

Campagna Bilanci di Giustizia

Rapporto 2004



PREMESSA

Questo undicesimo Rapporto Annuale dei Bilanci di Giustizia esce grazie a 159 famiglie che, durante il 2004, hanno documentato in termini quantitativi e qualitativi come hanno attuato il loro progetto di cercare, liberati dai lacci dell'economia consumistica, una nuova qualità della vita.

Le famiglie che si riconoscono nella Campagna Bilanci di Giustizia sono almeno il quadruplo e in vari modi collaborano alla ricerca comune, soprattutto nell'ambito dei 34 Gruppi Locali che mensilmente si riuniscono.

Nel settembre 2004 più di 400 bilancisti si sono ritrovati al Passo della Mendola per l'Incontro Annuale che ha avuto per tema: "La passata di pomodoro e la Politica". In questa occasione abbiamo guadagnato ancor più consapevolezza che il "gioco" di ripensare criticamente i nostri consumi ha in sé una forte valenza politica. È la dimostrazione concreta che in questa realtà obesa e opulenta si può vivere in modo creativo e leggero. Abbiamo anche capito che non possiamo solo concentrarci nello spostare i nostri consumi usuali verso altri scelti secondo giustizia, ma dobbiamo anche costruire nuovi spazi economici che rendano possibile l'incontro tra chi produce, curando il rispetto verso l'ambiente e le persone, e chi cerca prodotti che portino nella nostra quotidianità il sapore della giustizia e la speranza di un futuro migliore per tutti.

Questa apertura di interessi e di impegno non è avvenuta senza conseguenze.

Chi si è impegnato su questo fronte, immediatamente politico, non sempre ha trovato il tempo e la voglia per continuare a compilare la documentazione mensile e ad inviarla alla Segreteria Nazionale; di più, alcuni Gruppi, anche di lunga storia bilancista, si sono trovati in crisi quando chi trainava il gruppo si è impegnato soprattutto a sviluppare azioni nella città. Per questi motivi, l'invio della documentazione alla Segreteria Nazionale ha avuto nel 2004 una contrazione del 27% rispetto al 2003.

Forse vi è anche un altro aspetto che va considerato. Al Passo della Mendola è stato lanciato, proprio per la sua valenza fortemente politica, il tema della revisione del nostro uso dell'Energia. A questo tema si sono interessati in misura preponderante i maschi, che hanno trovato un loro specifico campo di ricerca in una Campagna che ha sempre coinvolto temi tradizionalmente femminili come la revisione della alimentazione, del vestire, della cura della salute e della casa. Dobbiamo riflettere se questo nuovo interesse non abbia fatto sottovalutare l'importanza della revisione dei consumi familiari. Un ultimo rilievo: dobbiamo riflettere su come la crisi economica dell'Italia sia vissuta dai bilancisti. Vi sono due dati su cui vale la pena confrontarci: la diminuzione delle famiglie a monoreddito – nel 2003 erano il 23% e nel 2004 sono il 17% – con conseguente netta diminuzione delle "casalinghe", e un 9% di maschi che lavorano più di 40 ore a settimana: è un sacrificio indispensabile? È un cedimento?

Il secondo dato è la tenuta alta della qualità della vita nonostante l'ulteriore contenimento dei consumi.

I bilancisti sanno attuare scelte di sobrietà che permettono al 61% delle famiglie di avere il tempo per le cose ritenute più importanti e per il 60% risultano in un arricchimento della loro vita. Questi dati sono lo zoccolo duro che dà robustezza e senso all'impegno politico dei bilancisti.

Grati quindi alle 159 famiglie che ci permettono di dare oggi questo segno forte alla scena politica italiana, siamo sicuri che anche altre famiglie bilanciste troveranno la forza e la motivazione per incrementare questa presenza, che solo i Bilanci di Giustizia riescono a dare.

IDENTIKIT DEI BILANCISTI

L'adesione alla Campagna Bilanci di Giustizia fa tendere a una revisione dei consumi e a un cambiamento del proprio stile di vita. La misura di questo cambiamento si concretizza con le due schede, la mensile e il riepilogo annuale, che il nucleo familiare compila, l'invio alla segreteria nazionale consente l'elaborazione dei dati e le fa diventare segno politico visibile all'esterno.

I nuovi dati di quest'anno saranno confrontati con i risultati degli anni precedenti (per quanto riguarda l'annuale a partire dal 1997 e dal 1994 per la scheda mensile) per capire il percorso compiuto dagli aderenti.

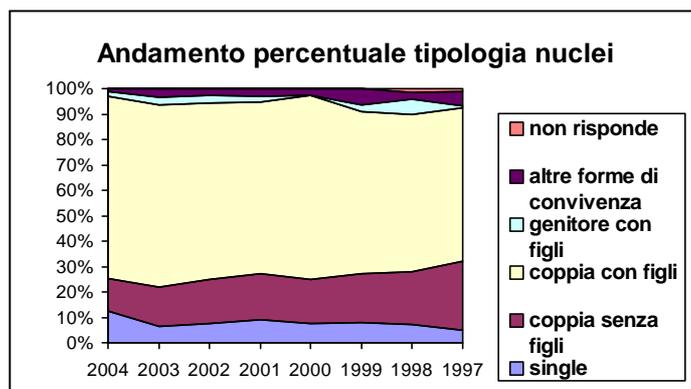
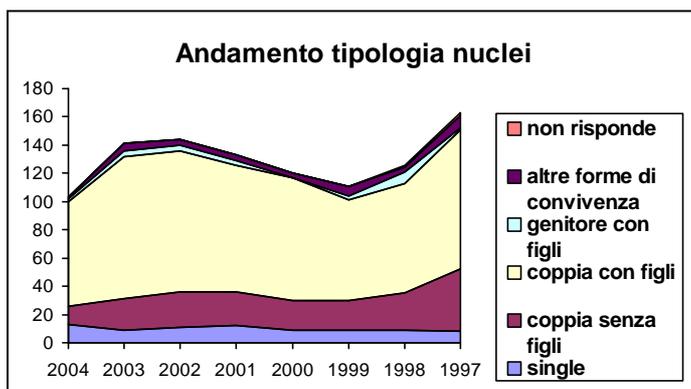
Nel 2004 hanno partecipato alla stesura del Rapporto inviando almeno una scheda 159 famiglie:

- 36 famiglie hanno inviato solo il riepilogo annuale;
- 56 famiglie hanno inviato solo la scheda mensile (almeno una);
- 67 famiglie hanno inviato sia il riepilogo annuale che la scheda mensile (almeno una).

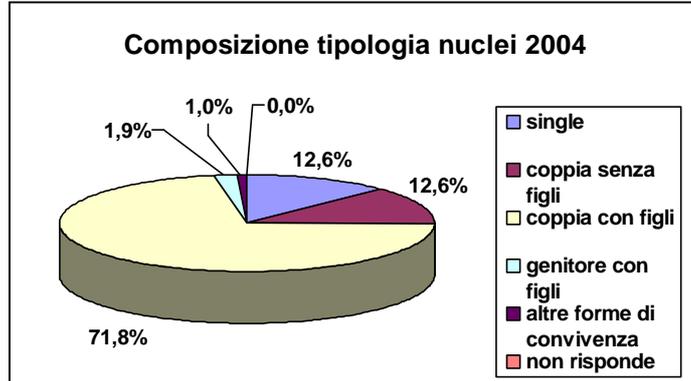
Il numero di schede annuali arrivate quest'anno è di 103, relative a un totale di 339 persone, e, a confronto con quello del 2003, registra una contrazione di circa il 27%. Di tutte le famiglie che hanno inviato la scheda annuale il 65% ha inviato anche il bilancio mensile.

Nel riepilogo annuale vengono raccolti i dati sulla composizione familiare, sul tipo di abitazione, sull'uso dei mezzi di trasporto, sugli orientamenti negli investimenti e sugli obiettivi di cambiamento che le famiglie hanno perseguito nell'anno trascorso.

Tipologia familiare	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
single	13	12,60%	9	6,40%	11	7,60%	12	9,00%	9	7,50%	9	8,10%	9	7,10%	8	4,90%
coppia senza figli	13	12,60%	22	15,60%	25	17,40%	24	18,00%	21	17,50%	21	18,90%	26	20,60%	44	27,00%
coppia con figli	74	71,80%	101	71,60%	100	69,40%	90	67,70%	87	72,50%	71	64,00%	78	61,90%	99	60,70%
genitore con figli	2	1,90%	4	2,80%	4	2,80%	3	2,30%	0	0,00%	3	2,70%	8	6,30%	1	0,60%
altre forme di convivenza	1	1,00%	5	3,50%	4	2,80%	4	3,00%	3	2,50%	7	6,30%	3	2,40%	9	5,50%
non risponde	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	2	1,60%	2	1,20%
Totale complessivo	103	100%	141	100%	144	100%	133	100%	120	100%	111	100%	126	100%	163	100%
Media componenti nucleo	3,29		3,4		3,37		3,26		3,43		3,31		3,15		3,29	

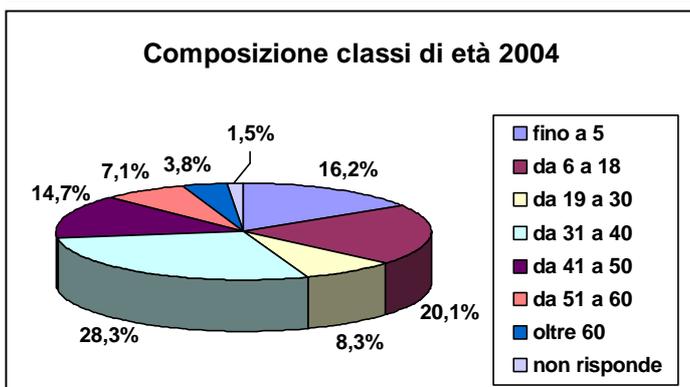
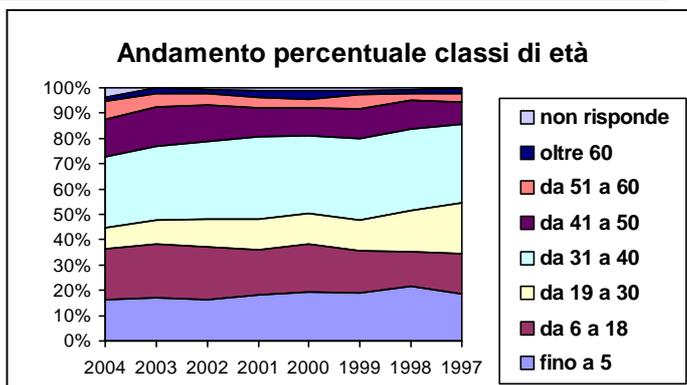
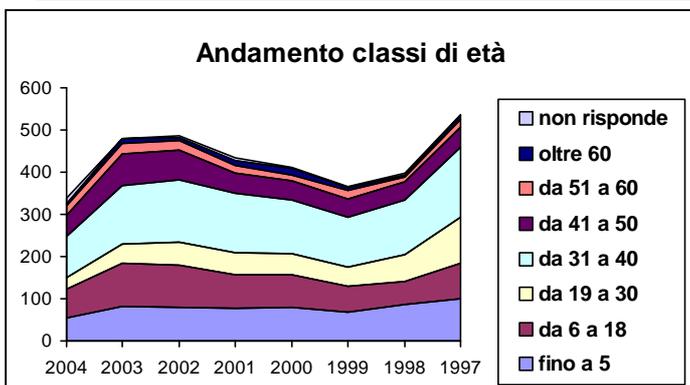


La maggior parte dei nuclei familiari sono costituiti da coppie e la categoria più numerosa è costituita dalle coppie con figli, che sono state in costante aumento in valori assoluti dal 1999 al 2003 e che nel 2004 registrano, invece, una flessione (-27% circa), pur mantenendosi stabili in termini percentuali. Le coppie senza figli, anch'esse in lieve ma costante aumento dal 1999 al 2002 e, invece, in leggero calo nel 2003, diminuiscono ancor di più sia in termini assoluti (-41% circa) che percentuali (-19% circa). Il numero medio di componenti per nucleo subisce corrispondentemente una riduzione, ma rimane comunque decisamente al di sopra della media italiana (2,6).



