preso in considerazione non vengono utilizzati perché non affidabili: un consumo spostato pari a lire 50.000 ha infatti un'incidenza percentuale profondamente diversa se rapportato ad un totale di capitolo di lire 100.000 (in questo caso lo spostamento è pari al 50% della spesa sostenuta) piuttosto che ad un totale di capitolo di lire 1.000.000 (in questo caso lo spostamento è pari al 5% della spesa sostenuta).

2- Il totale di capitolo è inferiore alla soglia, stabilita chiedendosi se è verosimile, all'interno di un nucleo composto mediamente di 3,3 persone, un consumo medio mensile individuale inferiore ad una certa cifra. Ad esempio: per il capitolo igiene è affidabile il dato di un consumo medio mensile individuale inferiore a 7.768 lire? In sede di elaborazione dei dati si è ritenuto di rispondere di no e quindi tutti i nuclei che, per il capitolo igiene, non superano questa soglia sono stati esclusi dal totale dei dati relativi al capitolo igiene.

3- Il totale di capitolo è affidabile: i dati di queste famiglie sono quelli utilizzati per elaborare medie e percentuali di consumi globali e spostati relative ad ogni capitolo di spesa, in quanto il consumo medio mensile individuale registrato è superiore alla soglia.

Tav. 13 Percentuale di famiglie, per ogni capitolo di spesa, con totale di capitolo affidabile - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

CAPITOLI DI SPESA	Percentuale famiglie
ALIMENTARI	82,9%
ABBIGLIAMENTO	62,4%
SALUTE	79,0%
DIVERTIMENTI E CULTURA	86,2%
CASA	59,5%
TRASPORTI	75,2%
BENI DUREVOLI	39,5%
VARIE	90,5%
IGIENE	76,2%

La scelta di utilizzare solo i dati provenienti dall'ultimo raggruppamento di nuclei familiari si impone per motivi di correttezza metodologica e tuttavia siamo ben consapevoli che in questo modo possono andar persi dei dati interessanti. Chi ci assicura infatti che le 36 famiglie scartate dal conteggio dei dati del capitolo alimentari (perché riportano un consumo medio mensile individuale inferiore a lire 123.928) abbiano dimenticato di segnare alcune spese e non abbiano invece individuato delle strategie di consumo che consentono di abbassare la faticosa soglia (pur essendo questa pari soltanto a circa il 40% del dato ISTAT)?

Per sanare questo dubbio non ci sarebbe che una strada: contattare singolarmente le famiglie in questione e avere da loro diretta conferma nell'uno o nell'altro senso, dopo aver sottolineato con forza a tutti gli aderenti l'importanza di evidenziare, anche in maniera approssimativa, i totali di capitolo.

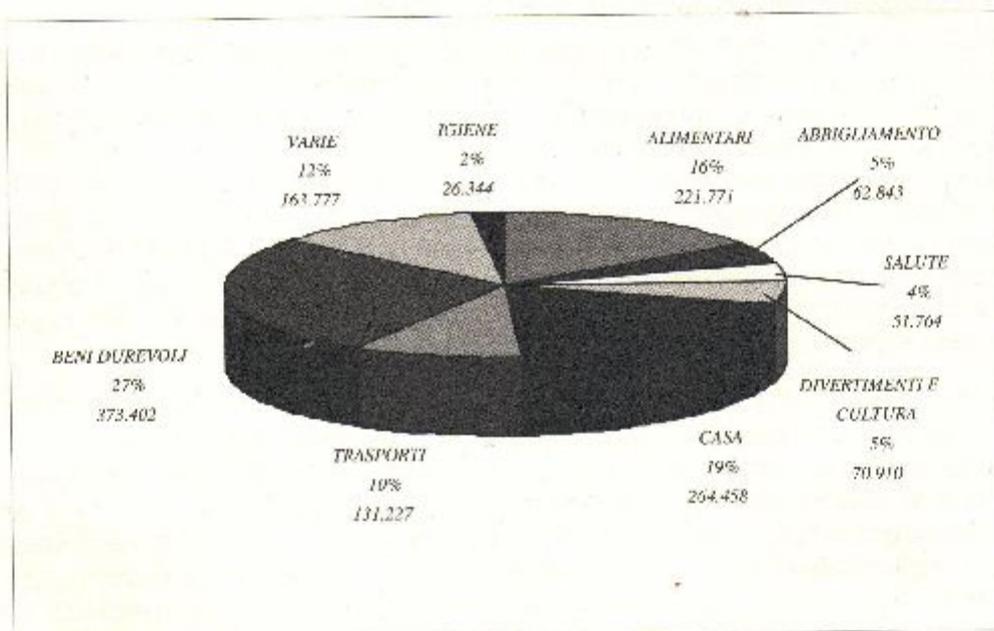
Concludiamo questa nota metodologica con due spiegazioni che aiutano a leggere alcune tabelle.

a- Stima dei consumi totali degli aderenti all'Operazione (cfr. tav. 14): questa stima, su base annua, è ottenuta ipotizzando che tutti gli individui che hanno partecipato all'Operazione abbiano speso singolarmente ogni mese le cifre medie corrispondenti a ciascun capitolo di spesa. In altri termini, per ogni capitolo di spesa si costruisce una "ragionevole proiezione" della cifra complessiva effettivamente movimentata dalle famiglie aderenti all'Operazione per i loro consumi.

b- Potenziale di spostamento (cfr. tav. 20): questa cifra rappresenta l'ammontare di consumi spostati che si otterrebbe se tutti gli aderenti spostassero ogni mese per ogni capitolo di spesa una percentuale dei loro consumi pari a quella delle famiglie che hanno effettivamente realizzato degli spostamenti per un determinato capitolo.

Distribuzione dei consumi

Graf. 1 Consumi medi mensili pro-capite degli aderenti - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997



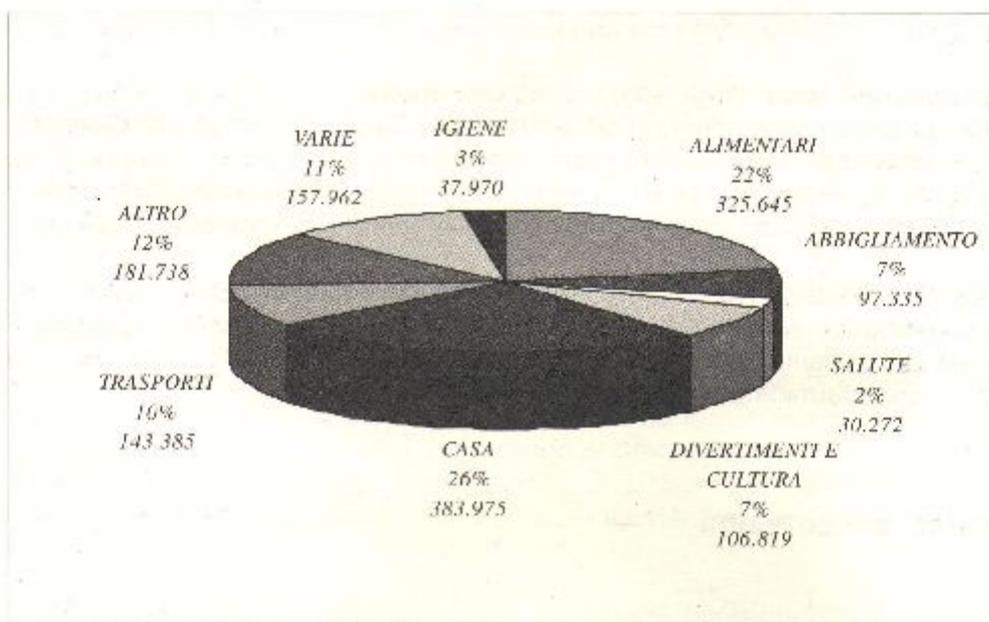
La percentuale di spesa per il capitolo degli alimentari delle famiglie aderenti alla campagna Bilanci di Giustizia nel 1997 è minore di un punto percentuale rispetto all'anno precedente.

Le famiglie "bilanciste" spendono cioè il 16% del totale per consumi alimentari.

La distribuzione delle spese nel 1997 è quasi invariata rispetto al 1996, fatta eccezione per il capitolo relativo alla salute che vede una diminuzione dal 7% al 4%.

Quel che risulta interessante è il confronto tra la distribuzione dei consumi nei vari capitoli di spesa delle famiglie aderenti alla campagna Bilanci di Giustizia e la stessa distribuzione della media delle famiglie rilevata dall'ISTAT (si confrontino i grafici 1 e 2).

Graf. 2 Distribuzione dei consumi medi mensili individuali per l'Italia settentrionale per famiglie di 3 componenti - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997



Le due distribuzioni non sono infatti molto diverse. Gli scarti più elevati si registrano nei capitoli casa (-7%) e alimentari (-6%). I capitoli salute, abbigliamento, divertimenti e cultura hanno scarto uguale (2%) ma con segno diverso: le famiglie aderenti spendono qualcosa di più per la salute e qualcosa di meno per abbigliamento e divertimenti. La spesa media mensile individuale è sostanzialmente uguale nei restanti capitoli (trasporti, igiene e varie).

