

# Campagna Bilanci di Giustizia

## Rapporto 2005



**Bilanci di Giustizia c/o MAGVenezia, via Trieste 82/c – 30175 Marghera-Venezia**  
**Telefono 041 5381479 -- Fax 041 5388190**  
**Email : [segreteria@bilancidigiustizia.it](mailto:segreteria@bilancidigiustizia.it) Web : <http://www.bilancidigiustizia.it>**

## PREMESSA -- LA RICERCA DEL BENESSERE

Mi piacerebbe discutere se all'economia non farebbe bene prendere in seria considerazione una "pluralità di pensiero".

Perché ritenere che questa disciplina debba avere come "proprio" solo l'ambito dei redditi e dei consumi?

Se l'oggetto anziché "i beni" fosse il "benessere"?

Su questa ipotesi di ricerca Bilanci di Giustizia presenta anche quest'anno il suo Rapporto contenente i dati dei cambiamenti "economici" attuati da 143 famiglie che nel 2005 hanno inviato alla segreteria i loro bilanci da analizzare.

I cambiamenti documentati da queste famiglie sono stati effettuati diminuendo le spese e "spostando" i propri acquisti su beni ritenuti "più giusti".

In effetti stiamo procedendo da tredici anni nel tentativo di documentare con numeri di bilancio la costruzione di un nuovo modello di riferimento. In questo modello il valore "giustizia" si interfaccia con il valore "benessere".

Le famiglie, circa un migliaio, che si riconoscono in Bilanci di Giustizia, stanno attuando dei significativi cambiamenti nei loro consumi (viene documentato uno "spostamento" del 30% dei consumi complessivi), ma questo non avrebbe il risultato di un miglioramento della loro "qualità della vita" se non alla luce di un nuovo modello di benessere svincolato dalla "costrizione a consumare" che caratterizza l'economia del mondo occidentale.

Dall'esigenza di avanzare nella consapevolezza del proprio quadro di riferimento è nato il tema dell'Incontro Nazionale del 2006 "Bilanci di Giustizia, Bilanci di Saggezza".

Normalmente è un grande Pensatore, un Maestro di Spiritualità che offre ai discepoli il quadro teorico in cui vivere una nuova esperienza.

Bilanci di Giustizia ha capovolto questa prassi. È una Rete di un migliaio di famiglie che da tredici anni sta rispondendo attivamente al senso di malessere provocato da un'economia tesa solo alla crescita dei consumi costruendo una modalità di approccio ai consumi che risponda alle vere esigenze di "benessere" e giustizia.

Questa ricerca è una ricerca collettiva perché si è data un metodo unitario e condiviso e strumenti di comunicazione che permettono scambio e conoscenza.

Questo dodicesimo Rapporto aggiunge i suoi dati alla ormai lunga sequenza di sperimentazione.

Sicuramente la continuità della documentazione dà attendibilità ai dati e, stante la stabilità del numero dei nuclei partecipanti, segnala la capacità attrattiva dell'Operazione Bilanci in quanto il 25% sono famiglie che partecipano alla sperimentazione per la prima volta.

Ma come progredire nella definizione di un modello teorico entro il quale possano più chiaramente collocarsi le motivazioni di chi è attratto ad aderire?

Chi sta facendo il cammino Bilancista avverte che oltre ai cambiamenti di comportamento è necessario avanzare in una maggior consapevolezza condivisa.

Forse la lettura del susseguirsi dei dati dei vari anni può aiutarci a cogliere il senso della nostra ricerca.

Vale la pena ripensare ai dati riguardanti la "qualità della vita".

La rilevazione collega la pratica del Consumo Critico con: l'esercizio dell'Ospitalità, con la maggiore libertà di gestire il nostro Tempo, e con l'autovalutazione del "benessere" che si percepisce

Questi tre dati sono un notevole apporto alla definizione di "nuovi indicatori di benessere".

In un certo senso sono il segno politico più forte che proviene dalla Campagna.

I Bilancisti quindi sanno che, inviando la loro documentazione, stanno contribuendo a dare un chiaro messaggio a chiunque si sta interrogando sul "senso dell'economia"

Gianni Fazzini

## IDENTIKIT DEI BILANCISTI

L'adesione alla Campagna Bilanci di Giustizia comporta per gli aderenti l'impegno a 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 di questa documentazione alla segreteria nazionale consente l'elaborazione dei dati e i risultati sono il segno politico visibile della Campagna. I nuovi dati del 2005 saranno confrontati con i risultati degli anni precedenti a partire dal 1999 per capire il percorso compiuto dagli aderenti.

Nel 2005 hanno partecipato alla stesura del Rapporto inviando almeno una scheda 143 famiglie:

- 26 famiglie hanno inviato solo il riepilogo annuale;
- 40 famiglie hanno inviato solo la scheda mensile (almeno una);
- 77 famiglie hanno inviato sia il riepilogo annuale che la scheda mensile (almeno una).

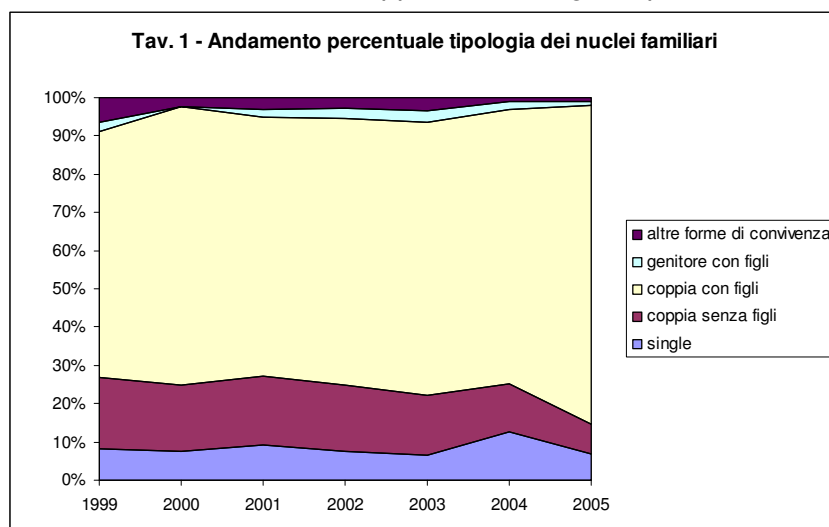
Il numero di schede annuali arrivate quest'anno è di 103 ed è identico a quello del 2004. Le persone coinvolte, tuttavia, sono salite a 381 (+ 12%<sup>1</sup>), così come è aumentata (+11 punti) la percentuale delle famiglie che, avendo inviato la scheda annuale, ha spedito anche il bilancio mensile (76%).

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.

### CHE TIPO DI NUCLEO FAMILIARE ADERSICE AI BILANCI

| Tipologia dei nuclei familiari | 1999        |             | 2000        |             | 2001        |             | 2002        |             | 2003        |             | 2004        |             | 2005        |             |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| single                         | 9           | 8%          | 9           | 8%          | 12          | 9%          | 11          | 8%          | 9           | 6%          | 13          | 13%         | 7           | 7%          |
| coppia senza figli             | 21          | 19%         | 21          | 18%         | 24          | 18%         | 25          | 17%         | 22          | 16%         | 13          | 13%         | 8           | 8%          |
| <b>coppia con figli</b>        | <b>71</b>   | <b>64%</b>  | <b>87</b>   | <b>73%</b>  | <b>90</b>   | <b>68%</b>  | <b>100</b>  | <b>69%</b>  | <b>101</b>  | <b>72%</b>  | <b>74</b>   | <b>72%</b>  | <b>86</b>   | <b>83%</b>  |
| genitore con figli             | 3           | 3%          | 0           | 0%          | 3           | 2%          | 4           | 3%          | 4           | 3%          | 2           | 2%          | 1           | 1%          |
| altre forme di convivenza      | 7           | 6%          | 3           | 3%          | 4           | 3%          | 4           | 3%          | 5           | 4%          | 1           | 1%          | 1           | 1%          |
| <b>Totale complessivo</b>      | <b>111</b>  | <b>100%</b> | <b>120</b>  | <b>102%</b> | <b>133</b>  | <b>100%</b> | <b>144</b>  | <b>100%</b> | <b>141</b>  | <b>101%</b> | <b>103</b>  | <b>101%</b> | <b>103</b>  | <b>100%</b> |
| % di risposte                  | 100%        |             | 100%        |             | 100%        |             | 100%        |             | 100%        |             | 100%        |             | 100%        |             |
| <b>Media componenti nucleo</b> | <b>3,31</b> |             | <b>3,43</b> |             | <b>3,26</b> |             | <b>3,37</b> |             | <b>3,40</b> |             | <b>3,29</b> |             | <b>3,70</b> |             |
| % di coppie monoreddito        | 34%         |             | 27%         |             | 25%         |             | 27%         |             | 23%         |             | 17%         |             | 23%         |             |

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, dopo la flessione registrata nel 2004, mostrano nel 2005 una discreta ripresa (+16%), riportandosi sui valori assoluti del 2000 e segnando il massimo storico in termini percentuali. Le coppie senza figli, anch'esse in lieve ma costante aumento dal 1999 al 2002, continuano invece la tendenza negativa iniziata nel



<sup>1</sup> Le percentuali indicate in tutto il documento sono, salvo casi particolari, arrotondate all'unità per agevolarne la lettura. Inoltre, in tutte le tabelle le mancate risposte non sono state prese in considerazione ai fini del calcolo delle percentuali, ma si è evidenziato a parte la percentuale di risposte fornite sul totale delle schede pervenute.

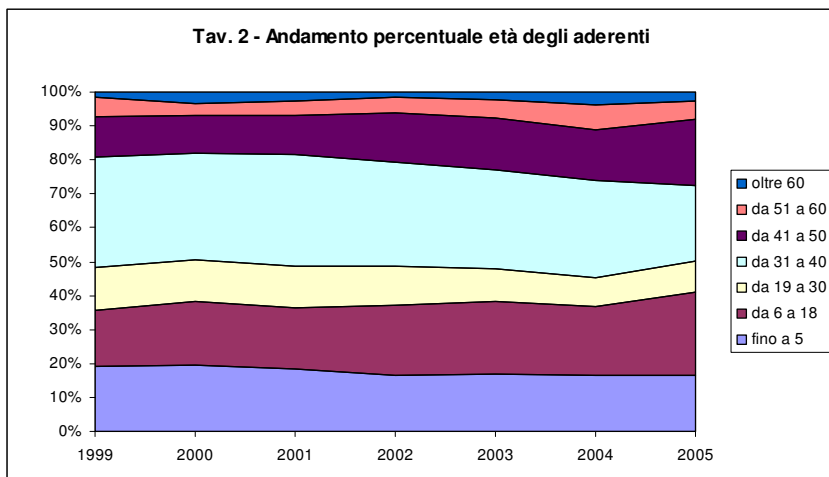
2003, diminuendo in termini assoluti del 38% e segnando il minimo storico in termini percentuali. Il numero medio di componenti per nucleo subisce corrispondentemente un aumento, continuando a rimanere decisamente al di sopra della media italiana (2,5). Dal numero di casalinghe, ricavabile dalla tabella di pag. 4 sulla tipologia delle qualifiche professionali dei bilanciati, si può calcolare la percentuale di famiglie monoreddito su quelle composte da coppie con o senza figli. Come si vede, dopo la flessione registrata nel 2004, il valore è in ripresa e sta a indicare che poco un meno di un quarto delle coppie si trova in questa situazione. In futuro sarebbe interessante chiedere nella scheda annuale se ciò sia frutto di una scelta di autoriduzione del reddito o, viceversa, di circostanze indipendenti dalla volontà della coppia e, nel caso di scelta consapevole, quanto poco essa abbia riguardato i bilanciati di sesso maschile (come la declinazione esclusivamente al femminile della qualifica di "casalinga" lascia supporre).

