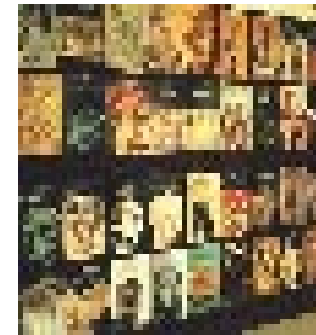


www.unesco.org
United Nations Educational
Scientific and Cultural Organization

Tel: (33 1) 45 68 10 00
Fax: (33 1) 45 67 16 90
Telex: 204461 Paris; 270602 Paris



**UNESCO Division
for the Promotion
of Quality Education**

*Education for
Sustainable Development*

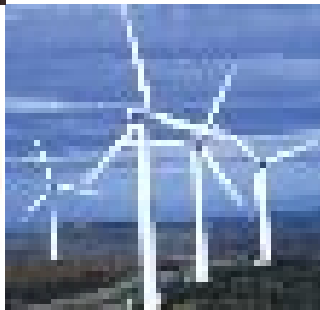
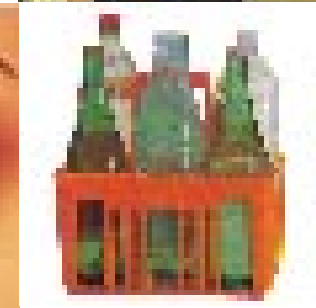
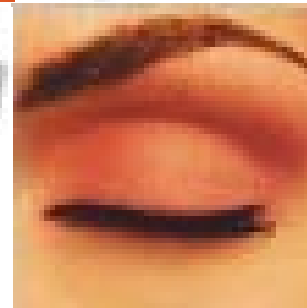
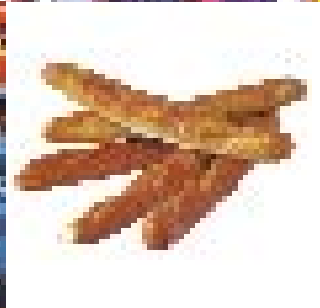
7, place de Fontenoy
75732 Paris Cedex 07
France
Tel: (+33 1) 456 810 36
Fax: (+33 1) 456 856 35
e-mail: j.heiss@unesco.org
www.unesco.org/education



arpav

**Agenzia Regionale per la
Prevenzione e Protezione
Ambientale del Veneto**

Direzione Generale
Via Matteotti, 27
35137 Padova - Italia
Tel: +39 049 8239341
Fax: +39 049 660966
e-mail: dg@arpa.veneto.it
www.arpa.veneto.it



www.youthxchange.net - verso stili di vita sostenibili

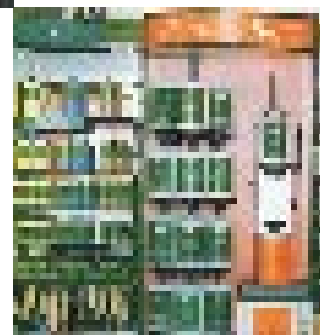
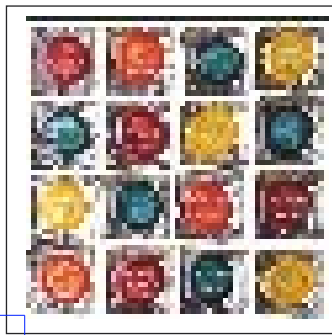
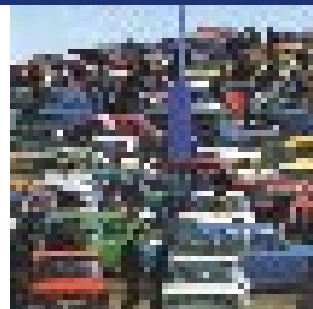
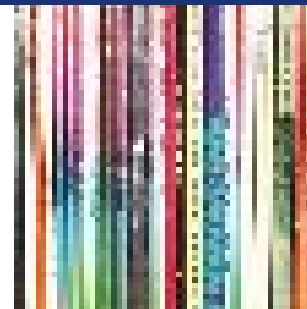
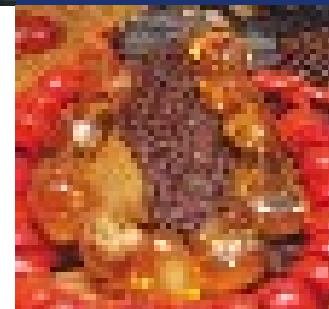
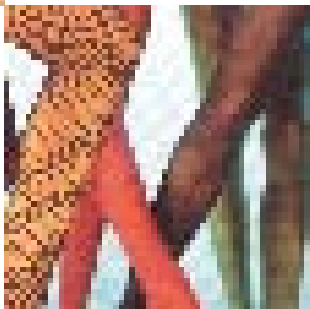
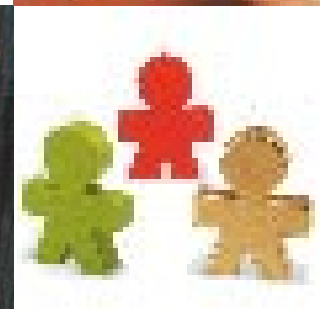
youthXchange

kit didattico sul consumo responsabile - LA GUIDA

**UNEP Division
of Technology, Industry
and Economics**

Sustainable Consumption

39-43, quai André-Citröen
75739 Paris Cedex 15
France
Tel: (+33 1) 443 714 50
Fax: (+33 1) 443 714 74
e-mail: sc@uneptie.org
www.uneptie.org/sustain



www.unep.org
United Nations Environment Programme
P.O. Box 30552 Nairobi, Kenya
Tel: (254 2) 621234
Fax: (254 2) 623927
e-mail: cpiinfo@unep.org
web: www.unep.org



Copyright © 2002 UNESCO-UNEP

Questa pubblicazione può essere riprodotta (interamente o in parte e in qualsiasi forma) sia per scopi didattici che per fini non profit senza una speciale autorizzazione da parte del titolare del copyright, purché la fonte venga chiaramente citata. UNESCO-UNEP saranno grate a quanti vogliano inviare copia di qualsiasi pubblicazione utilizzi questa guida come fonte.

Non è consentito alcun uso a fini di lucro di questa pubblicazione senza previa autorizzazione scritta da parte di UNESCO-UNEP.

Prima edizione in inglese 2002
Prima edizione in italiano 2005

Dati e materiali presentati in questa pubblicazione non costituiscono in alcun modo espressione di opinioni di qualsivoglia natura da parte di *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* e di *United Nations Environment Programme* in merito allo statuto legale di uno stato, territorio, città, area o alle rispettive autorità, o in tema di delimitazioni dei loro confini o frontiere.

Inoltre, i punti di vista espressi non rappresentano necessariamente l'opinione o la politica ufficiale di UNESCO e UNEP, né la menzione di nomi di imprese e servizi commerciali è intesa ad avvalorare dei medesimi.

Il copyright della versione italiana, realizzata da MÉTA, è di UNEP-UNESCO.

Una pubblicazione delle Nazioni Unite - versione italiana ISBN 88-504-090-7

UNESCO

La fondazione dell'UNESCO (*United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization*) risale al 1945. Il principale obiettivo dell'organizzazione è quello di contribuire alla pace e alla sicurezza nel mondo promuovendo la collaborazione tra nazioni attraverso l'educazione (intesa in senso formativo), la scienza e la cultura. Fine ultimo: il rispetto universale per la giustizia, la legge, i diritti umani e le libertà fondamentali, senza distinzioni di sesso, di razza, di lingua e religione - come affermato nella *Carta delle Nazioni Unite*.

L'UNESCO, che ha sede a Parigi, svolge le seguenti principali funzioni: - lo studio di scenari futuri (quali forme d'istruzione, scienza, cultura e comunicazione per il mondo di domani?); - la crescita, la divulgazione e la condivisione del sapere; - la standardizzazione degli strumenti a tal fine utilizzati (preparazione e adozione di strumenti internazionali e raccomandazioni stabilite dalla legge); - l'expertise, fornito agli Stati membri (sotto forma di cooperazione tecnica e di scambio di informazioni specializzate) come supporto allo sviluppo delle politiche e dei progetti locali.

Il lavoro dell'UNESCO in favore dello sviluppo sostenibile è coerente con il suo mandato multisettoriale e il suo expertise interdisciplinare, che spazia dall'educazione alle scienze naturali, alle scienze sociali, alla cultura sino alla comunicazione e all'informazione. Obiettivo: combattere la povertà e promuovere valori e principi etici a vari livelli, al fine di incidere sugli stili di vita e i comportamenti delle persone, concorrendo in tal modo a costruire un futuro sostenibile.

Per ulteriori informazioni:

UNESCO
Division for the Promotion
of Quality Education

7, place de Fontenoy
75732 Paris Cedex 07 (France)
Tel: +33 1 456 810 36
Fax: +33 1 456 856 35
e-mail: j.heiss@unesco.org
sito web: www.unesco.org

UNEP DTIE

La missione del Programma delle Nazioni Unite per l'Ambiente, Divisione Tecnologia, Industria ed Economia (UNEP DTIE - United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics) consiste nell'assistere i governi, le autorità locali e l'industria nello sviluppo e nell'adozione di politiche e pratiche che

- ▶ siano più pulite e sicure;
- ▶ implicino un uso efficiente delle risorse naturali;
- ▶ assicurino una gestione adeguata delle sostanze chimiche;

- ▶ considerino i costi ambientali;
- ▶ riducano l'inquinamento e i rischi per gli uomini e l'ambiente.

L'UNEP DTIE, la cui sede centrale si trova a Parigi, si compone di un centro direttivo e di varie unità: Centro Internazionale per l'Ambiente e la Tecnologia (Osaka); Produzione e Consumo (Parigi); Sostanze chimiche (Ginevra); Energia e Iniziativa Ozono (Parigi); Economia e Commercio (Ginevra).

Le attività di UNEP DTIE intendono stimolare la consapevolezza, incrementare la diffusione delle informazioni e aumentare le capacità, promuovere la cooperazione, il partenariato e il trasferimento delle tecnologie, migliorare la comprensione degli impatti ambientali della produzione, stimolare l'integrazione delle considerazioni ambientali all'interno delle politiche economiche e, infine, promuovere la sicurezza chimica globale.

UNEP DTIE funziona come catalizzatore nel riunire l'industria, i governi e le organizzazioni non governative allo scopo di favorire forme innovative di sviluppo industriale e di promuovere lo sviluppo sostenibile.

Per ulteriori informazioni:

UNEP DTIE
Division of Technology, Industry
and Economics

39-43, Quai André Citroën
75739 Paris Cedex 15 (France)
Tel: +33 1 443 714 50
Fax: +33 1 443 714 74
e-mail: sc@unep.fr
sito web: www.uneptie.org

Consumers International

Fondata nel 1960, Consumers International (CI) è un'organizzazione indipendente, no-profit. CI supporta, interfaccia e rappresenta gruppi di consumatori e agenzie di tutto il mondo con l'obiettivo di promuovere una società più onesta nella difesa dei diritti di tutti i consumatori, incluso quelli meno abbienti, gli emarginati e gli svantaggiati.

Nel riconoscere che, per soddisfare le esigenze dei cittadini di domani, è doveroso attuare uno spostamento verso modelli di consumo più sostenibili, CI ha contribuito allo sviluppo di YOUTHXCHANGE, fornendo dati e supporto nel controllo dei risultati.

Per ulteriori informazioni:

Consumers International

24, Highbury Crescent
London N51 RX (UK)
Tel: (+ 44 20) 722 666 63
Fax: (+ 44 20) 735 406 07
e-mail (Head Office): consint@consint.org website:
www.consumersinternational.org

MÉTA

MÉTA è un'organizzazione non governativa attiva nell'ambito della promozione dello sviluppo sostenibile attraverso i media e l'innovazione tecnologica. Si avvale di una rete di esperti della comunicazione, dell'educazione e del design specializzati in problematiche ambientali e sociali. Le attività principali dell'associazione includono la ricerca, l'organizzazione di eventi, lo sviluppo di prodotti editoriali e di campagne di comunicazione. MÉTA offre inoltre consulenze tecnico-scientifiche a organizzazioni pubbliche e private.

MÉTA ha già collaborato con UNEP DTIE per "Advertising for a Better World", un'iniziativa volta a incoraggiare un maggiore impegno dell'industria della pubblicità, degli inserzionisti (pubblici e privati) e dei mezzi di comunicazione nel promuovere il consumo sostenibile.