Le similitudini sottolineate permettono di confrontare i dati assoluti e spiegarli attraverso la volontà e le scelte concrete delle famiglie aderenti alla campagna e non già secondo un criterio basato sui diversi livelli di reddito. Il fatto che le famiglie aderenti ai Bilanci di Giustizia dedichino ai consumi alimentari una percentuale di poco inferiore a quella stimata dall'ISTAT per il proprio campione, può essere un indicatore del fatto che il piccolo campione dei "bilancisti" non appartiene ad un livello di reddito superiore alla media di riferimento per l'ISTAT.

La considerazione che ad un livello di reddito superiore tende a diminuire il livello di spesa per i consumi di prima necessità (ad esempio gli alimentari) potrebbe mettere in dubbio la confrontabilità dei dati assoluti del campione dei Bilanci di Giustizia con quelli dell'ISTAT, indicando che la minore spesa per consumi alimentari sia dovuta ad una certa appartenenza sociale, piuttosto che ad una scelta di sobrietà motivata da ragioni di giustizia e di sostenibilità.

Alla luce di questo confronto è invece possibile, con le dovute cautele, procedere alla valutazione dei dati relativi alla quantità dei consumi, mettendo a confronto i dati della campagna con le statistiche nazionali ed escludendo con buona probabilità che le differenze siano dovute solamente ai diversi livelli di reddito.

Tav. 14 Consumi in lire per capitolo di spesa; valori medi mensili individuati; valori medi mensili Italia; valori totali rilevati e stimati - Operazione Bilanci di Giustizia - anni 1996 e 1997

CAPITOLI DI SPESA	Consumi medi mensili individuati degli aderenti all'operazione 1996*	Consumi medi mensili individuati degli aderenti all'operazione 1997*	Consumi medi mensili individuali per famiglie di tre componenti (dato ISTAT**)	Totale consumi ricavabile dai bilanci inviati 1996 ^o	Totale consumi ricavabile dai bilanci inviati 1997 ^o	Stima dei consumi totali degli aderenti all'operazione 1996 ^o	Stima dei consumi totali degli aderenti all'operazione 1997 ^o
ALIMENTARI	222.558	221.771	325.645 [§]	915.768.537	919.838.767	1.076.955.807	1.061.618.859
ABBIGLIAMENTO	63.366	62.843	97.335	224.933.121	200.333.140	306.629.779	300.827.690
SALUTE	74.009	51.764	30.272	257.674.060	217.922.460	358.128.525	247.794.089
DIVERTIMENTE E CULTURA	71.299	70.910	106.819	269.410.848	281.987.545	345.015.769	339.446.247
CASA		264.458	383.975		819.148.905		1.265.959.342
TRASPORTI	597.560	131.227	143.385	2.281.842.750	483.326.277	2.891.592.422	628.184.904
BENI DUREVOLI		373.402	§		818.722.358		1.787.473.271
VARIE	76.279	163.777	157.962	313.488.534	731.909.460	369.114.493	783.998.416
IGIENE	29.320	26.344	37.970	125.651.353	101.034.705	141.878.611	126.106.363
TOTALE	1.134.190	1.366.495	1.465.101	4.388.769.203	4.574.223.617	5.489.315.407	6.541.409.181

* Valori ottenuti considerando le famiglie con almeno tre bilanci completi

** ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 1996, media Italia settentrionale per famiglie di 3 componenti (2 adulti e un ragazzo)

° Valori sottostimati per l'incompletezza di alcuni bilanci, specialmente per i capitoli casa e beni durevoli

°° Valori stimati aggiungendo i consumi medi ai capitoli per i quali il bilancio familiare risultava non compilato

§ Valori non direttamente confrontabili

Questo valore comprende anche la voce: pasti consumati fuori casa, a cui corrisponde uno spesa media mensile indoltevole di L. 84.472

Riduzione dei consumi

Abbiamo capito già da un po' di tempo che si può fare e vivere anche se si comprano meno cose o prodotti che alla fine si rivelano inutili o, peggio, dannosi.
(Marco - Verona)

I dati relativi ai consumi medi assoluti pro-capite degli aderenti alla campagna a confronto con i dati ISTAT indicano una minore spesa in consumi da parte dei "bilancisti". In particolare il dato totale indicherebbe una differenza mensile individuale di 100.000 lire (vedi tav. 13 pagina precedente).

Il confronto sui vari capitoli di spesa risulta di maggiore interesse.

Per quel che riguarda il capitolo degli **alimentari** la riduzione dei consumi da parte delle famiglie aderenti alla campagna risulta notevole (- 100.000 lire pro-capite circa) rispetto ai dati medi rilevati dall'ISTAT. Va notato che in questo dato per entrambe le rilevazioni sono inclusi i pasti fuori casa, siano essi per lavoro o per divertimento e che essi incidono in maniera forte per quanto riguarda il dato ISTAT. La constatazione di una certa diminuzione della spesa per consumi alimentari delle famiglie aderenti alla campagna potrebbe risultare significativa (anche se i dati in nostro possesso non ci consentono attualmente di dimostrarlo) per contrastare l'ipotesi che un certo tipo di consumo attento a criteri etici e di sostenibilità non sia alla portata di famiglie a basso reddito.

Evitando di andare al supermercato e preferendo l'acquisto del biologico, paradossalmente rispetto a quel che si crede, abbiamo notevolmente ridotto i costi alimentari.
(Claudio e Vittoria - Ferrara)

Un elemento caratterizzante i consumi alimentari delle famiglie „bilanciste“ è la scelta di particolari canali distributivi, che consentono risparmio e controllo di qualità.

Gli alimenti naturali di molte produzioni biologiche costano troppo e sovente non sono fresche. Ci stiamo orientando a fare acquisti comunitari presso ortolani di fiducia
(Enrica e Luciano - Forlì)

Un amico contadino ci dà il latte fresco: oltre ad essere buonissimo costa molto meno (quasi la metà) e non facciamo rifiuti.
(Armando - Treviso)

Non è molto, ma abbiamo scovato un contadino che ci porta a casa le uova delle sue galline allevate naturalmente"
(Salvatore e Raffaella - Napoli)

Sono dunque le modalità di consumo delle famiglie aderenti alla campagna uno dei motivi che consentono, accanto ad una reale diminuzione della spesa monetaria per il consumo alimentare, una elevata qualità del consumo (per la salute e il benessere, oltre che per la sostenibilità sociale del consumo stesso).

La riduzione delle spese alimentari è dovuta anche al fatto che i prodotti più costosi (precotti, gastronomia, congelati, dolci confezionati) sono stati eliminati quasi del tutto.
(Giuseppe - Novara)

L'abbassamento dei costi alimentari non ha provocato alcuna riduzione dello stile di vita e della soddisfazione.
(Renato - Roma)

Tuttavia un elemento caratterizzante la diminuzione dei consumi, alimentari e non, sembra essere il tentativo di sostituzione dei prodotti acquistati sul mercato con quelli autoprodotti.

Mi sono resa conto che il settore in cui è più agevole ridurre e spostare al tempo stesso è quello alimentare (una spesa più oculata consente di capire che cosa è realmente necessario e che cosa superfluo): sto progressivamente diminuendo il numero di generi alimentari necessari e sto puntando soprattutto all'autoproduzione (purtroppo difficilmente quantificabile) e al riciclo creativo degli avanzi in cucina (le ricette di mia nonna sono di grande utilità).
(Valeria - Bergamo)

Entrambi gli obiettivi, sia la riduzione dei consumi alimentari che l'autoproduzione, sono infatti presenti tra quelli consolidati dalle famiglie aderenti (il 46,7% per la riduzione, il 41,1% per l'autoproduzione).

Anche il capitolo dell'abbigliamento vede un differenziale negativo a favore delle famiglie aderenti alla campagna (circa 35.000 lire). Questa riduzione dei consumi va spiegata con l'abitudine consolidata e i tentativi di riutilizzare e scambiarsi i capi di abbigliamento (soprattutto nella fase della crescita dei bambini) e con l'autoproduzione di parte dell'abbigliamento.

Minori consumi si notano anche per il capitolo dei trasporti (- 12.000 lire) e per il capitolo divertimenti e cultura.

Il capitolo casa non è facilmente confrontabile a causa della numerosità delle voci presenti. Tuttavia la tavola 15 indica il confronto per alcune specifiche voci, significative per la possibilità di incidenza sulla diminuzione dei consumi. Entrambe le voci (detersivi e luce) evidenziano un minor consumo da parte dei "bilancisti".