Alla Campagna aderiscono anche dei single, quest'anno, però, in sensibile diminuzione (-46%). Complessivamente, perciò, nella tipologia dei nuclei familiari si è attuata una redistribuzione a favore delle coppie con figli.

| Età                       | 1999       | 2000        | 2001       | 2002        | 2003       | 2004        | 2005       |             |            |             |            |             |            |             |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| fino a 5                  | 69         | 19%         | 79         | 19%         | 79         | 16%         | 81         | 17%         | 55         | 16%         | 63         | 17%         |            |             |
| da 6 a 18                 | 61         | 17%         | 78         | 19%         | 78         | 18%         | 101        | 21%         | 102        | 21%         | 68         | 20%         | 93         | 24%         |
| da 19 a 30                | 45         | 12%         | 50         | 13%         | 52         | 12%         | 54         | 11%         | 46         | 10%         | 28         | 8%          | 35         | 9%          |
| da 31 a 40                | 118        | 33%         | 127        | 32%         | 141        | 34%         | 148        | 31%         | 140        | 29%         | 96         | 30%         | 85         | 22%         |
| da 41 a 50                | 43         | 11%         | 46         | 11%         | 49         | 11%         | 71         | 15%         | 75         | 16%         | 50         | 15%         | 75         | 20%         |
| da 51 a 60                | 21         | 6%          | 14         | 3%          | 19         | 4%          | 22         | 5%          | 25         | 5%          | 24         | 7%          | 20         | 5%          |
| oltre 60                  | 6          | 2%          | 14         | 3%          | 11         | 3%          | 7          | 1%          | 11         | 2%          | 13         | 4%          | 10         | 3%          |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>363</b> | <b>100%</b> | <b>408</b> | <b>100%</b> | <b>428</b> | <b>100%</b> | <b>482</b> | <b>100%</b> | <b>480</b> | <b>100%</b> | <b>334</b> | <b>100%</b> | <b>381</b> | <b>100%</b> |
| % di risposte             | 99%        | 99%         | 99%        | 99%         | 100%       | 99%         | 100%       |             |            |             |            |             |            |             |

Gli aderenti ai bilanci sono prevalentemente giovani adulti, con il 22% 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 (41%), 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 bilanciate, in qualche modo le "subiscono". Proprio per permettere loro di esprimersi, già da due anni nell'incontro nazionale è stato proposto un gruppo di lavoro per gli adolescenti e il "Bilatrking", una esperienza in montagna di tre giorni solo per gli adolescenti. Entrambe le iniziative hanno 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. 13, 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.



Gli aderenti ai Bilanci hanno generalmente un titolo di studio medio-alto: la categoria più numerosa è quella dei diplomati (27%), mentre il 34% possiede un diploma universitario, la laurea o un titolo post-laurea. Il 21% 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.

| Titolo di studio               | 1999       |             | 2000       |             | 2001       |             | 2002       |             | 2003       |             | 2004       |             | 2005       |             |
|--------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| nessuno                        | 49         | 16%         | 118        | 30%         | 77         | 21%         | 124        | 26%         | 84         | 21%         | 59         | 20%         | 64         | 21%         |
| lic. elementare                | 10         | 3%          | 20         | 4%          | 15         | 4%          | 15         | 3%          | 14         | 3%          | 9          | 3%          | 16         | 5%          |
| lic. media                     | 36         | 12%         | 40         | 10%         | 40         | 10%         | 37         | 8%          | 44         | 11%         | 29         | 10%         | 33         | 10%         |
| qualifica prof.le              | 19         | 7%          | 15         | 4%          | 9          | 2%          | 27         | 7%          | 15         | 4%          | 13         | 4%          | 11         | 3%          |
| <b>diploma</b>                 | <b>109</b> | <b>35%</b>  | <b>110</b> | <b>28%</b>  | <b>131</b> | <b>34%</b>  | <b>138</b> | <b>30%</b>  | <b>126</b> | <b>31%</b>  | <b>88</b>  | <b>30%</b>  | <b>86</b>  | <b>27%</b>  |
| diploma univ.                  | 20         | 6%          | 16         | 4%          | 29         | 8%          | 26         | 6%          | 15         | 4%          | 15         | 5%          | 22         | 7%          |
| laurea                         | 58         | 19%         | 71         | 18%         | 67         | 17%         | 87         | 19%         | 97         | 24%         | 68         | 25%         | 78         | 24%         |
| dottorato/special. post laurea | 7          | 2%          | 10         | 2%          | 15         | 4%          | 6          | 1%          | 12         | 2%          | 8          | 3%          | 11         | 3%          |
| <b>Totale complessivo</b>      | <b>308</b> | <b>100%</b> | <b>400</b> | <b>100%</b> | <b>383</b> | <b>100%</b> | <b>460</b> | <b>100%</b> | <b>407</b> | <b>100%</b> | <b>289</b> | <b>100%</b> | <b>321</b> | <b>100%</b> |
| % di risposte                  | 84%        |             | 97%        |             | 88%        |             | 95%        |             | 85%        |             | 85%        |             | 100%       |             |

Per quanto riguarda la qualifica, escludendo dal calcolo quella di studente (31% nel 2005), poco significativa ai fini dell'analisi, e i minori in età prescolare inclusi nelle non risposte (vedi sotto) si ottengono i risultati esposti nella seguente tabella.

| Qualifica                                   | 1999       |             | 2000       |             | 2001       |             | 2002       |             | 2003       |             | 2004       |             | 2005       |             |
|---|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| dirigente                                   | 4          | 1%          | 6          | 2%          | 8          | 3%          | 7          | 2%          | 12         | 3%          | 7          | 3%          | 6          | 2%          |
| impiegato                                   | 116        | 42%         | 123        | 39%         | 135        | 42%         | 160        | 42%         | 158        | 46%         | 117        | 46%         | 105        | 37%         |
| operaio                                     | 13         | 5%          | 15         | 5%          | 16         | 5%          | 22         | 6%          | 15         | 4%          | 7          | 3%          | 12         | 4%          |
| imprenditore                                | 3          | 1%          | 3          | 1%          | 2          | 1%          | 5          | 1%          | 5          | 1%          | 2          | 1%          | 4          | 1%          |
| <b>libero professionista</b>                | <b>10</b>  | <b>4%</b>   | <b>16</b>  | <b>5%</b>   | <b>12</b>  | <b>4%</b>   | <b>15</b>  | <b>4%</b>   | <b>11</b>  | <b>3%</b>   | <b>12</b>  | <b>5%</b>   | <b>20</b>  | <b>7%</b>   |
| artigiano                                   | 1          | 0%          | 2          | 1%          | 4          | 1%          | 6          | 2%          | 1          | 0%          | 0          | 0%          | 2          | 1%          |
| coltivatore diretto                         | 0          | 0%          | 2          | 1%          | 1          | 0%          | 1          | 0%          | 1          | 0%          | 4          | 2%          | 3          | 1%          |
| esercente                                   | 4          | 1%          | 4          | 1%          | 5          | 2%          | 3          | 1%          | 4          | 1%          | 2          | 1%          | 1          | 0%          |
| collaboratore/consulente                    | 10         | 4%          | 4          | 1%          | 11         | 3%          | 14         | 4%          | 11         | 3%          | 5          | 2%          | 9          | 3%          |
| studente                                    | 69         | 26%         | 92         | 28%         | 82         | 25%         | 99         | 26%         | 86         | 25%         | 58         | 22%         | 89         | 31%         |
| pensionato                                  | 12         | 4%          | 17         | 5%          | 12         | 4%          | 9          | 2%          | 15         | 4%          | 17         | 7%          | 10         | 4%          |
| casalinga                                   | 31         | 11%         | 29         | 9%          | 28         | 9%          | 34         | 9%          | 28         | 8%          | 15         | 6%          | 22         | 8%          |
| disoccupato                                 | 2          | 1%          | 5          | 2%          | 4          | 1%          | 4          | 1%          | 6          | 2%          | 6          | 2%          | 2          | 1%          |
| <b>Totale complessivo</b>                   | <b>275</b> | <b>100%</b> | <b>318</b> | <b>100%</b> | <b>320</b> | <b>100%</b> | <b>379</b> | <b>100%</b> | <b>353</b> | <b>100%</b> | <b>252</b> | <b>100%</b> | <b>285</b> | <b>100%</b> |
| % di risposte al netto dei minori di 5 anni | 92%        |             | 95%        |             | 90%        |             | 93%        |             | 88%        |             | 89%        |             | 90%        |             |

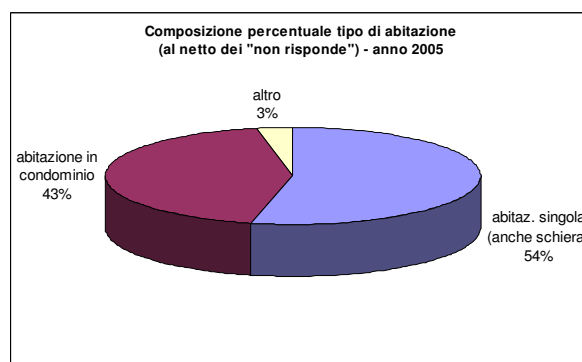
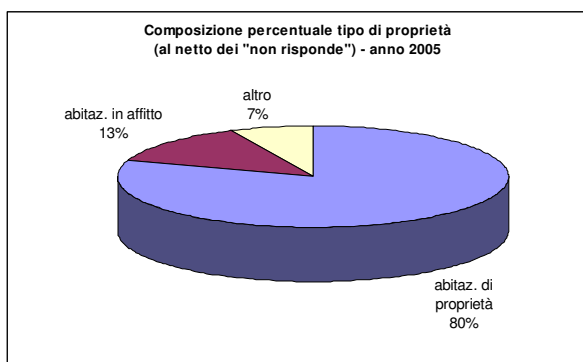
La qualifica per settore lavorativo più presente è quella di impiegato, che, tuttavia, con il 37% registra in percentuale una discreta diminuzione dall'anno scorso (- 20%), portandosi al minimo storico. Le altre due categorie più numerose sono costituite da professionisti e casalinghe, entrambe in crescita. La categoria degli operai, sempre molto bassa nella Campagna, recupera bene sul minimo storico toccato nel 2004, mentre il numero dei disoccupati si riduce di due terzi, portandosi su valori trascurabili.

| Settore lavorativo        | 1999       |             | 2000       |             | 2001       |             | 2002       |             | 2003       |             | 2004       |             | 2005       |             |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| agricoltura               | 2          | 1%          | 6          | 3%          | 4          | 2%          | 6          | 3%          | 5          | 2%          | 6          | 3%          | 7          | 4%          |
| commercio                 | 25         | 14%         | 28         | 14%         | 21         | 10%         | 28         | 12%         | 15         | 7%          | 9          | 5%          | 12         | 7%          |
| industria                 | 35         | 20%         | 29         | 15%         | 27         | 12%         | 37         | 15%         | 42         | 18%         | 28         | 16%         | 24         | 13%         |
| <b>servizi privati</b>    | <b>46</b>  | <b>26%</b>  | <b>45</b>  | <b>23%</b>  | <b>50</b>  | <b>23%</b>  | <b>57</b>  | <b>24%</b>  | <b>72</b>  | <b>31%</b>  | <b>49</b>  | <b>28%</b>  | <b>43</b>  | <b>24%</b>  |
| <b>settore pubblico</b>   | <b>68</b>  | <b>39%</b>  | <b>86</b>  | <b>45%</b>  | <b>115</b> | <b>53%</b>  | <b>112</b> | <b>46%</b>  | <b>95</b>  | <b>42%</b>  | <b>80</b>  | <b>48%</b>  | <b>96</b>  | <b>52%</b>  |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>176</b> | <b>100%</b> | <b>194</b> | <b>100%</b> | <b>217</b> | <b>100%</b> | <b>240</b> | <b>100%</b> | <b>229</b> | <b>100%</b> | <b>172</b> | <b>100%</b> | <b>182</b> | <b>100%</b> |
| non risponde              | 191        |             | 218        |             | 216        |             | 246        |             | 251        |             | 167        |             | 199        |             |
| % di risposte             | 96%        |             | 102%       |             | 95%        |             | 92%        |             | 87%        |             | 91%        |             | 93%        |             |

Per quanto riguarda il settore lavorativo, il grosso degli aderenti si distribuisce tra il settore pubblico (52%) ed i servizi privati (24%), con l'industria in terza posizione al 13%. Per quanto riguarda la percentuale di risposte, valgono le precisazioni già fatte a proposito delle qualifiche; in particolare ai fini del calcolo non si sono considerati anche quanti, proprio in base alla qualifica (studenti, pensionati, casalinghe, disoccupati), sono esclusi dal mercato del lavoro.

| Proprietà dell'abitazione | 1999       |             | 2000       |             | 2001       |             | 2002       |             | 2003       |             | 2004       |             | 2005       |             |
|---------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| abitaz. di proprietà      | 80         | 75%         | 94         | 81%         | 96         | 76%         | 116        | 81%         | 114        | 81%         | 83         | 81%         | 82         | 80%         |
| abitaz. in affitto        | 21         | 20%         | 14         | 12%         | 20         | 16%         | 22         | 15%         | 19         | 13%         | 14         | 14%         | 13         | 13%         |
| altro                     | 6          | 6%          | 8          | 7%          | 11         | 9%          | 6          | 4%          | 8          | 6%          | 5          | 5%          | 7          | 7%          |
| <b>Totale complessivo</b> | <b>107</b> | <b>100%</b> | <b>116</b> | <b>100%</b> | <b>127</b> | <b>100%</b> | <b>144</b> | <b>100%</b> | <b>141</b> | <b>100%</b> | <b>102</b> | <b>100%</b> | <b>102</b> | <b>100%</b> |
| % di risposte             | 96%        |             | 97%        |             | 95%        |             | 100%       |             | 100%       |             | 99%        |             | 99%        |             |

L'80% dei bilanciati possiede la casa dove abita, e solo il 13% è in affitto. Il 7% ha una collocazione diversa da queste due.



| Tipo di abitazione              | 1999       |             | 2000       |             | 2001       |             | 2002       |             | 2003       |             | 2004       |             | 2005      |             |
|---------------------------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-----------|-------------|
| abitaz. singola (anche schiera) | 36         | 33%         | 53         | 47%         | 48         | 40%         | 66         | 46%         | 58         | 41%         | 44         | 43%         | 53        | 54%         |
| abitazione in condominio        | 68         | 62%         | 54         | 48%         | 70         | 58%         | 65         | 46%         | 70         | 50%         | 47         | 46%         | 43        | 43%         |
| altro                           | 6          | 5%          | 6          | 5%          | 3          | 2%          | 11         | 8%          | 13         | 9%          | 11         | 11%         | 3         | 3%          |
| <b>Totale complessivo</b>       | <b>110</b> | <b>100%</b> | <b>113</b> | <b>100%</b> | <b>121</b> | <b>100%</b> | <b>142</b> | <b>100%</b> | <b>141</b> | <b>100%</b> | <b>102</b> | <b>100%</b> | <b>99</b> | <b>100%</b> |
| non risponde                    | 1          |             | 7          |             | 12         |             | 2          |             | 0          |             | 1          |             | 4         |             |
| % di risposte                   | 99%        |             | 94%        |             | 91%        |             | 99%        |             | 100%       |             | 99%        |             | 96%       |             |

Il tipo di abitazione degli aderenti è per più della metà la casa singola o a schiera, cui segue con 11 punti di differenza il condominio. La combinazione del tipo di abitazione con la proprietà dell'immobile dovrebbe facilitare la realizzazione di interventi strutturali finalizzati al risparmio energetico.