MÉTA è responsabile dell'ideazione generale, della ricerca e della realizzazione del progetto YOUTHXCHANGE.

Per ulteriori informazioni:

MÉTA
Media Ecology Technology
Association

87, rue Faider
1050 Brussels (Belgium)
Tel: + 32 2 537 1845
Fax: + 32 2 537 4753
e-mail: info@e-meta.net
sito web: www.e-meta.net

ARPAV

L'ARPAV è l'Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione Ambientale del Veneto. L'agenzia si occupa di tutela, controllo, recupero dell'ambiente per la promozione della salute collettiva, la riduzione degli inquinamenti e la rimozione dei fattori di rischio per l'uomo e per l'ambiente.

Tra le sue attività rientrano anche compiti di informazione, formazione ed educazione ambientale in favore di un'ampia e approfondita consapevolezza e responsabilità ambientali da parte degli operatori e dei cittadini, per giungere all'adozione di stili di vita ispirati alla prevenzione e alla sostenibilità. I giovani in particolare rappresentano soggetti privilegiati su cui far convergere attività e risorse volte a veicolare nozioni innovative sull'uso delle risorse naturali, la riduzione degli impatti e la promozione di stili di vita consapevoli.

Per ulteriori informazioni:

ARPAV
Servizio Comunicazione
ed Educazione Ambientale

Piazzale Stazione, 1
35131 Padova
Tel: +39 049 8767644
Fax: +39 049 8767682
e-mail: dsiea@arpa.veneto.it
sito web: www.arpa.veneto.it

w w w . y o u t h x c h a n g e . n e t

youthXchange

verso stili di vita più sostenibili

LA GUIDA

kit didattico sul consumo responsabile



Organizzazione
delle Nazioni Unite
per l'educazione,
la scienza
e la cultura



UNESCO e UNEP ringraziano sentitamente, per il tempo e l'energia dedicati, tutti coloro che hanno partecipato alla produzione e hanno contribuito con i loro commenti alla realizzazione de *La Guida* a YOUTHXCHANGE.

Questa pubblicazione è stata curata da MÉTA (Media, Ecology and Technology Association), UNEP *Division of Technology, Industry and Economics* (DTIE) e UNESCO *Division for the Promotion of Quality Education* (ED/PEQ/ESD), in collaborazione con Consumers International.

I collaboratori di MÉTA che hanno lavorato al progetto, sono: Patrizia Lugo Loprieno, Giovanna Massoni, Julia Hamori (concept, ricerca e progetto grafico), Judith O'Loan, Madhavi Bhatt, Peter Williams e David Gerstein (edizione in inglese). Il lavoro è stato coordinato da Isabella Marras, *Associate Programme Officer* presso UNEP-DTIE e Julia Heiss, *Programme Specialist* presso UNESCO ED/PEQ/ESD. Christine Knights e Alina Tugend di Consumers International hanno fornito consulenza e assistenza editoriale. Un ringraziamento speciale va a Bas de Leeuw, coordinatore UNEP-DTIE - *Sustainable Consumption Programme*, per il prezioso supporto dato al progetto.

Il processo di realizzazione della guida ha tenuto conto del parere di coloro che, per primi, hanno incoraggiato UNEP e UNESCO a istituire un network di informazione e di educazione sul consumo sostenibile indirizzato ai giovani: nelle prime stesure di YXC, sono stati di fondamentale apporto i commenti espressi dai **partecipanti** all'*Export Workshop on Youth, Sustainable Consumption and Lifestyles* (Parigi, 6-7 novembre 2000).

La versione italiana della guida YOUTHXCHANGE rientra nell'ambito del *Documento di Programmazione per l'Informazione, la Formazione e l'Educazione Ambientale* della **Regione Veneto** ed è stata realizzata dall'ARPAV - Agenzia Regionale per la Prevenzione e Protezione Ambientale del Veneto. Il copyright della traduzione - realizzata da MÉTA - è di UNEP-UNESCO mentre i contenuti specifici della parte italiana ("E da noi?") sono stati curati da Paola Salmaso, Paolo Bortolami e Maria Grazia Dal Prà del Servizio Comunicazione ed Educazione Ambientale dell'ARPAV in collaborazione con MÉTA.

Il Pianeta Terra sta affrontando una seria crisi globale. Lo sviluppo socio-economico ha generato una pressione insostenibile per l'ambiente. Modelli di produzione e consumo inefficienti, insieme a una distribuzione iniqua delle risorse, hanno incrementato lo storico divario tra Nord e Sud.

Si stima che, se il resto del mondo dovesse consumare come i paesi industrializzati, avremmo bisogno dell'equivalente di 4 Terre supplementari.

Nell'attuale società dei consumi, i giovani rappresentano una fascia della popolazione importante e le abitudini che sviluppano oggi influiranno in maniera decisiva sui modelli di consumo di domani. I loro comportamenti come consumatori hanno un peso crescente nel determinare mercati e stili di vita. Proprio per questo, essi meritano un'attenzione speciale. Chi meglio di loro, infatti, può svolgere un ruolo chiave nel processo di cambiamento dagli attuali modelli di consumo ad altri in linea con i principi dello sviluppo sostenibile?

Quale coscienza ambientale delle Nazioni Unite, lo *United Nations Environment Programme* (UNEP) sottolinea l'importanza e l'urgenza di un cambio di rotta dei modelli e dei comportamenti di produzione e di consumo a livello planetario.

Dal canto suo, la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO) enfatizza il ruolo svolto dall'educazione nell'indirizzare attitudini, valori e comportamenti, attraverso lo sviluppo delle capacità, dei talenti e dell'impegno necessari alla costruzione di un futuro sostenibile.

Grazie al progetto YOUTHXCHANGE, UNEP e UNESCO desiderano comunicare alle giovani generazioni la possibilità di tradurre le nostre aspirazioni per un mondo migliore in azioni che ciascuno di noi può compiere quotidianamente.

Klaus Töpfer
Direttore esecutivo UNEP



Koïchiro Matsuura
Direttore Generale UNESCO



YXC: 1'edizione italiana

REGIONE VENETO

ARPAV

Direttore Generale
Paolo Cadrobbi

Direttore Area Ricerca
e Informazione
Sandro Boato

Servizio Comunicazione
ed Educazione Ambientale
Paola Salmaso

Unità Operativa Educazione
Ambientale
*Paolo Bortolami; Anna
Gardellin; Maria Grazia Dal Prà
Wally Morello; Elena Avanzi*

Con il patrocinio
dell'Ufficio Scolastico Regionale
per il Veneto

Questo progetto si iscrive
nell'ambito delle attività previste dal
Documento di Programmazione
IN.F.E.A. "Informazione, Formazione
ed Educazione Ambientale" della
Regione Veneto - Anni 2002-2003.
Attività finanziate dall'Accordo di
Programma tra il Ministero
dell'Ambiente e della Tutela del
Territorio e la Regione Veneto.

Nel promuovere la versione italiana di YOUTHXCHANGE - la pubblicazione ha già riscosso un notevole successo in molti paesi (vedi pag. 72) - la Regione Veneto e ARPAV (cui ne è stata affidata la realizzazione) intendono fornire ai giovani un ulteriore strumento che li aiuti ad adottare nuovi e più responsabili stili di vita.

L'iniziativa si iscrive nell'ambito del *Documento di Programmazione IN.F.E.A.* della Regione Veneto per gli anni 2002 e 2003 e rappresenta un momento qualificante e un punto di partenza dal quale si darà avvio a una serie articolata di attività sul tema del consumo responsabile, rivolte in particolare agli adolescenti, con l'obiettivo di favorire il rafforzamento delle politiche di sviluppo, di informazione ed educazione ambientale all'interno della regione.

L'ARPAV è stata quindi autorizzata da UNEP/UNESCO a tradurre la pubblicazione in lingua italiana, integrandola e adattandola alla realtà nazionale e regionale, evidenziando iniziative che riconoscano la necessità di un'etica individuale e collettiva e facciano propri i principi condivisi a livello internazionale sullo sviluppo sostenibile.

La pubblicazione è inserita nel progetto "Ribelli per Natura" che ARPAV sta avviando nelle scuole del Veneto per favorire riflessioni, approfondimenti e iniziative sul consumo sostenibile.

Consumare in modo sostenibile non implica necessariamente rifiutare i consumi *tout court* (cosa peraltro impossibile), significa invece consumare diversamente, o, come ARPAV suggerisce in una campagna di comunicazione avviata nell'autunno 2004, consumare 'quanto basta' alle proprie effettive necessità.

YOUTHXCHANGE si rivolge ai giovani (ma non solo) che, con le loro scelte e comportamenti, saranno in grado di condizionare i futuri modelli di produzione e consumo, e cerca di rispondere alla loro domanda di un'informazione chiara e accessibile, con l'obiettivo di rafforzarne il ruolo di cittadini responsabili e impegnati nel migliorare la qualità della vita e l'ambiente.

Paolo Cadrobbi
Direttore Generale ARPAV

I punti di vista espressi nella presente pubblicazione non rappresentano necessariamente l'opinione o la politica ufficiale di ARPAV, né la menzione di nomi di imprese e servizi commerciali è intesa ad avvallo dei medesimi.



Ribelli x natura è un progetto di ARPAV rivolto ai giovani per sensibilizzarli al consumo responsabile e allo sviluppo sostenibile.

La versione italiana di youthxchange si inserisce in questo ampio progetto nel quale si fa riferimento alla fisiologica 'ribellione' che interessa il periodo adolescenziale e in cui l'individuo si contrappone al modello dell'adulto per affermare la propria identità, spesso attivando comportamenti contrari a quelli comuni per puro spirito di contrapposizione.

L'idea alla base del progetto è quella di sfruttare questa 'naturale' ribellione, trasformandola in azioni 'pro natura' e cioè in comportamenti che vadano a favore dell'ambiente, inteso nelle sue molteplici valenze e interconnessioni.

Si tratta, in un certo senso, di offrire ai giovani una provocazione che sia in grado di attivare un'acquisizione di maggiore **consapevolezza** e senso di **responsabilità** nei confronti dell'ambiente, stimolando comportamenti più critici e propositivi.

La strada è quella del dialogo con le nuove generazioni che chiedono un'**informazione** chiara e accessibile sul significato di espressioni come 'sviluppo sostenibile' o 'consumo sostenibile/responsabile' e del nesso che esiste tra comportamenti individuali, conseguenze sull'ambiente e sulla società. Si pone l'accento sul fatto che le **scelte individuali**, anche dei giovani stessi, sono in grado di influenzare produzioni e consumi di beni.

Vi è l'ambizione e la speranza che il senso di responsabilità e il rispetto verso gli altri e l'ambiente, e di conseguenza l'orientamento dei propri comportamenti nei consumi, diventino 'contagiosi', possano cioè attivare un processo naturale di passaggio di **conoscenze**, di **emozioni** e di **esperienze** da parte di alcuni membri di un gruppo ad altri membri di pari *status*, in questo caso proprio i giovani, applicando i principi per i quali i programmi di "*life skills*" e "*peer education*" hanno già trovato applicazione per altre tematiche.

ARPAV:
ribelli per
natura





Indice

08 Introduzione al Consumo Sostenibile

Il concetto di CS; Fattore 4 e fattore 10;
Strumenti per cambiare

10 Il progetto YXC

I giovani nel mondo; Il ruolo
dell'informazione; Iniziative
UNEP/UNESCO per i giovani e il CS

12 *E da noi?*

13 Verso nuovi stili di vita

CS: una problematica complessa; Fatti &
cifre; Le principali sfide

15 *E da noi?*

16 Star bene

Le crisi alimentari; Più informazione;
Come ridurre le sostanze chimiche?
Città: non è aria!