Tav. 15 Confronto tra la campagna e la media nazionale per alcune voci di spesa del capitolo casa - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

VOCI DI SPESA	Consumi medi mensili individuali degli aderenti all'operazione 1997	Consumi medi mensili individuali per famiglie di tre componenti (dato ISTAT**)
Detersivi	6.117	12.903
Luce	9.378	15.559
CASA	264.458*	383.975

* Valore ottenuto considerando le famiglie con almeno tre bilanci completi e con consumo medio mensile individuale del capitolo energia superiore a £.100.000

** ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 1996: media Italia settentrionale per famiglie di 3 componenti (2 adulti e un ragazzo)

Significativo dunque il tentativo di risparmio energetico per quel che riguarda la voce "luce". La spiegazione di una minor spesa per detersivi è probabilmente attribuibile alla maggior attenzione alla quantità di detersivo utilizzata per le pulizie di casa e alla presenza di autoproduzione dei detersivi, con uso di prodotti naturali.

*Il bicarbonato mescolato al limone è un ottimo detergente sostitutivo per superfici lavabili.
(Fabio e Lucia - Gorizia)*

Il capitolo che mostra un differenziale positivo rispetto al dato ISTAT è il capitolo relativo alla **salute**. Questo dato si può spiegare, da un lato con la non perfetta coincidenza delle voci nelle due rilevazioni (non sono infatti previste le spese per occhiali nella rilevazione dell'ISTAT), dall'altro con le scelte particolari delle famiglie aderenti relative a questo settore di consumo.

*Se si ha il coraggio di insistere si possono anche vincere postulati creduti inoppugnabili:
abbiamo curato una tonsillite seguita da otite bilaterale e tracheite
senza una sola medicina tradizionale.
Abbiamo sostituito il cortisone nella cura di una bronchiolite infantile
con un'innocua medicina omeopatica. Ed ha funzionato.
(Angelo - Firenze)*

La scelta di non affidarsi completamente alla medicina tradizionale e di integrarla o addirittura sostituirla con soluzioni naturali, omeopatiche o altro, incide notevolmente sulla spesa economica relativa, poiché le spese per questo tipo di medicine non sono mutuabili e le consulenze mediche alternative sono relativamente più costose. Ne è la prova il fatto che i consumi spostati totali delle famiglie per il capitolo salute sono aumentati di anno in anno e raggiungono nel 1997 i 45 milioni, rappresentando il 35% delle spese totali del capitolo (è questa una delle percentuali maggiori di spostamento per capitolo).

Autoproduzione

Si è visto come sia l'autoproduzione uno dei fattori che permette la riduzione delle spese, in particolare per alcuni capitoli. I dati specifici relativi a questa voce nei bilanci sembrano confermare pienamente questa ipotesi.

Sono il 40% delle famiglie che hanno compilato il bilancio nel 1997 ad aver segnato una qualche cifra nello spazio apposito per l'**autoproduzione del capitolo alimentari**. Va notato che questo dato è probabilmente sottostimato, per le difficoltà di segnare le spese di autoproduzione distinguendole dalle altre per alimentari.

*La produzione di torte è riuscita, facendo calare le spese per biscotti
e spuntini di metà mattina.
E' difficile segnare la spesa per autoproduzione perché sono spese
che entrano normalmente negli alimentari (farina, uova,...).
(Claudio - Torino)*

Di questo 40%, coloro che hanno avuto spese per autoproduzione inferiori a 100.000 lire si collocano nella media dei consumi della campagna e al di sotto della media di coloro che non hanno indicato nulla in questo spazio (che presumibilmente non autoproducono prodotti alimentari) e comunque al di sotto della media delle famiglie italiane (come si è visto nel precedente paragrafo).

Coloro per i quali l'autoproduzione è elemento essenziale e consolidato, quelli cioè che hanno indicato una spesa per autoproduzione maggiore di 100.000 lire, vedono la loro media di spesa pro-capite complessiva per alimentari inferiore di 40.000 lire alla media della campagna.

Tav. 16 Distribuzione delle famiglie aderenti alla Campagna secondo quattro classi di spesa annuale per autoproduzione nel capitolo alimentari - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

Classi di spesa	Freq	%
0	125	59,52
0-50.000	43	20,48
50.000-100.000	15	7,14
>100.000	27	12,86
Totale	210	100

Tav. 17 Consumi medi mensili individuali del capitolo alimentari secondo la spesa per l'autoproduzione e relativa riduzione della spesa alimentare rispetto al dato complessivo della Campagna - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

Spesa per autoproduzione	Consumi medi mensili individuali degli aderenti all'operazione secondo la spesa per autoproduzione	Riduzione percentuale dei consumi medi mensili individuali rispetto al dato complessivo della campagna*
nessuna	233.527	5,3%
0-50.000	220.964	0,4%
50.000-100.000	224.047	1,0%
>100.000	189.874	-14,4%

* Il valore di riferimento è L. 221.771

Per il capitolo dell'**abbigliamento** la relazione tra autoproduzione e riduzione dei consumi non risulta così chiaramente. Solo il 27% delle famiglie ha segnato spese per autoproduzione in questo capitolo e l'effetto notevole di riduzione della spesa totale del capitolo si realizza con una spesa per l'autoproduzione tra le 50.000 e le 100.000 lire.

Va comunque notato che il differenziale nella spesa media mensile per abbigliamento rispetto alla media ISTAT è comunque rilevante. Le famiglie aderenti alla campagna spendono meno della media per l'abbigliamento, probabilmente per scelta di sobrietà, per riutilizzo di capi di vestiario (soprattutto per i bambini) e per autoproduzione (anche se spesso non risulta documentata).

Tav. 18 Distribuzione delle famiglie aderenti alla Campagna secondo quattro classi di spesa annuale per autoproduzione nel capitolo abbigliamento - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

Classi di spesa	Freq	%
0	153	72,86
0-50.000	38	18,10
50.000-100.000	8	3,81
>100.000	11	5,24
Totale	210	100

Tav. 19 Consumi medi mensili individuali del capitolo abbigliamento secondo la spesa per l'autoproduzione e relativa riduzione della spesa alimentare rispetto al dato complessivo della Campagna - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

Spesa per autoproduzione	Spesa media mensile individuale per ciascuna classe di spesa per autoproduzione	Riduzione percentuale dei consumi medi mensili individuali rispetto al dato complessivo della campagna*
nessuna	62.625	-0,3%
0-50.000	68.074	8,3%
50.000-100.000	46.422	-26,1%
>100.000	68.336	8,7%

* Il valore di riferimento è £. 62.843

Consumi spostati

In questi mesi la conquista maggiore è stata quella di portare al 70% l'incidenza del consumo spostato, invertendo praticamente la tendenza.

(Claudio e Vittoria - Ferrara)

Il volume di consumi spostati da parte delle famiglie aderenti alla campagna ha registrato un ulteriore incremento rispetto al 1996, rivelando un trend continuamente crescente nell'arco dei tre anni esaminati. Dai 246 milioni del 1995, ai 686 milioni del 1996 ai 744 milioni del 1997.

La quantità di consumi spostati in aumento è ancor più significativa se si considera che il numero di famiglie che hanno mandato almeno un bilancio sono inferiori di 5 unità all'anno precedente e che c'è stato un ricambio di circa 80 famiglie.

Questo dato tende a significare che la campagna nel suo complesso cresce non solo a livello quantitativo, ma anche qualitativo.

Il confronto tra la somma dei consumi realmente spostati e il potenziale di spostamento (ovvero la cifra di consumi spostati che si otterrebbe se tutte le famiglie spostassero per ogni capitolo la percentuale media di spostamento della campagna) è un dato che indica il grado di condivisione delle scelte all'interno della campagna e il passaggio di informazioni e di "buoni esempi" da una famiglia (o da un gruppo) ad un'altra.

Vi facciamo una proposta - che a molti non sembrerà una novità - con un'attenzione particolare per le famiglie con bambini e difficoltà di spostamento: organizzate a casa vostra un pranzo o una cena in cui ogni invitato porti un primo, un secondo o un dolce a scelta.

La fatica dell'organizzazione sarà minima, tutti si sentiranno coinvolti e il pranzo risulterà a "sorpresa". Provare per crederci!

(Elena - Modena)

Vi segnalo la scoperta nell'ambito del settore "igiene personale" di alcuni tipi di shampoo veramente naturali, del tutto privi di soda e soprattutto di tensioattivi (dannosi per la pelle e soprattutto per l'ambiente).

Sono in polvere (si tratta di piante e di terre triturate finemente) e non producono schiuma.

(Valeria - Bergamo)

I consumi totali spostati rappresentavano nel 1995 il 35% del potenziale, nel 1996 ne rappresentavano il 57,7% e nel 1997 ne rappresentano il 50%.