## LE ENTRATE DELLE FAMIGLIE BILANCISTE

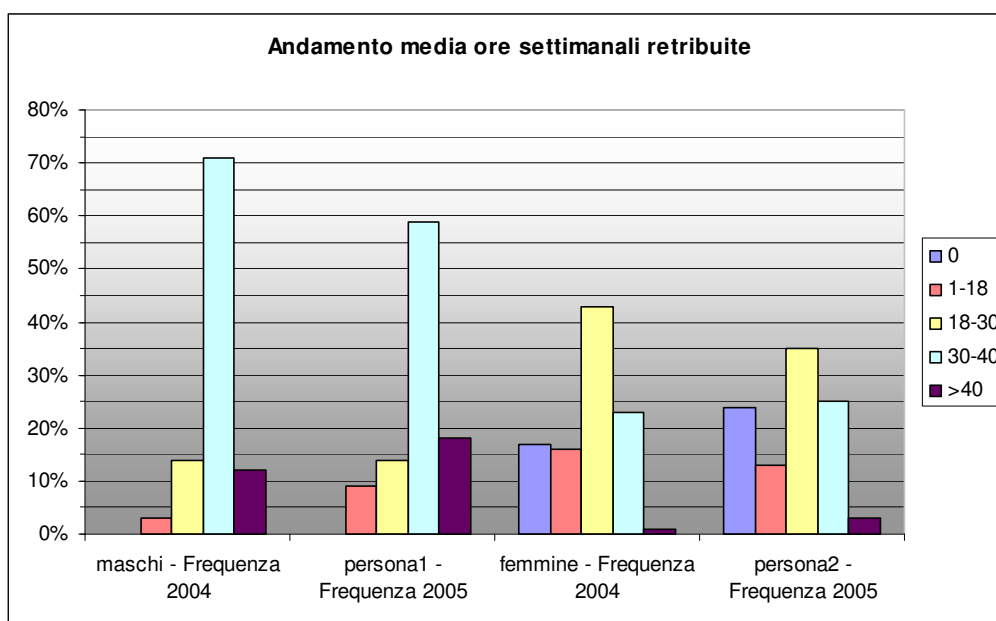
| n. di nuclei familiari | composti di n. componenti | Reddito familiare mensile |              |              |                  |
|------------------------|---------------------------|---------------------------|--------------|--------------|------------------|
|                        |                           | Minimo                    | Massimo      | Media        | Media pro capite |
| 5                      | 1                         | 420                       | 1.643        | 1.225        | 1.225            |
| 12                     | 2                         | 1.200                     | 4.300        | 2.159        | 1.080            |
| 23                     | 3                         | 1.300                     | 4.493        | 2.309        | 770              |
| 29                     | 4                         | 1.390                     | 6.000        | 2.778        | 695              |
| 18                     | 5                         | 1.600                     | 3.500        | 2.351        | 470              |
| 5                      | 6                         | 1.100                     | 2.826        | 2.125        | 354              |
| 2                      | 8                         | 1.906                     | 3.500        | 2.703        | 338              |
| <b>94</b>              | <b>3,72</b>               | <b>420</b>                | <b>6.000</b> | <b>2.383</b> | <b>641</b>       |

Nella scheda annuale 2005, proseguendo una riflessione sul denaro già avviata da alcuni anni, sono state introdotte per la prima volta domande sul reddito delle famiglie, da cui abbiamo ricavato la tabella qui a fianco. Come si vede, il livello di risposta è stato elevato (91%: 94 su 103), a testimoniare la sensibilità dei bilanciati per l'argomento, ma non così l'affidabilità dei dati, probabilmente a causa di una incerta interpretazione su cosa inserire esattamente nella scheda. I redditi minimi evidenziati, infatti, sono chiaramente sottostimati, soprattutto in rapporto al

numero dei componenti, e non in grado di sostenere il livello di spesa medio, pur basso, rilevato dalle schede mensili. D'altronde, trattandosi della prima volta in cui venivano chieste queste informazioni, un po' di rodaggio è comprensibile.

| Media ore settimanali di lavoro retribuito | Frequenza 2004 |       |         |       | Frequenza 2005 |       |          |       |
|--|----------------|-------|---------|-------|----------------|-------|----------|-------|
|  | maschi         |       | femmine |       | persona1       |       | persona2 |       |
|  | Ass.           | Perc. | Ass.    | Perc. | Ass.           | Perc. | Ass.     | Perc. |
| 0  | 0              | 0%    | 15      | 17%   | 0              | 0%    | 22       | 24%   |
| 1-18                                       | 2              | 3%    | 14      | 16%   | 8              | 9%    | 12       | 13%   |
| 18-30                                      | 11             | 14%   | 37      | 43%   | 12             | 14%   | 33       | 35%   |
| 30-40                                      | 55             | 71%   | 20      | 23%   | 51             | 59%   | 23       | 25%   |
| >40  | 9              | 12%   | 1       | 1%    | 16             | 18%   | 3        | 3%    |
| Totale risposte                            | 77             | 100%  | 87      | 100%  | 87             | 100%  | 93       | 100%  |
| % di risposte                              | 75%            |       | 84%     |       | 84%            |       | 89%      |       |

Prendendo in esame la tabella che espone la media delle ore mediamente lavorate in una settimana da quanti hanno compilato la scheda annuale – dato richiesto per la prima volta nel 2004 – si nota un quadro simile a quello dell'anno scorso, ma con una minor sperequazione tra maschi e femmine.<sup>2</sup> Permane, infatti, la differenza di genere già evidenziata nello scorso rapporto: più della metà dei maschi lavora dalle 30 alle 40 ore settimanali, contro un quarto 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 settimo dei maschi. Nelle fasce estreme, poi, il rapporto femmine-maschi



continua ad essere

quasi specularmente invertito, con i maschi a lavorare 40 o più ore sei volte più delle femmine e le femmine a lavorare 18 o meno ore una volta e mezza più dei maschi. Tuttavia, mentre nei maschi la percentuale di quanti lavorano 30-40 ore o più è scesa dall'83% nel 2004 al 77% nel 2005 ed è aumentata dal 17 al 23 percento quella di chi lavora fino a un massimo di 30 ore, nelle femmine – anche includendo le casalinghe, che sono in crescita – quest'ultima percentuale diminuisce dal 76 al 72 percento e quella di quante lavorano più di 30 ore sale dal 24 al 28 percento. Da un esame più approfondito di questi dati risulta che, se rimane vero che le famiglie bilanciate tendono a lavorare quanto basta a condurre una vita sobria,<sup>3</sup> riducendo l'orario di almeno uno dei due membri della coppia in modo avere più tempo libero, la riduzione d'orario avviene in modo meno squilibrato tra donne e uomini, tenuto conto anche del fatto che, sommando fra loro maschi e femmine, la percentuale di chi lavora dalle 30 ore in su nei due anni resta invariata al 52%. Ciò è tanto più significativo se pensiamo che la cura dei bimbi nei primi anni di vita è affidata quasi esclusivamente alle donne e 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. Resta comunque aperto il problema della ripartizione dei lavori domestici e di cura, entro i quali si iscrive buona parte dell'autoproduzione che caratterizza le famiglie bilanciate.

<sup>2</sup> Ai fini di confronto abbiamo assimilato le persone 1 delle schede 2005 ai maschi delle schede 2005 e le persone 2 alle femmine, per cui con "maschi" e "femmine" ci riferiamo ai dati di entrambi gli anni. In realtà la sovrapposizione è possibile, rispettivamente, al 91 e al 95 percento, perché vi sono stati casi in cui nelle schede a persona 1 sono state fatte corrispondere femmine e a persona 2 maschi.

<sup>3</sup> Soprattutto a confronto col dato medio contenuto nel rapporto ISTAT 2005, in base al quale la media di ore lavorative settimanale in Italia è di 41 ore per i maschi e 33,5 per le femmine (fonte: [http://www.istat.it/dati/catalogo/20060524\\_00/volume.html#cap1](http://www.istat.it/dati/catalogo/20060524_00/volume.html#cap1)).



## FAMIGLIE BILANCISTE E CONSUMO DELLE RISORSE NATURALI

### 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 gli aderenti adulti.

In questo settore nella scheda 2005 le informazioni richieste hanno focalizzato l'attenzione sul mezzo di trasporto utilizzato per gli spostamenti casa-lavoro, che costituiscono gran parte degli spostamenti quotidiani.

| Km percorsi casa - lavoro  | Mezzo usato   | Frequenza 2005 |       |       |       |       |       |
|----------------------------|---------------|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                            |               | pers1          |       | pers2 |       | media |       |
|                            |               | Ass.           | Perc. | Ass.  | Perc. | Ass.  | Perc. |
| da 1 a 5<br>(fascia bici)  | Auto          | 4              | 4%    | 8     | 11%   | 6     | 7%    |
|                            | Altri mezzi   | 13             | 14%   | 11    | 15%   | 12    | 14%   |
|                            | Totale        | 17             | 18%   | 19    | 25%   | 18    | 22%   |
| più di 5                   | Auto          | 50             | 54%   | 41    | 55%   | 46    | 54%   |
|                            | Altri mezzi   | 25             | 27%   | 15    | 20%   | 20    | 24%   |
|                            | Totale        | 75             | 82%   | 56    | 75%   | 66    | 78%   |
| Totale risposte            |               | 92             | 100%  | 75    | 100%  | 84    | 100%  |
| da 1 a 5                   | Totale schede | 16             | 19%   | 17    | 25%   |       |       |
| più di 5                   | Totale schede | 70             | 81%   | 52    | 75%   |       |       |
| Totale schede con risposta |               | 86             | 100%  | 69    | 100%  |       |       |
| % di risposte              |               |                | 83%   |       | 67%   |       |       |

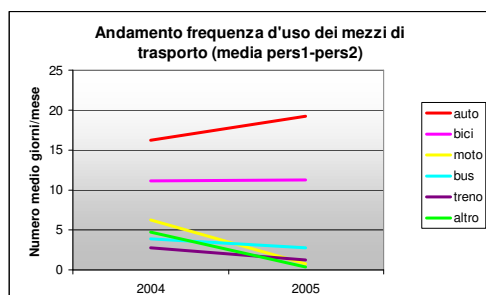
Nella prima tabella va anzitutto notata una percentuale di risposta<sup>4</sup> scarsa rispetto a quella delle altre fin qui viste, cosa che potrebbe rendere il dato meno affidabile.

