

Giulia Landini

# ECOLOGIA DEL RISPARMIO

Consigli pratici per risparmiare a casa  
e vivere con eco-stile



# Crescita o decrescita?



*Tutte le cose che danno un senso alla vita  
non si possono comprare.*

Robert Kennedy

## IN QUALE DIREZIONE

13

Quale sia la destinazione ultima dell'essere umano nessuno lo sa. Si sa, però, che il cammino che ha intrapreso nell'ultimo secolo, il secolo della velocità, dell'industrializzazione, del PIL e della crescita, inizia a stare stretto a molti.

Una "strada" alternativa è data dal comportamento *slow*: un modo di agire, pensare, consumare e vivere "lento", ossia pensato e, pertanto, consapevole.

Chi vive con lentezza consuma gradualmente e si domanda, innanzitutto, se un prodotto gli è necessario, da dove viene, chi lo ha pensato, chi lo ha realizzato e quale sia il suo impatto sull'uomo e sull'ambiente; si interessa della fattura di quel prodotto e soprattutto della sua durata nel tempo. Un oggetto, per essere realizzato, ha bisogno di energia: ma che rapporto c'è tra l'impiego energetico per la sua produzione e il mio bisogno di utilizzarlo?

Il consumatore *slow* si chiede se i prodotti che utilizza sono sostenibili, per la propria economia domestica, per il pianeta terra e per l'umanità che lo abita.

Considerando che viviamo in un sistema ancora dominato dalla logica della produzione a basso costo, questi antesignani del consumo sostenibile rimangono in controtendenza, acquistando con logiche totalmente contrarie al modello industriale in voga, il quale ha come unità di misura il PIL (prodotto interno lordo), che tiene in considerazione non il benessere delle persone, ma il rapporto tra merci acquistate e vendute, e non ci dice se le merci in circolazione sono utili o dannose a noi e all'ambiente. Seguendo questo modello, siamo arrivati al punto di produrre talmente tanta merce che non riusciamo più a comprarla tutta: e così si arriva alla crisi.

Nonostante si sia portati a credere che il *modus vivendi* lento sia un effetto della crisi stessa che sta attraversando il nostro sistema mondo, in realtà il germe del cambiamento è antecedente: il termine *downshifting*<sup>1</sup>, ad esempio, è stato usato per la prima volta nel 1994 dal Trends Research Institute di New York. Dopo circa dodici anni è stato acquisito dal *New Oxford Dictionary*, che ne ha fissato il valore lessicale individuandone il significato nel (libero) scambio di «una carriera economicamente soddisfacente – ma

---

1 Il termine *downshifting* definisce la scelta da parte di un lavoratore di giungere a una libera, volontaria e consapevole auto-riduzione del salario, bilanciata da un minore impegno in termini di ore dedicate alle attività professionali, in maniera tale da godere di maggior tempo libero.

evidentemente stressante –, con uno stile di vita meno faticoso e meno retribuito ma più gratificante».

A cosa mi serve lavorare tanto, guadagnare tanto, se poi non mi rimane tempo per godere di questa ricchezza, frutto del mio sudore? Meglio guadagnare meno, vivere di più e lentamente: coltivare un piccolo orto; godere della famiglia e vedere i figli crescere; dedicarsi a una passione; meditare e camminare. Insomma, riconquistare del tempo prezioso per ricongiungersi con il vero significato della vita.

Possiamo affermare, quindi, che l'essere umano stia virando, a piccoli passi, verso la costruzione di una società empatica nella quale si cerca un rapporto emozionale di partecipazione con tutti gli aspetti della vita, anche con i beni di consumo che si scelgono per la propria casa.

Un abito a poco prezzo può valere lo sfruttamento di un bambino cinese? Un ortaggio o un frutto coltivato con pesticidi e additivi chimici, i quali sottraggono, giorno dopo giorno, proprietà nutritive alla terra (che dovrebbe trasmetterli all'ortaggio medesimo), provocandone a lungo andare l'erosione, potrà mai nutrire me e la mia famiglia?

All'individuo lento non interessa circondarsi di "cose" di discutibile valore a poco prezzo: egli sceglie pochi "beni" frutto di etica, qualità, manodopera, pensiero e vigore, con i quali instaura un'empatia che scaturisce dalla storia medesima di quel bene.

Ed ecco allora il crollo di un sistema, che, per definizione, è la lenta morte di un *modus operandi*, prima che si instaurino le basi del nuovo (anche se in realtà il nuovo sistema già c'è, pazienza per chi non lo vuole vedere).

Ci sono dati e fatti incontrovertibili a testimoniare questa tendenza: vediamone alcuni.

Nei primi dieci mesi del 2012 i consumi domestici di prodotti biologici confezionati nella GDO (grande distribuzione organizzata) sono cresciuti del 5,9%, con incrementi più evidenti nel comparto dei derivati dei cereali e degli oli.