Tav. 20 Consumi spostati in lire per capitolo di spesa; valori totali, percentuale e potenziale di spostamento - Operazione Bilanci di Giustizia - anni 1995, 1996 e 1997

CAPITOLI DI SPESA	Consumi spostati dagli aderenti all'operazione 1995	Consumi spostati dagli aderenti all'operazione 1996	Consumi spostati dagli aderenti all'operazione 1997	Percentuale media di consumi spostati ^{ss} 1995	Percentuale media di consumi spostati ^{ss} 1996	Percentuale media di consumi spostati ^{ss} 1997	Potenziale di spostamento degli aderenti all'operazione ^{ss*} 1997
ALIMENTARI	79.003.140	200.670.908	254.710.224	20	24	29	312.062.443
ABBIGLIAMENTO	10.827.850	28.773.925	26.119.500	35	36	39	116.309.607
SALUTE	16.407.950	38.355.980	44.951.820	44	32	35	85.990.417
DIVERTIMENTI E CULTURA	14.088.450	45.591.303	57.510.150	21	22	26	89.616.601
CASA			41.157.224				
TRASPORTI	94.711.520	298.954.700	69.863.150	20	17	13	161.289.827
RENI DUREVOLI			89.540.690			26	165.194.948
VARIE	24.417.300	55.626.121	147.453.326	27	24	16	287.909.150
IGIENE	7.453.440	18.367.002	12.897.030	22	26	27	214.305.075
TOTALE	246.909.650	686.339.939	744.203.114	23	22	22	1.462.045.543

* Percentuale di consumi spostati rispetto alla spesa totale del capitolo considerando solo le famiglie che hanno spostato almeno qualcosa in quel capitolo nel corso dell'anno.

ss* Consumi spostati potenziali nell'ipotesi che tutti gli aderenti spostino, per ogni capitolo di spesa, la percentuale spostata dalle persone che hanno spostato qualcosa in quel capitolo

Se si disaggrega il dato rispetto ai vari capitoli di spesa si nota però che i consumi spostati nel capitolo degli **alimentari** rappresentano l'86% del potenziale per quel capitolo (rispetto al 77,9% del 1996) e, mentre per il capitolo **abbigliamento** questa percentuale passa dal 27 al 23%, nel capitolo della **salute** si passa dal 33 al 52%.

Questa diversificazione nell'impegno e la concentrazione dello stesso e degli obiettivi delle famiglie rispetto ad alcuni capitoli di spesa è un dato facilmente rilevabile anche nelle percentuali di spostamento rispetto alla spesa totale in un capitolo e dalla distribuzione dei consumi spostati.

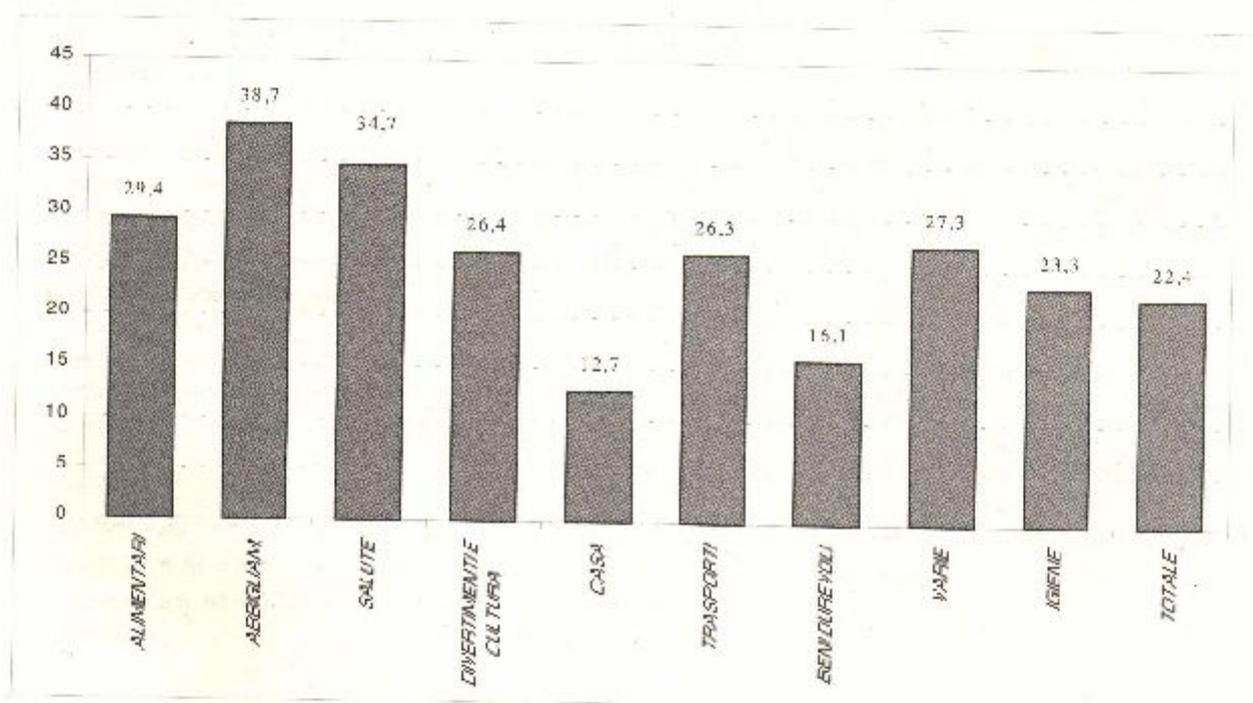
Tav. 21 Consumi medi mensili individuali per capitolo di spesa e consumi medi mensili individuali spostati - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

CAPITOLI DI SPESA	Consumi medi mensili individuali degli aderenti all'operazione*	Stima consumi medi mensili individuali spostati **
ALIMENTARI	221.771	65.190
ABBIGLIAMENTO	62.843	24.297
SALUTE	51.764	17.963
DIVERTIMENTI E CULTURA	70.910	18.721
CASA	264.458	33.693
TRASPORTI	131.227	34.509
BENI DUREVOLI	373.402	60.144
VARIE	163.777	44.768
IGIENE	26.344	6.135
TOTALE	1.366.495	305.420

* Valori riportati dalla tav. 14; ogni nucleo familiare è composto in media da 3,3 componenti

** Valori ottenuti applicando ai consumi medi mensili individuali (colonna 1) le percentuali di spostamento sul totale di capitolo riportate nella tav. 20

Graf. 3 Percentuale di spostamento sul totale di spesa mensile - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997



Nonostante la percentuale di spostamento media rimanga intorno al 22,4% della spesa totale (valore ottenuto dalla tav. 21: $305.420 / 1.366.495 = 22,4\%$), significativo appare l'incremento della percentuale di consumi spostati in alcuni capitoli di spesa. Il trend della percentuale di spostamento nel capitolo degli alimentari, ad esempio, indica una crescita costante nei tre anni e raggiunge il 29,4% nel 1997 (valore ottenuto dalla tav. 21: $65.190 / 221.771 = 29,4\%$).

Lo stesso vale per il capitolo dell'abbigliamento e della cultura.

L'incidenza dei consumi spostati nei vari capitoli di spesa è diversa, ciò dipende in primo luogo da motivi pratici (come è possibile spostare le spese per le tasse?) e in secondo luogo dalle scelte di cambiamento che le singole famiglie si pongono.

Si vede infatti come il capitolo degli alimentari sia quello con la maggiore presenza di impegno allo spostamento. Il 33% di tutti i consumi spostati si riferiscono al capitolo alimentari (valore ottenuto dalla tav. 20, colonna 3: $254.710.224 / 744.203.114 = 33\%$). Gli altri capitoli incidono meno per quanto riguarda i consumi spostati.

Questo dato risulta di una certa importanza se si va a valutare l'impatto reale delle scelte di consumo. Le ricerche sulla sostenibilità ambientale dei consumi privati¹ indicano infatti come i tre fattori che più incidono sull'impatto ambientale delle famiglie siano gli alimentari, la casa (intesa come consumo energetico per il riscaldamento e gli elettrodomestici) e la mobilità (in particolare i trasporti usati nel tempo libero).

Il fatto che le famiglie "bilanciste" concentrino la loro attenzione sui propri consumi alimentari e riescano a spostare buona parte di questi secondo criteri di riduzione e sostenibilità sta ad indicare che il loro effettivo impatto sull'ambiente diminuisce, portando un contributo concreto, se pur piccolo, alla diminuzione del carico totale sul pianeta.

I consumi spostati dei capitoli casa e **trasporti** sembrano relativamente meno significativi, e tuttavia sono presenti negli obiettivi di riduzione e di spostamento.

La percentuale di spostamento nel capitolo dei trasporti è significativa: 26,3%.

Inoltre i consumi spostati per i trasporti pubblici sono aumentati rispetto al 1996.

Obiettivo: ridurre il consumo dell'auto restando sotto i 900 km al mese. Siamo riusciti a fare 780 Km in auto: è difficile rispettare il budget, visto che l'uso maggiore che facciamo della macchina è secondo noi etico (volontariato, visite a parenti).