Fatta questa premessa, i bilancisti che mediamente percorrono più di 5 km per recarsi al lavoro sono più numerosi di quelli che si muovono su un tragitto da 1 a 5 km circa quattro (pers1) e tre (pers2) volte. Nella fascia oltre i 5 Km, inoltre, l'automobile si dimostra di gran lunga il mezzo più usato da entrambe le persone. Questi dati sono una prova che il disegno del territorio non si è posto tra gli obiettivi quello della riduzione degli spostamenti, privilegiando la mobilità delle

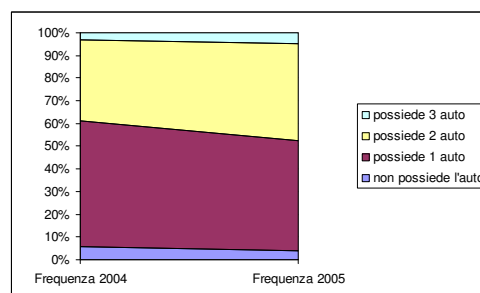
persone alla raggiungibilità dei luoghi. Nella fascia da 1 a 5 chilometri, invece, prevalgono gli altri mezzi che, alla luce della tabella seguente, sono probabilmente costituiti principalmente da biciclette, più ecologiche e, in genere, anche più veloci.

| Tipo di mezzo usato | N. medio giorni utilizzo al mese |       |       |       |       |       |                        |       |       |
|---------------------|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------------------------|-------|-------|
|                     | 2004                             |       |       | 2005  |       |       | Differenza percentuale |       |       |
|                     | pers1                            | pers2 | media | pers1 | pers2 | media | pers1                  | pers2 | media |
| auto                | 18,3                             | 14,1  | 16,2  | 19,8  | 18,6  | 19,2  | 8%                     | 32%   | 19%   |
| bici                | 13,3                             | 8,9   | 11,1  | 14    | 8,3   | 11,2  | 5%                     | -7%   | 1%    |
| moto                | 12,2                             | 0,1   | 6,2   | 1,4   | 0,2   | 0,8   | -89%                   | 100%  | -87%  |
| bus                 | 5,1                              | 2,6   | 3,9   | 2,7   | 2,8   | 2,8   | -47%                   | 8%    | -28%  |
| treno               | 4,4                              | 1,1   | 2,8   | 1,3   | 1,2   | 1,3   | -70%                   | 9%    | -54%  |
| altro               | 8,8                              | 0,7   | 4,8   | 0,3   | 0,5   | 0,4   | -97%                   | -29%  | -92%  |

Proseguendo nell'analisi, se esaminiamo il numero medio di giorni di utilizzo dei diversi mezzi di



trasporto, notiamo che – a parte auto e bici, la prima in crescita e la seconda stabile – tutti gli altri subiscono un crollo. Inoltre, si riduce la differenza



<sup>4</sup> La percentuale di risposte è stata calcolata non sul totale delle risposte, ma su quello delle schede contenenti le risposte, poiché, in questo caso, su ogni scheda è ammesso indicare più di un mezzo di trasporto.

tra persona 1 e persona 2 nell'utilizzo di auto e autobus. L'automobile rafforza così la propria posizione di mezzo di trasporto più utilizzato e, quindi, non stupisce che, come si vede nella tabella e nel grafico più sotto, diminuisca il numero di chi ne possiede una oppure nessuna e aumenti quello di chi ne possiede più d'una. Nonostante ciò, è confortante per la Campagna che quasi la metà dei nuclei possieda una sola automobile e poco meno della metà ne possieda due, senza dimenticare che un piccolo, ma significativo, 4% continua a farne a meno. Se rapportiamo il totale delle auto possedute (102) al totale delle persone maggiorenni dei nuclei (225) otteniamo un tasso di motorizzazione di 46 auto su 100 abitanti, contro un dato nazionale di 59 che, nei comuni capoluogo, sale a 63:<sup>5</sup> i bilanciati in questo continuano ad essere senz'altro più sobri della media.<sup>6</sup>

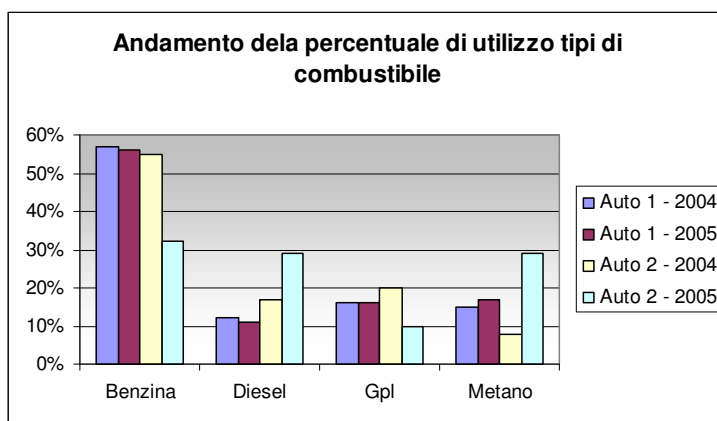
| N. di automobili possedute | Frequenza 2004 |               | Frequenza 2005 |               |
|----------------------------|----------------|---------------|----------------|---------------|
|                            | Ass.           | Perc.         | Ass.           | Perc.         |
| non possiede l'auto        | 6              | 5,8%          | 4              | 3,9%          |
| possiede 1 auto            | 57             | 55,3%         | 50             | 48,5%         |
| possiede 2 auto            | 37             | 36,0%         | 44             | 42,7%         |
| possiede 3 auto            | 3              | 2,9%          | 5              | 4,9%          |
| <b>Totale complessivo</b>  | <b>103</b>     | <b>100,0%</b> | <b>103</b>     | <b>100,0%</b> |

Per quanto riguarda il tipo di carburante utilizzato per le autovetture, escludendo chi dei 103 nuclei non ha risposto, anche perché non possiede la seconda o nemmeno la prima auto (vedi tabella precedente), si nota una differenziazione, nel 2004 non esistente, tra prima e seconda auto.

| Tipo di carburante     | Frequenza 2004 |             |           |             | Frequenza 2005 |             |           |             |
|------------------------|----------------|-------------|-----------|-------------|----------------|-------------|-----------|-------------|
|                        | auto 1         |             | auto 2    |             | auto 1         |             | auto 2    |             |
|                        | Ass.           | Perc.       | Ass.      | Perc.       | Ass.           | Perc.       | Ass.      | Perc.       |
| Benzina                | 55             | 57%         | 22        | 55%         | 55             | 56%         | 16        | 32%         |
| Diesel                 | 12             | 12%         | 7         | 17%         | 11             | 11%         | 14        | 29%         |
| Gpl                    | 15             | 16%         | 8         | 20%         | 16             | 16%         | 5         | 10%         |
| Metano                 | 14             | 15%         | 3         | 8%          | 17             | 17%         | 14        | 29%         |
| <b>Totale risposte</b> | <b>96</b>      | <b>100%</b> | <b>40</b> | <b>100%</b> | <b>99</b>      | <b>100%</b> | <b>49</b> | <b>100%</b> |
| Non possiede l'auto    | 6              | 6%          | 63        | 61%         | 4              | 4%          | 54        | 52%         |

Infatti, per la prima resta purtroppo prevalente la benzina, ben oltre il 50% – anche se il diesel è utilizzato meno di GPL e metano, in leggero aumento – mentre per la seconda auto la benzina riduce la propria quota a circa un terzo, contro un incremento consistente di diesel e metano, quest'ultimo più che triplicato in percentuale rispetto al 2004. Sembra di poter dedurre che i bilanciati abbiano privilegiato nell'acquisto dell'autovettura da città – ruolo tipicamente svolto dalla seconda auto – modelli meno inquinanti e/o riconvertito preferibilmente a metano i mezzi già in loro possesso. Restano, comunque, ampi margini di miglioramento e il nodo della mobilità si conferma uno degli scogli più grandi per lo spostamento dei consumi.

poter dedurre che i bilanciati abbiano privilegiato



<sup>5</sup> Fonte: <http://www.miw.it/Ecosistemaurbano5.htm> - documento di Legambiente basato su ACI – Autoritratto 2003.

<sup>6</sup> Se, invece, si considera il totale complessivo delle persone, il tasso di motorizzazione scende addirittura a 27 auto ogni 100 abitanti

## ACQUA

Nel 2005 il 67% delle schede pervenute ha riportato l'indicazione sulla quantità di acqua consumata dalla famiglia nel corso dell'anno – migliorando il dato, che proseguiva dal 2003, del solo 50%. Il consumo giornaliero pro-capite medio nel 2005 è di 95 litri, sebbene esista uno scarto molto grande tra la famiglia che ne usa di più e quella che ne usa di meno (13 a 1, in miglioramento rispetto al 25 a 1 del 2004) e i consumi massimi si situano al di sopra della media ISTAT (solo di 7 volte più alta dei consumi minimi rilevati). Esistono dunque, almeno per alcuni, ulteriori spazi di miglioramento e, in effetti, a partire dal 2003 si nota una positiva diminuzione dei consumi massimi.

| Consumo acqua in litri/giorno pro-capite a confronto con la media nazionale |           |            |            |
|---|-----------|------------|------------|
|   | Minimo    | Massimo    | Media      |
| BDG 2002  | 22        | 380        | 109        |
| BDG 2003  | 20        | 457        | 122        |
| BDG 2004  | 14        | 343        | 111        |
| <b>BDG 2005</b>   | <b>25</b> | <b>332</b> | <b>95</b>  |
| <b>ISTAT 2003*</b>  |           |            | <b>186</b> |

\* Fonte: Osservatorio ambientale sulle città (2003)

Si conferma, inoltre, la forte riduzione (-49%) del consumo medio di acqua rispetto alla media nazionale di 186 litri a persona al giorno. Possiamo dunque calcolare che, rispetto alla famiglia media italiana, i bilanciati in un anno abbiano risparmiato tutti insieme qualcosa come  $186 - 95 = 91 \times 381 \times 360 = 12.481.560$  litri d'acqua!

## ENERGIA ELETTRICA

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 2003. Le risposte sono state indicate sull'83 percento delle schede, l'8 percento in più dello scorso anno. Il consumo giornaliero pro-capite medio nel 2005 è di 589 Kwh e si conferma notevolmente ridotto rispetto alla media nazionale di 1.155 Kwh (-49%) in linea quanto osservato per l'acqua. È da notare, però, che qui il divario esistente tra consumi massimi e minimi è di 30 a 1, più che doppio rispetto a quello già visto per l'acqua, quindi gli spazi di miglioramento per chi è oltre la media ISTAT sono ancora maggiori. Se si guarda, invece al rapporto esistente tra tale media e i consumi minimi (13 a 1) osserviamo che qualche bilanciato è già al di sotto del "fattore 10" di risparmio energetico a suo tempo indicato dal Wuppertal Institute come obiettivo da conseguire entro il 2010 per rendere sostenibile il nostro stile di vita. Varrebbe la pena di monitorare queste prestazioni "da record" per capire se e come le scelte concrete da cui derivano siano generalizzabili. In ogni caso, il risparmio energetico attuato in un anno dai bilanciati può essere calcolato in  $1.155 - 589 = 566 \times 381 = 215.646$  Kwh, cifra più che rispettabile.

| Consumo di energia elettrica espresso in Kwh pro-capite annuo |           |              |              |
|---|-----------|--------------|--------------|
|   | Minimo    | Massimo      | Media        |
| BDG 2004  | 76        | 2.877        | 721          |
| <b>BDG 2005</b>   | <b>95</b> | <b>2.813</b> | <b>589</b>   |
| <b>ISTAT 2003*</b>  |           |              | <b>1.155</b> |

\* Fonte: Osservatorio ambientale sulle città (2003)

## RISCALDAMENTO

| Consumo di gas metano in m <sup>3</sup> pro-capite annuo per uso riscaldamento, acqua, cucina * |            |
|---|------------|
|   | Media      |
| <b>BDG 2005</b>   | <b>358</b> |
| <b>ISTAT 2003 Nord Italia **</b>  | <b>617</b> |

\* Il consumo di legno o gpl è stato trasformato nell'equivalente in metano, usato dal 68% dei nuclei

\*\* Fonte: Osservatorio ambientale sulle città (2003) Nord Italia compresa Toscana

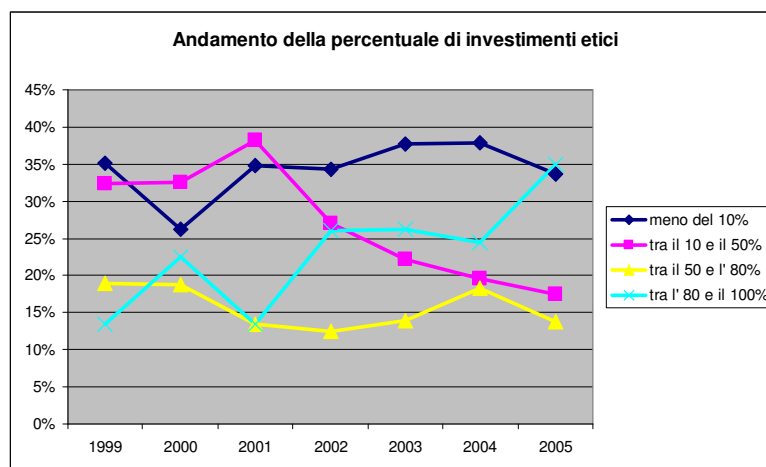
Con la scheda annuale 2005 per la prima volta si sono chiesti dati sui consumi per riscaldamento e ha risposto l'82% delle famiglie, praticamente la stessa percentuale già vista per l'energia. Anche qui si riscontra una consistente riduzione (-42%) del consumo medio rispetto alla media nazionale e, applicando la solita formula, possiamo calcolare che, rispetto alla famiglia media italiana, i bilanciati in un anno abbiano risparmiato l'equivalente di  $617 - 358 = 259 \times 381 = 98.679$  metri cubi di metano.