Alla Campagna aderisce anche un piccolo “zoccolo duro” di single, che nell'ultimo anno segna, in controtendenza, un deciso aumento in termini di percentuale sul totale (quasi un raddoppio rispetto al 2003 e oltre 5 punti in più rispetto alla media 1997-2003). Anche se il valore assoluto rispetto al 2003 aumenta solo del 50% ed è solo di poco superiore a quello di picco registrato nel 2001, questa categoria di aderenti è l'unica a “tenere” in un quadro di calo generalizzato.

Età	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
fino a 5	55	16,2%	81	16,9%	79	16,3%	78	18,0%	79	19,2%	69	18,8%	86	21,7%	100	18,6%
da 6 a 18	68	20,1%	102	21,3%	101	20,8%	78	18,0%	78	18,9%	61	16,6%	54	13,6%	85	15,8%
da 19 a 30	28	8,3%	46	9,6%	54	11,1%	52	12,0%	50	12,1%	45	12,3%	65	16,4%	108	20,1%
da 31 a 40	96	28,3%	140	29,2%	148	30,5%	141	32,6%	127	30,8%	118	32,2%	128	32,2%	166	30,9%
da 41 a 50	50	14,7%	75	15,6%	71	14,6%	49	11,3%	46	11,2%	43	11,7%	44	11,1%	47	8,8%
da 51 a 60	24	7,1%	25	5,2%	22	4,5%	19	4,4%	14	3,4%	21	5,7%	11	2,8%	18	3,4%
oltre 60	13	3,8%	11	2,3%	7	1,4%	11	2,5%	14	3,4%	6	1,6%	6	1,5%	10	1,9%
non risponde	5	1,5%	0	0,0%	4	0,8%	5	1,2%	4	1,0%	4	1,1%	3	0,8%	3	0,6%
Totale complessivo	339	100,0%	480	100,0%	486	100,0%	433	100,0%	412	100,0%	367	100,0%	397	100,0%	537	100,0%

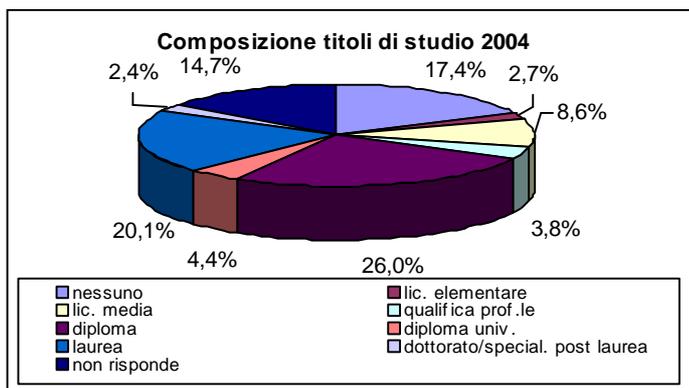


Gli aderenti ai bilanci sono prevalentemente giovani adulti, con il 28,3% che ha tra 31 e 40 anni, anche se nel tempo, tralasciando i figli fino ai 18 anni, si può notare una tendenza al progressivo invecchiamento della “popolazione”. Quella dei figli, che è in realtà la classe percentualmente più numerosa (36,3%), mostra anch'essa uno spostamento dalla fascia fino a 5 anni a quella dai 6 ai 18. Si tratta, in questo caso, di aderenti in senso improprio, cioè persone che, trovandosi a vivere in famiglie i cui genitori hanno attuato scelte bilanciste, in qualche modo le “subiscono”.

Proprio per permettere loro di esprimersi, nell'incontro nazionale dello scorso anno per la prima volta è stato proposto un gruppo di lavoro per gli adolescenti, che, complice la “bilacanza” – un periodo di alcuni giorni vissuto insieme prima del convegno anche da un discreto numero di famiglie – ha riscosso molto successo.

Leggendo nell'insieme queste due prime tipologie di dati, si ha come l'impressione che, nonostante la costante rotazione di aderenti che caratterizza da sempre la Campagna, ben visibile nel diagramma di pag. 11, la proposta tenda ad attirare nel tempo nuclei familiari più “anziani”, maggiormente caratterizzati dalla presenza di figli che, a loro volta, si collocano sempre più in età scolare.

Titolo di studio	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
nessuno	59	17,4%	84	17,5%	124	25,5%	77	17,8%	118	28,6%	49	13,4%	59	14,9%	145	27,0%
lic. elementare	9	2,7%	14	2,9%	15	3,1%	15	3,5%	20	4,9%	10	2,7%	11	2,8%	23	4,3%
lic. media	29	8,6%	44	9,2%	37	7,6%	40	9,2%	40	9,7%	36	9,8%	33	8,3%	44	8,2%
qualifica prof.le	13	3,8%	15	3,1%	27	5,6%	9	2,1%	15	3,6%	19	5,2%	20	5,0%	20	3,7%
diploma	88	26,0%	126	26,3%	138	28,4%	131	30,3%	110	26,7%	109	29,7%	108	27,2%	161	30,0%
diploma univ.	15	4,4%	15	3,1%	26	5,3%	29	6,7%	16	3,9%	20	5,4%	29	7,3%	31	5,8%
laurea	68	20,1%	97	20,2%	87	17,9%	67	15,5%	71	17,2%	58	15,8%	70	17,6%	84	15,6%
dottorato/special. post laurea	8	2,4%	12	2,5%	6	1,2%	15	3,5%	10	2,4%	7	1,9%	8	2,0%	18	3,4%
non risponde	50	14,7%	73	15,2%	26	5,3%	50	11,5%	12	2,9%	59	16,1%	59	14,9%	11	2,0%
Totale complessivo	339	100,0%	480	100,0%	486	100,0%	433	100,0%	412	100,0%	367	100,0%	397	100,0%	537	100,0%



Gli aderenti ai Bilanci hanno generalmente un titolo di studio medio-alto: la categoria più numerosa è quella dei diplomati (26%), mentre il 27,9% possiede un diploma universitario, la laurea o un titolo post-laurea.

Il 17,4% non ha nessun titolo di studio, ma verosimilmente il dato si riferisce ai figli in età prescolare o che non hanno ancora conseguito la licenza elementare.

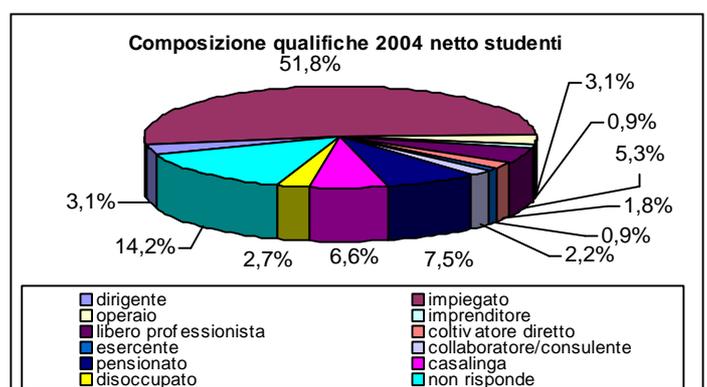
Purtroppo va sottolineato che, anche quest'anno, è stata molto elevata la quota dei "non risponde", che rappresenta quasi il 15% del totale.

Qualifica	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
dirigente	7	3,1%	12	3,8%	7	2,3%	8	2,9%	6	2,5%	4	1,7%	7	2,8%	15	4,3%
impiegato	117	51,8%	158	50,5%	160	51,9%	135	49,5%	123	51,0%	116	50,7%	125	49,8%	154	44,5%
operaio	7	3,1%	15	4,8%	22	7,1%	16	5,9%	15	6,2%	13	5,7%	20	8,0%	25	7,2%
imprenditore	2	0,9%	5	1,6%	5	1,6%	2	0,7%	3	1,2%	3	1,3%	2	0,8%	7	2,0%
libero professionista	12	5,3%	11	3,5%	15	4,9%	12	4,4%	16	6,6%	10	4,4%	12	4,8%	25	7,2%
artigiano	0	0,0%	1	0,3%	6	1,9%	4	1,5%	2	0,8%	1	0,4%	3	1,2%	2	0,6%
coltivatore diretto	4	1,8%	1	0,3%	1	0,3%	1	0,4%	2	0,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	0,3%
esercente	2	0,9%	4	1,3%	3	1,0%	5	1,8%	4	1,7%	4	1,7%	3	1,2%	4	1,2%
collaboratore/consulente	5	2,2%	11	3,5%	14	4,5%	11	4,0%	4	1,7%	10	4,4%	11	4,4%	16	4,6%
studente	58	17,1%	86	17,7%	99	20,4%	82	18,9%	92	22,3%	69	18,8%	60	15,1%	91	16,9%
pensionato	17	7,5%	15	4,8%	9	2,9%	12	4,4%	17	7,1%	12	5,2%	10	4,0%	18	5,2%
casalinga	15	6,6%	28	8,9%	34	11,0%	28	10,3%	29	12,0%	31	13,5%	36	14,3%	42	12,1%
disoccupato	6	2,7%	6	1,9%	4	1,3%	4	1,5%	5	2,1%	2	0,9%	7	2,8%	3	0,9%
non risponde	32	14,2%	46	14,7%	28	9,1%	35	12,8%	15	6,2%	23	10,0%	15	6,0%	34	9,8%
Totale complessivo	226	100,0%	313	100,0%	308	100,0%	273	100,0%	241	100,0%	229	100,0%	251	100,0%	346	100,0%

Escludendo dal calcolo la qualifica di studente (17,1% nel 2004), poco significativa ai fini dell'analisi, e i minori in età prescolare inclusi nelle non risposte (vedi sotto) si ottengono i risultati esposti in tabella e riassunti nel grafico, diversi da quelli contenuti nello scorso rapporto.

La qualifica per settore lavorativo più presente è quella di impiegato, che, con il 51,8%, registra in percentuale il massimo storico.

Purtroppo due note negative: la categoria degli operai, sempre molto bassa nella Campagna, conferma l'andamento negativo dello



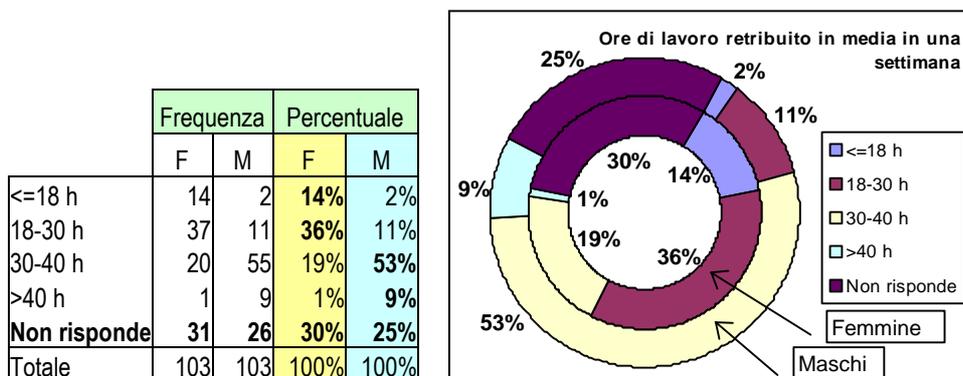
scorso anno e scende ulteriormente di oltre un punto e mezzo, giungendo al minimo storico, mentre il numero dei disoccupati resta costante in valore assoluto, ma aumenta in percentuale per effetto del calo registrato nel totale complessivo. Anche la presenza di casalinghe si conferma in calo e giunge al minimo storico, sia in percentuale che in valore assoluto (in un anno sono quasi dimezzate), così che l'incidenza sul totale delle famiglie composte da coppie (con o senza figli) di tipo monoreddito scende dal 23% circa del 2003 al 17%.