Da gennaio a ottobre 2012, rispetto al pari periodo dell'anno precedente, i consumi domestici di ortofrutta fresca e biologica sono cresciuti di quasi il 5% (+15,1% per confetture e marmellate biologiche e +18,7% per i succhi di frutta bio). Sempre sul fronte dei consumi domestici, nel periodo gennaio-ottobre 2012, i derivati dei cereali registrano un +13%, e crescono del 6% i consumi di pasta di semola (dati ISMEA<sup>2</sup>).

Secondo una ricerca condotta nel 2011 da EURISPES<sup>3</sup>, sono circa cinque milioni gli italiani vegetariani, mentre 250.000 hanno optato per una dieta vegana, escludendo dal proprio stile di vita – alimentazione, abbigliamento – latte, uova e tutti i derivati animali. La dieta vegetariana è scelta dal 7,2% delle donne e dal 5,3% degli uomini, mentre le vegane sono lo 0,5% contro lo 0,3% dei maschi; anche il 13,5% di giovanissimi, tra i diciotto e i ventiquattro anni, e addirittura il 9,3% degli over sessantacinque prediligono diete senza carne.

---

2 ISMEA: Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare ([www.ismea.it](http://www.ismea.it)).

3 EURISPES: Istituto di studi politici, economici e sociali ([www.eurispes.eu](http://www.eurispes.eu)).

CTM Altromercato<sup>4</sup>, leader nel commercio di prodotti equi e solidali, chiude il 2012 con un fatturato di 36 milioni di euro e un bilancio positivo.

Particolarmente interessante è la crescita della moda solidale Altromercato con un +8%; anche il marchio Natyr, cura della persona, chiude con un +9,1%.

Secondo quanto emerge da una ricerca condotta da Netcomm<sup>5</sup>, gli acquirenti online per il Natale 2012 salgono dal 37% del 2011 al 44% del 2012: cinque milioni di individui, quindi un utente Internet su cinque, un italiano maggiorenne su dieci e cinquecentomila individui in più rispetto alla scorsa stagione.

Gli outlet, al contrario, registrano un gradimento scarso e si aggiudicano il -13,9%.

Il Natale 2012 è stato poi protagonista di un evento particolarmente significativo, che ha avuto il suo centro divulgativo in Internet: una campagna virale, promossa via Facebook, realizzata tramite un poster dallo sfondo rosso che incitava all'acquisto di

---

4 CTM Altromercato - Commercio equo e solidale ([www.altromercato.it](http://www.altromercato.it)) è un soggetto guida che opera a livello nazionale e internazionale nella promozione e realizzazione di iniziative di economia solidale per l'autosviluppo dei popoli contadini e artigiani soprattutto del Sud del mondo.

5 Netcomm - Consorzio del commercio elettronico italiano. Ha realizzato in collaborazione con Human Highway una ricerca mirata all'analisi della propensione all'acquisto online su un campione formato da uomini e donne di età superiore ai diciotto anni, residenti sul territorio nazionale e rappresentativi della popolazione italiana, che si connettono alla rete con regolarità almeno una volta a settimana. La ricerca si è concentrata sugli ultimi tre mesi del 2012.

regali *hand-made in Italy*, ossia oggetti di piccoli artigiani italiani, pensati e fatti in Italia. Le condivisioni sono state migliaia, gli articoli usciti sul fenomeno moltissimi, con il risultato che i regali acquistati tramite web hanno incassato un +7%.

Il fatto è che in rete l'omologazione è impossibile, vi si possono trovare oggetti belli e originali, a prezzi contenuti e direttamente dal produttore. E soprattutto si può ragionare su ciò che si sta acquistando, chiedere informazioni direttamente a colui che ha realizzato l'oggetto.

Come si suol dire, i numeri non mentono.

---

18

Ma neppure i fatti, i quali dimostrano – a differenza di quanto accade per la maggior parte dei movimenti rivoluzionari che sconvolgono il modo di agire e pensare di un'epoca – che l'individuo *slow* non appartiene a un gruppo definito: ciò che gli interessa, infatti, è circondarsi di beni e persone con cui stabilire un rapporto e condividere dei principi ispirati alla creazione di un mondo sostenibile in cui il consumo di energia, sia fisica che mentale, deve avere una valida ragione d'essere. C'è chi si sente più affine al vegetarianesimo, magari per obiettivi fisici e mentali, chi al veganesimo, chi è ecologista, chi più vicino al mercato equo e solidale, chi autoproduce, chi è in *downshifting*, chi lascia il lavoro e inizia un cammino di decrescita felice, chi tenta di creare dei piccoli insediamenti locali per poter introdurre il maggior numero di persone possibile a buone pratiche ecologiche come l'orto, le energie rinnovabili, la mobilità sostenibile, l'autoproduzione.