Abbiamo ridotto l'uso personale usando maggiormente bici, mezzi pubblici e gambe.
(Marco - Bergamo)

Il giorno di Pasquetta abbiamo usufruito del servizio Treno + bici presente in alcuni convogli delle FS. Da Rovato a Peschiera in treno, quindi insieme ad amici, un percorso intorno al Mincio.

E' stata un'esperienza fantastica. Speriamo che tante persone usufruiscano di questo servizio in modo che l'offerta di treni + bici aumenti notevolmente.
(Flavio e Sandra - Brescia)

Alla luce dell'analisi proposta relativa all'effettivo impatto ambientale dei diversi consumi privati, sarebbe utile affiancare l'analisi dei trasporti con quella delle vacanze/viaggi. Per questa voce (compresa nel capitolo varie) i consumi spostati nel 1997 ammontano a 57 milioni. Tuttavia in questa cifra rientrano diversi tipi di scelte.

Inizialmente pensavamo di fare una vacanza a Parigi che ci sarebbe costata oltre due milioni, poi invece abbiamo deciso di trascorrere cinque giorni da un'amica che abita in montagna.

Il fatto di vivere una vita con ritmi naturali ci ha fatto molto bene.
(Mauri - Mantova)

¹ Si vedano ad esempio le ricerche dell'università di Duisburg.

In questo mese abbiamo fatto un viaggio in Messico, del tipo turismo responsabile. Per questo abbiamo considerato tutti i soldi spesi in loco (esclusi i viaggi aerei) come spostati.

Il viaggio prevedeva alloggio in piccoli alberghi e, dove possibile, presso centri gestiti da comunità e cooperative locali. Per l'alimentazione abbiamo insistito con il gruppo perché si consumasse il più possibile come la gente del posto, ottenendo così anche un risparmio finale nella cassa comune. Con i soldi risparmiati abbiamo fatto una donazione ad un ospedale che avevamo visitato. Quando possibile abbiamo comprato oggetti-regalo direttamente dai produttori, pagandoli un prezzo equo.

(Emanuele e Paola - Brescia)

Ho ritenuto spostata la cifra occorsa per una settimana organizzata da una cooperativa di animazione a Roma: si trattava di un'interessante esperienza archeologica con lavori di pulitura su una strada romana e varie visite guidate a città e musei etruschi.

(Piero e Anna - Milano)

Mia figlia ha partecipato ad un campo per bambini organizzato da una cooperativa agricola bio-dinamica con attività in cui si è ricercata la relazione non competitiva e nonviolenta.

(Davide - Ferrara)

Questa differenziazione secondo criteri diversi non consente di analizzare in maniera omogenea i dati. Sebbene il criterio comune sia quello di porsi delle domande critiche rispetto al tipo di vacanza o di viaggio, i criteri specifici (sostenibilità ed eticità) sono diversi e talvolta contrastanti.

Il capitolo **casa** rileva sia una minor incidenza dei consumi spostati rispetto al totale degli spostamenti, che una bassa percentuale di spostamento all'interno del capitolo.

Nonostante non manchino gli sforzi per il cambiamento anche in questo capitolo, evidentemente il margine di spostamento è inferiore e sono necessari tempi più lunghi.

Gli investimenti domestici, che compaiono nel capitolo dei beni durevoli, sembrano comunque avere un'importanza non insignificante nelle scelte di consumo. La percentuale di spostamento del capitolo è del 16% e gli investimenti domestici ne rappresentano circa il 20%, superati dalle spese spostate per arredamento.

Stiamo ristrutturando il nostro appartamento e per ora abbiamo scelto di fare un pavimento in legno con trattamento ad olio su un galleggiante di sughero.

Il pavimento costa un po' di più rispetto ai normali legni, ma permette una posa in assoluta salubrità, senza colle, vernici ed altro. Funziona ad incastro.

(Anselmo e Lorena - Verona)

Investimenti

Nella parte riservata agli investimenti, cioè all'impiego delle risorse non altrimenti consumate, rientrano nel Bilancio di Giustizia tre diverse tipologie. Poiché hanno significati diversi, necessitano di diverse analisi.

Investimenti etici

Per investimenti etici si intendono i risparmi impiegati diversamente dal normale canale bancario che, non garantendo la trasparenza degli impieghi, non consente il controllo da parte del risparmiatore rispetto all'uso del denaro risparmiato e depositato.

Gli investimenti etici totali nel 1997 sono stati 433 milioni, di cui 53 milioni rappresentano capitale sociale di cooperative di risparmio e 337 milioni rappresentano i depositi.

Rispetto al 1996 si ha un aumento di entrambe le voci e un aumento totale del 16%, mentre rispetto al 1995 l'aumento è del 270%. Si è passati infatti da lire 106.107.000 nel 1995 a lire 433.995.000 di investimenti etici nel 1997.

Tav. 22 Totale annuo degli investimenti alternativi per tipologia - Operazione Bilanci di Giustizia - anno 1997

INVESTIMENTI ALTERNATIVI	Totale 1995	Totale 1996	Totale 1997
Stile di Vita			
<i>Iscrizione a gruppi, movimenti, assoc.</i>			25.018.670
<i>Spese per attività sociali</i>	33.041.450*	43.003.777*	11.541.975
<i>Altri (Stile di vita)</i>	°	°	13.638.500
Tot. Invest. Stile di Vita	33.041.450	43.003.777	50.199.145
• Investimenti Etici			
<i>Capitale sociale coop.</i>	33.685.000	40.035.052	53.924.000
<i>Depositi e prestiti c/o coop.</i>	112.543.000	312.149.000	337.961.000
<i>Altri invest. Etici</i>	13.879.000	25.789.000	42.110.000
Tot. Invest. Etici	160.107.000	377.973.052	433.995.000
Investimenti Solidali			
<i>Adozioni a distanza</i>	21.220.750	28.462.000	22.612.000
<i>Obiezione spese militari</i>	981.000	2.037.000	1.248.000
<i>Progetti (cooperaz., sviluppo,...)</i>	23.009.500	33.976.650	43.108.530
<i>Donazioni, offerte</i>	#	#	44.155.300
<i>Altri invest. Solidali</i>	22.751.700	63.152.050	209.113.830
Tot. Investimenti Solidali	67.962.950	127.627.700	320.237.660
TOTALE	261.111.400	548.604.529	804.431.805

* Voce "Gruppi, associazioni, movimenti, attività sociali" presente nella scheda del 1995 e del 1996

Voce non presente nella scheda di rilevazione dei bilanci di quell'anno

° Voce non confrontabile con il 1997

n.b. E' stato modificato il totale degli investimenti in stile di vita degli anni 1995 e 1996 per renderlo confrontabile con il 1997

Investimenti stile di vita

Si intendono investimenti in stile di vita le spese fatte per facilitare il cambiamento dello stile di vita nell'ottica di un consumo più sostenibile e giusto.

In particolare vengono considerati investimenti in stile di vita la partecipazione a gruppi e associazioni e le attività sociali.

Anche per questa voce si nota un aumento rispetto al 1996 da 43 a 50 milioni.

Investimenti solidali

Per investimenti solidali si intendono le offerte a fondo perduto e tutte le forme di solidarietà in forma di donazioni.

Sono questi una voce molto rilevante nei bilanci delle famiglie aderenti e nei loro obiettivi: il trend nei tre anni è crescente in maniera significativa.

Tra il 1996 e il 1997 è più che raddoppiato passando da 127 a 320 milioni.

Questo dato, collocato nel contesto della revisione dei consumi (intesa sia come riduzione che come spostamento) è un segno visibile del fatto che il tentativo di cambiare il proprio rapporto con le cose, mettendo in discussione il proprio modo di consumare, non è fine a se stesso, ma ha le sue radici e trova sbocco in un diverso rapporto con le persone e con il mondo, in un'ottica di collaborazione, giustizia e solidarietà quotidiana.

Come si vede dal bilancio sono aumentati gli investimenti alternativi poiché, pur condividendo l'idea di spostare ciò che veniva risparmiato scegliendo di non fare certi acquisti, finora non si era deciso nulla in proposito. La moglie ha deciso di recuperare "un'antica tradizione", la decima (calcolandola dal proprio stipendio).
(Andrea - Novara)

Per le missioni abbiamo dato il risparmio corrispondente al non utilizzo dell'auto per recarsi al lavoro nel primo semestre '97.
(Luigi e Loredana - Bergamo)

A seguito del ricevimento inaspettato di una certa somma di denaro, ci siamo "attivati" per un'equa distribuzione della stessa, non essendo per noi necessaria.
(Aldo e Gianna - Firenze)

Dopo l'acquisto-riscatto della casa, ho dirottato tutti i risparmi sul riscatto dei tre anni di studio per poter liberare il lavoro e destinare ad attività sociali o di volontariato internazionale il mio tempo futuro.
(Mariangela - Rovigo)

PARTE QUINTA: CONSIDERAZIONI FINALI

I dati parlano

La prima importante caratteristica che i dati del 1997 permettono di evidenziare, è il fatto che le **famiglie** che aderiscono alla campagna Bilanci di Giustizia **spendono meno delle altre**. Se ne ricava, da un lato, che le famiglie si sono poste un concreto obiettivo di riduzione e lo hanno realizzato. Dall'altro, questi numeri stanno ad indicare che le scelte di consumo critico (negli aspetti relativi alla giustizia e alla sostenibilità ambientale) non sono appannaggio di un' élite caratterizzata da un alto livello di reddito, ma sono alla portata di chiunque intenda intraprendere la strada della consapevolezza dei propri bisogni e della revisione del proprio consumo secondo criteri nuovi.