Molto alta anche in questo caso la percentuale delle non risposte (31%), che, tuttavia, si riduce al 14,2% (valore confrontabile con quello relativo ai titoli di studio) sottraendo il numero dei minori fino a 5 anni, in età prescolare, che vi è evidentemente compreso. L'affidabilità complessiva dei dati comunque ne soffre. È possibile che questa reticenza sia in parte dovuta alla difficoltà di inquadrare nuovi lavori, come p. es. quelli in ambito sociale, tra le tradizionali qualifiche proposte. La consistenza del dato, tuttavia, suggerisce che vi debbano essere altre cause, tra cui una probabile sottovalutazione dell'importanza dell'informazione richiesta.

Per quanto riguarda il settore lavorativo – dopo aver depurato le mancate risposte dai bambini in età pre-scolare e dai soggetti fuori dal mercato del lavoro (studenti, casalinghe, disoccupati e pensionati), portandole da quasi il 50% all'8,5% – il grosso degli aderenti si distribuisce tra il settore pubblico (42,6%) ed i servizi privati (26,1%), con l'industria in terza posizione al 14,9%.

Forse la Campagna dovrebbe pensare di rilevare anche il livello di reddito degli aderenti e prestare maggiore attenzione a come se lo procurano, proseguendo una riflessione già avviata da un paio di anni. Ciò consentirebbe di documentare meglio che tipo di lavoro corrisponde ad un consumo critico.

Un primo passo in questa direzione è costituito dalla seguente tabella, in cui compaiono le ore retribuite mediamente lavorate in una settimana dagli aderenti. Si tratta di un'informazione chiesta per la prima volta nella scheda annuale 2004.



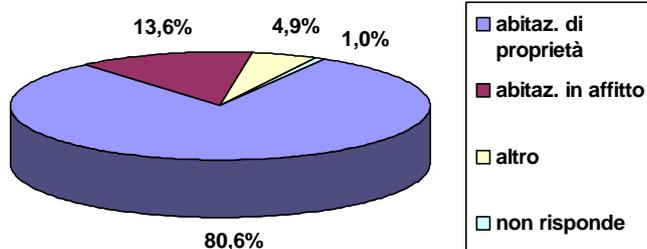
Pur con la solita cautela nel leggere i dati suggerita dalle alte percentuali di non risposte (quasi 1 su 4 nei maschi e 1 su 3 nelle femmine, anche se va tenuto conto che circa il 15% di queste

è casalinga), emerge subito con evidenza la differenza di genere: più della metà dei maschi lavora dalle 30 alle 40 ore settimanali, cioè a tempo pieno o part-time leggero, contro un quinto circa delle femmine, che, però, per oltre un terzo lavorano dalle 18 alle 30 ore, cioè il classico part-time, contro poco più di un decimo dei maschi. Nelle fasce estreme, poi, il rapporto femmine-maschi è quasi specularmente invertito, con i maschi a lavorare anche più di 40 ore nove volte più delle femmine e le femmine a lavorare anche meno di 18 ore sette volte più dei maschi. Due sono le considerazioni che sembrano possibili: da un lato, le famiglie bilanciate tendono a lavorare quanto basta a condurre una vita sobria, riducendo l'orario di almeno uno dei due membri della coppia in modo avere più tempo libero; dall'altro, la riduzione d'orario riguarda le donne in misura quasi quadrupla rispetto agli uomini. Anche considerando che la cura dei bimbi nei primi anni di vita è affidata quasi esclusivamente alle donne, come questo si traduca nella ripartizione dei lavori domestici e di cura, entro i quali si iscrive buona parte dell'autoproduzione che caratterizza le famiglie bilanciate, è intuibile e costituisce un territorio che la Campagna deve ancora esplorare. D'altra parte, non va dimenticato che la struttura del mercato del lavoro è tale che è oggettivamente più facile ottenere un lavoro part-time per una donna anziché per un uomo.

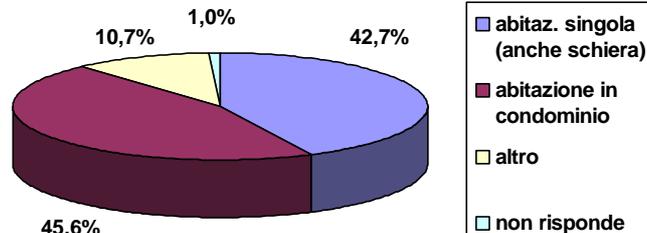
Proprietà	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
abitaz. di proprietà	83	80,6%	114	80,9%	116	80,6%	96	72,2%	94	78,3%	80	72,1%	91	72,2%	108	66,3%
abitaz. in affitto	14	13,6%	19	13,5%	22	15,3%	20	15,0%	14	11,7%	21	18,9%	22	17,5%	40	24,5%
altro	5	4,9%	8	5,7%	6	4,2%	11	8,3%	8	6,7%	6	5,4%	7	5,6%	7	4,3%
non risponde	1	1,0%	0	0,0%	0	0,0%	6	4,5%	4	3,3%	4	3,6%	6	4,8%	8	4,9%
Totale complessivo	103	100,0%	141	100,0%	144	100,0%	133	100,0%	120	100,0%	111	100,0%	126	100,0%	163	100,0%

Tipo di abitazione	2004		2003		2002		2001		2000		1999		1998		1997	
abitaz. singola / a schiera	44	42,7%	58	41,1%	66	45,8%	48	36,1%	53	44,2%	36	32,4%	47	37,3%	56	34,4%
abitazione in condominio	47	45,6%	70	49,6%	65	45,1%	70	52,6%	54	45,0%	68	61,3%	65	51,6%	86	52,8%
altro	11	10,7%	13	9,3%	11	7,6%	3	2,3%	6	5,0%	6	5,4%	5	4,0%	7	4,3%
non risponde	1	1,0%	0	0,0%	2	1,4%	12	9,0%	7	5,8%	1	0,9%	9	7,1%	14	8,6%
Totale complessivo	103	100,0%	141	100,0%	144	100,0%	133	100,0%	120	100,0%	111	100,0%	126	100,0%	163	100,0%

Composizione tipo di proprietà 2004



Composizione tipo di abitazione 2004



Più dell'80% dei bilanciati possiede la casa dove abita, e solo il 13,6% è in affitto. Quasi un 5% ha una collocazione diversa da queste due.

Il tipo di abitazione degli aderenti è praticamente diviso equamente tra condominio (45,6%) e casa singola (42,7%). La combinazione di quest'ultima condizione con la proprietà dell'immobile dovrebbe facilitare la realizzazione di interventi strutturali finalizzati al risparmio energetico.

TRASPORTI

Nell'analisi sui mezzi di trasporto ci limiteremo a considerare solo i dati relativi a *persona 1* e/o *persona 2*, che verosimilmente sono gli adulti del nucleo familiare (escludendo le tipologie familiari più complesse), eseguendo così un'analisi sull'uso dei mezzi di trasporto da parte degli aderenti adulti.

Allo scopo di renderle più significative, nella scheda 2004 sono cambiate le informazioni richieste, focalizzando l'attenzione sugli spostamenti casa-lavoro, che costituiscono gran parte dell'uso quotidiano dei mezzi di trasporto, perdendo, però, la possibilità di istituire confronti con gli anni precedenti.

	Frequenze		Percentuali	
	auto1	auto2	auto1	auto2
benzina	55	22	57,3%	55,0%
diesel	12	7	12,5%	17,5%
gpl	15	8	15,6%	20,0%
metano	14	3	14,6%	7,5%
non risponde/non possiede l'auto	7	63		
totale	96	40	100,0%	100,0%

Frequenza d'uso (media giorni / mese)	Persona 1		Persona 2	
	media	media	media	media
auto	18,3	14,1		
bici	13,3	8,9		
moto	12,2	0,1		
bus	5,1	2,6		
treno	4,4	1,1		
altro	8,8	0,7		

Numero automobili	Totale	%
non risponde/non possiede l'auto	6	5,8%
1	57	55,3%
2	37	35,9%
3	3	2,9%
Totale complessivo	103	100,0%

Distanza casa-lavoro	Frequenza			Percentuale		
	Persona 1	Persona 2	media	Persona 1	Persona 2	media
1-5 km (fascia bici)	15	30	22,5	14,6%	29,1%	21,8%
>5km	38	41	39,5	36,9%	39,8%	38,3%
non risponde	50	32	41	48,5%	31,1%	39,8%
Totale	103	103	103	100,0%	100,0%	100,0%

Quanto alla prima tabella, permane, purtroppo, un'ampia fascia di aderenti che non hanno risposto (1 su 2 le Persone 1, 1 su 3 le Persone 2), tuttavia va segnalato che, per ragioni tecniche (nell'acquisire i dati le risposte con valore 0 sono divenute indistinguibili da quelle con valore nullo) il dato potrebbe essere sovradimensionato e comprendere, anzi, un certo numero di aderenti che abitano entro un Km dal luogo di lavoro e che, verosimilmente, vi si recano a piedi (come sembra suggerire la voce "altro" della tabella successiva).

Comunque, fatta questa premessa, mediamente i bilanciati percorrono più di 5 km per recarsi al lavoro in misura quasi doppia rispetto a chi si muove su un tragitto da 1 a 5 km, il che è la prova che il disegno del territorio non si è posto tra gli obiettivi quello della riduzione degli spostamenti, privilegiando la mobilità delle persone alla raggiungibilità dei luoghi.

I mezzi pubblici sono scarsamente utilizzati rispetto alle altre forme di mobilità privata, anche se nel caso della Persona 1 le medie di utilizzo di bici, mezzo ecologico per eccellenza, e moto, più ecologica nel caso frequente di trasporto di una sola persona, sommate insieme superano quella dell'auto. Nella netta prevalenza di quest'ultima sugli altri mezzi, invece, nella Persona 2, si potrebbe forse leggere una differenza di genere (di solito sono le mamme che accompagnano i figli a scuola nell'andare al lavoro!), suggerita anche dal quasi nullo utilizzo della moto, ma è solo una ipotesi.

Per quanto riguarda il tipo di carburante utilizzato per le autovetture, escludendo chi dei 103 nuclei non ha risposto, ipotizzando che la maggior parte lo abbia fatto perché non possiede la seconda o anche la prima auto (vedi tabella n. automobili), purtroppo resta prevalente la benzina, ben oltre il 50%, ma è interessante che metano e GPL superino il diesel. Restano, comunque, ampi margini di miglioramento e il nodo della mobilità si conferma uno degli scogli più grandi per lo spostamento dei consumi.

Confortante per la Campagna è, invece, che più della metà dei nuclei possieda una sola automobile e poco più di un terzo due, unito a un piccolo, ma significativo, 6% che ne fa a meno. Se rapportiamo il totale delle auto possedute (140) al totale delle persone dei nuclei (339) otteniamo un tasso di motorizzazione di 41 auto su 100 abitanti, contro un dato nazionale di 56 che, nei comuni capoluogo, sale a 63¹: i bilanciati in questo sono senz'altro più sobri della media!

ACQUA

	Minimo	Massimo	Media
BDG 2002	22	380	109
BDG 2003	20	457	122
BDG 2004	14	343	111
ISTAT 2001*			193

* Fonte: Osservatorio ambientale sulle città (2001)

Come nel 2003, solo metà delle schede pervenute (56 su 103) conteneva l'indicazione sulla quantità di acqua consumata dalla famiglia nel corso dell'anno. Il consumo giornaliero pro-capite medio nel 2004 è di 111 litri, sebbene esista uno scarto molto grande tra la famiglia che consuma di meno e quella che consuma di più (14 contro 343 litri a persona).

Si conferma la forte riduzione del consumo medio di acqua rispetto alla media nazionale di 193 litri a persona al giorno (-42,5%).