20 *E da noi?*

21 Spostarsi

Mobilità; Emissioni di CO₂; L'auto-
dipendenza

23 *E da noi?*

24 Partire

Turismo di massa: che impatto!; Vacanze
sostenibili

26 *E da noi?*

28 Ridurre i rifiuti

Produzione: fatti & cifre; Ecodesign; 5R
piene di virtù

33 *E da noi?*

35 Ottimizzare le energie

Consumo: fatti & cifre; Energie
rinnovabili; Risparmio energetico

38 *E da noi?*

39 Occhio al tempo!

Cambiamenti climatici; Buco dell'ozono;
Fatti & cifre

42 *E da noi?*

43 Non c'è acqua da perdere...

Consumo: fatti & cifre; Gap tra Nord &
Sud: una questione critica

46 *E da noi?*

48 Paga il giusto!

Lavoro minorile; Diritto all'istruzione;
Condizioni di lavoro, pari opportunità,
diritti umani

53 *E da noi?*

54 Vivi e lascia vivere

Sperimentazione e crudeltà sugli animali;
Biodiversità; Specie in pericolo

58 *E da noi?*

59 Passa all'azione

Globalizzazione, Scelte informate,
Consumatori all'erta; Investimenti etici

63 *E da noi?*

50 Alla scoperta del villaggio globale

Educazione ai media; Impatto della
pubblicità; I tuoi diritti e i tuoi doveri;
Idoli & audience

67 *E da noi?*

68 Networking: istruzioni per l'uso

Perché Internet?; In rete per apprendere;
www.youthxchange.net: il nostro sito

70 Fonti

Siti web, libri, ecc. citati nella guida

72 YXC nel mondo...

Una babele virtuosa; Elenco delle
traduzioni; Lavori in corso



Introduzione al consumo sostenibile

Nel seguito del testo, verrà indicato con la sigla CS.

Tale definizione, ancor oggi ampiamente condivisa, è tratta dal Rapporto Brundtland della Commissione Mondiale per l'Ambiente e lo Sviluppo (Gro Harlem Brundtland et al., Il futuro di noi tutti, Milano, Bompiani, 1988).

Con il concetto di Consumo Sostenibile s'intende la ricerca di **soluzioni** per ridurre gli squilibri - sociali e ambientali - attraverso un comportamento più responsabile da parte di tutti noi. In particolare, il CS riguarda la **produzione**, la **distribuzione**, l'**utilizzo** e lo **smaltimento** dei prodotti e dei servizi, considerati lungo il loro intero ciclo di vita. Lo scopo è rispondere ai bisogni di base dell'intera comunità globale, riducendo gli eccessi ed evitando danni all'ambiente.

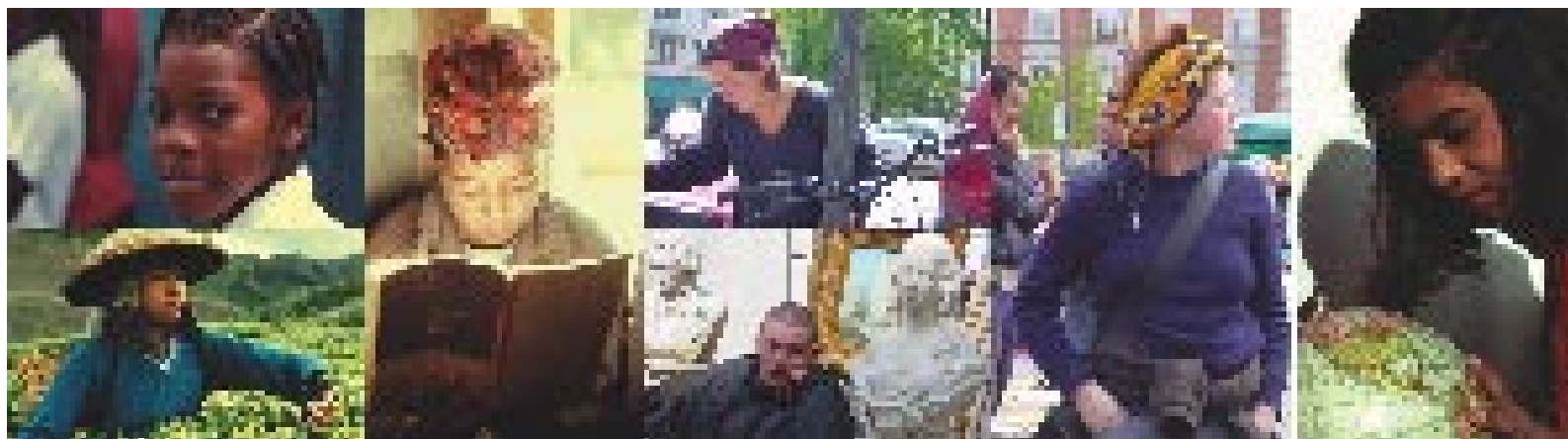
Il CS è un elemento integrante dello sviluppo sostenibile. Ma che cosa s'intende per 'sviluppo sostenibile'?

"Uno sviluppo in grado di soddisfare i bisogni delle generazioni attuali senza compromettere la capacità delle generazioni future di soddisfare, a loro volta, i propri."

Fornire **strumenti per cambiare** è precisa responsabilità dei governi, delle istituzioni, delle ONG (organizzazioni non governative) e delle imprese. Tuttavia, il ruolo del cittadino/consumatore globale è essenziale nel sollecitare questi attori ad agire il più velocemente possibile e nel migliore dei modi.

A tale scopo, due agenzie delle Nazioni Unite - **UNESCO** e **UNEP** - si stanno impegnando sinergicamente per sensibilizzare i **giovani** circa le opportunità offerte da stili di vita più sostenibili, fornendo loro gli strumenti per attuare un cambiamento, a cominciare dalle loro abitudini quotidiane.

Tutte le definizioni di CS mettono in luce il fatto che consumare **meno** rappresenta spesso, ma non sempre, una priorità. La vera sfida consiste, infatti, in un consumo **diverso** e più **efficiente**. In molti casi, in realtà, ciò di cui abbiamo bisogno è ridistribuire le opportunità di consumo tra tutti.



Oltre 2 miliardi di persone nel mondo necessitano di maggiori risorse, soltanto per sopravvivere:

"Molte persone avrebbero bisogno di consumare di più per sopravvivere; molte altre invece dovrebbero semplicemente fare scelte più responsabili. Alla fine, ciò potrebbe tradursi per tutti in un minore fabbisogno di risorse, meno emissioni, meno rifiuti pur sopperendo ai bisogni e ai desideri della popolazione globale."

UNEP, *Youth and Sustainable Consumption*, Nairobi/Parigi, ottobre 1999.

Un modo di affrontare il problema ci viene suggerito dai concetti di 'Fattore 4' e 'Fattore 10'. Essi ci dimostrano che nei prossimi decenni, globalmente, dovremmo essere in grado di vivere due volte meglio utilizzando appena la metà delle nostre preziose risorse (F4). Nei paesi industrializzati, invece, dovremmo lavorare, di qui al 2050, per incrementare la capacità produttiva utilizzando 1/10 delle risorse (F10). Se vogliamo rendere l'accesso alle risorse più durevole e più equo per tutti, dunque, i modelli di produzione e di consumo devono diventare molto più efficienti.

Ernst von Weisäcker, Amory B. Lovins and L. Hunter Lovins, *Fattore 4. Come ridurre l'impatto ambientale moltiplicando per quattro l'efficienza della produzione*, Milano, Edizioni Ambiente, 1998; www.factor10-institute.org

Il concetto di CS è complesso ed è spesso difficile definirne il significato esatto!
Per saperne di più:

www.uneptie.org/sustain
www.unesco.org/education

Gran parte delle sue definizioni condividono i seguenti punti:

- ▶ soddisfare i bisogni umani primari;
- ▶ favorire una buona qualità della vita mediante standard di vita adeguati;
- ▶ giungere a una più equa distribuzione delle risorse tra ricchi e poveri;
- ▶ agire con riguardo alle generazioni future;
- ▶ tenere presente l'impatto 'dalla culla alla tomba' di ogni prodotto o servizio utilizzato;
- ▶ minimizzare l'uso delle risorse, i rifiuti e l'inquinamento.

Fonte: Teaching and Learning for a sustainable future - a multimedia professional development programme, UNESCO 2001.

Il progetto YXC



IS THE FUTURE YOURS?

(Il futuro è vostro?) Nel 2000, UNEP e UNESCO hanno intervistato 10.000 giovani (tra i 18 e i 25 anni) con l'obiettivo di aprire un dibattito circa:

- ▶ il livello di **consapevolezza** e di interesse per il CS;
- ▶ il grado di **impegno** a favore della sostenibilità;
- ▶ la visione del futuro e il **ruolo potenziale** dei giovani come leader nello sviluppo di modelli di consumo più responsabili.

Quanto ai propri modelli di consumo, i giovani mostrano un atteggiamento ambivalente. In particolare, gli intervistati:

- ▶ attribuiscono maggiore preoccupazione per il futuro a: ambiente, diritti umani e salute;
- ▶ sono consapevoli dell'impatto ambientale generato dall'utilizzo e dallo smaltimento di prodotti, ma non quello conseguente al loro comportamento d'acquisto;
- ▶ per migliorare il mondo, generalmente preferiscono l'azione individuale a quella collettiva.

Alla luce dei risultati dell'inchiesta, UNEP e UNESCO hanno dedotto che fra i giovani esiste il bisogno di un'informazione affidabile, chiara e accessibile sul significato e le sfide del CS.

[www.uneptie.org/pc/youth_survey; <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001242/124238e.pdf>]

Secondo l'UNFPA (United Nations Population Fund) entro il 2050 si registrerà un incremento della popolazione mondiale superiore al 40%. In altre parole, il numero complessivo degli abitanti su questo pianeta raggiungerà gli 8,9 miliardi. La quasi totalità di tale crescita interesserà verosimilmente i paesi in via di sviluppo.

Tale fenomeno comporterà una **pressione immensa** sulle risorse naturali, la biodiversità e l'equilibrio biologico del pianeta, la nostra unica casa. Dobbiamo cambiare il modo di considerare le nostre risorse e, ancor più, il modo di utilizzarle. Promuovere il CS è oggi, dunque, più che mai **imperativo**.

Metà della popolazione mondiale ha un'età media inferiore ai 20 anni e il 90% dei giovani vive in paesi in via di sviluppo. Nell'economia globale, i giovani sono una componente fondamentale: essi saranno i veri **protagonisti** e costituiranno il **motore del cambiamento** nel prossimo futuro. E l'energia, l'entusiasmo e la creatività proprie dei giovani sono elementi essenziali per determinare un decisivo cambio di rotta.

Questa guida e il sito web a essa correlato sono **strumenti** disegnati **ad hoc** per gli educatori, le associazioni giovanili e le ONG che intendano avvicinare i giovani ai temi del CS e consentire loro di passare **dalla teoria alla pratica**. Come?

Innanzitutto, facendo loro prendere coscienza di quanto sia importante cosa e come **produciamo e consumiamo**. Ma per far ciò, noi - in quanto consumatori - abbiamo bisogno:

- ▶ di **informazioni** precise;
- ▶ di un facile accesso a **prodotti e servizi sostenibili**;
- ▶ e, di conseguenza, di adeguate **infrastrutture**.

Per tale motivo e per rendere più familiare ai giovani il concetto di CS, YXC utilizza un approccio alla tematica esteso ed esaustivo. Per esempio, sebbene argomenti come il mangiare sano, il mercato del sesso o la conoscenza dei media non sempre siano considerati in stretta relazione con il CS, YXC li analizza come **fattori significativi** nello sviluppo della consapevolezza del consumatore. Utilizzando **informazioni accessibili, esempi concreti e un linguaggio chiaro e accattivante**, YXC fornisce **fatti & cifre** sui vari aspetti del consumo.

S'intende così mettere in luce le **connessioni** tra fattori culturali, geografici e inter-generazionali. In particolare, YOUTHXCHANGE sottolinea il legame diretto tra CS e qualità della vita, tra utilizzo efficiente delle risorse (sia umane che naturali), riduzione dei rifiuti, ecc. e questioni d'ordine etico - come lavoro minorile, crudeltà verso gli animali, commercio equo e solidale, giustizia e pace.



I destinatari della guida sono i giovani che vivono nelle città, che hanno accesso a diverse fonti d'informazione e condividono modelli di consumo simili. Ma, naturalmente, chiunque si colleghi a Internet può partecipare a questa iniziativa:

www.youthxchange.net

Sfogliando la guida, si avrà modo di trovare riferimenti a pagine specifiche di YOUTHXCHANGE online (per ora, solo in inglese). L'ultimo capitolo fornisce una breve descrizione del sito web **sezione per sezione**, evidenziandone non solo la natura interattiva, ma anche le potenzialità didattiche.

The World's Youth 2000,
Population Reference Bureau:
www.prb.org

Dei 6 miliardi della popolazione mondiale, **oltre un quarto** - 1,7 miliardi di persone - ha un'età compresa tra i 10 e i 24 anni. E' il numero più elevato di persone in attesa di entrare nell'età adulta mai registrato prima. L'80% degli individui appartenenti a questa fascia d'età vive nei paesi meno sviluppati, dove rappresenta - rispetto al resto della popolazione - una percentuale sensibilmente più elevata di quella dei paesi più avanzati.