A conclusione di questa parte del Rapporto dedicata a consumi dall'impatto diretto sull'ecosistema, possiamo dire che la Campagna, una volta di più, riesce a dimostrare concretamente che costruire pezzi di "un altro mondo possibile" si può, basta volerlo.

## INVESTIMENTI

| Percentuale di investimenti etici | 1999      |              | 2000      |              | 2001      |              | 2002      |              | 2003      |              | 2004      |              | 2005      |              |
|-----------------------------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|-----------|--------------|
| <b>meno del 10%</b>               | <b>26</b> | <b>35,1%</b> | <b>21</b> | <b>26,3%</b> | <b>31</b> | <b>34,8%</b> | <b>33</b> | <b>34,4%</b> | <b>46</b> | <b>37,7%</b> | <b>31</b> | <b>37,8%</b> | <b>27</b> | <b>33,8%</b> |
| tra il 10 e il 50%                | 24        | 32,4%        | 26        | 32,5%        | 34        | 38,2%        | 26        | 27,1%        | 27        | 22,1%        | 16        | 19,5%        | 14        | 17,5%        |
| tra il 50 e l' 80%                | 14        | 18,9%        | 15        | 18,8%        | 12        | 13,5%        | 12        | 12,5%        | 17        | 13,9%        | 15        | 18,3%        | 11        | 13,8%        |
| <b>tra l' 80 e il 100%</b>        | <b>10</b> | <b>13,5%</b> | <b>18</b> | <b>22,5%</b> | <b>12</b> | <b>13,5%</b> | <b>25</b> | <b>26,0%</b> | <b>32</b> | <b>26,2%</b> | <b>20</b> | <b>24,4%</b> | <b>28</b> | <b>35,0%</b> |
| Totale                            | 74        | 100,0%       | 80        | 100,0%       | 89        | 100,0%       | 96        | 100,0%       | 122       | 100,0%       | 82        | 100,0%       | 80        | 100,0%       |
| % di risposte                     | 67%       |              | 67%       |              | 67%       |              | 67%       |              | 87%       |              | 80%       |              | 78%       |              |

Premesso che permane un numero elevato di non risposte (più di 1 su 5 e in leggero peggioramento rispetto al 2004), sicuramente tra i bilanciati esiste una sensibilità nel ripensare l'uso del denaro e nell'avvicinarsi a forme di investimento etico. Il 2005 segna, infatti, una svolta positiva rispetto al passato. Più di un terzo degli aderenti investe in modo spostato tra l'80 e il 100 percento del proprio risparmio e si riduce a circa un terzo il numero di quelli che, invece, si limitano a meno del 10%. Si tratta di un dato lusinghiero, una quota estremamente elevata se pensiamo che la finanza etica in Italia in questi ultimi anni si è certo espansa, ma rimane comunque poco diffusa. Nel mezzo, a partire dal 2001 si nota il forte calo di quanti investono dal 10 al 50 percento (praticamente dimezzati e che, in buona parte, tra il 2001 e il 2002, sono andati ad alimentare proprio il gruppo dei più "virtuosi") e, dal 2004, anche di quelli che investono dal 50 all'80 percento (dal 2002 in crescita), anch'essi confluiti nel gruppo di punta.



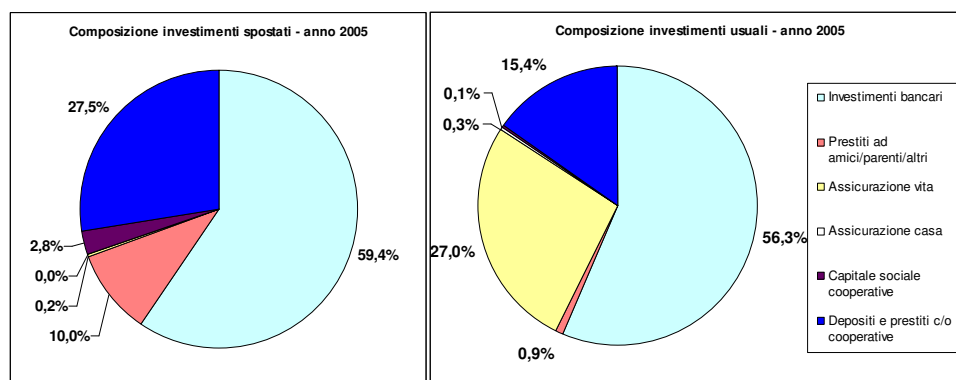
L'analisi degli ambiti in cui le famiglie fanno i loro investimenti deve scontare un'ulteriore calo di risposte: circa 1 su 10 di coloro che hanno quantificato le proprie percentuali di spostamento (pochi di meno dell'anno scorso) non ne hanno poi fornito le cifre assolute e il dettaglio degli impieghi. Si tratta di una reticenza radicata nel costume che dovremo sforzarci di superare se vogliamo dare più forza al nostro Rapporto Annuale.

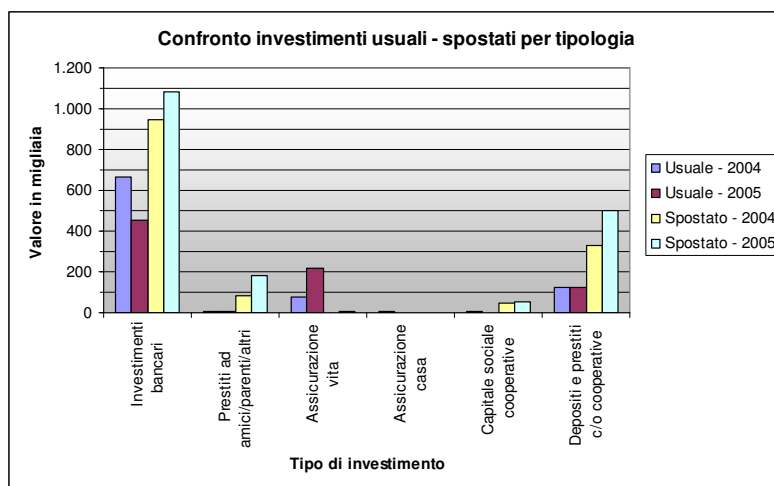
Comunque, emerge nel complesso il 69,4% di investimenti etici sul totale – un dato buono e in crescita sul 2004, ma certo migliorabile – con netta prevalenza di quelli bancari, che assorbono ancora un po' meno di tre quinti di tutti gli spostamenti, ma sono ridimensionati rispetto al 2004 (-12% circa).

| Tipo di investimento *              |                   | 2004            |                      |                              | 2005            |                      |                              |
|-------------------------------------|-------------------|-----------------|----------------------|------------------------------|-----------------|----------------------|------------------------------|
|                                     |                   | Valore assoluto | Incidenza sul TOTALE | Incidenza sul Totale di Tipo | Valore assoluto | Incidenza sul TOTALE | Incidenza sul Totale di Tipo |
| Investimenti bancari                | Usuale            | 665.005         | 75,5%                | 41,2%                        | 450.586         | 56,3%                | 29,4%                        |
|                                     | Spostato          | 948.505         | 67,3%                | 58,8%                        | 1.080.724       | 59,5%                | 70,6%                        |
|                                     | Totale            | 1.613.510       | 70,4%                |                              | 1.531.310       | 58,4%                |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>58,8%</b>    |                      |                              | <b>70,6%</b>    |                      |                              |
| Prestiti ad amici/parenti/altri     | Usuale            | 6.720           | 0,8%                 | 7,4%                         | 7.500           | 0,9%                 | 3,9%                         |
|                                     | Spostato          | 84.582          | 6,0%                 | 92,6%                        | 182.477         | 10,0%                | 96,1%                        |
|                                     | Totale            | 91.302          | 4,0%                 |                              | 189.977         | 7,3%                 |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>92,6%</b>    |                      |                              | <b>96,1%</b>    |                      |                              |
| Assicurazione vita                  | Usuale            | 75.391          | 8,6%                 | 100,0%                       | 216.190         | 27,0%                | 98,3%                        |
|                                     | Spostato          | 0               | 0,0%                 | 0,0%                         | 3.784           | 0,2%                 | 1,7%                         |
|                                     | Totale            | 75.391          | 3,3%                 |                              | 219.974         | 8,4%                 |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>0,0%</b>     |                      |                              | <b>1,7%</b>     |                      |                              |
| Assicurazione casa                  | Usuale            | 3.877           | 0,4%                 | 86,9%                        | 2.384           | 0,3%                 | 73,5%                        |
|                                     | Spostato          | 584             | 0,0%                 | 13,1%                        | 860             | 0,0%                 | 26,5%                        |
|                                     | Totale            | 4.461           | 0,2%                 |                              | 3.244           | 0,1%                 |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>13,1%</b>    |                      |                              | <b>26,5%</b>    |                      |                              |
| Capitale sociale cooperative        | Usuale            | 4.500           | 0,5%                 | 8,6%                         | 500             | 0,1%                 | 1,0%                         |
|                                     | Spostato          | 47.832          | 3,4%                 | 91,4%                        | 51.172          | 2,8%                 | 99,0%                        |
|                                     | Totale            | 52.332          | 2,3%                 |                              | 51.672          | 2,0%                 |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>91,4%</b>    |                      |                              | <b>99,0%</b>    |                      |                              |
| Depositi e prestiti c/o cooperative | Usuale            | 125.458         | 14,2%                | 27,6%                        | 123.000         | 15,4%                | 19,7%                        |
|                                     | Spostato          | 328.572         | 23,3%                | 72,4%                        | 499.938         | 27,5%                | 80,3%                        |
|                                     | Totale            | 454.030         | 19,8%                |                              | 622.938         | 23,8%                |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>72,4%</b>    |                      |                              | <b>80,3%</b>    |                      |                              |
| <b>TOTALE</b>                       | Usuale            | 880.951         | 100,0%               | 38,5%                        | 800.160         | 100,0%               | 30,6%                        |
|                                     | Spostato          | 1.410.075       | 100,0%               | 61,5%                        | 1.818.955       | 100,0%               | 69,4%                        |
|                                     | Totale            | 2.291.026       | 100,0%               |                              | 2.619.115       | 100,0%               |                              |
|                                     | <b>% spostam.</b> | <b>61,5%</b>    |                      |                              | <b>69,4%</b>    |                      |                              |

\* Dati riferiti alle 73 famiglie (64 nel 2004) che hanno compilato il prospetto nel 2005

Questo sbilanciamento non stupisce, tenuto conto che la somma degli investimenti bancari, usuali e spostati, rappresenta poco meno del 60% 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, come l'anno scorso, è di circa 36 mila euro a nucleo), non depositarne la maggior parte in una banca, tuttavia va notato che più del 70% di questi depositi è di tipo etico, probabilmente conti aperti presso Banca Etica. È da notare però che, mentre, come già evidenziato, questo tipo di investimento nel 2005 riduce il suo peso percentuale sul totale, contemporaneamente aumenta la percentuale interna di spostamento (+20%). Complessivamente, quindi, possiamo dire che la voce ha registrato un netto miglioramento.