ENERGIA ELETTRICA

	Media
BDG 2004	721
ISTAT 2001*	1.089

* Fonte: Osservatorio ambientale sulle città (2001)

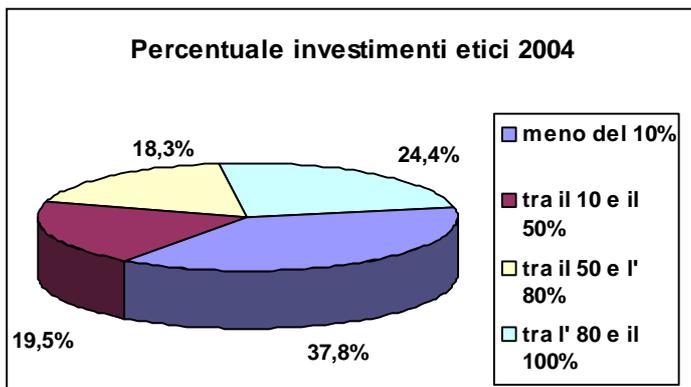
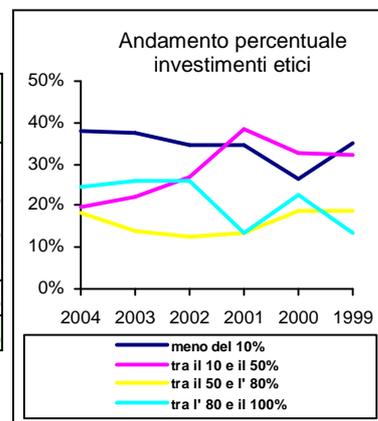
Il dato sui consumi annui di elettricità è stato chiesto nella scheda 2004 per la prima volta, a seguito dell'impegno della Campagna sui temi dell'energia assunto nell'Incontro Nazionale dello scorso anno. Le risposte sono state indicate sul 75% delle schede. Il consumo giornaliero pro-capite medio nel 2004 è di 721 Kwh, notevolmente ridotto rispetto alla media nazionale di 1.089 Kwh (-33,8%), anche se in misura più contenuta di quanto osservato per l'acqua.

¹ Fonte: <http://www.miw.it/Ecosistemaurbano5.htm> - documento di Legambiente basato su ACI – Autoritratto 2002.

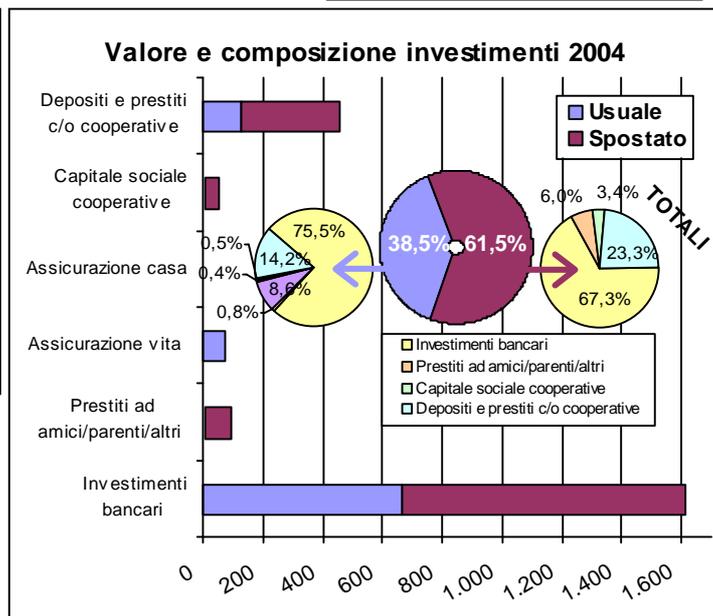
INVESTIMENTI

Percentuale investimenti etici	2004		2003		2002		2001		2000		1999	
meno del 10%	31	37,8%	46	37,7%	33	34,4%	31	34,6%	21	26,3%	26	35,1%
tra il 10 e il 50%	16	19,5%	27	22,1%	26	27,1%	34	38,3%	26	32,5%	24	32,4%
tra il 50 e l' 80%	15	18,3%	17	13,9%	12	12,5%	12	13,5%	15	18,7%	14	18,9%
tra l' 80 e il 100%	20	24,4%	32	26,2%	25	26,0%	12	13,5%	18	22,5%	10	13,5%
Totale*	82	100,0%	122	100,0%	96	100,0%	89	100,0%	80	100,0%	74	100,0%
%le di risposte	79,6%		86,5%		66,7%		66,9%		66,7%		66,7%	

* Si considerano solo le famiglie che hanno risposto



Premesso che permane un numero elevato di non risposte (1 su 5, ma in miglioramento rispetto all'1 su 3 dei primi quattro anni), sicuramente tra i bilancisti esiste una sensibilità nel ripensare l'uso del denaro e nell'avvicinarsi a forme di investimento etico. La strada da fare, però, è ancora molta, se circa il 38% degli aderenti investe in modo spostato meno del 10% del proprio risparmio e se, nel tempo, la tendenza è alla riduzione della percentuale (vedi grafico). All'estremo opposto troviamo un lusinghiero 24,4% di persone che investono eticamente tra l'80 e il 100% del proprio risparmio, una quota estremamente elevata se pensiamo che la finanza etica in Italia ha sì avuto un grande boom in questi ultimi anni, ma rimane comunque poco diffusa. Nel mezzo, a partire dal 2001 si nota il forte calo di quanti investono dal 10 al 50% (praticamente dimezzati)² che in buona parte, tra il 2001 e il 2002, sono andati ad alimentare proprio il gruppo dei più "virtuosi" e, poi, gli altri due, con prevalenza del gruppo con percentuali di spostamento dal 50 all'80%.



L'analisi degli ambiti in cui le famiglie fanno i loro investimenti deve scontare un'ulteriore calo di risposte: quasi 1 su 4 di coloro che hanno quantificato le proprie percentuali di spostamento non ne hanno poi fornito le cifre assolute. Comunque, emerge nel complesso il 61,5% di investimenti etici sul totale – un dato buono ma certo migliorabile – con netta prevalenza di quelli bancari, che assorbono un po' meno di tre quarti di tutti gli spostamenti. Questo sbilanciamento non stupisce, tenuto conto che la somma degli investimenti bancari, usuali e spostati, rappresenta il 70% circa del totale generale. È comprensibile che, per tutta una serie di motivi pratici (pagamento di bollette, accredito di stipendio ecc.), risulti difficile, per chi non dispone di somme consistenti (la media è di circa 36 mila euro a nucleo), non depositarne la maggior parte in una banca, tuttavia va notato che quasi il 60% di questi depositi è di tipo etico, probabilmente conti aperti presso Banca Etica (vedi nota 2).

Il 23,3% degli spostamenti è riferito a depositi e prestiti a cooperative, voce che rappresenta il 2,3% del totale generale, ma che risulta spostata per oltre il 90%. Seguono col 6% i prestiti effettuati direttamente, che rappresentano il 4% del totale e risultano spostati quasi del 93%. In quarta posizione l'investimento in capitale sociale di cooperative col 3,4%. Questi dati ci confermano co-

² Il fenomeno potrebbe essere l'effetto delle nuove opportunità offerte dal consolidarsi di Banca Etica.

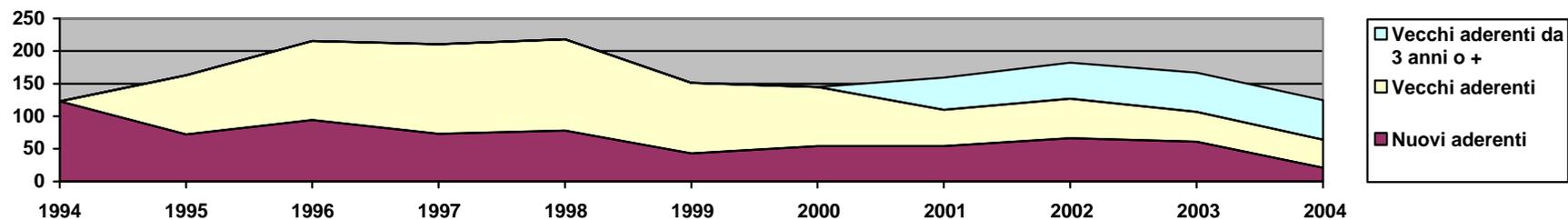
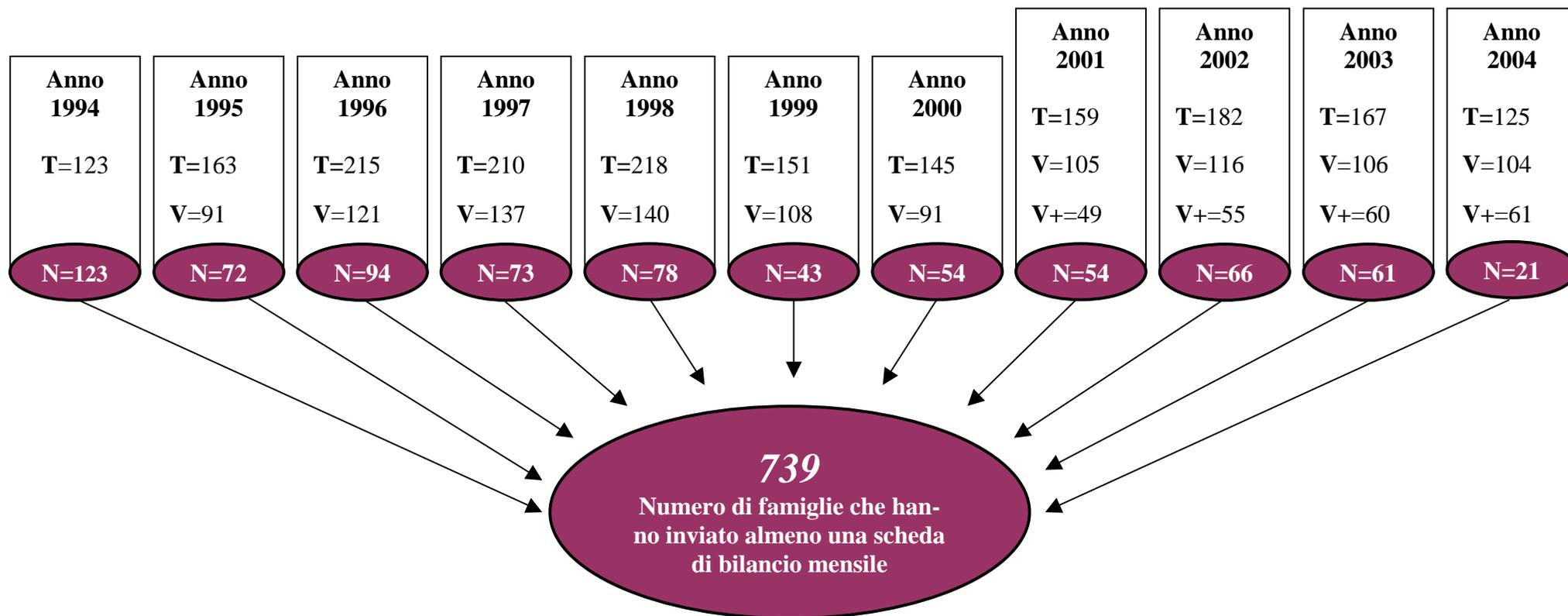
me molto spesso il denaro venga usato per sostenere realtà vicine ai bilanciati e con cui si intendono rapporti non solo finanziari.³

Anche negli investimenti usuali la maggiori quote sono rappresentate dai depositi bancari e dai depositi e prestiti c/o cooperative (75,5% e 14,2%), seguiti dalle assicurazioni vita (8,6%), dai prestiti diretti (0,8%), dal capitale sociale di cooperative (0,5%) e dalle assicurazioni casa (0,4%), questi ultimi tre con valori trascurabili.

Ovviamente riuscire a fare dei cambiamenti nello stile di vita in un ambito così delicato come quello del denaro richiede molto tempo, tuttavia viene da chiedersi se davvero stiamo cercando di spostare la nostra sicurezza dalla finanza alle relazioni, secondo la direttrice emersa dal percorso che abbiamo esplorato negli ultimi anni proprio sull'uso e sul significato del denaro. Sta ai gruppi locali proseguire la riflessione per riuscire a porsi degli ulteriori obiettivi di cambiamento e dare piccoli, ma significativi, segnali in controtendenza in un momento in cui la crisi economica, e non solo quella, fa lievitare il bisogno di sicurezza. Come dobbiamo guardare ai 584 euro di spostato nelle assicurazioni casa, una goccia nel mare (13,1% sulla voce, 0,03% sul totale investimenti) che appare per la prima volta? Troveremo degli spiragli per cambiare anche il granitico mondo delle assicurazioni?