Popolazione età 10- 24 anni
(milioni-% del totale)

Mondo nel 2000	1,663	27
Avanzati		20,2
In via di sviluppo	1,423	29
Africa	256	33
Asia	1,031	28
Nord America	64	21
America Latina	155	30
Oceania	7	24
Europa	149	21

E da noi?

Popolazione età 10- 24 anni
(milioni-% del totale)

Italia	9	16,3
Veneto	0,6	14,8

Le cifre sono state arrotondate.
Fonte: ISTAT, Annuario Statistico 2001.

E da noi?



QB: consumo quanto basta! È il titolo di una campagna di comunicazione integrata (manifesti, spot tv, cinema, radio) avviata da ARPAV e rivolta ai cittadini del Veneto. L'iniziativa invita a riconsiderare il concetto di 'frugalità', inteso come riconoscimento della necessità di riorientare gli attuali modelli di comportamento e consumo di ciascun individuo verso una logica di ecosostenibilità. In altre parole, ripensare i nostri comportamenti quotidiani al fine di contenere gli sprechi. Lo spreco in questo contesto non investe l'aspetto economico, ma l'uso incontrollato di risorse naturali. Insomma, "meno è meglio": a cominciare dalla comunicazione. La campagna, infatti, non si serve di immagini patinate, di colori o di musiche accattivanti per catturare l'attenzione dei cittadini, ma solo dell'essenziale: una voce alla radio, poche parole per i manifesti, una vecchia macchina da scrivere per gli spot. [www.arpa.veneto.it/home/htm/campagna_cqb.asp]

Centri di educazione al consumo consapevole L'iniziativa accoglie l'invito della Commissione Europea che, riconosciuto il ruolo fondamentale della scuola ai fini dell'educazione al consumo, auspica "una formazione specifica del consumatore... fin dai primi anni scolastici". Istituiti da Unicoop in tutta la Toscana, questi centri sono nati grazie alla sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra Ministero dell'Istruzione e cooperative dei consumatori. Gestiti da un'equipe di operatori (tra cui figurano dietologi, animatori, pedagogisti), essi operano in rete favorendo la creazione e lo scambio di materiali, strumenti formativi, proposte didattiche.

I laboratori proposti alle scuole nascono proprio per sollecitare negli studenti atteggiamenti di consumo critico e responsabile, che tengano conto della qualità delle merci, del confronto dei contenuti e delle funzioni dei prodotti, delle etichette, della tutela della nostra salute e dell'ambiente, del rapporto economico tra Nord e Sud del mondo. "Consumi e Alimentazione", "Consumi e Ambiente", "Consumi e Comunicazione", "Consumi e Mondialità", sono le aree tematiche in cui si declinano le animazioni. Diversificate per cicli scolastici, possono essere inserite nei programmi curriculari dei vari ordini di scuola anche in forma interdisciplinare. Per informazioni: www.coopfrenze.it/conscons.dir/coop_scuola.asp.

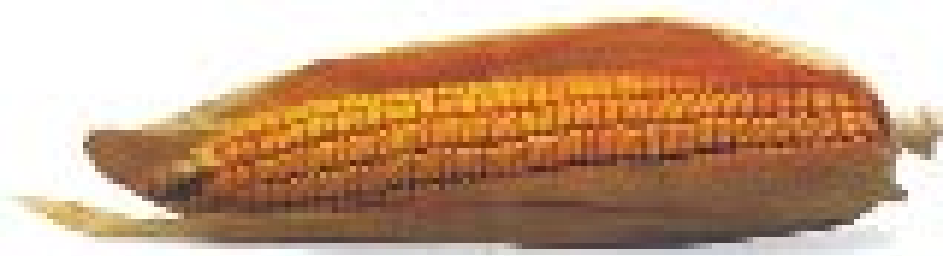
Che cosa significa esattamente per noi - come individui - 'sostenibilità' ? Che cosa dobbiamo fare per diventare più responsabili? Abbiamo bisogno di comportarci tutti allo stesso modo? Che cosa dovremmo fare innanzitutto, salvaguardare l'ambiente o sconfiggere la povertà? Cos'è più importante, la nostra salute o quella della Terra? Come usano dire i nostri nonni, le domande difficili non hanno mai risposte facili...

Il CS è un concetto in continua evoluzione e le soluzioni sono di rado o bianco o nero. Ciononostante, vi sono alcuni elementi di base che possono esserci utili per definire il quadro generale: quella che segue è una panoramica sugli argomenti e le sfide sollevati da questa tematica.

Se perseveriamo nei nostri modelli di consumo, il futuro non sarà brillante. Al momento attuale, le stime mostrano che ogni anno il nostro pianeta sta perdendo un'area di terreno fertile pari alla dimensione dell'Irlanda, come conseguenza del sovra-pascolo e della deforestazione. Per quanto ancora potremo continuare così?

Più danneggiamo l'ambiente, più mettiamo a rischio noi stessi e le generazioni future. La salute del pianeta è la nostra salute. Ogni giorno si estinguono decine di specie animali e vegetali. Quante in una settimana, in un mese, in un anno? Gli scienziati sostengono che nelle piante risiede la chiave per la scoperta di rimedi a molte malattie. Di conseguenza la perdita di una singola specie, non solo è causa di danni irreparabili all'ecosistema, ma rappresenta un'occasione persa per il nostro sviluppo futuro.

L'impronta ecologica media di ciascun abitante del pianeta è di 2,3 ettari (1 ha equivale alle dimensioni di un campo da calcio). Un cittadino italiano occupa una superficie pari a 8 campi di calcio, un cittadino americano arriva a 'invadere' 18 campi di calcio, al contrario di un cittadino eritreo che occupa solamente 0,35 ha, metà campo di calcio. Questi dati rendono evidente come la distribuzione del consumo sia decisamente disequilibrata.



Verso nuovi stili di vita

"I consumatori sono sempre più interessati al 'mondo che sta dietro' al prodotto che acquistano. A parte il prezzo e la qualità, vogliono sapere come e quando e da chi è stata prodotta la merce."

[Klaus Töpfer,
Direttore generale UNEP]

www.gm-uncd.org

Processi che privano la terra di sostanze nutritive vitali e la rendono sterile.

L'impronta ecologica misura l'impatto umano sulla natura, ovvero la superficie necessaria per produrre un bene, per utilizzarlo e per smaltirlo. In altre parole definisce la quantità di risorse naturali (espressa in ettari/pro capite/anno) che utilizziamo. [Fonte: Redefining Progress, 2004 Footprint of Nations, www.earthday.net]

Mathis Wackernagel, direttore dell'istituto statunitense Redefining Progress e ideatore del metodo dell'impronta ecologica.

Un confronto tra 'priorità' ben diverse...

Per esempio, quanto costerebbe assicurare a tutti sul pianeta... e quanto invece spendiamo per...

☞ **istruzione elementare** (\$6 miliardi) → cosmetici negli USA (\$8 miliardi)

☞ **acqua e misure igieniche** (\$9 miliardi) → gelati in Europa (\$11 miliardi)

☞ **assistenza sanitaria e provvigioni alimentari di base** (\$13 miliardi) → cibo per animali domestici in Europa e USA (\$17 miliardi)

☞ **parto sicuro e assistito** per tutte le donne (\$12 miliardi) → profumi in Europa e USA (\$12 miliardi)

Fonte: Human Development Report 1998, "Consumption for human development" [www.undp.org/hdro/1998/98.htm]

Senza considerare le cause di tale squilibrio.

Fonte: www.utne.com/web_special/web_special/archives/articles /693-1.html

14

Fonte: Davide Paolini, "Il cibo rifiutato? Una risorsa per chi ha fame", Il Sole 24 Ore, 16 febbraio 2003.

Lo spreco utile, ovvero come "trasformare lo spreco in risorsa con i last minute market - food & book". Questo libro racconta di come un professore universitario (Andrea Segrè, docente di Economia agroalimentare all'Università di Bologna) e un gruppo di laureati, analizzando lo spreco nei suoi aspetti economici, sociali e ambientali, siano riusciti ad attivare un sistema virtuoso che recupera gli 'scarti' facendoli arrivare direttamente sulla tavola dei più bisognosi.

Le imprese alimentari, dagli ipermercati ai bar, risparmiano sui costi dello smaltimento, gli enti assistenziali ricevono cibo gratuitamente mentre tutti noi viviamo in un ambiente più sano. Su queste basi nasce il 'cibo della solidarietà', un progetto davvero innovativo sia per l'Italia che per l'estero. Per saperne di più, leggi: Andrea Segrè, Lo spreco utile, Edizioni Pendragon, 2004.

1/4 del nostro pianeta può essere considerato produttivo: dunque ogni abitante della Terra può contare su **1,8 ha** di territorio bioprodotto e su questo dobbiamo fare i conti. Invece il tenore dei consumi è molto più alto. Abbiamo bisogno di **un anno e tre mesi** per rigenerare quello che abbiamo consumato in un anno. Se usassimo solo le produzioni 'in eccesso' (in pratica, l'interesse) potremmo parlare di sviluppo sostenibile, invece, con la pesca intensiva, l'aumento delle emissioni, il taglio delle foreste, noi intacchiamo il capitale naturale. È come se riscaldassimo la nostra casa bruciando i mobili!

Nel mondo, il **20%** della popolazione più ricca consuma circa il **75%** delle risorse naturali del pianeta. Rifletti: gli Stati Uniti rappresentano il **6%** della popolazione del pianeta, ma consumano ben il **30%** delle sue risorse.

Il patrimonio dei **225 individui più ricchi** del mondo equivale al reddito annuo della fascia più bassa, rappresentata dal 47% della popolazione mondiale, ovvero oltre **2,5 miliardi** di persone.

A proposito di distribuzione, molte persone pensano che il pianeta non stia producendo abbastanza per sfamare tutta la sua popolazione. **Sbagliato**. Una **distribuzione iniqua** è la ragione principale per cui oggi al mondo esistono ancora **800 milioni** di persone sottoalimentate.

In crudele contrasto con questo dato, uno studio recente del governo statunitense ha rilevato che oltre **¼ del cibo prodotto in America** non viene mangiato. E in Europa le cose non vanno molto meglio: in **Italia**, per esempio, **80.600 tonnellate** di cibo ancora commestibile (per un valore di circa 240 milioni di euro) viene scartato ogni anno dai circa 520 ipermercati sparsi per il territorio. Un altro dato sorprendente: il **63%** dei rifiuti di questo cibo è ancora utilizzabile per l'alimentazione umana, il **32%** per quella animale; solo il **5%** è rifiuto vero e proprio.

I fatti sottolineano, dunque, come il CS non riguardi solo la salvaguardia dell'ambiente, ma sia un concetto volto a promuovere una qualità di vita dignitosa per ciascuno di noi.

Interessati o non interessati al consumo sostenibile? L'indagine "Il futuro è nelle tue mani?", condotta in 24 paesi da UNEP, ANPA (oggi APAT) e RISMES, ha coinvolto anche l'Italia. I giovani italiani (18-25 anni) mostrano una grande consapevolezza dell'impatto ambientale prodotto dai rifiuti e dal traffico, si dichiarano meno coscienti invece per quanto riguarda quello relativo alle abitudini alimentari e all'abbigliamento.

Quanto al **Veneto**, un'indagine ARPAV condotta nel 2004 tra 1500 studenti evidenzia che il 74% di essi usa i mezzi pubblici per gli spostamenti di studio, ma per uscire con gli amici il 54% preferisce il mezzo privato. L'80% sa che i rifiuti vanno separati e il 67% ha un'elevata conoscenza delle problematiche ambientali, ma solo 1 ragazzo su 4 dichiara di adottare nella quotidianità comportamenti sostenibili.