Una seconda sottolineatura: il **consumo critico** non è solo **possibile**, è anche **efficace**. Lo dimostra la capacità di revisione dei consumi delle famiglie aderenti ai Bilanci nella sfera dei prodotti alimentari, dell'energia e dei trasporti che, secondo le ricerche sulla sostenibilità dei consumi privati², rappresentano le tre prime voci di consumo delle famiglie che pesano sull'ambiente. Il fatto che si possa incidere significativamente su queste voci sta ad indicare che l'esperienza di queste famiglie non è solo un laboratorio e un esempio di quello che sarebbe possibile, ma ha un impatto reale, se pur piccolo, sulla sorte del pianeta, degli abitanti del Sud del mondo e delle future generazioni.

La stessa **efficacia** è riscontrabile dal punto di vista **sociale**, perché spesso, nell'esperienza di queste famiglie, la revisione critica dei consumi va ben oltre (fino a mettere in discussione la gestione del tempo) e porta ad una maggiore e più attiva partecipazione alla vita sociale e politica.

Che si possa o si voglia interpretare l'esperienza dei Bilanci di Giustizia come una "fucina del nuovo" o come una "riserva indiana", leggerete nell'appendice, "riteniamo che i processi (...) acquisiscano una effettiva rilevanza scientifica e politica solamente allorché si tratta di fenomeni di azione volontaria, non imposta; senza di che la loro vita sarebbe breve e la loro qualità sarebbe poca." L'Operazione Bilanci di Giustizia, "al di là delle sue dimensioni quantitativamente contenute, (...) costituisce la testimonianza di una **progettualità endogena** e soltanto per questo praticabile, volontaria e voluta."

Naturalmente quest'efficacia sarebbe moltiplicata se le famiglie fossero cento volte di più... La campagna tuttavia non ha smesso di **crescere**, sia dal punto di vista qualitativo (maggiore capacità di spostamento, allargamento degli obiettivi) che da quello quantitativo, per lo meno se si considera che le famiglie che hanno smesso di compilare il bilancio restano comunque collegate alla campagna e, verosimilmente, continuano a mettere in pratica quei comportamenti che hanno acquisito o consolidato durante la loro adesione.

In questo senso va letto il lavoro dei **gruppi locali** che compare solo qua e là nell'analisi dei dati (tra gli obiettivi, ad esempio), ma che dà un significato ulteriore ai numeri di questo rapporto. Il fatto che le famiglie non siano sole nelle scelte di consumo critico, non solo garantisce l'efficacia e la continuità delle scelte stesse, ma rappresenta lo strumento che permette l'apertura verso l'esterno, quella che è la parte politica della campagna, la promozione di uno stile di

² Si vedano alcune ricerche dell'università di Duisburg in Germania o la pubblicazione del ministero dell'ambiente tedesco „Sustainable Development in Germany“, UBA, 1998

consumo meno insostenibile e di un'economia diversa tra altri consumatori, nelle istituzioni, nelle imprese.

In questa direzione si muovono le **collaborazioni** dei Bilanci di Giustizia con alcune realtà esterne.

I contatti con il **WWF** rispecchiano in qualche modo il tentativo concreto delle famiglie (ben leggibile dai dati dei bilanci analizzati nel rapporto) di rendere i consumi meno insostenibili anche dal punto di vista ambientale, di diminuire la propria impronta ecologica. L'obiettivo della collaborazione è quello di mostrare concretamente come sostenibilità e giustizia non siano incompatibili ma, al contrario, camminino nella stessa direzione.

La presenza all'interno della **Chiesa** potrebbe concretizzarsi con la proposta dello strumento dei Bilanci all'interno dei corsi per fidanzati, nelle comunità religiose, nei gruppi di spiritualità familiare, nonché nella proposta (nata all'Assemblea di Graz) di celebrare la giornata della Creazione come segno ecumenico. Tutte proposte che vorrebbero partire dalla base, dalla quotidianità delle parrocchie.

La partecipazione al **coordinamento nazionale delle campagne** (che vede la presenza di: Centro Nuovo Modello di Sviluppo, Globalizza-Azione, Mani Tese, Campagna per la Riforma della Banca Mondiale, Nigrizia, Chiama l'Africa, Associazione Botteghe del Mondo) non solo dovrebbe permettere di elaborare strategie più efficaci per la lotta - tutta politica - all'economia ultraliberista mondiale, ma anche di portare temi "globali" come il problema del MAI (Accordo Multilaterale sugli Investimenti) all'interno dei gruppi locali e delle famiglie e di diffondere informazione e consapevolezza.

Un'ultima considerazione. L'esperienza delle famiglie bilanciste "parla". Lo fa attraverso i numeri che si possono leggere in questo rapporto, ma anche attraverso i **racconti** delle esperienze e delle scoperte che accompagnano il cammino di revisione degli stili di vita. Alcune frasi sono state trascritte accanto ai numeri del rapporto. Molte di loro sembrano suggerire che le scelte di consumo consapevole incidono direttamente sulla qualità della vita e la migliorano. E' proprio per dare concretezza a questa intuizione e far parlare i dati dei bilanci, che la campagna inizia una nuova collaborazione con il prof. Gerhard Scherhorn (direttore del gruppo di lavoro sui nuovi modelli di benessere all'Istituto di Wuppertal) e continua il collegamento con il prof. Alberto Tarozzi (del dipartimento di sociologia dell'Università di Bologna).

Relazioni sociali, una diversa gestione del tempo (tempo lavorato, tempo libero e tempo dedicato all'autoproduzione), il benessere soggettivo: questi temi saranno oggetto di studio per il nuovo anno della campagna. Per verificare se, come sembrano far intendere le esperienze dei bilancisti, sia possibile mettere insieme due parole che raramente vengono accoppiate.

E poter dire: si può consumare **MENO** vivendo **MEGLIO!**

APPENDICE

Operazione Bilanci di giustizia: morfologia sociale e strategie di vita.*

*Questa appendice al Rapporto annuale 1997 è stata curata da **Alberto Tarozzi**, prof. di sociologia dello sviluppo del Dipartimento di Sociologia dell'Università di Bologna e da **Sara Paterlini**, laureanda in Scienze politiche presso detta Università; si ringrazia il dott. **Gabriele Marzano** per il lavoro di analisi ed elaborazione dei dati. La presente appendice fa riferimento ai dati del 1996.

1. Premessa: I valori postmaterialisti nell'operazione Bilanci di Giustizia. Alba, tramonto o che cosa?

Quando, sul finire degli anni 70, lo scienziato sociale R. Inglehart pubblicò, nel suo volume *La rivoluzione silenziosa*, i risultati di una ricerca divenuta poi famosa, effettuata nell'arco di un quinquennio su scala mondiale, suscitò in molti lettori la speranza che gli stili di vita degli abitanti del pianeta-terra cominciasse ad orientarsi in senso virtuoso. Nella ricerca era infatti segnalato il farsi strada di un orientamento ai **valori** che l'autore volle definire **postmaterialisti** (dare alla gente più possibilità di intervento nelle decisioni governative, in quelle relative al loro lavoro e alla loro comunità locale, tutelare la libertà di parola, cercare di rendere più belle le nostre campagne e le nostre città, procedere verso una società più umana, meno impersonale, dove le idee contino più del denaro) e per contro una tendenza al declino di valori che volle definire **materialisti** (mantenere l'ordine nella nazione, combattere il caro vita, mantenere un alto tasso di crescita economica, assicurare alla nazione un forte sistema di difesa militare, mantenere la stabilità economica, combattere la criminalità). Per farla breve, nell'ipotesi dell'autore, coloro che, insieme, avevano vissuto fasi della propria vita, per lo più adolescenziali, segnate da eventi storici significativi, politici ma non solo politici, stavano modificando i propri stili di vita, in maniera relativamente coesa e omogenea, nella direzione di forme di convivialità e di un edonismo sobrio e non utilitaristico.

L'alba di un nuovo giorno stava forse sorgendo?

Lo yuppismo degli anni 80 e una globalizzazione omologante e conforme agli imperativi del mercato, negli anni 90, sembrano avere smentito l'ottimismo di cui le ipotesi di Inglehart, o per meglio dire quelle dei suoi interpreti più speranzosi, erano bene o male permeate.