³ Va segnalato, però, che, da un raffronto con gli ultimi dati disponibili, risalenti al 2002 e che per brevità non sono stati riportati, si nota che, in un quadro di raddoppio degli investimenti per nucleo familiare, accanto a una crescita più che proporzionale della quota di spostamento per investimenti bancari (+151%) si nota un discreto calo per quanto riguarda proprio prestiti diretti (-23%) e capitale sociale di cooperative (-32%), controbilanciato da un aumento di depositi e prestiti c/o cooperative (+48%).

Schede di bilancio mensile inviate dalle famiglie che hanno aderito alla campagna tra il 1994 e il 2004



Legenda: T=Totale famiglie aderenti alla campagna, di cui N=Nuove; V=Vecchie, di cui V+=Vecchie da almeno 3 anni

NOTA METODOLOGICA

L'analisi della scheda mensile ha posto fin dall'esordio della Campagna, il problema dell'attendibilità dei valori di consumo riportati nelle singole voci di spesa e soprattutto nel totale di capitolo. Il controllo che si è mantenuto anche quest'anno è sul numero minimo delle schede inviate da ciascuna famiglia nell'arco dell'anno e che deve essere pari a tre, in quanto molte spese (tutte eccetto quelle del capitolo Alimentari) sono dilazionate nel corso dell'anno.

Al fine di rendere confrontabili i consumi di famiglie con composizione diversa e poter calcolare correttamente il consumo medio mensile pro capite, è stata utilizzata una scala di equivalenza prendendo a riferimento la famiglia di due componenti.

Poichè la spesa media mensile pro capite è diversa a seconda della ripartizione geografica – in particolare al sud si spende meno e al nord-ovest si spende di più – per i confronti con la media nazionale sono stati utilizzati i dati relativi al nord-est, che si colloca su un piano intermedio: i bilanciati infatti sono prevalentemente del nord, ma ve ne sono anche al centro e al sud.

È evidente che, se si vuole che rapporti come questo suscitino interesse nell'opinione pubblica e spingano persone sensibili ai temi della giustizia sociale e ambientale ad accostarsi alla Campagna o, almeno, ai suoi metodi, è necessaria una maggiore collaborazione di tutti gli aderenti per rendere i dati sempre più affidabili.

L'ANALISI DELLE SCHEDE MENSILI – SCELTE PER TUTTI, NON SOLO PER RICCHI

*Consumi medi mensili individuali degli aderenti alla campagna
a confronto con i relativi valori nazionali*

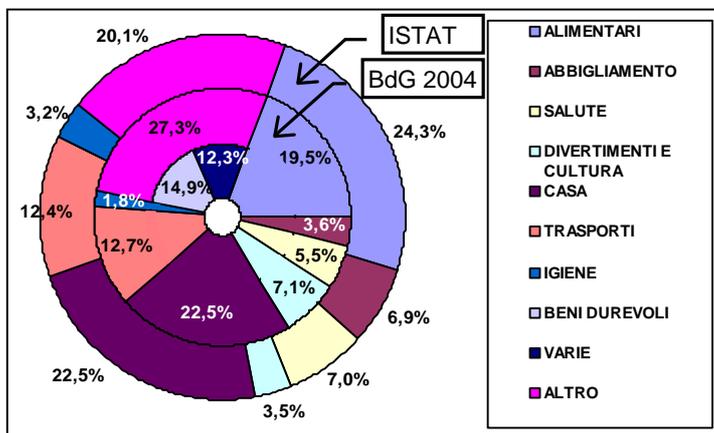
CAPITOLI DI SPESA*	1999	2000	2001	2002	2003	2004*	ISTAT**	SCOST.
ALIMENTARI#	€ 130,97	€ 134,63	€ 134,35	€ 138,98	€ 147,67	€ 149,26	€ 229,24	-34,89%
ABBIGLIAMENTO	€ 30,43	€ 33,04	€ 30,61	€ 32,56	€ 30,25	€ 27,81	€ 64,77	-57,06%
SALUTE	€ 35,69	€ 33,37	€ 36,22	€ 35,48	€ 50,78	€ 41,72	€ 66,42	-37,19%
DIVERTIMENTI E CULTURA	€ 45,31	€ 49,60	€ 56,37	€ 60,34	€ 54,01	€ 54,16	€ 33,39	+62,20%
CASA	€ 129,71	€ 146,02	€ 146,15	€ 131,93	€ 153,96	€ 171,95	€ 212,18	-18,96%
TRASPORTI	€ 89,05	€ 91,83	€ 97,69	€ 102,40	€ 99,56	€ 97,46	€ 117,40	-16,98%
IGIENE	€ 15,14	€ 14,71	€ 15,52	€ 14,17	€ 15,15	€ 13,74	€ 30,44	-54,86%
BENI DUREVOLI	€ 142,36	€ 148,17	€ 211,40	€ 150,11	€ 169,77	€ 114,02	n.d.	n.d.
VARIE	€ 95,51	€ 108,00	€ 126,85	€ 120,65	€ 112,29	€ 94,39	n.d.	n.d.
ALTRO##	€ 237,87	€ 256,17	€ 338,25	€ 270,76	€ 282,06	€ 208,41	€ 189,53	+10,00%
TOTALE	€ 714,17	€ 759,39	€ 855,15	€ 786,62	€ 833,44	€ 764,51	€ 943,36	-18,96%
n. famiglie con 3 bilanci completi	104 su 151	99 su 145	119 su 159	130 su 182	132 su 167	99 su 125		
percentuale	68,90%	68,30%	74,80%	71,40%	79,00%	79,20%		

* Valori ottenuti considerando le famiglie con almeno tre bilanci completi, resi confrontabili con quelli di una famiglia di due componenti mediante l'impiego di scale di equivalenza; calcolati a prezzi 2004 per gli anni precedenti.

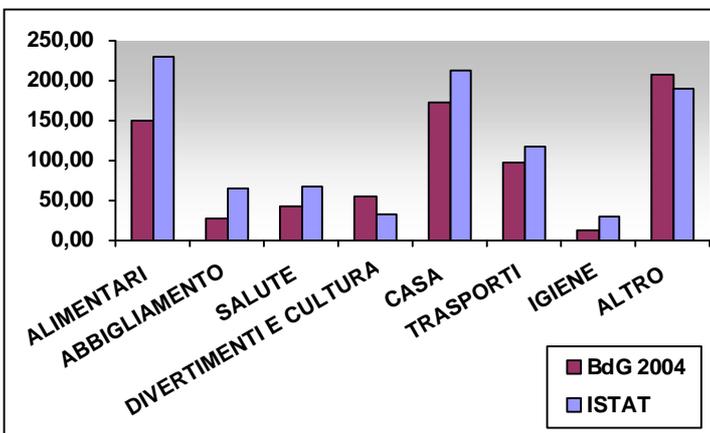
** ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 2002: media per famiglie di due componenti Italia Nord Est; calcolati a prezzi 2004.

Il dato ISTAT comprende la voce pasti e consumazioni fuori casa (€ 77,17) per rendere il dato confrontabile con la scheda mensile dell'Operazione Bilanci di Giustizia.

Il capitolo, non presente nelle schede, è stato aggiunto per confronto col dato ISTAT sommando fra loro Beni durevoli e Varie.



Confronto distribuzione percentuale dei consumi medi mensili pro-capite Bilanci di Giustizia 2004 - ISTAT



Confronto consumi medi mensili pro-capite Bilanci di Giustizia 2004 - ISTAT

Anche quest'anno il confronto con i dati Istat è confortante! Ad eccezione, come sempre, dei capitoli di spesa "Divertimenti e Cultura" e "Altro", le spese bilanciste sono inferiori a quelle nazionali di circa il 19%.

Al contrario di quanto si possa pensare, i bilancisti, pur scegliendo – per ragioni di giustizia e sostenibilità – prodotti con prezzi più elevati, quali i prodotti del commercio equo e solidale e i prodotti biologici, alla fine del mese si trovano a spendere una percentuale non di poco inferiore rispetto alla famiglia media italiana.

Nel capitolo "Alimentari" lo scostamento dai dati ISTAT è ancora più cospicuo di quello della spesa complessiva, questo è spiegabile se si tiene conto che i bilancisti:

- si propongono scelte di sobrietà e di riduzione dei consumi;
- spesso acquistano in maniera collettiva, attraverso i GAS (Gruppi di Acquisto Solidale);
- autoproducono, cioè fanno da sé alcuni beni, invece che procurarseli attraverso il mercato (il 73% circa delle famiglie segnala qualche forma di autoproduzione in questo capitolo).

La spesa è meno della metà della famiglia media per l'Abbigliamento e così pure per l'Igiene. Tenuto conto che in quest'ultima voce sono compresi, oltre ai prodotti per l'igiene personale, anche i cosmetici, possiamo pensare che le famiglie bilanciste abbiano superato l'ansia di avere un "look" sempre alla moda. Un po' di autoproduzione e, nel caso dell'abbigliamento, anche un po' di scambio e riuso di indumenti, probabilmente fanno il resto.

La differenza nella spesa riguardante la Salute, nel 2004 più elevata persino di quella degli Alimentari, è significativa, se si pensa che spesso i bilancisti fanno ricorso a terapie alternative e naturali che hanno costi più elevati della medicina tradizionale, anche se va tenuto conto della giovane età media degli aderenti, che predispone meno alle malattie, e che il dato 2004 – il più basso dal 1999 – potrebbe essere in parte anomalo. In ogni caso il contenimento della spesa sanitaria è un obiettivo che si persegue con successo e che senz'altro passa da un uso sobrio dei farmaci.

Più contenuta – ma pur presente – la differenza per il capitolo dei Trasporti, che anche per questa via mostra come la mobilità sia uno degli scogli più grandi da affrontare per lo spostamento dei consumi.

La spesa è, invece, sempre e largamente più della media nazionale nel capitolo Divertimenti e Cultura, che include però anche la formazione personale. Questo è forse segno che i bilancisti hanno più tempo da dedicare ad attività legate al proprio ben-essere. Certo è che, nel modello di economia che vorremmo, ci saranno, a fronte di minori consumi di beni materiali (che utilizzano risorse naturali) maggiori consumi di beni immateriali (culturali, di formazione, ...) che non hanno invece problemi di esaurimento, oltre che non essere, di solito, fonte di sfruttamento.

Un'analisi della distribuzione percentuale dei consumi medi dei bilancisti a confronto con quelli ISTAT mostra un maggiore peso dei capitoli Altro e Divertimenti e Cultura, quest'ultimo in coerenza con quanto appena osservato. Per quanto riguarda il primo, invece, va tenuto presente che comprende al suo interno i capitoli Beni durevoli e Varie, tra loro molto eterogenei, ma in entrambi i quali confluiscono spese come mutui casa, tasse, spese bancarie, assicurazioni ecc. non altrimenti classificabili e su cui non è, o è scarsamente, possibile intervenire. Inoltre, ricadono nei Beni dure-

voli anche gli investimenti per il risparmio energetico – per i quali, come abbiamo visto, i bilanciisti hanno una particolare sensibilità – che, di solito, richiedono somme non piccole.

I capitoli Casa e Trasporti presentano un'incidenza sostanzialmente uguale a quella ISTAT. Nel secondo caso possiamo dire che il dato trova spiegazione nella minore comprimibilità, già analizzata, di questo tipo di spese. Per quanto riguarda il primo, invece, si può affermare che il consistente aumento registrato nel 2004 – che allinea in percentuale il dato all'ISTAT, anche se con un valore assoluto comunque al di sotto – è probabilmente frutto di un'anomalia⁴.

A questo punto, vediamo nel dettaglio alcune voci su cui l'attenzione delle famiglie bilanciiste si è concentrata in questi ultimi anni.