"Cambieresti?" - acronimo di consumi, ambiente, risparmio energetico e stili di vita - è un progetto promosso dal Comune di Venezia, in collaborazione con Enel, Italgas, Vesta, Actv, Asm, Provincia di Venezia, e svariati enti pubblici e privati. Obiettivo: ridurre le spese e migliorare la qualità della vita. Dal febbraio 2005 per dieci mesi, mille famiglie volontarie di Mestre e Venezia saranno coinvolte nel progetto: la prima fase prevede la creazione di una rete di produttori, prestatori d'opera, fornitori di servizi e distributori, accomunati dall'impegno alla tutela e valorizzazione del territorio locale. Nella seconda, sarà offerto alle famiglie un paniere di beni e servizi per un consumo consapevole, immediatamente praticabile. [www.ambiente.venezia.it]

Vado al massimo ... e a impatto zero! Lifegate in collaborazione con il Politecnico di Losanna e alcune università italiane ha elaborato il progetto "Impatto Zero" per calcolare le emissioni di anidride carbonica (responsabile dell'effetto serra) di persone, attività, prodotti, aziende, e compensare le stesse riqualificando e tutelando foreste in crescita. Due esempi: Marco Melandri, pilota in Moto GP e Vasco Rossi, famosa rockstar. Le emissioni di CO₂ prodotte rispettivamente in gara e nei concerti, vengono compensate producendo ossigeno, cioè finanziando la piantumazione di alberi. Il 'Blasco a Impatto Zero' significa 124.290 mq di foresta tropicale tutelata in Costa Rica, nella riserva Karen Mogensen, cioè una superficie pari a circa 25 stadi di calcio pieni di alberi capaci di assorbire la CO₂ ! [www.lifegate.it]

E da noi?

*Risultato analogo a quello riscontrato in altri paesi.
Cfr. BOX pag. 10.*

Complementare a tale iniziativa, ricordiamo "Stilinfo", lo sportello di informazione e formazione per nuovi stili di vita, istituito dal Comune di Venezia in Campo Manin.

Star bene

"Niente è più importante dell'aria che respiriamo, sia fredda che calda, sia per un falco che per un uomo."

[Jack Nicholson, attore]

Encefalopatia spongiforme bovina.

Organismi Geneticamente Modificati (OGM): sul tema, è in corso un dibattito acceso e controverso. Le organizzazioni dei consumatori spingono perché si adottino comunque il principio di precauzione.[www.foodbiotech.org]

Vedi pag. 14.

Naturalmente, prima di diffondere qualsiasi informazione circa i possibili effetti collaterali, è necessario attendere i risultati della ricerca.

Salute è ricchezza, così recita un antico detto, e un numero crescente di persone sta optando per stili di vita più salutari. Preoccuparsi della propria salute significa preoccuparsi anche per lo stato di salute dell'ambiente: migliorare il proprio stile di vita dovrebbe dunque tramutarsi in un bene tanto per noi stessi che per il pianeta.

Il cibo è un elemento di raccordo fondamentale tra le due cose. Oggi, molti scelgono alimenti più sani, prodotti con metodi che danneggino il meno possibile l'ecosistema e che non prevedano maltrattamenti sugli animali. Inoltre, per evitare cattive sorprese, pretendono cibo sicuro.

L'avvicinarsi di una serie di crisi alimentari - 'mucca pazza' (BSE), afta epizootica, pollo alla diossina - ha fatto sì che in questi ultimi tempi produttori e commercianti dimostrino un acceso interesse verso prodotti certificati (biologici, non provenienti da allevamenti intensivi, privi di OGM...).

I consumatori, da parte loro, stanno incominciando a sostenere i punti vendita che evitano lo spreco di prodotti alimentari. Inoltre, sempre più di frequente, richiedono maggiori informazioni sui prodotti in vendita: questa scatola di pelati contiene OGM? La carne che intendo acquistare proviene da bestiame che ha subito trattamenti agli ormoni? È, dunque, una questione di scelta: ad alcune persone non interessa che il cibo contenga o non contenga OGM ma, giustamente, pretendono un'informazione sufficiente e chiara che consenta loro acquisti consapevoli.





Piccoli passi

Cerca di nutrirti in modo sano: più **alimenti freschi** e meno **alimenti conservati** (= meno additivi).

- ☞ Preferisci alimenti **biologici**, carni e uova prodotte in allevamenti **non intensivi**.
- ☞ Prediligi prodotti **stagionali** e **locali**.
- ☞ Richiedi al tuo negoziante la presenza di **etichette** che informino con chiarezza sul cibo che acquisti e leggile con attenzione.
- ☞ Assumi **integratori** alimentari solo se ne hai veramente bisogno. Preferisci quelli prodotti con **ingredienti naturali**.
- ☞ Informati circa i **'numeri E'**, che indicano la colorazione e il gusto artificiale degli alimenti.

Esiste una campagna promossa dal Sustainable Agriculture Food and Environment Alliance che invita a fare attenzione al 'chilometraggio dei cibi': il trasporto costituisce, infatti, una voce importante nel bilancio ambientale di un prodotto. [www.sustainweb.org/chain_m_index.asp]

Per saperne di più sui numeri E: www.altroconsumo.it/map/show/10511/src/21651.htm

Alimentarsi con cibo biologico o essere vegetariani è questione personale di stile di vita. Produrre proteine animali, comunque, comporta sempre un consumo di risorse naturali assai più elevato rispetto al produrre una porzione equivalente di nutrienti vegetali. Seguire una dieta equilibrata con un consumo moderato di carne e un buon apporto di frutta e verdura, aiuta dunque a conservare il pianeta.

Fonte: Warren Leon, The Consumer's Guide to Effective Environmental Choices, Three Rivers Press, 1999.



La campagna GODO. L'AIAB (Associazione italiana per l'agricoltura biologica) e Greenpeace Italia, in collaborazione con la Rete dei gruppi di acquisto solidali (GAS), hanno lanciato una campagna intitolata "GODO - Gruppi d'Offerta e Domanda Organizzata", volta alla creazione di una rete nazionale per la vendita diretta. I produttori biologici si sono da sempre orientati verso un rapporto diretto con i consumatori. La vendita diretta è vista non solo come occasione commerciale, ma soprattutto per garantire la qualità, accorciare il ciclo del prodotto, rispondere al desiderio del consumatore di sapere cosa mangia e da chi viene coltivato, trasformato e/o allevato un certo prodotto. Per maggiori informazioni: www.aiab.it



Sostanze chimiche: quella sporca dozzina è giunta alla fine!

Il processo per giungere a una rigida normativa giuridica internazionale in grado di eliminare le emissioni di sostanze inquinanti persistenti (POPs) è giunto a un primo risultato concreto nel maggio 2001 (Convenzione di Stoccolma). I rappresentanti di circa 120 governi hanno deciso di mettere al bando una prima 'sporca dozzina' di sostanze chimiche tossiche, tra cui DDT, PCB e diossine. Solo nel febbraio 2004, la ratifica della Francia ha consentito di raggiungere il quorum per l'entrata in vigore della Convenzione.

Per un ulteriore approfondimento sui POPs e il ruolo dell'UNEP nella campagna a favore di questo accordo:
www.chem.unep.ch



J Piccoli passi

Vi sono alcuni accorgimenti che puoi adottare per ridurre l'uso di **sostanze chimiche**:

- F Informati a fondo sui prodotti per la **pulizia**, gli articoli per la **toilette personale** e i **cosmetici**: su ciò che contengono e su cosa possono comportare per te e per l'ambiente.
- F Utilizza il più possibile prodotti **eco-compatibili e cruelty-free** e impiegane sempre una quantità minima (in generale, un po' meno di quanto consigliato).
- F Evita di lavare i **vestiti** quando non è necessario.
- F Lava con cura la frutta e la verdura con acqua e bicarbonato in modo da rimuovere i microrganismi dannosi e i **residui chimici** e di terra rimasti sulla superficie.
- F Evita l'abuso di **farmaci** e attieniti ai **dosaggi** prescritti dal tuo medico.
- F Riordina l'armadietto dei **medicinali** e smaltisci i farmaci scaduti negli appositi contenitori. In alcuni paesi, inoltre, le farmacie si occupano di raccogliere i prodotti ancora validi (ma per te superflui) da destinare alle persone che ne hanno bisogno.

Non testati sugli animali.

Per maggiori informazioni:
www.pmac.net

J Piccoli passi

Possiamo tutti cercare di **mantenerci in forma**, contribuendo al contempo a non inquinare l'aria:

- F Quando puoi scegliere, **cammina** attraverso un parco piuttosto che lungo una strada principale.
- F **Smetti di fumare** o moderati.
- F **Arieggia** regolarmente la casa: migliorerai il tuo benessere e la qualità degli ambienti in cui vivi.

'Star bene' dipende anche dai prodotti detergenti che usiamo quotidianamente per l'igiene personale e per la pulizia degli ambienti in cui viviamo. Le **sostanze chimiche** in essi contenute, se disperse nell'ambiente, possono essere **molto inquinanti** e, assai spesso, si degradano in tempi molto lunghi.

Sostanze chimiche pericolose sono presenti anche nell'**aria** che respiriamo. Entro il 2030, per la prima volta, metropoli e **centri urbani** registreranno una percentuale maggiore di abitanti rispetto alle campagne. Nel contempo, l'inquinamento atmosferico è divenuto una costante della vita in città. La cattiva qualità dell'aria genera effetti visibilmente negativi sulla salute sia nei paesi industrializzati che in quelli in via di sviluppo. L'inquinamento atmosferico, infatti, ha provocato un netto incremento delle persone affette da **asma e allergie**. In alcuni casi estremi, chi soffre d'asma spesso è costretto a rimanere chiuso in casa.



"Casa verde casa - come tenere libera la casa dalle sostanze chimiche", articolo apparso su La Nuova Ecologia (aprile 1992, p. 18-31).

UN-Habitat, State of the World's Cities, 2004/2005
[www.unhabitat.org]



L'impatto dell'inquinamento atmosferico sulla salute dei cittadini è allarmante...

Alcuni studi, per esempio, lo citano come causa nella sola città di Londra di 1 infarto su 50. [Fonte: <http://news.bbc.co.uk>]

In India, nei centri maggiori come Delhi e Bombay, respirarne l'aria equivale a fumare 10-20 sigarette al giorno.

Nella sola Delhi, ogni anno muoiono 7.500 persone per malattie respiratorie. [Fonte: World Bank, 1991-92]

E da noi?

Fonte: Censis, Benessere e Salute, secondo gli italiani, 2001.

Fonte: Osservatorio Consumi, La spesa domestica per i prodotti biologici confezionati nel 2002, ISMEA, 2003.

Reso obbligatorio dall'art. 59 della Finanziaria 2000.

Fonte: 34° Rapporto Censis, www.istitutosanti.org/censis.htm

Fonte: www.lanuovaecologia.it/consumi/sicurezza_alimentare/3038.php

Secondo una recente indagine, tra i giovani italiani i modi più diffusi per **mantenersi in forma** sono lo sport, le vacanze e brevi viaggi nel corso dell'anno. Ma anche un'alimentazione sana, sicura e informata gioca un ruolo prioritario: la scelta di **prodotti biologici** nel 2002 è stata pari a 301 milioni di euro, con Nord-Ovest in testa, seguito da Nord-Est (21,3%), Centro (15%) e Sud (13,1%). Il passaggio al biologico nelle **mense** ospedaliere e scolastiche incentiverà ulteriormente il settore.

Per quanto riguarda la **sicurezza alimentare**, la percentuale di popolazione che si oppone ai cibi geneticamente manipolati è del 51%. Inoltre, è in continuo aumento l'utenza vegetariana/vegana: il 5% secondo gli ultimi dati Eurispes, mentre un numero sempre maggiore di persone consuma carne con minore frequenza. In generale, cresce la consapevolezza nell'acquisto degli alimenti e l'importanza data alla **tracciabilità** del prodotto. L'etichetta è oggi letta con grande attenzione dalla maggior parte dei consumatori, consci del nesso tra sicurezza alimentare e metodi d'allevamento e lavorazione dei cibi.

Ma 'star bene' significa anche abitare in **edifici sani** (pensiamo soprattutto all'inquinamento 'indoor', causato tra l'altro da materiali da costruzione e vernici tossiche), e in città più verdi (con un occhio alla prevenzione delle allergie!).

Il bosco del respiro è il nome di una nuova area verde realizzata dal comune di Treviso: il progetto di riforestazione urbana interessa una superficie di 24.500 m² nei quali sono stati piantati 200 alberi adulti e 2000 piantine forestali.

Il parco, che risponde a intenti medico-riabilitativi, ricreativi e didattici, presenta una particolarità di grande interesse per tutti coloro (e sono sempre più numerosi) che soffrono di fastidiose allergie respiratorie: tutte le specie piantumate sono state selezionate in base alla totale innocuità dei pollini.