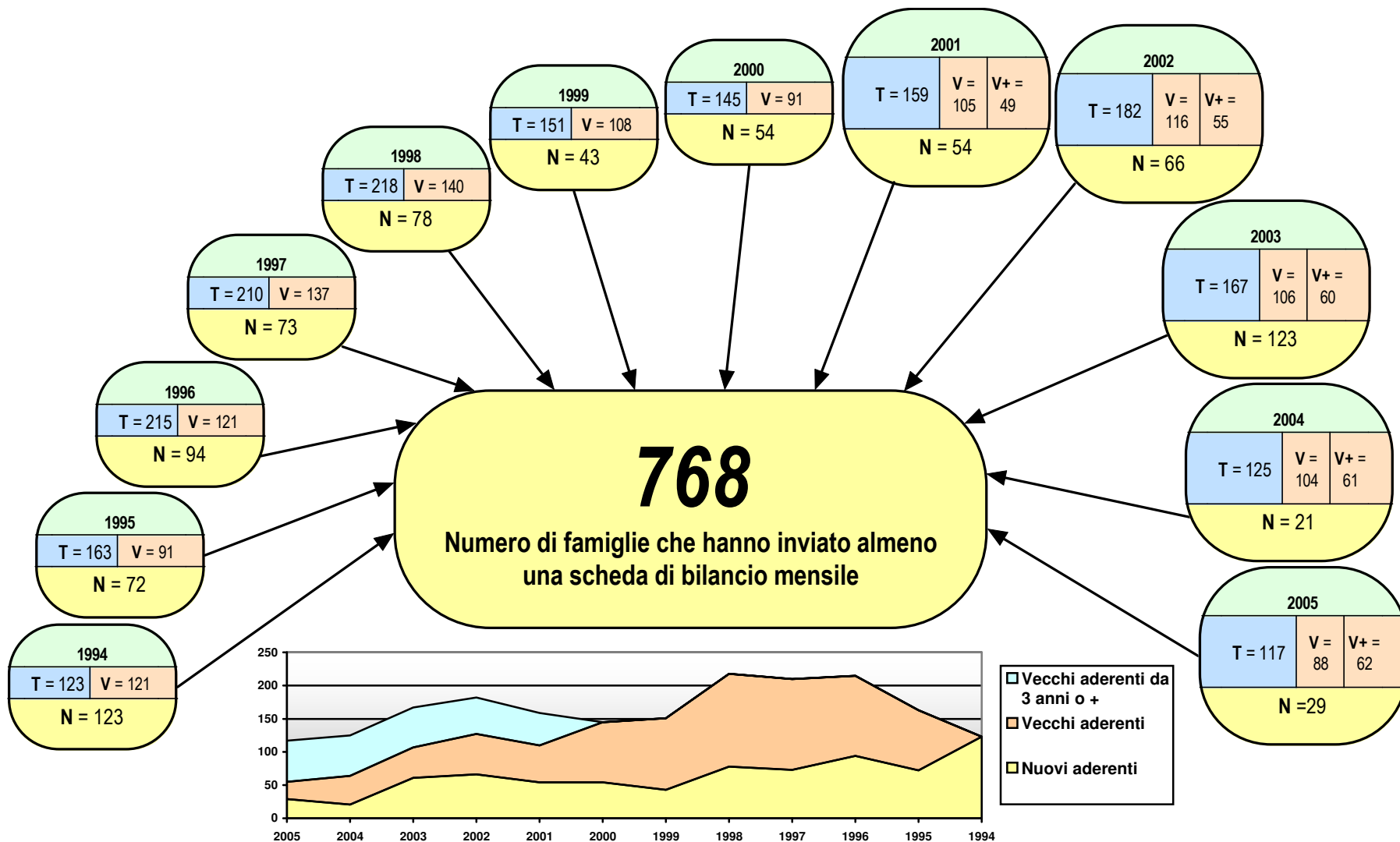
Il 27,5% degli spostamenti è riferito a depositi e prestiti a cooperative, voce che rappresenta complessivamente il 23,8% del totale generale, ma che risulta internamente spostata per oltre l'80 per cento. Seguono col 10% i prestiti effettuati direttamente, che rappresentano il 7,3% del totale e risultano spostati quasi del 96,1%. Entrambe le voci in tutte le percentuali indicate registrano miglioramenti rispetto al 2004. In quarta posizione l'investimento in capitale sociale di cooperative col 2,8%, in costante diminuzione già dal 2003, ma divenuto l'unica voce totalmente spostata (99%).<sup>7</sup> Questi dati ci confermano come molto spesso il denaro venga usato per sostenere realtà vicine ai bilancisti e con cui si intessono rapporti non solo finanziari.

Negli investimenti usuali la maggiori quote sono rappresentate dai depositi bancari e dalle assicurazioni sulla vita (56,3% e 27%), seguiti dai depositi e prestiti c/o cooperative (15,4%), dai prestiti diretti (0,9%), dalle assicurazioni casa (0,3%) e dal capitale sociale di cooperative (0,1%), 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 860 euro di spostato nelle assicurazioni casa, una goccia nel mare (26,5% sulla voce e 0,04% sul totale investimenti) che appare per la seconda volta con valori in aumento? Troveremo degli spiragli per cambiare anche il granitico mondo delle assicurazioni?

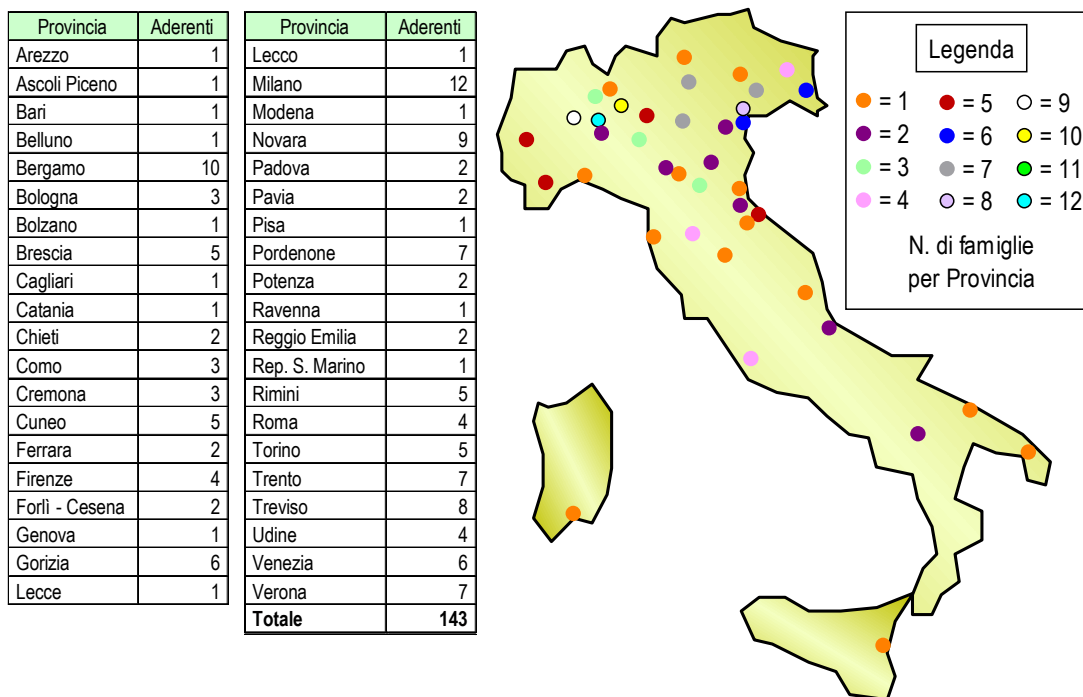
<sup>7</sup> Si può supporre che le famiglie bilanciste abbiano progressivamente disinvestito da cooperative di produzione e lavoro, conservando quelle relative a MAG e cooperative sociali o del commercio equo, spostate per definizione.

**Schede di bilancio mensile inviate dalle famiglie che hanno aderito alla campagna tra il 1994 e il 2005**



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

Distribuzione geografica delle famiglie che hanno inviato la scheda annuale e/o almeno una scheda mensile in base alla provincia (simboleggiata dal capoluogo)



## 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.

Poiché 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, come si può vedere dalla mappa riportata qui sopra.

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. Proprio per questo a conclusione dell'Incontro Annuale 2005 è stata lanciata la proposta del "400 x 2", un invito rivolto ad aderenti e simpatizzanti per raggiungere l'obiettivo di radunare 400 famiglie disposte a compilare le schede mensili per 2 anni. Un bilancio dell'iniziativa potrà essere tentato nel Rapporto 2006.



## 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

Anche quest'anno il confronto con i dati Istat è confortante! Ad eccezione, come sempre, del capitolo di spesa "Divertimenti e Cultura", le spese bilanciste sono inferiori a quelle nazionali di circa il 20%.

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 inferiore di un quinto rispetto alla famiglia media italiana.

Nel capitolo "Alimentari" lo scostamento dai dati ISTAT è più cospicuo di quello della spesa complessiva, cosa 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 (l'80 per cento delle famiglie, che, in numero assoluto sono più di quelle che hanno inviato almeno tre bilanci mensili, 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

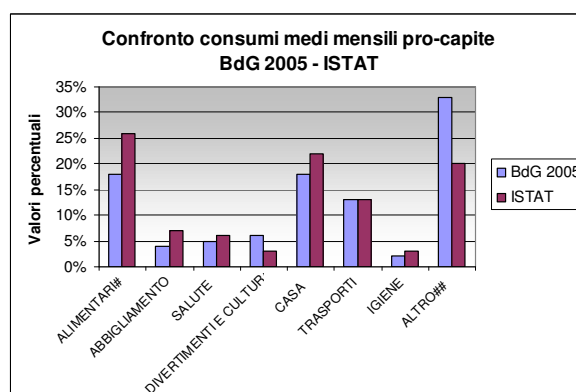
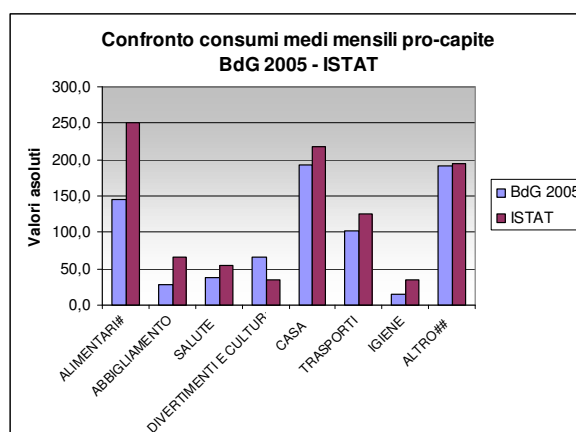
| CAPITOLI DI SPESA                  | 1999*        | 2000*        | 2001*        | 2002*        | 2003*        | 2004*        | 2005*        | ISTAT**      | scostamento sul 2005 |
|------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------------|
| ALIMENTARI#                        | 133,7        | 137,4        | 137,1        | 141,8        | 150,7        | 152,3        | 145,0        | 250,3        | -42%                 |
| ABBIGLIAMENTO                      | 31,1         | 33,7         | 31,2         | 33,2         | 30,9         | 28,4         | 28,5         | 65,9         | -57%                 |
| SALUTE                             | 36,4         | 34,1         | 37,0         | 36,2         | 51,8         | 42,6         | 38,2         | 55,2         | -31%                 |
| DIVERTIMENTI E CULTURA             | 46,2         | 50,6         | 57,5         | 61,6         | 55,1         | 55,3         | 65,2         | 34,5         | 89%                  |
| CASA                               | 132,4        | 149,0        | 149,2        | 134,6        | 157,1        | 175,5        | 193,4        | 217,2        | -11%                 |
| TRASPORTI                          | 90,9         | 93,7         | 99,7         | 104,5        | 101,6        | 99,5         | 102,8        | 125,2        | -18%                 |
| IGIENE                             | 15,5         | 15,0         | 15,8         | 14,5         | 15,5         | 14,0         | 15,1         | 35,4         | -57%                 |
| BENI DUREVOLI                      | 145,3        | 151,2        | 215,7        | 153,2        | 173,3        | 116,4        | 91,5         | n.d.         | n.d.                 |
| VARIE                              | 97,5         | 110,2        | 129,5        | 123,1        | 114,6        | 96,3         | 99,1         | n.d.         | n.d.                 |
| ALTRO##                            | 242,8        | 261,4        | 345,2        | 276,3        | 287,8        | 212,7        | 190,6        | 193,9        | -2%                  |
| <b>TOTALE</b>                      | <b>728,8</b> | <b>774,9</b> | <b>872,7</b> | <b>802,8</b> | <b>850,5</b> | <b>780,2</b> | <b>778,7</b> | <b>977,6</b> | <b>-20%</b>          |
| n. famiglie con 3 bilanci completi | 104          | 99           | 119          | 130          | 132          | 99           | 91           |              |                      |
|                                    | su 151       | su 145       | su 159       | su 182       | su 167       | su 125       | su 117       |              |                      |
| percentuale sul totale             | 69%          | 68%          | 75%          | 71%          | 79%          | 79%          | 78%          |              |                      |

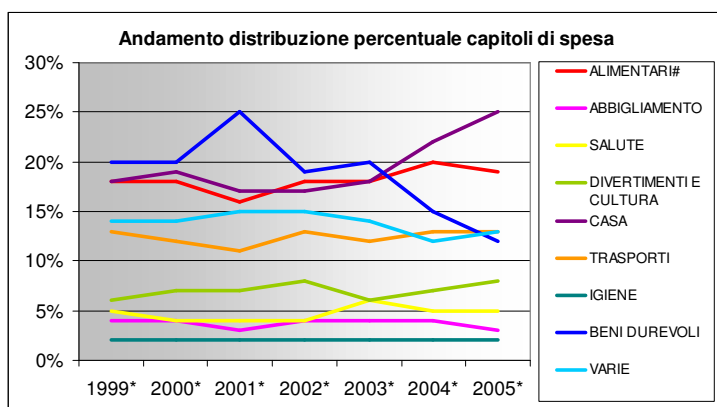
\* Valori ottenuti considerando le famiglie con almeno tre bilanci completi, resi confrontabili con quelli di una famiglia di due componenti mediante l'impiego di scale di equivalenza; calcolati a prezzi 2005 per gli anni precedenti.