ALIMENTARI, CASA e TRASPORTI

Confronto tra la Campagna e la media nazionale per alcune voci dei capitoli

VOCI DI SPESA		1999	2000	2001	2002	2003	2004	ISTAT**	SCOST.
ALIMENTARI	Carne, salumi, pesce	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	€ 19,77	€ 19,25	€ 56,16	- 65,7%
CASA	Detersivi	€ 5,25	€ 5,46	€ 4,30	€ 4,74	€ 4,22	€ 3,95	€ 9,79	- 59,7%
	Energia elettrica	€ 6,77	€ 8,16	€ 7,38	€ 8,44	€ 9,42	€ 7,77	€ 16,78	- 53,7%
	Acqua***	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	€ 3,65	€ 4,57	€ 13,74	- 66,7%
	Gas e Riscaldamento	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	€ 20,37	€ 23,02	€ 41,13	- 44,0%
TRASPORTI	Carburanti****	€ 32,39	€ 37,91	€ 37,83	€ 36,15	€ 35,66	€ 33,77	€ 58,09	- 41,9%
	Mezzi pubblici	€ 8,87	€ 10,14	€ 11,37	€ 10,80	€ 10,52	€ 12,51	€ 10,10	+ 23,9%

* Valori ottenuti considerando le famiglie con almeno tre bilanci completi, resi confrontabili con quelli di una famiglia di due componenti mediante l'impiego di scale di equivalenza; calcolati a prezzi 2004 per gli anni precedenti.

** ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 2002: media per famiglie di due componenti Italia Nord Est; calcolati a prezzi 2004.

*** Nella scheda ISTAT la voce di spesa comprende anche il Condominio.

**** Nella scheda Bilanci di Giustizia, fino al 2002, la voce di spesa comprende anche l'Autostrada.

Per la prima voce considerata, **Carne, salumi, pesce**, è stata calcolata la percentuale di consumo spostato, che è pari al 44% (non in tabella – nel 2003 era il 39,5%): questo indica che i bilanciisti oltre a spendere per questi alimenti più del 65% in meno della media nazionale, riescono a spostare una parte sostanziale della spesa di questa voce. Tenendo poi conto che la carne biologica ha un costo molto elevato sul mercato, si deve dedurre che in questo caso la riduzione del consumo ha agito in modo determinante.

Dal 1999 la cifra spesa per i detersivi continua a ridursi, lo scostamento dalla famiglia campione ISTAT è sempre maggiore e per quel che riguarda la spesa per l'acqua il dato è talmente eclatante da non richiedere commenti ulteriori: il lavoro svolto dalla Campagna negli ultimi anni ha prodotto risultati degni di nota (vedi dossier sull'acqua presente sul sito).

I restanti dati della tabella la dicono lunga su di un tema che rappresenta l'argomento di riflessione e lavoro lanciato all'incontro nazionale del 2004 dopo la chiusura del biennio di impegno sulla finanza etica.

Il tema dell'energia, nei suoi molteplici aspetti, è già stato spontaneamente elemento di impegno per chi è consapevole dell'importanza dell'uso di fonti alternative e rinnovabili. La riduzione della spesa nelle voci analizzate (l'Energia elettrica, in particolare, è tornata ai livelli 2001) è sicuramente frutto anche degli investimenti compiuti in tecnologie di risparmio energetico che compaiono nei bilanci come aumento di spesa sotto altre voci (vedi i capitoli Beni durevoli e Casa). La lungimiranza dei bilanciisti fa sì che in certi casi non sia al risparmio immediato che si presta attenzione, sfatando l'immagine che spesso i media offrono di noi come consumatori che, nei periodi di crisi, riescono a ridurre le proprie uscite ottimizzando gli acquisti.

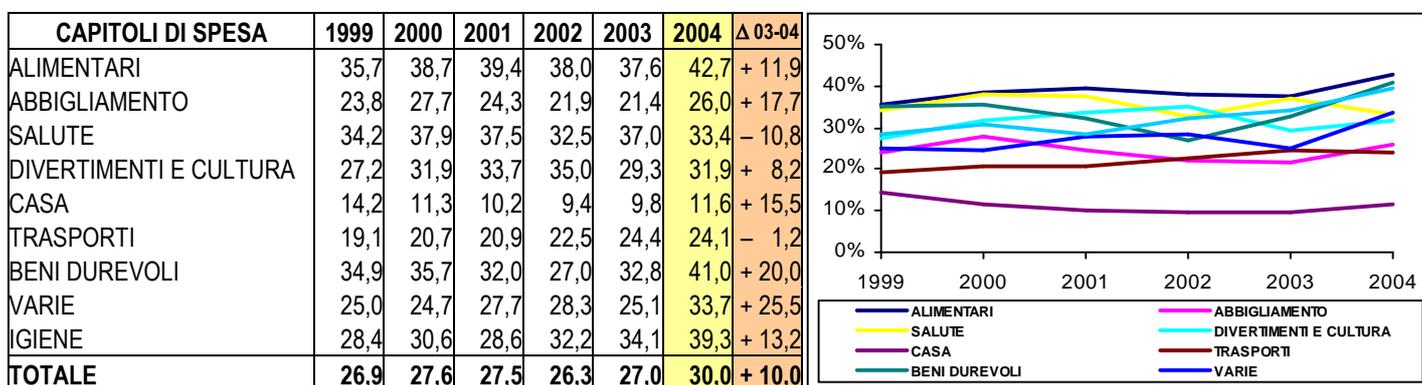
⁴ Infatti nel capitolo troviamo, tra le voci più importanti, quelle di affitto, acqua ed elettricità. Tenuto conto che nelle schede annuali risultano un consumo di energia pari a due terzi della media nazionale, un consumo di acqua pari a circa tre quinti e un numero di famiglie che paga l'affitto pari a meno di un settimo, l'aumento di spesa non appare giustificato.

La costante tendenza alla diminuzione della spesa per il carburante osservabile tra il 2000 e il 2002 si nota anche tra il 2003 e il 2004 – anche se, per permettere un confronto più veritiero con i dati ISTAT, dal 2003 la spesa nella scheda mensile è stata scorporata dalla cifra riguardante i costi di autostrada e non risulta, perciò, più confrontabile con gli anni precedenti. Considerati i continui rincari dei prezzi alla pompa, è segno che è diminuito l'utilizzo dell'auto.

La riduzione di spesa dei carburanti fino al 2003 non è stata compensata da un aumento di quella per i mezzi pubblici (molto simile al dato ISTAT), cosa che fa pensare ad una nuova attenzione per mezzi alternativi (bicicletta, car sharing?). Nel 2004, tuttavia, si registra un incremento di circa il 20%, probabilmente attribuibile ad un maggiore utilizzo (causa flessione dell'auto) e, almeno in parte, agli aumenti generalizzati avutisi nel settore (maggiori del tasso di inflazione, il che contribuirebbe a spiegare la differenza col valore ISTAT, calcolato applicando tale tasso a dati 2002).

SPOSTAMENTO DEI CONSUMI - LA CAPACITA' DI CAMBIAMENTO MIGLIORA... CAMBIANDO!

Percentuale di consumo spostato per capitolo di spesa dal 1999 al 2004*



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

La capacità di spostamento dei propri consumi verso scelte di giustizia, dopo essersi a lungo attestata sul valore significativo del 27%, nel 2004 subisce un'impennata, portandosi al 30%. È probabile, tuttavia, che parte del miglioramento sia dipeso dal fatto che nell'anno è diminuito significativamente il numero di schede inviate da nuclei che si avvicinavano per la prima volta alla Campagna – solitamente capaci, in fase iniziale, di minori spostamenti – facendo dunque prevalere il peso dei bilanciati “anziani”, senz'altro più abili. La percentuale rimane comunque elevata in tutti i capitoli di spesa; un aumento maggiore si riscontra nei capitoli Abbigliamento (+17,7%), Casa (+15,5%) e Beni durevoli (+20%), in forte ripresa dopo la flessione del 2002, mentre il capitolo Trasporti rimane, come s'è già visto, quello in cui la capacità di spostamento risulta oggi più difficile (-1,2%), dopo essere stata in costante crescita dal 1999. Il capitolo Alimentari presenta la maggiore regolarità negli spostamenti, confermandosi quello in cui la Campagna ha ormai una tradizione consolidata, mentre il capitolo Varie (o Altro) subisce un'impennata (+25,5%) probabilmente dovuta in parte alla contrazione delle spese usuali, come lascia intendere il fatto che, rispetto al 2003, sia diminuita dell'11% la percentuale di incidenza del capitolo sul totale dei consumi medi mensili. Difficile, infine, valutare il risultato del capitolo Salute (-10,8%), soggetto ad andamento altalenante negli ultimi anni.

AUTOPRODUZIONE - CHI FA DA SE' MANGIA MEGLIO ED E' PIU' FELICE

Autoproduzione attuata dai bilancisti nel capitolo Alimentari per il biennio 2003-2004*

CAPITOLO DI SPESA	Famiglie che hanno praticato l'autoproduzione		Percentuale di famiglie che hanno praticato l'autoproduzione**	
	2003	2004	2003	2004
Carne, salumi, pesce	13	8	7,8%	6,4%
Latte, latticini, uova	36	25	21,6%	20,0%
Pasta, pane, cereali	99	72	59,3%	57,6%
Frutta, verdura, legumi	40	34	24,0%	27,2%
Tè, caffè, cacao, spezie	10	6	6,0%	4,8%
Dolci, zuccheri, miele, biscotti	106	76	63,5%	60,8%
Bevande (acqua, vino, ecc)	28	13	16,8%	10,4%
Consumazioni e pasti fuori casa - svago	14	8	8,4%	6,4%
Consum. e pasti fuori casa - lavoro/scuola	14	7	8,4%	5,6%
Oli e grassi	10	4	6,0%	3,2%
Altro	28	10	16,8%	8,0%
TOTALE CAPITOLO ALIMENTARI	130	91	77,8%	72,8%

* Sono considerate solo le voci di spesa in cui almeno una famiglia ha indicato di aver praticato l'autoproduzione almeno una volta all'anno.

** Calcolata sul totale di famiglie che hanno inviato almeno una scheda mensile (167 nel 2003 – 125 nel 2004).

Dal 2003, una nuova colonna inserita nella scheda di bilancio mensile per segnalare le voci in cui si è attuata autoproduzione consente di quantificare la diffusione di questa pratica nelle abitudini bilanciste. Un considerevole 72,8% delle famiglie autoproduce qualcosa in campo alimentare, con preferenza di dolci, pasta e pane, ma anche latticini, frutta e bevande in discreta quantità.

GLI "ANZIANI" NEL TEMPO

Come si è può notare dal grafico di pag. 11, la Campagna è sempre stata contraddistinta da una discreta rotazione negli aderenti. Il fenomeno rende inevitabilmente meno confrontabili nel tempo i dati raccolti e, per questo motivo, si è pensato di focalizzare l'attenzione su uno "zoccolo duro" di famiglie bilanciste, assidue negli ultimi tre anni nell'invio delle schede di bilancio mensile. Ciò, purtroppo, ha comportato una riduzione del numero di famiglie considerate (41) rispetto al totale di quelle che in ciascuno dei tre anni hanno inviato almeno tre bilanci completi (rispettivamente 130, 132 e 99), rendendo le medie un po' meno affidabili perché maggiormente influenzate da eventuali casi anomali.

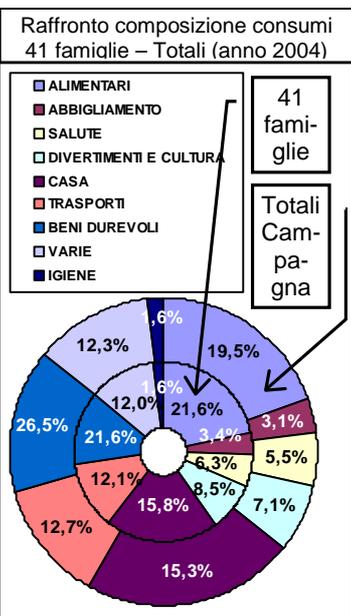
Il motivo di tale analisi è quello di ricercare le possibili influenze che l'anzianità di appartenenza alla Campagna può avere sulle scelte di consumo. Le ipotesi che si possono tracciare sono molteplici.