Viceversa è affiorata, nel corso degli ultimi vent'anni, l'idea che proprio l'esplosione reiterata e diffusa di atteggiamenti radicalmente utilitaristici induca la necessità di porre dei limiti, delle resistenze umane capaci di salvaguardare e conservare qualche sentimento 'postmaterialista' relativamente tradizionale, piuttosto che sperare di suscitare dei nuovi.

Dalla speranza di un'alba saremmo dunque pervenuti alle angosce di un **tramonto**?

Il nostro lavoro di ricerca intende sfuggire ad alternative così drastiche, o meglio intende verificare sia l'una che l'altra ipotesi, scoprire se qualcosa di nuovo e di effettivamente alternativo al mercato stia, nonostante tutto, emergendo; e scoprire anche se, per qualcosa di antico, tradizioni comunitarie e solidaristiche, esista ancora un terreno di coltura.

In entrambi i casi si pone per noi una pregiudiziale: riteniamo cioè che i processi così individuati acquisiscano una effettiva rilevanza scientifica e politica solamente allorché si tratta di **fenomeni di azione volontaria**, non imposta; senza di che la loro vita sarebbe breve e la loro qualità sarebbe poca cosa.

Secondo noi la progettualità, la motivazione individuale e collettiva, rappresentano le condizioni necessarie e indispensabili tanto per il nascere e il diffondersi, quanto per il radicarsi e il

sopravvivere di stili di vita alternativi.

La sobrietà virtuosa e sostenibile imposta da eventuali colonnelli verdi, o ecotecnocrati, ci appare non solo sgradevole, ma anche, di fatto, impraticabile, per l'inguaribile fiducia che nutriamo nelle facoltà antropologiche di resistenza degli esseri umani alle imposizioni esterne; le stesse facoltà che forniscono oggi uno sbarramento al dilagare dell'individualismo rampante.

Per queste ragioni l'operazione Bilanci di giustizia, al di là delle sue dimensioni quantitativamente contenute, va tenuta d'occhio con un'attenzione particolare. Che rappresenti uno **stato nascente** o una **controtendenza residuale** resta ancora da verificare; ma senz'altro costituisce la testimonianza di una progettualità endogena e soltanto per questo praticabile, volontaria e voluta, comunque anomala rispetto alle sequenze effimere dalle mode indotte, per amore o per forza, da persuasori occulti o manifesti.

2. Un metodo di ricerca: perché privilegiare le azioni consolidate

Quando abbiamo cominciato a muoverci nel mare dei dati quantitativi relativi all'anno 1996, che i Beati Costruttori di Pace ci hanno gentilmente messo a disposizione, ci siamo posti due interrogativi di fondo: 1. se fosse possibile distinguere i partecipanti più impegnati da quelli meno impegnati; 2. se fosse possibile individuare i lineamenti di gruppi, sostanzialmente omogenei al loro interno, che ci segnalassero l'esistenza di percorsi differenziati, quantunque mirati a un obiettivo comune. Cammin facendo ci siamo resi conto che le risposte ai due interrogativi non erano tra loro scindibili.

Se ci fossimo limitati a graduare la **quantità dell'impegno** profuso saremmo inevitabilmente caduti in scelte arbitrarie: certo, impegnarsi in campagne di boicottaggio, adottare comportamenti rigorosi, portare avanti pratiche di autoproduzione o l'utilizzo collettivo di prodotti alimentari, implica, nel complesso, un impegno sicuramente superiore al semplice, e più spesso riscontrato, acquisto di prodotti del commercio equo e solidale, o alla raccolta differenziata dei rifiuti. Ma fino a che punto una pluralità reiterata di azioni di significato di per sé contenuto può essere considerata 'inferiore' a un'azione di tipo certamente più impegnativo, e però praticata ben più saltuariamente? Le combinazioni, visto l'ampio spettro tipologico delle azioni dichiarate sono praticamente infinite e altrettanto infiniti sono i dilemmi proposti da alternative come quella di cui sopra (è 'di più' molto e di rado o poco e spesso?; radicale e circoscritto o blando ma diffuso?; fare molto con pochi e con poco impatto o fare poco con molti e con impatto maggiore?). Ci è sembrato dunque preferibile, in questa fase, sottolineare le differenti **qualità delle strategie** intraprese, piuttosto che classificare l'impegno degli attori coinvolti; una classificazione che ci ripromettiamo comunque di effettuare in seguito, pur con le cautele di cui sopra.

Ai fini della diversificazione delle strategie abbiamo invece deciso di operare una scelta, tra il criterio che avrebbe privilegiato come più significative le risposte alle domande relative alle pratiche comunque intraprese e le risposte alle domande relative alle **strategie 'consolidate'**. Abbiamo privilegiato il secondo ordine di risposte: non solo perché, a priori, la strategia che si traduce in una pratica consolidata ci sembra conferire inequivocabilmente più identità all'insieme dei praticanti, perché sintomo di sistematicità, continuità, quotidianità; ma anche perché, a posteriori, i lineamenti dei rispettivi gruppi, che nel primo caso rimanevano più sfumati e indistinti, assumevano nel secondo caso - le azioni consolidate - connotati più univoci e tipologicamente caratterizzati.

3. I primi risultati: simili ma diversi

L'indagine statistico-quantitativa ci ha consentito di pervenire a una caratterizzazione strutturale dei partecipanti all'operazione Bilanci di Giustizia estremamente significativa in almeno due direzioni. Da un lato, per quel che concerne la composizione sociale dell'universo dei partecipanti; d'altro lato, per quel che concerne il concentrarsi delle strategie adottate dalle famiglie in tipologie ben definite.

3.1 La composizione sociale

Le 138 famiglie partecipanti all'operazione che hanno compilato la scheda di riepilogo annuale possono essere 'lette' attraverso tavole di frequenza che ci consentono di mettere in luce tipologia del nucleo familiare, provenienza geografica, composizione per classe e ceto. In tutti e tre i casi salta agli occhi la condensazione della maggior parte dei partecipanti intorno a una configurazione, un luogo, una posizione di assoluto predominio statistico sugli altri, lasciando aperto un interrogativo cui i soli numeri non sono in grado di rispondere.

Ne consegue un dilemma. O l'operazione può coinvolgere solo fasce particolari della popolazione, perché sono le uniche sensibili al messaggio, vera forza alternativa e dissidente, contro un sistema sociale omologato, fucina del nuovo (l'ipotesi alba) e/o riserva indiana (l'ipotesi tramonto) e in tal caso si tratterà di chiamare a raccolta i simili e di prepararsi a una sorta di 'guerra' di posizione. Oppure, al contrario, l'operazione ha coinvolto solo tali fasce particolari perché è stata divulgata con un tam tam capace di entrare in comunicazione solo con loro: in tal caso l'alta concentrazione in talune fasce può far supporre che tam tam in grado di raggiungere altre persone siano in grado di conseguire risultati consimili anche presso altre fasce; vale a dire che varrebbe la pena di affinare le tecniche di diffusione del messaggio.

Allo stato attuale della ricerca nessuna delle due ipotesi può essere esclusa, né peraltro si può dire che l'una escluda totalmente l'altra. Si tratterà piuttosto di chiarire, caso per caso, quando convenga solamente radicarsi in terreni già manifestamente congeniali e quando impegnarsi anche a lanciare messaggi in nuove e bene individuate direzioni.

Per il momento possiamo limitarci a dire che, tra le tipologie familiari, la famiglia nucleare risulta dominante.

49% coppie con 1-2 figli.

26% coppie senza figli.

Inoltre si tratta di famiglie relativamente giovani.

39% capi-famiglia tra i 25 e i 34 anni.

36% capi-famiglia tra i 35 e i 44 anni.

Nuclei piccoli e nuclei giovani, come viene confermato dal numero medio dei componenti per famiglia (3,3) e dalla presenza di almeno un figlio in età prescolare nella maggioranza delle famiglie nucleari (coppia più figli) e nel 32% del totale dei nuclei partecipanti all'operazione.

Per quanto riguarda la provenienza si registra una dominanza del Lombardo-veneto (il 65% del totale), con un massimo di concentrazione relativa nel Trentino, e ulteriori presenze significative riducibili a tre sole altre Regioni (Emilia Romagna, Toscana, Piemonte). Più diversificata la tipologia dei Comuni di provenienza, dove comunque va registrata la prevalenza di un'origine urbana che si riferisce a città di piccole e medie dimensioni.

32% dei capi-famiglia provengono da città dai tra i 10mila e i 100mila abitanti.

22% dei capi-famiglia provengono da città tra i 100 e i 250mila abitanti.

Il tutto enfatizza, al rango di protagonista, la figura del cittadino del centro-nord.

La composizione di classe (*professione*) e di ceto (*titolo di studio*) ci indica infine una prevalenza di classe e ceto medio che va a provvisoria conferma delle ipotesi di W. Sachs, nel suo *Dizionario dello sviluppo*, che ritiene presumibile la reperibilità, all'interno di tale fascia, ma non della sua maggioranza, dei soggetti più inclini al dissenso innovativo.