\*\*ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 2003: media per famiglie di due componenti Italia Nord Est; calcolati a prezzi 2005.

# Il dato ISTAT comprende la voce pasti e consumazioni fuori casa (€ 80,45) per rendere il dato confrontabile con la scheda mensile dell'Operazione Bilanci di Giustizia.

## Il capitolo non presente nelle schede, è stato aggiunto per il confronto con i dati ISTAT sommando fra loro Beni durevoli e Varie





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 2005 la più elevata dopo quella sugli Alimentari, è significativa, se si pensa che spesso i bilanciati 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. 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 bilanciati 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 cenno a parte merita il capitolo Altro, che comprende al suo interno i capitoli Beni durevoli e Varie, tra loro molto eterogenei, 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. Nel 2005, a seguito della contrazione della spesa per Beni durevoli, per la prima volta il dato scende al di sotto di quello ISTAT portandosi al minimo storico.

Analizzando la composizione percentuale per capitoli della spesa totale degli aderenti alla Campagna e dell'ISTAT, disponibile in una tabella che per brevità non riportiamo, si nota che, oltre al già segnalato Divertimenti e Cultura, pesano più del dato nazionale i capitoli Casa (+3%) e Altro (+4%), nonostante, per quest'ultimo, la riduzione segnalata. Relativamente ai Beni Durevoli, una spiegazione del fenomeno può essere trovata nel fatto che il capitolo comprende gli investimenti per il risparmio energetico – per i quali, come abbiamo visto, i bilanciati hanno una particolare sensibilità – i quali, di solito, richiedono somme non piccole. Per quanto riguarda il capitolo Casa, permane l'anomalia già segnalata nello scorso Rapporto<sup>8</sup> che, a questo punto, sarà necessario investigare.

| Consumi medi mensili familiari per numero di componenti della famiglia ottenuti mediante moltiplica per scala di equivalenza - anno 2005 |              |                |                |                |                |                |                |                |                |
|--|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| CAPITOLI DI SPESA  | 1            | 2              | 3              | 4              | 5              | 6              | 7              | 8              | >=9            |
| ALIMENTARI   | 174,0        | 289,9          | 385,6          | 472,6          | 550,9          | 626,3          | 695,9          | 759,6          | 811,8          |
| ABBIGLIAMENTO  | 34,1         | 56,9           | 75,7           | 92,7           | 108,1          | 122,9          | 136,6          | 149,1          | 159,3          |
| SALUTE   | 45,8         | 76,3           | 101,5          | 124,4          | 145,0          | 164,9          | 183,2          | 200,0          | 213,7          |
| DIVERTIMENTI E CULTURA   | 78,3         | 130,5          | 173,5          | 212,6          | 247,9          | 281,8          | 313,1          | 341,8          | 365,3          |
| CASA   | 232,1        | 386,8          | 514,4          | 630,5          | 734,9          | 835,4          | 928,3          | 1.013,4        | 1.083,0        |
| TRASPORTI  | 123,4        | 205,6          | 273,4          | 335,1          | 390,6          | 444,1          | 493,4          | 538,7          | 575,7          |
| IGIENE   | 18,2         | 30,3           | 40,3           | 49,4           | 57,5           | 65,4           | 72,7           | 79,3           | 84,8           |
| BENI DUREVOLI  | 109,8        | 182,9          | 243,3          | 298,2          | 347,6          | 395,2          | 439,1          | 479,3          | 512,2          |
| VARIE  | 118,9        | 198,2          | 263,6          | 323,1          | 376,6          | 428,1          | 475,7          | 519,3          | 555,0          |
| <b>TOTALE</b>  | <b>934,6</b> | <b>1.557,4</b> | <b>2.071,3</b> | <b>2.538,6</b> | <b>2.959,1</b> | <b>3.364,1</b> | <b>3.738,0</b> | <b>4.080,5</b> | <b>4.360,8</b> |

| Moltiplicatori del consumo medio mensile |     |      |
|--|-----|------|
| n. componenti della famiglia             | 1   | 1,2  |
|  | 2   | 2    |
|  | 3   | 2,66 |
|  | 4   | 3,26 |
|  | 5   | 3,8  |
|  | 6   | 4,32 |
|  | 7   | 4,8  |
|  | 8   | 5,24 |
|  | >=9 | 5,6  |

<sup>8</sup> Dicevamo, infatti, in una nota che "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". I dati 2005, come s'è visto, segnano sotto il profilo del risparmio di risorse ulteriori incrementi rispetto all'anno precedente, quindi le perplessità avanzate nel Rapporto 2004 restano ancor più valide.

Da notare, infine, che il capitolo Trasporti presenta un'incidenza sostanzialmente uguale a quella ISTAT, il che conferma la minore comprimibilità di questo tipo di spese già emersa dall'analisi delle schede annuali.

A conclusione di questa carrellata generale, per rispondere a richieste che ci sono venute da più parti, riportiamo più sopra una tabella dei consumi familiari dei bilancisti ottenuti applicando a ritroso ai consumi medi mensili individuali fin qui visti la stessa scala di equivalenza utilizzata per calcolarli.

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

## ALIMENTARI, CASA e TRASPORTI

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

Per la prima voce considerata, **Carne, salumi, pesce**, è stata calcolata la percentuale di consumo spostato, che è pari al 45% (non in tabella – nel 2004 era il 44% e prima ancora il 39,5%): questo indica che i bilancisti oltre a spendere per questi alimenti il 71% in meno della media nazionale, riescono a

| CAPITOLI   | VOCI                 | 1999* | 2000* | 2001* | 2002* | 2003* | 2004* | 2005* | ISTAT** | scostamento sul 2005 |
|------------|----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|----------------------|
| ALIMENTARI | Carne, salumi, pesce | n.d.  | n.d.  | n.d.  | n.d.  | 20,18 | 19,64 | 17,3  | 58,79   | -71%                 |
| CASA       | Detersivi            | 5,36  | 5,57  | 4,39  | 4,84  | 4,31  | 4,03  | 3,96  | 9       | -56%                 |
| TRASPORTI  | Carburanti^^         | 33,05 | 38,69 | 38,61 | 36,89 | 36,39 | 34,46 | 35,26 | 55,68   | -37%                 |
|            | Mezzi pubblici       | 9,05  | 10,35 | 11,6  | 11,02 | 10,74 | 12,77 | 11,77 | 10,76   | 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 2005 per gli anni precedenti.

\*\*ISTAT, "I consumi delle famiglie" - anno 2003: media per famiglie di due componenti Italia Nord Est; calcolati a prezzi 2005.

^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.

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: il lavoro svolto dalla Campagna negli ultimi anni ha prodotto risultati degni di nota.

I restanti dati della tabella si integrano con quanto già visto esaminando le schede annuali, pur nella cautela con cui questi raffronti devono essere fatti causa la diversa composizione del gruppo di famiglie che ha compilato l'una e/o l'altra scheda. La tendenza alla diminuzione della spesa per il carburante osservabile tra il 2003 e il 2004 segna una battuta d'arresto, in coincidenza con l'aumento dell'uso della macchina come mezzo di trasporto,<sup>9</sup> anche se non va sottovalutato l'effetto dei continui rincari dei prezzi alla pompa. La contrazione della spesa per mezzi pubblici riflette la flessione nel loro utilizzo, ma in misura più contenuta (-8%) almeno in parte per effetto degli aumenti dei prezzi avutisi nel settore in misura maggiore del tasso di inflazione.

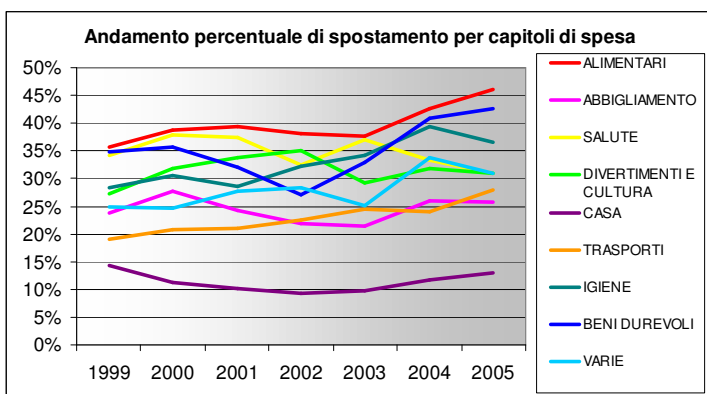
<sup>9</sup> Vedi più sopra a pag. 8.

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

Percentuale di consumo spostato\* per capitolo di spesa dal 1999 al 2005

| CAPITOLI DI SPESA      | 1999       | 2000       | 2001       | 2002       | 2003       | 2004       | 2005       | Δ 05-04     |
|------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|
| ALIMENTARI             | 36%        | 39%        | 39%        | 38%        | 38%        | 43%        | 46%        | 8,0%        |
| ABBIGLIAMENTO          | 24%        | 28%        | 24%        | 22%        | 21%        | 26%        | 26%        | -0,8%       |
| SALUTE                 | 34%        | 38%        | 38%        | 33%        | 37%        | 33%        | 31%        | -7,5%       |
| DIVERTIMENTI E CULTURA | 27%        | 32%        | 34%        | 35%        | 29%        | 32%        | 31%        | -2,8%       |
| CASA                   | 14%        | 11%        | 10%        | 9%         | 10%        | 12%        | 13%        | 11,2%       |
| TRASPORTI              | 19%        | 21%        | 21%        | 23%        | 24%        | 24%        | 28%        | 15,8%       |
| IGIENE                 | 28%        | 31%        | 29%        | 32%        | 34%        | 39%        | 37%        | -6,9%       |
| BENI DUREVOLI          | 35%        | 36%        | 32%        | 27%        | 33%        | 41%        | 43%        | 4,1%        |
| VARIE                  | 25%        | 25%        | 28%        | 28%        | 25%        | 34%        | 31%        | -8,3%       |
| <b>TOTALE</b>          | <b>27%</b> | <b>28%</b> | <b>28%</b> | <b>26%</b> | <b>27%</b> | <b>30%</b> | <b>30%</b> | <b>0,7%</b> |

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



anche regolari sono anche il capitolo Trasporti e, dal 2002, Beni durevoli. Il capitolo Varie (o Altro) dopo l'impennata del 2004 (+25,5%) probabilmente dovuta in parte alla contrazione delle spese usuali, si ridimensiona, così come minori spostamenti mostrano i capitoli Igiene e Salute.

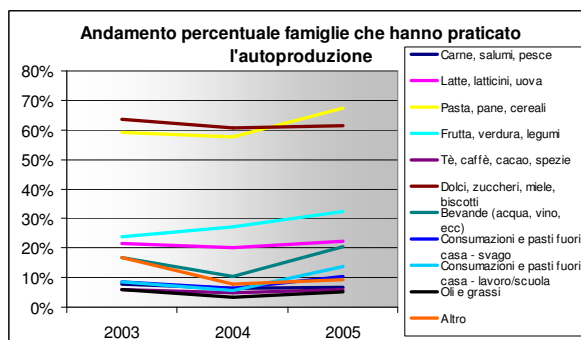
La capacità di spostamento dei propri consumi verso scelte di giustizia, dopo essersi a lungo attestata sul valore significativo del 27%, nel 2004 subisce un incremento, portandosi al 30% e restandoci anche per il 2005. È probabile, tuttavia, che parte del miglioramento sia dipeso dal fatto che nell'anno è diminuito ulteriormente 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 Trasporti (+15,8%), Casa (+11,2%), Alimentari (+8%), Abbigliamento (+17,7%) e Beni durevoli (+4,1%). Il capitolo Alimentari presenta la maggiore regolarità negli spostamenti, confermandosi quello in cui la Campagna ha ormai una tradizione consolidata, ma

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 Trasporti (+15,8%), Casa (+11,2%), Alimentari (+8%), Abbigliamento (+17,7%) e Beni durevoli (+4,1%). Il capitolo Alimentari presenta la maggiore regolarità negli spostamenti, confermandosi quello in cui la Campagna ha ormai una tradizione consolidata, ma

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

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

| Voce di spesa                                       | 2003       | 2004       | 2005       |
|---|------------|------------|------------|
| Carne, salumi, pesce                                | 8%         | 6%         | 7%         |
| Latte, latticini, uova                              | 22%        | 20%        | 22%        |
| Pasta, pane, cereali                                | 59%        | 58%        | 68%        |
| Frutta, verdura, legumi                             | 24%        | 27%        | 33%        |
| Tè, caffè, cacao, spezie                            | 6%         | 5%         | 6%         |
| Dolci, zuccheri, miele, biscotti                    | 64%        | 61%        | 62%        |
| Bevande (acqua, vino, ecc)                          | 17%        | 10%        | 21%        |
| Consumazioni e pasti fuori casa - svago             | 8%         | 6%         | 10%        |
| Consumazioni e pasti fuori casa - lavoro/scuola     | 8%         | 6%         | 14%        |
| Oli e grassi  | 6%         | 3%         | 5%         |
| Altro   | 17%        | 8%         | 9%         |
| <b>TOTALE CAPITOLO ALIMENTARI</b>                   | <b>78%</b> | <b>73%</b> | <b>80%</b> |
| N. di famiglie che hanno praticato l'autoproduzione | 130        | 91         | 94         |



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 80% delle famiglie autoproduce qualcosa in campo alimentare, con preferenza di dolci, pasta e pane, ma anche latticini, frutta e bevande in discreta quantità.