E' possibile immaginare che l'aver riflettuto lungamente sul proprio modello di consumo abbia prodotto una radicalizzazione nelle scelte quotidiane, che il confronto con altri nuclei familiari aderenti abbia portato alla conoscenza di nuove modalità nell'applicazione pratica di tanti principi inizialmente solo teorici, che l'esperienza e la sperimentazione abbiano portato buoni frutti. Tutto questo, sia ben chiaro, può non portare sempre e automaticamente a una riduzione delle spese, anche se una riduzione delle spese è quasi sempre indice di una riduzione dei consumi, in particolare modo in alcuni capitoli di spesa che analizzeremo più avanti.

Non ci rimane, quindi, che osservare i dati offerti dalle nuove tabelle.

*Consumi medi mensili individuali di 41 famiglie aderenti alla campagna negli ultimi tre anni
(ottenuti con le medesime modalità di calcolo delle tabelle precedenti)*

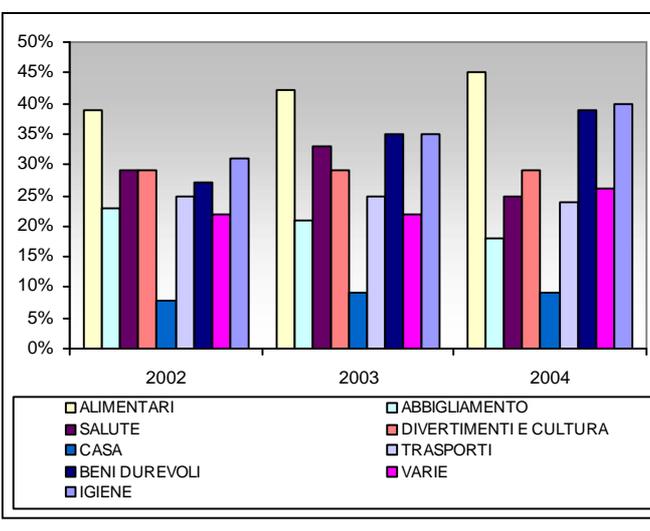
CAPITOLI DI SPESA	41 famiglie			Totali Campagna*			Scostamenti		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
ALIMENTARI	155,5	152,61	164,86	138,98	147,67	149,26	+ 11,9%	+ 3,3%	+ 10,5%
ABBIGLIAMENTO	27,67	27,80	27,14	32,56	30,25	27,81	- 15,0%	- 8,1%	- 2,4%
SALUTE	37,69	64,02	47,96	35,48	50,78	41,72	+ 6,2%	+ 26,1%	+ 15,0%
DIVERTIMENTI/CULTURA	54,44	56,47	65,04	60,34	54,01	54,16	- 9,8%	+ 4,6%	+ 20,1%
CASA	129,19	137,77	157,62	131,93	153,96	171,95	- 2,1%	- 10,5%	- 8,3%
(di cui Energia elettrica)	7,15	7,19	n.d.	8,44	9,42	7,77	- 15,3%	- 23,7%	n.d.
(di cui Detersivi)	4,91	3,79	3,46	4,74	4,22	3,95	+ 3,6%	- 10,2%	- 12,4%
TRASPORTI	101,41	90,16	92,45	102,40	99,56	97,46	- 1,0%	- 9,4%	- 5,1%
(di cui Carburanti)	34,77	32,03	30,13	36,15	35,66	33,77	- 3,8%	- 10,2%	- 10,8%
(di cui Mezzi pubblici)	7,92	7,38	7,90	10,80	10,52	12,51	- 26,7%	- 29,8%	- 36,9%
IGIENE	13,39	14,64	13,99	14,17	15,15	13,74	- 5,5%	- 3,4%	+ 1,8%
BENI DUREVOLI	176,90	238,06	101,55	150,11	169,77	114,02	+ 17,8%	+ 40,2%	- 10,9%
VARIE	123,71	117,89	91,70	120,65	112,29	94,39	+ 2,5%	+ 5,0%	- 2,8%
TOTALE	819,90	899,42	762,31	786,62	833,44	764,51	+ 4,2%	+ 7,9%	- 0,3%
Senza Beni durevoli	643,00	661,36	660,76	636,51	663,67	650,49	+ 1,0%	- 0,3%	+ 1,6%



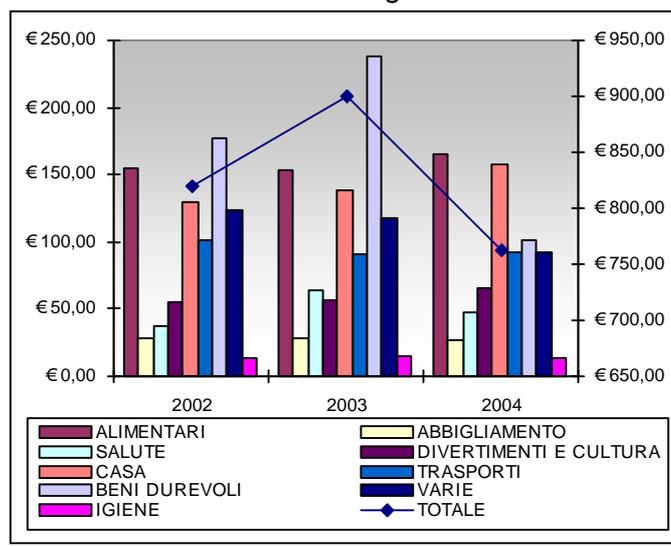
* I totali sono riferiti a 130 famiglie nel 2002, 132 nel 2003 e 99 nel 2004. Le 41 famiglie selezionate, rispetto ai totali dei tre anni, rappresentano perciò il 31,5%, il 31,1% e il 41,4%.

Percentuali di consumo spostato di 41 famiglie aderenti alla campagna negli ultimi tre anni

CAPITOLI DI SPESA	2002	2003	2004
ALIMENTARI	39	42	45
ABBIGLIAMENTO	23	21	18
SALUTE	29	33	25
DIVERTIMENTI E CULTURA	29	29	29
CASA	8	9	9
TRASPORTI	25	25	24
BENI DUREVOLI	27	35	39
VARIE	22	22	26
IGIENE	31	35	40



Andamento consumi medi mensili individuali di 41 famiglie



Il primo elemento che colpisce è l'andamento, nel triennio considerato, del totale della spesa media mensile, che segna l'apice nel 2003 e una discesa nel 2004 a livelli inferiori al 2002. Bisogna, però, considerare che questo andamento è determinato per gran parte dall'andamento dei Beni durevoli, normalmente soggetti a alti e bassi per la loro natura di spese tanto più saltuarie quanto più elevate nell'importo (+34,6% dal 2002 al 2003, -57,3% dal 2003 al 2004). Al netto di questo capitolo, l'andamento si fa più regolare e mostra un +2,9% dal 2002 al 2003 e una sostanziale invariabilità dal 2003 al 2004 (-0,1%). Tenuto conto dei rincari generalizzati di prezzi e tariffe applicati dopo l'adozione dell'euro e non seguiti da alcuna inversione di tendenza, il dato è

sorprendente, e non può che essere frutto di autoriduzione dei consumi a fronte di scelte di sobrietà. È interessante poi osservare che, a livello di totali, l'andamento è abbastanza simile, ma amplificato, anche per quanto riguarda la Campagna nel suo complesso (+4,3% dal 2002 al 2003, -2% dal 2003 al 2004), nonostante, in questo caso, al contrario del gruppo omogeneo dei "41", il dato derivi da famiglie in buona parte diverse da un anno all'altro.

Si nota, inoltre, che i totali della spesa media mensile dei "41" nel 2002 e 2003 sono più alti di quelli della Campagna, mentre arrivano a coincidere nel 2004. Anche in questo caso a fare la differenza è il capitolo Beni durevoli,

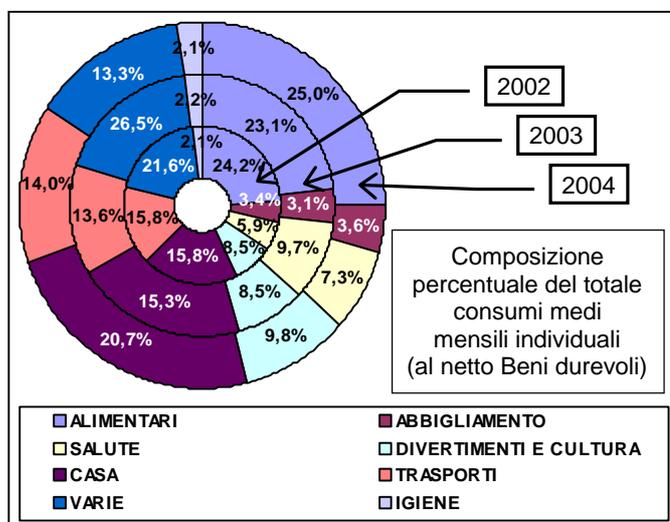
dedotto il quale la spesa dei "41" rimane di poco al di sopra di quella della Campagna, oscillando da un +1% nel 2002 a un +1,6% nel 2004. Si può ipotizzare che l'incremento del 2004 sia, in realtà, anche più sostenuto, tenuto conto del fatto che nell'anno si è ridotto di due terzi il numero di bilanci pervenuti da nuovi aderenti e che a questi ultimi è probabilmente riconducibile un certo abbassamento del dato medio della Campagna.⁵

È passando ad esaminare ciascun capitolo dei "41", però, che si incontrano i dati più interessanti. Si nota anzitutto che in essi l'andamento dei totali non è sempre rispecchiato, tant'è vero che la composizione percentuale della spesa di ciascun anno mostra in qualche caso valori abbastanza diversi, pur provando a non considerare i Beni durevoli per i motivi già detti. Inoltre le differenze rilevabili in ciascun capitolo tra un anno e l'altro non corrispondono a quelle riscontrabili nei corrispondenti importi dei totali di Campagna, non solo nella percentuale, ma in un caso anche nel segno (i "41" spendono nel 2004 il 2,5% in più del 2003 per Trasporti, la Campagna spende il 2,1% in meno).

La spesa per Alimentari dei "41" registra una crescita dell'8% dal 2003 al 2004 ed è costantemente più alta della Campagna, attestandosi a un +10,5% nel 2004, segno che essi probabilmente fanno un maggiore ricorso ad alimenti biologici – più cari di quelli tradizionali – come si può ricavare dal fatto che anche la loro percentuale di spostamento è costantemente più alta della Campagna (in media due punti in più).

Stesso discorso per Divertimenti e cultura, dove la spesa dal 2003 al 2004 cresce del 15,2% attestandosi a un +20,1% rispetto alla Campagna, che, invece, nello stesso periodo aumenta in misura trascurabile. In questo caso la percentuale di spostamento, rimasta costante nel triennio, viene a coincidere nel 2004 con quella, negli altri anni più elevata, della Campagna. Si conferma l'attenzione bilanciata ai beni relazionali.

In aumento sono anche le spese per la Casa (+22% dal 2002 al 2004), ma in questo caso i "41" spendono complessivamente meno della Campagna, che nello stesso periodo cresce del 30,3%. In particolare, poi, se consideriamo le voci Energia elettrica e Detersivi, già analizzate in precedenza, i risultati sono di segno opposto, il che fa pensare che gli aumenti siano legati ad affitti, tasse e telefono, voci poco o per nulla comprimibili. Per quanto riguarda l'Energia elettrica, i "41", partendo da un dato 2002 già più basso della Campagna, nel 2003 riescono ad aumentare la spesa in modo trascurabile, mentre la Campagna spende l'11,6% in più. Risultato: i "41" nel 2003⁶ spendono per elettricità quasi un quarto in meno di chi già spendeva circa il 44% della media nazionale! Il risparmio energetico è dunque concretamente possibile, certo attuando gli opportuni investimenti (vedi Beni durevoli) per ridurre gli sprechi e utilizzare l'energia solare e/o le biomasse, ma soprattutto e verosimilmente adottando comportamenti di tipo sobrio. Anche per quanto riguarda i Detersivi i "41" fanno meglio della Campagna, riducendo nel triennio la spesa del 29,5% e attestandosi nel 2004 a un buon -12,4% rispetto ad essa. Qui probabilmente, per spiegare il risultato, oltre a un



⁵ È, infatti, possibile che i "nuovi", in genere, nel primo anno siano meno precisi degli "anziani" nella registrazione delle spese – dovendo ancora effettuare il necessario rodaggio – e, pertanto, indichino degli importi un po' sottostimati e tali, appunto, da abbassare la media.