[www.comune.treviso.it/pdf/relazione-bosco-del-respiro-24-5-2004.pdf]

Svelénati! L'antidoto sei tu! Negli ultimi cinquant'anni, l'uomo ha immesso nell'ambiente circa 80 mila nuove sostanze chimiche. Questi composti sono una delle innovazioni dell'era moderna, ma i rischi che comportano per la nostra salute e quella degli animali sono altissimi. Nel 2001, la Commissione Europea ha pubblicato un nuovo insieme di norme per la registrazione, la valutazione e l'autorizzazione delle sostanze chimiche (REACH). Il WWF, sostenendo con forza la proposta di legge dell'UE, ne sollecita ora l'approvazione attraverso una nuova campagna internazionale, "Detox". A tale proposito, in Italia, nel novembre 2004, si è svolta una 'settimana di informazione', dal titolo "Svelénati! L'antidoto sei tu". L'iniziativa, patrocinata dal Segretariato Sociale RAI, ha inteso sensibilizzare l'opinione pubblica circa i rischi derivati dalla presenza di sostanze chimiche nocive nell'ambiente e nei prodotti di uso quotidiano, come cibo, bevande, arredamenti, cosmetici e giocattoli. Obiettivo immediato del WWF: la sottoscrizione di una petizione 'on line' destinata al Parlamento Europeo, affinché adotti e consolidi la normativa ancora in discussione. [www.wwf.it/svelenati]

La Casa Ecologica è una rete di cooperative, creata per diffondere una cultura dell'edilizia attenta all'ambiente. Sostenuta da organizzazioni come l'Istituto Nazionale di Bioarchitettura, Legambiente e Banca Etica, l'associazione è stata promossa da Federabitazione, non nuova a iniziative incentrate sul sistema cooperativo come chiave di sviluppo dell'edilizia ecocompatibile. In occasione del suo 50° anniversario, Federabitazione ha presentato i risultati di un'interessante indagine sulle condizioni abitative delle famiglie italiane condotta dal Censis, su un campione rappresentativo di 1.500 famiglie. Questi i risultati: 1 famiglia su 6 dichiara di desiderare una casa ad elevata qualità ambientale, il 30% non è soddisfatto dell'isolamento termico e acustico delle proprie abitazioni e il 40% risente del problema delle barriere architettoniche. [www.federabitazione.confcooperative.it]



Spostarsi

"E' il trasporto che farà o non farà la sostenibilità di una città."

[Richard Rogers, architetto]

Traffico a Taipei,
Tomorrow magazine, n. 2-1991,

Anche la lunghezza media dei
tragitti ha subito un incremento
(4 volte pro capite!):
www.wbcsdmobility.org

La mobilità è da sempre una questione centrale e un settore dell'attività umana in costante mutamento e perfezionamento. Andando indietro nei secoli, abbiamo assistito al moltiplicarsi di mezzi di trasporto, alla loro crescita in dimensioni, potenza e, ovviamente, in velocità. Il progresso tuttavia ha un suo prezzo.

Secondo alcuni dati diffusi dalla *World Bank*, nel 2010 vi saranno **816 milioni** di veicoli motorizzati in tutto il mondo (rispetto ai **580 milioni** nel 1990). In Europa negli ultimi 25 anni, la densità di auto è raddoppiata raggiungendo nel 2000 le **469 unità ogni 1.000 abitanti**: una cifra considerevole anche se ancora lontana dalle **771 unità** registrate negli USA. Senza contare la Cina che, sino agli anni '90 registrava il parco-macchine più modesto al mondo - 3 auto ogni 10.000 abitanti -, e che oggi sta rapidamente recuperando il gap.

Nel mondo, circa il **20%** della popolazione globale, distribuita soprattutto nelle aree più ricche, possiede l'**80%** degli autoveicoli esistenti. Nel 2000, vi erano più macchine in una sola area urbana degli Stati Uniti - la grande Los Angeles - che complessivamente in India, Cina, Indonesia, Pakistan e Bangladesh.

Problemi supplementari: un po' ovunque, l'inquinamento dei centri urbani è giunto a livelli critici, rendendo la vita impossibile a milioni di individui. Le strade sono seriamente congestionate dal traffico: si stima che gli

Fonte: World Bank - comunicato
N. 96/68S, 1996

Nel 2000, i tre Stati
Membri con la densità di auto più
elevata erano: Lussemburgo, Italia
e Germania (con, rispettivamente,
616, 563 e 522 auto ogni 1.000
abitanti). [<http://europa.eu.int/comm/eurostat>]

Caroline Clayton, Dirty Planet,
Livewire Books, Londra 2000.

Vedi anche European Local
Transport Information Service,
guida interattiva alle politiche
comunitarie relative al trasporto
[www.eltis.org/it]

automobilisti a Bangkok restino bloccati nel traffico in media per un totale di 44 giorni all'anno.

[www.environmentaldefense.org;
www.corpwatch.org]

Oggi, solo negli USA le auto e i veicoli da trasporto leggero emettono più di 300 milioni di tonnellate di CO₂, equivalenti al 20% delle emissioni di CO₂ di quel paese e al 5% di quelle mondiali. Inoltre, le riserve dei carburanti tradizionalmente utilizzati - come la benzina - non sono inesauribili.

Ibid Clayton, op. cit. p. 16.
Queste sono esattamente le
condizioni nelle quali l'uso di un
veicolo è meno efficiente.

L'auto-dipendenza ci ha resi tutti pigri: circa 1 su 3 dei tragitti inferiori agli 8 Km viene percorso in auto. Certo, l'autoveicolo è indubbiamente essenziale nella vita moderna, ma un suo uso più responsabile ci farebbe vivere in città più pulite, più sane e più sicure.

I brevi tragitti, infatti, incrementano - e di molto - i livelli d'inquinamento: una corsa in macchina di 5 km produce emissioni per passeggero 10 volte più di un autobus e 25 più di un treno.

J Piccoli passi

Traffico congestionato, aria inquinata, rumore... le nostre città stanno diventando sempre più invivibili. Cosa possiamo fare?

F Cammina, vai in bicicletta o usa i pattini. La bicicletta è il mezzo di trasporto a più alto tasso d'efficienza energetica - l'80% della forza del ciclista viene trasformata in moto. È veloce e ci mantiene in forma!

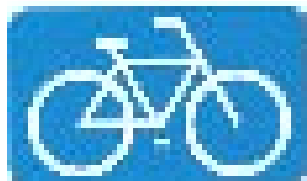
F Prendi i mezzi pubblici: sarai meno stressato, risparmierai soldi e potrai leggere il giornale. Inoltre, scoprirai il piacere di considerare gli altri non più come avversari, ma compagni di viaggio.

F Guida con attenzione. Evita accelerazioni e frenate improvvise. Una guida aggressiva porta un consumo nettamente più elevato di carburante (30%), incrementa il tasso d'inquinamento e la probabilità di incidenti. Spegni il motore, se l'attesa supera i 30 secondi. Non esitare a lungo prima di cambiare marcia.

F Acquista veicoli motorizzati 'verdi' e pratica una corretta **manutenzione**. Prima dell'acquisto, verifica l'efficienza energetica dell'auto, del motorino o della bicicletta.

F Se hai bisogno di un'auto solo in determinati periodi, prendila in affitto.

F Serviti di organizzazioni di **car share/car pool** appena puoi. Il **car sharing** offre la possibilità a più persone di usufruire di uno stesso veicolo, mentre il **car pool** prevede una o più automobili a disposizione di un gruppo di persone, che si organizzano per la condivisione del veicolo. Entrambe le alternative contribuiscono a ridurre il traffico stradale, a risparmiare carburante e ad abbassare il tasso d'inquinamento. Inoltre, riducono nettamente il consumo energetico e i costi fissi di un'auto.



Dal 1° gennaio 2005 entra in vigore in Italia la norma europea sulla concentrazione di veleni presenti nell'aria. Essa riguarda l'anidride solforosa (SO₂), il monossido di carbonio (CO), ma soprattutto le Pm10, meglio note come polveri sottili. E l'Italia, con le sue 580 auto ogni 1.000 abitanti (seconda solo al Lussemburgo, che ne registra circa 620) dovrà prendere drastici provvedimenti per rispettare questo tetto: innanzitutto, migliorando il sistema del trasporto pubblico (con un tasso del 33%, gli italiani risultano essere i più insoddisfatti d'Europa). E allora... non ci resta che pedalare!

La produzione mondiale di biciclette è da record (oltre 100 milioni di bici prodotte a fine 2002), ma le infrastrutture in Italia non sono ancora all'altezza della media europea. Secondo Legambiente, le città con più piste ciclabili sono Torino e Modena (75 km), Ferrara e Reggio Emilia (50 km). Un occhio al Nord Europa dà la dimensione del nostro ritardo: Copenhagen, per esempio, con un'estensione doppia rispetto a Torino (ma un numero di abitanti simile), ha ben 400 km di piste!

Pedali e binari Su progetto della Federazione italiana amici della bicicletta (FIAB), Trenitalia ha istituito una formula a sostegno del trasporto integrato bici-treno, che consente di viaggiare con la bicicletta al seguito sull'80% dei treni regionali e interregionali (contrassegnati dall'apposito simbolo nell'orario ufficiale) al costo di 3,50 €.

Questa iniziativa di trasporto intermodale è un segnale incoraggiante per una mobilità alternativa, rispettosa dell'ambiente e non inquinante e si accompagna ad altri interventi, come l'apertura di parcheggi per le bici nelle aree delle stazioni e da molte altre esperienze realizzate in accordo con gli enti locali. Per promuovere e sollecitare l'utilizzo di tale formula, il 12 aprile 2004 si è svolta la quarta giornata nazionale "Bicintreno": in quest'occasione, le biciclette hanno potuto viaggiare gratuitamente sui treni della Divisione Trasporto Regionale di Trenitalia abilitati al servizio. [www.trenitalia.it]

Movimenti di Massa critica "Un nuovo modo di vivere nelle nostre città inquinate. Per costruire una nuova rivoluzione nel sistema dei trasporti non hai null'altro da fare che prendere la bici e unirti a noi": questo è l'invito che i sostenitori nostrani di uno dei più vivaci fenomeni internazionali degli ultimi anni, Critical mass, rivolgono al pubblico attraverso il loro sito.

Il movimento, fondato nel 1992 a San Francisco, si è diffuso a macchia d'olio in tutto il mondo, conquistando più di 100 città in almeno 14 paesi. A cadenza regolare, un numero crescente di persone, attivisti o simpatizzanti della bicicletta, si ritrovano in punti precisi della città e invadono pacificamente le strade, rivendicando l'utilizzo di mezzi alternativi all'automobile per contrastare l'incremento di traffico, inquinamento e patologie connesse.

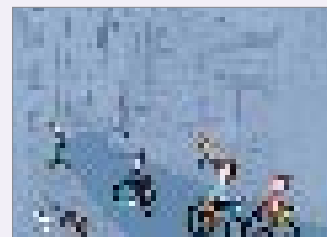
Priva di qualsivoglia struttura gerarchica, Critical Mass viene declinata nei singoli paesi con modalità diverse. In Italia, Milano è stata la prima città a istituire un regolare evento Massa Critica, con cadenza settimanale. L'appuntamento veneto è a Padova ogni terzo venerdì del mese in piazza Capitanato. [www.inventati.org/criticalmass e www.critical-mass.org]

E da noi?

Il cui valore massimo - fissato dall'UE - sarà di 40 microgrammi per metro cubo.

Fonte: Il Venerdì di Repubblica, n. 866, 22 ottobre 2004.

ARPAV e FIAB hanno pubblicato un manuale a fumetti, rivolto ai ragazzi, per sensibilizzarli all'uso della bicicletta nel contesto urbano, evidenziando lungo un tracciato casa-centro città, le azioni 'virtuose' e i comportamenti sbagliati di tutti gli utenti della strada (pedoni, ciclisti, motociclisti, automobilisti).



Per un approfondimento, ti consigliamo la lettura del libro di Chris Carlsson (il fondatore del movimento), recentemente pubblicato in italiano. [Chris Carlsson, Critical Mass, Nuova Serie Feltrinelli, Milano, 2004]

Partire

"Non vi sono passeggeri sulla navicella spaziale Terra: facciamo tutti parte dell'equipaggio."

[Marshall McLuhan,
sociologo]

Turismo sostenibile:
vuoi saperne di più?
www.ecotourism.org
www.ecoturismo-italia.it
www.greenglobe21.com
www.green-travel.org
www.responsibletravel.com
www.sierraclub.org

"Corallo sì o corallo no? È mia la scelta." Le barriere coralline rappresentano la grande attrazione di molte zone costiere. L'UNEP fornisce informazioni su come visitare queste meraviglie nel rispetto del loro habitat.
[www.unepie.org/pc/tourism]

Il turismo rappresenta oltre il 10% dell'attività economica mondiale e offre impiego diretto o indiretto a più di 200 milioni di persone. Per maggiori dettagli consultare: www.unepie.org/pc/tourism/sust-tourism; www.world-tourism.org; www.wttc.org

24 La tragedia dell'11 settembre a New York ha provocato un'improvvisa flessione nel numero di passeggeri aerei. Il fenomeno, tuttavia, non sembra avere ridotto globalmente in modo significativo l'impatto ambientale dei nostri viaggi.