Interessante il balzo in avanti dei pasti fuori casa per lavoro/scuola. Ci piace pensare che sia dovuto alla paziente azione dei genitori volta a non far sentire i propri figli “diversi” perché, anziché rimpinzarsi di merendine, si gustano pane, marmellata o dolci fatti in casa.

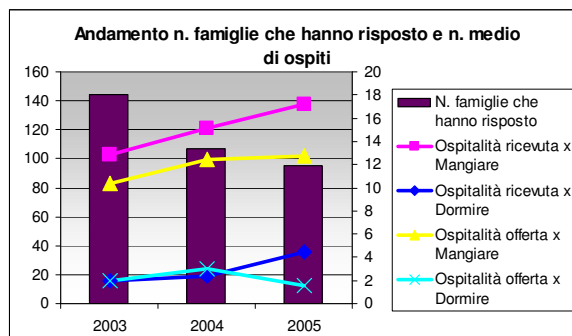
## OSPITALITA' - VIVERE CON LA PORTA APERTA

*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 2005*

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 2005, 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, con l'eccezione dell'offerta di pernottamenti. Probabilmente la circostanza si spiega, almeno in parte, con la ulteriore diminuzione che si è avuta nel numero di nuovi aderenti, che già nel 2003 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”<sup>10</sup> 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?

|                                | Ospitalità ricevuta |      |      | Ospitalità offerta |      |      |
|--------------------------------|---------------------|------|------|--------------------|------|------|
|                                | N. medio di ospiti  |      |      | N. medio di ospiti |      |      |
|                                | 2003                | 2004 | 2005 | 2003               | 2004 | 2005 |
| Mangiare                       | 12,8                | 15,1 | 17,2 | 10,4               | 12,4 | 12,7 |
| Dormire                        | 2                   | 2,4  | 4,5  | 2                  | 3    | 1,6  |
| N. famiglie che hanno risposto | 144                 | 107  | 95   | 144                | 107  | 95   |



<sup>10</sup> Disponibile per essere scaricato sul nostro sito [www.bilancidigiustizia.it](http://www.bilancidigiustizia.it).

## OBIETTIVI

Nella scheda annuale i bilanciati hanno indicato quali obiettivi sono riusciti a cambiare.

La tabella riporta la percentuale delle famiglie che hanno conseguito l'obiettivo nel 2005 o negli anni precedenti. Nella terza colonna abbiamo evidenziato la percentuale delle famiglie con non si sono poste (o non hanno consolidato) l'obiettivo.

Abbiamo evidenziato in grassetto gli obiettivi consolidati da più del 40% degli aderenti che hanno risposto, questo ci dà una indicazione su quelli che sono gli obiettivi maggiormente condivisi e perseguiti nella Campagna,

|  | Tipologia obiettivi  | Consolidato<br>prima del<br>2005 | Consolidato<br>nel 05 | Non<br>consolidato/non<br>perseguito |
|--|--|----------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| ALIMENTARI   | * <b>acquisto alimenti biologici</b>                       | <b>79%</b>                       | <b>11%</b>            | <b>10%</b>                           |
|  | * <b>acquisto alimenti c/o botteghe<br/>commercio equo</b> | <b>86%</b>                       | <b>7%</b>             | <b>7%</b>                            |
|  | * <b>acquisto alimenti di stagione</b>                     | <b>86%</b>                       | <b>10%</b>            | <b>4%</b>                            |
|  | * <b>acquisti direttamente dal<br/>produttore</b>          | <b>49%</b>                       | <b>29%</b>            | <b>22%</b>                           |
|  | * acquisti c/o circuiti no profit                          | 28%                              | 10%                   | 62%                                  |
|  | * <b>acquisti collettivi</b>                               | <b>51%</b>                       | <b>24%</b>            | <b>26%</b>                           |
|  | * <b>autoproduzione</b>                                    | <b>76%</b>                       | <b>9%</b>             | <b>16%</b>                           |
|  | * riduzione di specifici consumi                           | 46%                              | 22%                   | 32%                                  |
|  | * aumento di specifici consumi<br>alimentari               | 27%                              | 11%                   | 63%                                  |
|  | * scelta di prodotti a scarsa<br>trasformazione            | 48%                              | 8%                    | 44%                                  |
|  | * diffusione di uno stile alimentare<br>critico            | 58%                              | 12%                   | 30%                                  |
|  | * altro  | 3%                               | 0%                    | 97%                                  |
|  | ABBIGLIAMENTO  | * acquisto vestiti usati         | 16%                   | 9%                                   |
| * acquisto abbigliamento e biancheria<br>in fibre naturali |  | 28%                              | 9%                    | 63%                                  |
| * autoproduzione   |  | 18%                              | 3%                    | 80%                                  |
| * <b>riuso e scambio</b>                                   |  | <b>68%</b>                       | <b>10%</b>            | <b>23%</b>                           |
| * altro  |  | 0%                               | 1%                    | 99%                                  |
| CASA   | * <b>riduzione consumi energetici<br/>domestici</b>        | <b>57%</b>                       | <b>18%</b>            | <b>26%</b>                           |
|  | * acquisti per il risparmio energetico                     | 35%                              | 22%                   | 43%                                  |
|  | * <b>riduzione uso dei detersivi</b>                       | <b>68%</b>                       | <b>10%</b>            | <b>23%</b>                           |
|  | * <b>acquisto prodotti bio, eco, naturali</b>              | <b>69%</b>                       | <b>17%</b>            | <b>15%</b>                           |
|  | * autoproduzione   | 24%                              | 7%                    | 70%                                  |
| * altro  | 2%   | 0%                               | 98%                   |                                      |
| TRASPORTI  | * riduzione uso dell'auto (Km.)                            | 34%                              | 16%                   | 50%                                  |
|  | * aumento uso mezzi pubblici                               | 19%                              | 9%                    | 73%                                  |
|  | * aumento uso bicicletta                                   | 33%                              | 19%                   | 48%                                  |
|  | * uso carburanti a basso impatto (gpl,<br>metano,...)      | 28%                              | 10%                   | 62%                                  |
|  | * altro  | 4%                               | 1%                    | 95%                                  |
| SALUTE   | * cure con prodotti omeopatici                             | 52%                              | 10%                   | 38%                                  |
|  | * cure con prodotti naturali                               | 57%                              | 8%                    | 35%                                  |
|  | * cure con altre terapie non<br>farmacologiche             | 32%                              | 9%                    | 59%                                  |
|  | * contenimento spesa sanitaria                             | 40%                              | 6%                    | 54%                                  |
|  | * altro  | 1%                               | 2%                    | 97%                                  |

|                            | Tipologia obiettivi   | Consolidato<br>prima del<br>2005 | Consolidato<br>nel 05 | Non<br>consolidato/non<br>perseguito |
|----------------------------|---|----------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|
| SVAGO, CULTURA, FORMAZIONE | * utilizzo strutture pubbliche<br>(biblioteche...)                      | 50%                              | 13%                   | 37%                                  |
|                            | * utilizzo collettivo libri e giornali                                  | 20%                              | 7%                    | 74%                                  |
|                            | * autoproduzione giochi   | 19%                              | 2%                    | 79%                                  |
|                            | <b>* acquisto libri e riviste "stile di<br/>vita"</b>                   | <b>75%</b>                       | <b>7%</b>             | <b>19%</b>                           |
|                            | * altro   | 2%                               | 2%                    | 96%                                  |
| IGIENE                     | <b>* acquisto prodotti bio, eco,<br/>naturali</b>                       | <b>54%</b>                       | <b>21%</b>            | <b>26%</b>                           |
|                            | * autoproduzione  | 7%                               | 9%                    | 84%                                  |
|                            | * altro   | 4%                               | 2%                    | 94%                                  |
| BENI DUREVOLI              | <b>* riparazione, riutilizzo elettrodom.,<br/>arredi, bici, oggetti</b> | <b>71%</b>                       | <b>7%</b>             | <b>23%</b>                           |
|                            | * impianti per energia rinnovabile<br>(pannelli solari,...)             | 5%                               | 7%                    | 88%                                  |
|                            | * altro   | 3%                               | 3%                    | 94%                                  |
| VARIE                      | <b>* acquisto regali solidali</b>                                       | <b>75%</b>                       | <b>9%</b>             | <b>17%</b>                           |
|                            | * acquisto regali ecologici   | 32%                              | 10%                   | 58%                                  |
|                            | * autoproduzione regali   | 45%                              | 9%                    | 46%                                  |
|                            | * riduzione spese regali e feste  | 58%                              | 12%                   | 30%                                  |
|                            | * altro   | 0%                               | 2%                    | 98%                                  |
| STRAORDINARIE/PERIODICHE   | * vacanze ecocompatibili e/o solidali                                   | 30%                              | 9%                    | 61%                                  |
|                            | * scambi di ospitalità  | 19%                              | 10%                   | 72%                                  |
|                            | * altro   | 1%                               | 3%                    | 96%                                  |
| INVESTIMENTI               | <b>* sostegno gruppi e associazioni</b>                                 | <b>67%</b>                       | <b>5%</b>             | <b>28%</b>                           |
|                            | * capitale sociale e/o azioni coop. e<br>società no profit              | 46%                              | 3%                    | 51%                                  |
|                            | * depositi etici (MAG, coop. sociali,...)                               | 51%                              | 2%                    | 47%                                  |
|                            | * adozioni a distanza   | 41%                              | 1%                    | 58%                                  |
|                            | * obiezione spese militari  | 7%                               | 2%                    | 91%                                  |
|                            | * sostegno progetti cooperazione e<br>sviluppo                          | 44%                              | 3%                    | 53%                                  |
|                            |   |                                  |                       |                                      |
| BILANCI                    | <b>* registrazione delle spese</b>                                      | <b>60%</b>                       | <b>16%</b>            | <b>25%</b>                           |
|                            | * riduzione spese   | 45%                              | 8%                    | 47%                                  |
|                            | * aumento consumi spostati  | 44%                              | 16%                   | 40%                                  |
|                            | * sensibilizzazione alla Campagna                                       | 42%                              | 18%                   | 40%                                  |
|                            | <b>* confronto con altri gruppi<br/>familiari</b>                       | <b>48%</b>                       | <b>26%</b>            | <b>27%</b>                           |
|                            | * altro   | 0%                               | 4%                    | 96%                                  |
| RIFIUTI                    | <b>* riduzione imballaggi</b>   | <b>65%</b>                       | <b>12%</b>            | <b>24%</b>                           |
|                            | <b>* riduzione "usa e getta" (carta<br/>cucina, piatti plastica)</b>    | <b>78%</b>                       | <b>8%</b>             | <b>15%</b>                           |
|                            | * riuso   | 60%                              | 2%                    | 38%                                  |
|                            | <b>* raccolta differenziata</b>   | <b>93%</b>                       | <b>5%</b>             | <b>2%</b>                            |
|                            | *compostaggio domestico   | 42%                              | 3%                    | 55%                                  |
| ALTRO                      | * adesione campagne di boicottaggio                                     | 57%                              | 5%                    | 38%                                  |
|                            | <b>* riduzione utilizzo televisione</b>                                 | <b>59%</b>                       | <b>14%</b>            | <b>28%</b>                           |
|                            | * aumento occasioni conviviali con<br>amici                             | 55%                              | 15%                   | 30%                                  |
|                            | * altro   | 3%                               | 1%                    | 96%                                  |

---

Il nostro grazie a Fausto Piazza per la grafica e la stesura del Rapporto, a Maria Pia Riccio, Laura Bonaldi e Maddalena Cazzagon per l'inserimento dei dati, a Lucia Ronconi e Guido Gini per l'analisi statistica e a don Gianni Fazzini e Caterina Zanin che hanno fatto parte del gruppo di lavoro.