⁶ Purtroppo il dato sull'Energia elettrica del 2004 non è stato calcolato per motivi tecnici.

uso parsimonioso dei prodotti entra in gioco l'autoproduzione. Dove i "41" non fanno meglio è nella percentuale di spostamento del capitolo, nel 2004 due punti e mezzo sotto la Campagna, ma, a fronte delle riduzioni segnalate, il dato perde d'importanza.

Le spese per Abbigliamento vedono i "41" mantenere nel triennio un livello di spesa pressoché costante (-1,9% dal 2002 al 2004), mentre la Campagna, pur spendendo di più, riduce anche di più (-14,6% nello stesso periodo), così che nel 2004 la distanza tra i due si attesta ad un -2,4% in favore dei primi. Corrispondentemente, la percentuale di spostamento vede una flessione per i "41" (dal 23 al 18%) e un aumento per la Campagna (dal 21,9 al 26%). È probabile che quanto i bilanciisti anziani sono riusciti ad ottenere per questo tipo di spese rappresenti una soglia sotto la quale è difficile andare e a cui tutta la Campagna si sta approssimando.

Il capitolo Trasporti segna invece una ripresa del vantaggio dei "41" sulla Campagna. Nel triennio riescono complessivamente a ridurre la spesa dell'8,8% e, rispetto alla Campagna, piazzano un -9,4% nel 2003, che diventa un -5,1% nel 2004. Analizzando in dettaglio le voci Carburanti e Mezzi pubblici che sono contenute nel capitolo, si vede che i "41" riducono la prima ancor più (-13,3%, che si traduce in un -10,8% rispetto alla Campagna nel 2004), lasciando inalterata la seconda, dopo una flessione nel 2003, a fronte di un discreto aumento della Campagna (il che porta il divario nel 2004 al 36,9%, il più alto fra tutti quelli presenti in tabella). Ricordando, anche in questo caso, che i valori della Campagna sono risultati ampiamente al di sotto della media nazionale quanto ai Carburanti (-41,9%), viene da dire che questi bilanciisti anziani o preferiscono muoversi in bicicletta e/o a piedi oppure... hanno trovato il modo di alimentare le loro auto con qualche intruglio alla Harry Potter! E, probabilmente, riescono a trovare soluzioni alternative anche ai Mezzi pubblici (car-sharing?), la cui spesa invece per la Campagna aumenta (+15,8 nel triennio, +23,9% nel 2004 sul dato ISTAT). In compenso, la capacità di spostamento decresce per i "41" e cresce per la Campagna, così che nel 2004 il dato risulta allineato al 24%.

Il capitolo Beni durevoli, che abbiamo tralasciato per il suo andamento irregolare, mostra comunque che i "41" hanno effettuato nel 2003 investimenti molto più cospicui della Campagna (+40,2%), evidentemente già iniziati nel 2002 (+17,8%), per poi ripiegare su valori più bassi nel 2004 (-10,9%). Il fatto che nel triennio lo spostamento della spesa relativa sia stato del 27, 35 e 39% suggerisce un utilizzo finalizzato ad interventi di risparmio energetico, come confermano anche le riduzioni nelle spese per energia elettrica viste più sopra.

Il capitolo Salute presenta per i "41" un andamento altalenante che non stupisce, poiché è la salute stessa a poterlo essere ed evidentemente la spesa relativa ne risulta molto condizionata. Rispetto al dato della Campagna, altrettanto aleatorio, va comunque segnalato che i bilanciisti anziani spendono di più, forse in relazione ad un maggior ricorso a terapie alternative non rimborsate dalle aziende sanitarie locali.

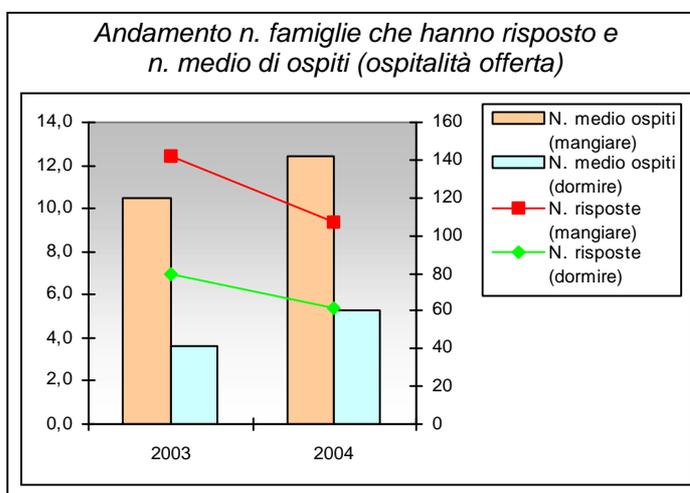
Infine, qualche considerazione sul capitolo Varie. Nel triennio la spesa dei "41" si è molto ridotta (-25,9%), soprattutto tra il 2003 e il 2004, in parallelo con quella della Campagna, così che nel 2004 si rileva uno scostamento tra i primi e la seconda pari al 2,8%. La capacità di spostamento è invece cresciuta (dal 22 al 26%) un po' meno di quella della Campagna (dal 28 al 34% circa). A fronte di queste riduzioni, il capitolo nel 2004 rappresenta solo il 13,3% del totale (al netto Beni durevoli), un risultato buono per una voce che, essendo residuale, rappresenta una zona grigia di spese tra loro eterogenee, ma un risultato certamente ancora migliorabile.

OSPITALITA' - VIVERE CON LA PORTA APERTA

Ospitalità ricevuta (numero medio mensile di persone per numero di volte che sono state ospitate a mangiare/dormire) e Ospitalità offerta (numero medio mensile di persone per numero di volte che sono state accolte a mangiare/dormire) nel 2004

	Ospitalità ricevuta				Ospitalità offerta			
	Numero medio di ospiti		Famiglie che hanno ri-sposto		Numero medio di ospiti		Famiglie che hanno ri-sposto	
	2003	2004	2003	2004	2003	2004	2003	2004
A mangiare	12,8	15,4	144	105	10,5	12,4	142	107
A dormire	3,8	4,8	75	54	3,6	5,3	80	61

L'analisi del dato ricavato dalla penultima sezione della prima facciata della scheda mensile mostra che, a parità di criterio di elaborazione, dal 2003 al 2004, al diminuire del numero di famiglie che hanno risposto, corrisponde un aumento del numero medio di persone che hanno ospitato o che sono state ospitate. Probabilmente la circostanza si spiega, almeno in parte, con la diminuzione che si è avuta nel numero di nuovi aderenti, che già l'anno scorso risultavano meno propensi degli "anziani" all'ospitalità. Si nota, inoltre, che l'ospitalità ricevuta supera sempre quella offerta e che risulta, ovviamente, più facile avere qualcuno per pranzo piuttosto che dargli da dormire.

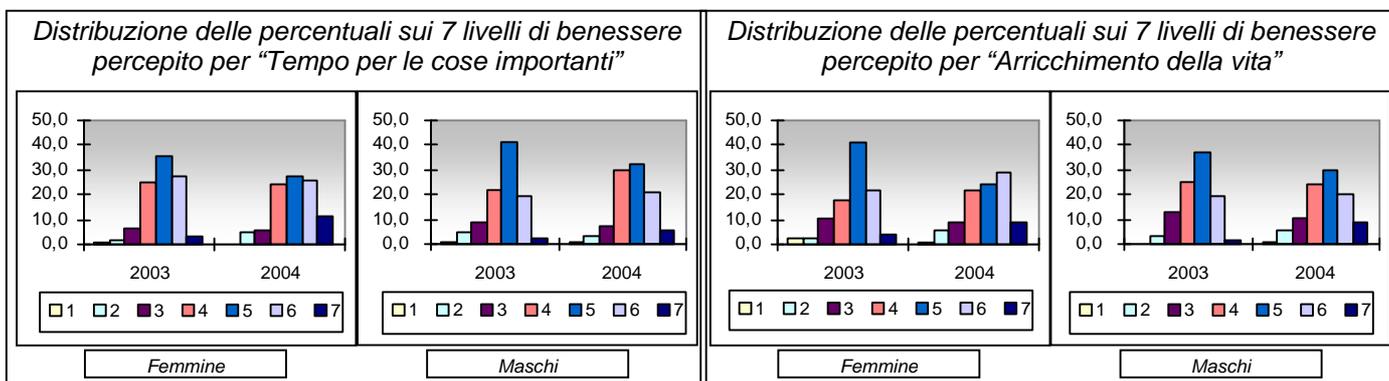


Il dato, tuttavia, esprime bene la sensibilità bilancista alla valorizzazione delle relazioni interpersonali, che traggono arricchimento da gesti semplici, come la condivisione della tavola e l'offerta di un letto. Come non utilizzare l'invito del "buono pasto bilancista"⁷ presso un'altra famiglia? Come perdere l'occasione di ospitare quei due ragazzi brasiliani che sono qui per la conferenza e con cui continuare a scambiare quattro chiacchiere? E perché non utilizzare la preziosa lista dell'ospitalità bilancista?

MENO È MEGLIO, QUALITÀ DELLA VITA

Percentuale sul totale delle famiglie che hanno inviato almeno una scheda con i dati sulla qualità della vita.

	Anno	Sesso	Livello di benessere percepito							Famiglie che hanno risposto
			basso		medio			alto		
			1	2	3	4	5	6	7	
Tempo per le cose importanti	2003	F	0,8	1,5	6,8	24,8	35,3	27,8	3,0	133
		M	0,8	5,0	9,2	21,9	41,2	19,3	2,5	119
	2004	F	0,0	4,8	5,8	24,3	27,2	26,2	11,6	103
		M	1,1	3,2	7,4	29,5	32,6	21,1	5,3	95
Arricchimento della vita	2003	F	2,4	2,4	10,2	18,1	40,9	22,1	3,9	127
		M	0,0	3,5	13,3	24,8	37,2	19,5	1,8	113
	2004	F	1,0	6,0	9,0	22,0	24,0	29,0	9,0	100
		M	1,1	5,3	10,6	24,5	29,8	20,2	8,5	94



Si registra una leggera flessione rispetto al 2003 della quota di famiglie che hanno indicato livelli alti di qualità della vita: da 66% a 65% per le femmine e da 63% a 59% per i maschi per il primo indicatore; da 67% a 62% per le femmine e costante a 58% per i maschi per il secondo indicatore. Va notato, però, che all'interno del segmento di livello alto la distribuzione delle percentuali cambia

⁷ Disponibile per essere scaricato sul nostro sito www.bilancidigiustizia.it.

nel 2004 in favore di quelle più elevate, quindi chi continua a percepire un livello alto di benessere ne è ancor più soddisfatto.

Anche in questo caso si possono osservare differenze di genere: in entrambi gli indicatori le femmine danno valutazioni complessivamente più elevate dei maschi.

Il nostro grazie a Maria Pia Riccio, Sara Pagin, Caterina Rosati, Giovanna Tonini, Licia Bressan, Caterina Zanin e Stefano Minello che hanno lavorato per l'inserimento dei dati; a Lucia Ronconi e Guido Gini per l'analisi statistica dei dati; a Fausto Piazza per la grafica e i commenti. Antonella Valer e don Gianni Fazzini, che ha curato la Premessa, hanno fatto parte del gruppo di lavoro.