Il termine mobilità indica qualcosa di più del semplice 'spostarsi'. Significa anche partire, viaggiare, scoprire altri luoghi per motivi di studio, lavoro o piacere. Ma esistono scelte più sostenibili di altre? Ecco qualche spunto di riflessione...

Il turismo ha un forte impatto sul nostro pianeta e rappresenta una delle industrie più diffuse al mondo. Secondo la *World Tourism Organisation*, nel 2010 gli arrivi dei voli internazionali raggiungeranno circa il miliardo (contro i 500 milioni del 1993).

Il turismo di massa genera un serio danno ambientale. Alcune stime predicono che, entro 10-20 anni, metà della distruzione annua dello strato di ozono potrebbe essere causata dal traffico aereo. Certo, non tutto il traffico aereo è imputabile al turismo, ma chi viaggia per piacere contribuisce in modo sostanziale al problema.

L'inquinamento atmosferico, il degrado del suolo e dell'acqua sono fenomeni particolarmente allarmanti nelle zone costiere, a causa del loro frequente sovrasfruttamento. Ma più semplicemente, cosa dire del turista irresponsabile che trasforma angoli di paradiso terrestre in depositi d'immondizia?!

J Piccoli passi

Vi sono molti modi per ridurre il nostro impatto come turisti, per esempio...

- F** Scegli formule di viaggio che sostengono l'**economia locale** e che non richiedono un eccessivo sfruttamento delle risorse ambientali e sociali del paese ospite.
- F** Non sprecare né **acqua** né **energia**! Evita di usare agenti inquinanti, come i detergenti, in ruscelli o sorgenti.
- F** Non abbandonare i **rifiuti**, soprattutto quelli non degradabili. In assenza di contenitori appositi, riponili nel tuo zaino e smaltiscili correttamente appena puoi.
- F** Le **piante** dovrebbero esser lasciate prosperare nel loro habitat naturale. Ricordati che portare via talee, semi e radici è illegale in molte parti del mondo.
- F** Quando è possibile, acquista souvenir di **produzione locale**.
- F** Rispetta le **leggi** del territorio. Trovandosi in terre tribali, i turisti dovrebbero comportarsi come se entrassero in una proprietà privata.
- F** Cerca di **informarti** a fondo sul paese che stai per visitare: ti aiuterà a rispettare la cultura locale e ti aprirà molte porte. Ricorda che, in molti paesi, vestiti ampi e leggeri sono preferibili ad abiti attillati.

Dunque, come raccomanda l'*American Sierra Club*... cattura solo immagini e abbi cura di lasciare dietro a te solo le tue orme!

Esistono **alternative**? Sì. Oggigiorno, vi è un forte incremento nell'offerta di **vacanze sostenibili** e di turismo alternativo (campi per la conservazione e il restauro, progetti di volontariato, di insegnamento all'estero, ecc.). Basta guardare su Internet: troverai centinaia di idee, ma fai attenzione perché alcuni siti promuovono pacchetti non poi così sostenibili come dichiarano!

Alla ricerca di qualcosa di più rilassante? Nessun problema. La sostenibilità può anche essere protagonista di vacanze convenzionali. Scegli con cura hotel, bed & breakfast e campeggi: prediligi quelli che ti sembrano più affidabili nel promuovere e nel rispettare l'**economia**, l'**ambiente** e la **cultura locali**.

Un segnale positivo è che il turismo sostenibile o etico sta guadagnando popolarità. Qui sopra, vi sono alcuni **consigli utili** per le tue vacanze. La lista può sembrare un po' lunga, ma quando si viaggia i tuoi sforzi e la tua attenzione devono raddoppiare: non solo stai recandoti in un paese dove la cultura spesso non ti è familiare, ma soprattutto entri in casa di altri... comportati, dunque, da ospite educato e premuroso.

Vacanze con il fiore

all'occhiello Dal maggio del 2003, anche i turisti possono scegliere il marchio di qualità Ecolabel dell'Unione Europea. La margherita diventata simbolo di rispetto dell'ambiente, sarà messa bene in vista nelle hall di alberghi, bed & breakfast e ostelli che rispettano alcuni standard ambientali. Per ottenere ed esporre il marchio, albergatori e affini dovranno dimostrare di essere in regola con una serie di criteri ambientali piuttosto restrittivi. [www.apat.gov.it]

UNEP Tour Operator

Initiative UNEP, in collaborazione con WTO (World Tourism Organisation) e UNESCO, ha dato vita a un'iniziativa che coinvolge un numero crescente di tour operator di tutto il mondo. Obiettivo: coniugare il piacere del viaggio con la sostenibilità. Tra gli aderenti:

- Premier Tours (Sud Africa) progetta itinerari, che contribuiscono attivamente alla conservazione dei siti turistici.
 - Studiosus (Germania) traduce il proprio impegno per lo sviluppo sostenibile in una politica dei trasporti adeguata: a cominciare dagli incentivi per chi preferisce il treno all'aereo o all'automobile.
- [www.toinitiative.org]

E da noi?

Fonte: www.censis.it/277/372/4977/5101/5102/5105/content.ASP

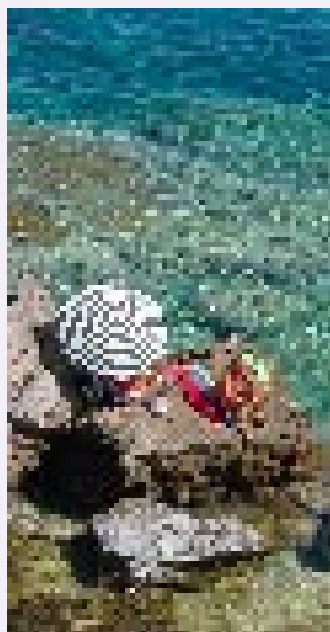
Nel 2003, gli italiani hanno effettuato 94 milioni e 685 mila viaggi, di questi oltre l'84,6% per motivi di vacanza. Il mezzo di trasporto più utilizzato resta l'auto (65,7% dei viaggi), seguono l'aereo (13,8%) e il treno (9,6%). Quanto ai tipi di alloggio, si fa un maggior ricorso a strutture collettive: villaggi vacanza, campeggi, agriturismo (nella penisola vi sono ormai ben 12.000 unità di accoglienza rurale).

Fonte: ISTAT, Il turismo nel 2003, www.istat.it

L'84,6% dei viaggi effettuati dagli italiani nel 2003 ha avuto come destinazione una località interna (l'8% ha privilegiato siti d'arte: in testa Toscana, Lazio, Emilia-Romagna, Lombardia e Veneto), mentre il restante 15,4% ha scelto un paese straniero. Tra le località europee, la Francia è in cima alla classifica, seguita da Spagna, Germania e Grecia. Tra le destinazioni extra-europee più gettonate vi sono Egitto (5%) e Stati Uniti (2,6%).

Fonte: Il mercato dell'Ecoturismo in Italia, a cura di Ecobilancio Italia, www.ecobilancioitalia.it

Accanto al turismo tradizionale di massa, anche in Italia si sta affermando una tipologia di viaggio attenta ai valori di sviluppo e valorizzazione ambientale e sociale: il turismo sostenibile o **ecoturismo**, il cui giro d'affari viene stimato intorno al 2% del mercato turistico globale. Una vacanza di questo tipo risulta costare in media il 27% in meno di una tradizionale in alta stagione e il 7% in meno in bassa stagione. Non a caso, il 55% degli ecoturisti italiani sono giovani.



www.legambienteturismo.it è un strumento on line promosso da Legambiente, che coniuga il già noto impegno dell'associazione per la tutela del patrimonio naturale e culturale con specifici servizi per il turismo sostenibile. Legambiente Turismo intende, infatti, fornire informazioni a quanti desiderino promuovere e praticare un turismo a basso impatto ambientale e a stretto contatto con la natura. Oltre a proposte per vacanze in campi volontari o suggerimenti per destinazioni di particolare interesse naturalistico, il sito pubblica un elenco selezionato di alberghi, campeggi e altre strutture ricettive, contrassegnati dal logo dell'organizzazione. Questo riconoscimento viene assegnato alle strutture risultate idonee al controllo annuale dell'associazione, secondo i parametri della VISIT Association (il consorzio europeo di cui Legambiente fa parte) e dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (WTO).

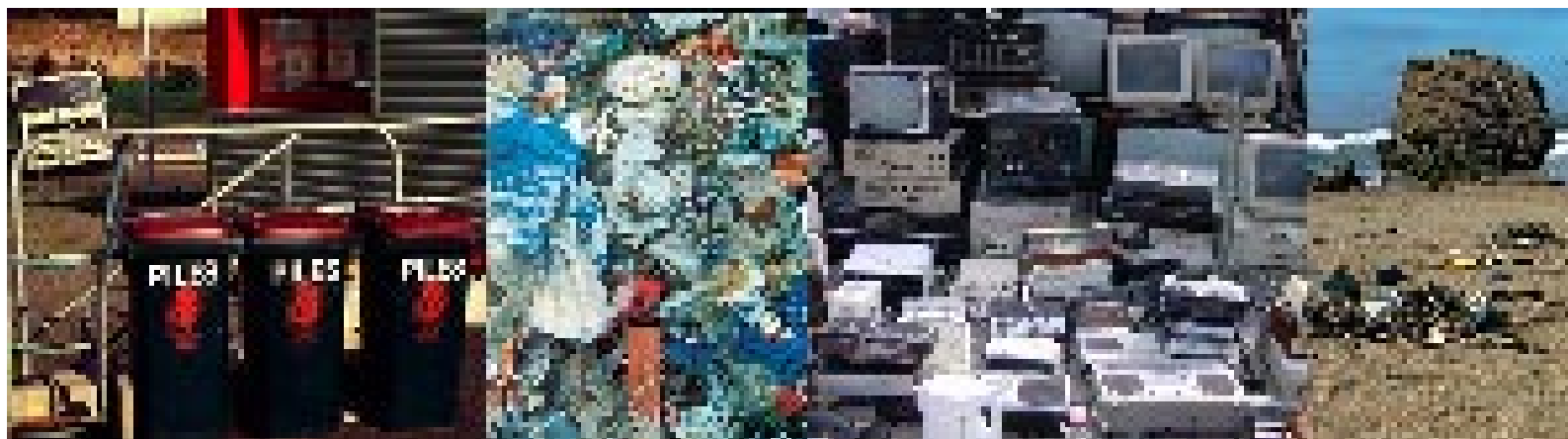
Campeggi certificati I campeggi che aderiscono al "Manifesto Turistico Qualità Ambiente Veneto 2000" si sono impegnati a tutelare l'ambiente, aderendo alle procedure per l'ottenimento della certificazione ISO 14001 e sottoponendosi, di conseguenza, all'adempimento di 70 requisiti ambientali stabiliti dal regolamento. Tra questi: il risparmio energetico, la riduzione del traffico motorizzato, una corretta gestione dei rifiuti e del consumo idrico. Il Manifesto attribuisce inoltre grande importanza al coinvolgimento del turista, che deve essere informato in merito agli aspetti naturalistici locali, ai luoghi di interesse all'esterno della struttura, alle regole e agli obiettivi riguardanti la gestione dei rifiuti, l'uso dei detersivi, il risparmio energetico e il corretto utilizzo dell'acqua. I campeggi che partecipano a questa iniziativa sono sottoposti al giudizio di un comitato ispettivo, composto da esponenti di fama internazionale, che organizza e valuta le verifiche ambientali stagionali. [www.qualitycamping.com/ita/index.htm]

Turismo sostenibile: nero su bianco Emanata nella Conferenza Internazionale sul Turismo Sostenibile svoltasi nel capoluogo emiliano nel 2001, la Carta di Rimini indica le azioni specifiche che istituzioni locali e associazioni si sono impegnate a concretizzare, al fine di promuovere nuovi stili di vita e di frequentazione del territorio. Obiettivo: la sostenibilità ambientale e sociale delle attività turistiche. Questo importante accordo internazionale stabilisce misure per: - coordinare le politiche e le strategie locali sulla mobilità, coinvolgendo il più elevato numero possibile di attori sociali; - abbattere le emissioni inquinanti, promuovendo la riconversione dei mezzi e la riduzione del numero di auto private circolanti; - diffondere modelli durevoli di comportamento attraverso incentivi e programmi di comunicazione e formazione. Tra le azioni concrete previste dalla Carta: l'ottimizzazione dei trasporti pubblici esistenti; il sostegno di nuove forme di trasporto collettivo (come il 'car pooling', il 'car sharing' e il taxi bus); la promozione dell'uso della bicicletta, anche elettrica, per i brevi tragitti urbani quotidiani; la riorganizzazione della distribuzione delle merci con sistemi a basso impatto ambientale. [www.provincia.rimini.it/progetti/territorio/mobilita_sostenibile/manifesto.pdf+Carta+di+Rimini+&hl=en&lr=lang_it]

Alberghi a 2 ruote Il servizio AlbergaBici della FIAB (Federazione italiana amici della bicicletta) propone a tutte le strutture ricettive (alberghi, agriturismo, bed & breakfast, campeggi, ecc.) che offrono servizi per i ciclisti di farsi conoscere. AlbergaBici non ha l'obiettivo di 'certificare' le strutture idonee ai ciclisti, ma intende mettere in rete utili informazioni, altrimenti difficilmente reperibili, per chi viaggia o fa escursioni in bicicletta. L'elenco delle strutture è consultabile sul sito www.fiab-onlus.it.