58% dei c.famiglia è un impiegato.

84% dei c.famiglia è provvisto di diploma (49%) o laurea (35%).

Dunque un ceto medio giovane istruito, di ruolo impiegatizio, distribuito nelle città di piccola o media grandezza del centro-nord, che ha dato vita a nuclei familiari di piccole dimensioni. Questa l'immagine prevalente, ma non esclusiva dei partecipanti. E' però importante mettere in luce che, a connotati sociali sostanzialmente omogenei, non corrisponde una analoga omogeneità di strategie di vita.

3.2. Le strategie

Attraverso strumenti tecnici più raffinati, come l'analisi fattoriale e la *clusters analysis*, abbiamo proceduto a una radiografia delle strategie adottate, privilegiando, per le ragioni segnalate in precedenza, la variabile strategie consolidate.

Emergono 4 strategie, o per meglio dire 3 gruppi, cui corrisponde una tipologia definita di azione, e 1 non-gruppo più polimorfo e ad elevata frammentazione interna: su questo non-gruppo, il 27% dei partecipanti, non siamo attualmente in grado di dire se siano effettuabili considerazioni più approfondite, mentre gli altri 3 gruppi sono classificabili nel seguente modo.

A. 15% orientati al sé (*self oriented*).

B. 20% orientati verso l'esterno (*outlooking*).

C. 38% strategie integrate di autopromozione (*self reliant*).

Nel caso A (cure omeopatiche e con prodotti naturali, acquisto di abiti in fibre naturali e di alimenti biologici) si registra una solidarietà verso l'ambiente che porta a massimizzare una esaltazione della natura, concepita come funzionale al benessere personale. I soggetti inseriti in questa classe sono stati definiti *self-oriented* in virtù del fatto che il bisogno di natura, espresso dalle strategie da essi attivate, si concretizza in una serie di atti di consumo, attraverso i quali prende forma la ricerca di uno stile di vita più salubre ed equilibrato. (Sarà oggetto di valutazioni più approfondite il fatto che la stragrande maggioranza dei componenti la classe A viva in Comuni di piccole dimensioni al di sotto dei 15mila abitanti).

Nel caso B (depositi etici, obiezione alle spese militari, partecipazione a campagne di sensibilizzazione) la tensione verso l'esterno si materializza nel supporto a strutture che intendono coniugare economia ed etica, a promuovere forme di vita lontane dalle logiche competitive del mercato.

L'agire dei soggetti racchiusi in questa classe, denominati *outlooking*, risulta infatti contraddistinto da un'azione complessiva rivolta a promuovere e a diffondere la Campagna Bilanci di Giustizia, verso la quale avvertono precise responsabilità. Tipico di questo atteggiamento è il convergere nell'obiezione alle spese militari, come strategia che sancisce la confluenza tra gli ideali pacifisti e la ricerca di un'economia alternativa. (Anche la classe B sembra trovare un terreno di coltura privilegiato, sia pure blandamente - poco più del 50% dei casi - in un contesto territoriale particolare: le città tra i 100 e i 250mila abitanti).

Nel caso C (autoproduzione, ma anche boicottaggi; riduzione dei detersivi e dei consumi energetici, ma anche partecipazione a cooperative no-profit) c'è una contemporaneità e una sinergia tra l'azione rivolta verso l'interno, che rafforza il gruppo e la sua autosufficienza, e il

tentativo di incidere verso l'esterno, sia con l'astensione dai consumi che con la scoperta di forme originali di militanza creativa.

L'agire dei soggetti che ritroviamo in questa classe è stato definito **self-reliant**, proprio perché è manifesta in loro l'esigenza di potersi garantire la soddisfazione di tutta una serie di bisogni facendo affidamento sulle proprie risorse, massimamente valorizzate da forme di autoproduzione di alimenti, di abiti o, in negativo, dal contenimento delle spese necessarie al proprio mantenimento. Più in generale possiamo infatti scorgere in queste famiglie un atteggiamento di sostanziale astensione dal consumo, reso evidente dal tentativo di contenere al massimo gli sprechi, di recuperare oggetti che possono essere destinati a usi diversi da quelli originali, e/o di svincolarsi dai meccanismi di mercato attraverso la riscoperta di potenzialità innate e saperi tradizionali sperimentabili anche in circuiti economici alternativi. Inoltre la presenza di variabili come l'utilizzo collettivo di libri e giornali e il contenimento della spesa sanitaria possono indicare il desiderio di creare legami di solidarietà e reciprocità tali da condurre, secondo una sequenza continua, fino alla partecipazione azionaria nel no-profit.

L'agire di queste famiglie si indirizza infatti tanto verso l'interno, in direzione dell'intensificazione dei legami di gruppo, quanto verso l'esterno, a sostegno di iniziative economiche alternative.

In ogni classe da noi individuata la composizione sociale interna dei gruppi è relativamente variegata nella misura, peraltro limitata, in cui lo è l'universo dei partecipanti: non si registrano cioè classi di cui siano prerogativa unica le famiglie giovani, o gli impiegati, o i diplomati, anche se famiglie giovani, impiegati e diplomati sono relativamente maggioritari in ciascuna delle tre classi emerse.

4. Prospettive: storie di vita e nuovi indicatori

I risultati finora ottenuti ci suggeriscono un orientamento che si potrebbe in futuro articolare operativamente in due direzioni: inserendo nell'indagine modalità di ricerca di tipo qualitativo e integrando il questionario fin qui utilizzato con la raccolta e la quantificazione di un ristretto numero di nuove informazioni.

4.1. Le storie di vita

Se riprendiamo la ormai storica ricerca di Inglehart vediamo che, ora come allora, esistono fattori e nessi di causalità inerenti la progettualità dei soggetti, che le statistiche, per quanto ben congegnate, possono spiegare solo parzialmente.

C'è una dimensione storica e strutturale con la quale fare i conti: quale periodo storico abbia influito e in che modo (dal punto di vista politico ed economico) sulle scelte degli attori sociali, e in quale fase bio-psichica della loro evoluzione personale.

C'è una dimensione socio-relazionale di pari importanza: a quali iniziative ed esperienze essi abbiano dato vita e per quali ragioni, si tratti dell'influenza della generazione parentale che li aveva preceduti o si tratti della consonanza sinergica coi propri coetanei.

C'è infine una dimensione temporale che non può essere trascurata: in che sequenza stia la partecipazione ai Bilanci, con il passato e con il futuro dei suoi attori sociali e del loro tempo; se cioè essi trasforiscano, nell'esperienza dei Bilanci, la volontà di costituire una fucina del nuovo oppure se la considerino una sorta di riserva indiana in cui rievocare un passato migliore del presente. E di conseguenza andrebbe valutato se la scelta alternativa sia da interpretare come dissenso residuale o come dissenso innovativo.

A tutti questi interrogativi, solamente una raccolta e analisi adeguata di **storie di vita** (almeno 10) potrà fornire risposte pertinenti i fini che ci siamo prefissati.

4.2. Nuovi indicatori: l'ospitalità

Sentiamo però la necessità di individuare anche degli indicatori empirici che possano aiutarci a cogliere i sintomi concreti di una cultura dell'alterità nella vita quotidiana. Indicatori di reciprocità, di fiducia nell'altro, che non possono essere sintetizzati esclusivamente nell'esercizio di una somma di azioni, ma che vanno ricondotti a una continuità di scambi con l'altro e che non sono alimentati né da interessi utilitaristici, né dal timore delle sanzioni imposte da una qualche forma di potere.

Ci sembra, in tal senso, che completare la scheda con domande relative alle forme di **ospitalità** praticate dai partecipanti ai Bdg possa costituire un elemento, sia pure parziale, ma decisamente utile per integrare il quadro conoscitivo disponibile (tipologia dell'ospite, tempi, luoghi e modi dell'ospitalità, costituirebbero un primo pacchetto di informazioni sufficiente a fornire integrazioni di rilevante significato).

5. Una chiosa tecnica: questioni di tenuta

E' stato più volte indicato come un problema, per i Bilanci di Giustizia, il corposo impegno tecnico (il tenere un bilancio) che i partecipanti sono chiamati a sostenere. A tale riguardo riterremo opportuno che le reti sociali di cui i partecipanti fanno parte, venissero utilizzate al fine di avvicinare, ad anni alterni o secondo meccanismi 'a catena', soggetti cui non fa difetto la volontà, ma il tempo materiale per l'adempimento dei compiti tecnici.

Sarebbe in tal modo possibile, senza sforzi eccessivi, pianificare una scadenza poliennale nell'ambito della quale realizzare, sul medio periodo, una sorta di Bilancio dei Bilanci che l'esperienza fin qui accumulata richiede e merita.

Riferimenti bibliografici essenziali

- R. Inglehart, *La rivoluzione silenziosa*, Rizzoli, Milano, 1983.
W. Sachs. *Dizionario dello sviluppo*, Gruppo Abele, Torino, 1998.