Delta del Po L'ARPAV e l'Ente Parco Regionale Veneto del Delta del Po hanno effettuato un'indagine mirata al rilevamento delle opinioni di residenti, turisti e operatori turistici in merito alla qualità di questo territorio. Obiettivo: definire un programma di sviluppo, incremento e utilizzo razionale delle risorse naturali, storiche, culturali ed economiche del Delta rodigino. [www.arpav.it]



Ridurre i rifiuti

"Tutti i prodotti che consumiamo hanno una storia nascosta simile, un inventario non scritto di materie, risorse, impatti. Essa include anche i rifiuti generati dal loro utilizzo e dal loro smaltimento."

[Paul Hawken,
esperto ambientale]

[www.europa.eu.int/comm/
environment/waste/index.htm](http://www.europa.eu.int/comm/environment/waste/index.htm)

www.epa.gov

www.plastemart.com

Fonte: New Internationalist,
maggio 2000; Greenpeace
International

Negli ultimi anni si è registrato un incremento preoccupante nella produzione di rifiuti. In media, ogni singolo individuo, residente in paesi industrializzati, produce 1 kg di spazzatura al giorno.

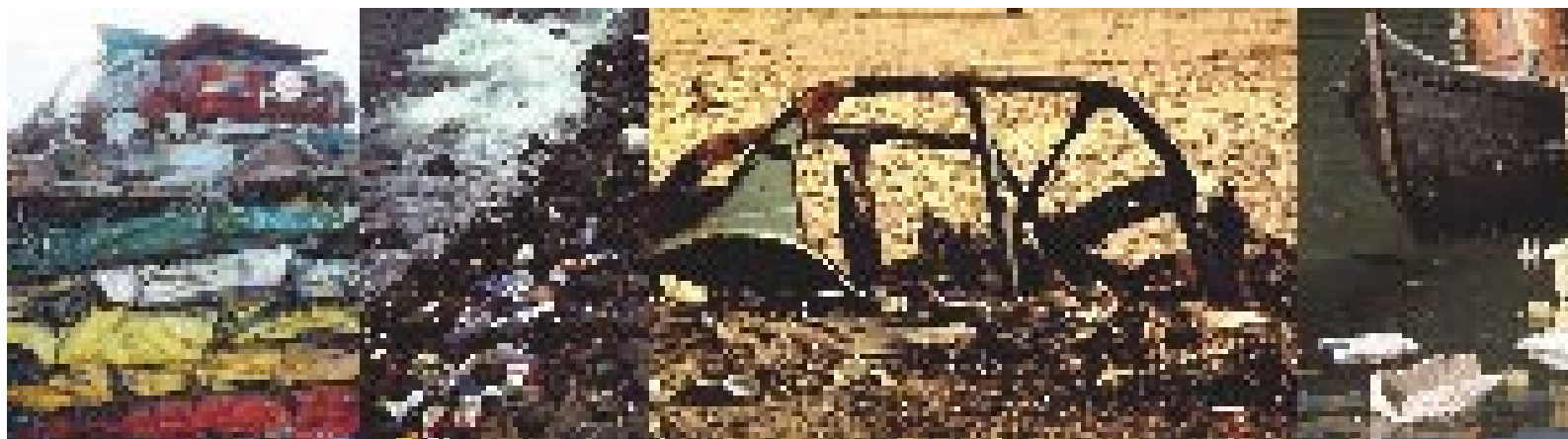
Questa stima, tuttavia, non implica un'eguale distribuzione dei rifiuti ovunque. Gli europei, per esempio, producono all'incirca 2 miliardi di tonnellate di rifiuti. Di questi, oltre 40 milioni sono considerati pericolosi. Secondo l'OCSE (*Organization for Economic Co-operation and Development*), tra il 1990 e il 1995, la quantità di rifiuti prodotti è cresciuta annualmente del 10%.

Se non vogliamo finirne travolti, è evidente che è nostro dovere invertire tale tendenza. Dobbiamo adottare azioni di lungo termine per minimizzare la produzione di rifiuti per almeno due semplici, quanto cruciali, equazioni:

- ▶ **più** rifiuti, **più** inquinamento;
- ▶ **meno** rifiuti, **più** soldi! (le discariche sono piene di preziosi materiali che possono essere riciclati e recuperati).

Negli Stati Uniti, per esempio, ogni anno si gettano circa 113 miliardi di tazze, 39 di stoviglie e 29 di piatti - di cui la metà è in plastica.

L'India produce un totale di 4,5 milioni di tonnellate di rifiuti plastici e per quanto ultimamente riesca a riciclarne sino al 55-60%, la restante percentuale resta un problema visibilmente grave. La materia incriminata è generalmente il polietilene (con cui si producono sacchetti e contenitori), che impiega fino a 250 anni per decomporsi.



Plastic free India. Gli abitanti di Nuova Delhi detengono una delle percentuali più alte nel consumo di sacchetti di plastica al mondo. Con l'appoggio dell'esercito indiano, il Panchavati Green Movement ha dato vita a una campagna, The Quit India Polybag, finalizzata a ridurre l'impiego. Gli studenti fanno visita ai venditori e ai commercianti locali, informandoli sull'impatto ambientale dei sacchetti di plastica. Mentre le famiglie vengono incoraggiate al riuso o, ancor meglio, a passare - in alternativa - alle borse di tela.

Grazie all'impegno di Panchavati, tutte le mense militari di Nuova Delhi hanno sospeso l'impiego di sacchetti di plastica. Anche l'industria alberghiera della capitale ha aderito all'iniziativa, abolendone l'uso all'interno degli hotel. La New Delhi Municipal Corporation ha dato il suo supporto alla campagna e si è a sua volta impegnata a fare di Nuova Delhi un'area 'plastic bag free'.



WWW...
youthxchange.net
/pay-the-right-price

www.unep.org/children_youth/homepage_files/youth/ind.htm

Anche i **computer**, generalmente ritenuti un utile contributo al CS, generano rifiuti dannosi. Considerato che la potenza dei computer raddoppia ogni 18 mesi, si stima che oggi vi siano nel mondo **315 milioni** di computer obsoleti. Secondo l'organismo statunitense *Silicon Valley Toxic Coalition*, questo equivale a 600 milioni di kg di **piombo**, 1 milione kg di **cadmio** e 200.000 kg di **mercurio** - tutti metalli molto tossici se dispersi nell'ambiente.

www.svtc.org

Come possiamo ridimensionare il problema rifiuti? Innanzitutto, **consumando meno!** In secondo luogo, facendo più attenzione alla progettazione del prodotto. Ridisegnare gli oggetti, minimizzando o prevenendo la produzione di rifiuti, è una parte fondamentale della soluzione. Il tema dell'**ecodesign** è piuttosto complesso: abbiamo riassunto qui di seguito alcuni dei suoi principi. Su Internet puoi trovare parecchi siti utili ad approfondire ulteriormente l'argomento.

www.o2.org;
www.smartarch.nl;
www.cdf.rmit.edu.au

Per accedere a esempi di design sostenibile, dai un'occhiata alla pagina web dell'UNEP dedicata a questo argomento:
www.unep.it/pc/sustain/design/design.htm

Cosa si intende per ecodesign?

Significa progettare prodotti e servizi utilizzando un 'approccio circolare' - meglio noto come 'dalla culla alla tomba' - che tenga in considerazione il loro intero ciclo di vita, dalla creazione alla distribuzione, all'utilizzo via via fino al loro smaltimento. Gli obiettivi sono:

- ▶ un impiego più efficiente dei materiali, dell'energia e di altre risorse;
- ▶ una scelta di materiali che non provengano da ecosistemi in pericolo;
- ▶ progettare per prevenire inquinamento e rifiuti;
- ▶ optare per materiali riciclati/riciclabili e tecnologie a risparmio energetico;
- ▶ ottimizzare la vita di un prodotto: renderne più facile l'uso, la manutenzione, l'aggiornamento, il riuso, il riciclaggio o la possibilità di ri-processarlo industrialmente;
- ▶ semplificare! - usare la minore quantità possibile di materiali/componenti e progettare per una facile separazione e riciclaggio delle varie parti;
- ▶ migliorare la logistica di trasporto;
- ▶ evitare rischi potenziali per la salute: usare materiali sicuri, non tossici;
- ▶ rispettare i diritti umani (evitare lo sfruttamento dei lavoratori, il lavoro minorile, ecc.).

In molti casi, l'ecodesign non implica necessariamente la creazione di nuovi prodotti. Secondo i fautori di quest'approccio, la gente non sempre richiede un prodotto ma soluzioni adeguate a un dato problema. Spostarsi, per esempio: se ben progettato, un servizio di car-sharing può sostituire senza alcun problema le auto individuali.

L'ecodesign è alla ricerca di modi alternativi che assolvano a una precisa funzione con minore impatto ecologico ed eguale (o maggiore) efficienza. Gli ecodesigner sono convinti che etica ed estetica non siano contrapposte, quanto piuttosto complementari.



Come **ridurre** il consumo di **risorse** è una delle sfide più importanti cui il mondo deve oggi far fronte. In altre parole, dobbiamo smetterla di pensare alle risorse naturali della terra come a fonti inesauribili (sia che si tratti di combustibili fossili, acqua, gas naturali o alberi). È qui che il riciclaggio interviene, svolgendo un ruolo cruciale.

Se non vogliamo esaurire le nostre risorse naturali, attività come **riparare**, **riutilizzare** e **riciclare** devono diventare comportamenti istintivi sia in ambito commerciale che nella vita di tutti i giorni. Questo concorrerà a:

- ▶ **minimizzare** e **prevenire** ulteriori danni ambientali;
- ▶ **evitare sprechi** nell'uso delle risorse naturali;
- ▶ **conservare** energia e **abbattere** il tasso di inquinamento.

In particolare, il riciclaggio può svolgere un ruolo fondamentale nel minimizzare i rifiuti solidi, trasformandoli in materiali utili alla fabbricazione di nuovi prodotti. Per ogni tonnellata di carta riciclata, si salvano **17 alberi** e **21.000 litri d'acqua**. Inoltre, si riduce l'inquinamento atmosferico del 74% e i rifiuti in discarica di 2,3 m³.

Riutilizzare e ridurre gli **imballaggi** sono regole chiave per la prevenzione di rifiuti di questo tipo. Negli Stati Uniti, per esempio, vengono gettate ogni anno 64 milioni di tonnellate di materiale da imballaggio. Ma, per fortuna, alcune aziende stanno cominciando ad affrontare la questione con serie politiche di prevenzione.

*La Riserva Marina Kiunga nel nord del **Kenya** non è protetta da barriere naturali. La spazzatura portata dalle onde sulla spiaggia non solo inquina, ma minaccia la nidificazione delle tartarughe. Kiunga Eco-Friendly Handicrafts raccoglie i rifiuti solidi e li trasforma in giocattoli.*

Come la deforestazione e l'estrazione di materie prime dalla terra.

*Per saperne di più, dai un'occhiata a:
www.wastewatch.org.uk;
www.recycle.net - E per il glossario relativo a materiali riciclati/riciclabili: www.grn.com/grn/library/gloss.htm*

*Philips Design, per esempio, ha creato un programma globale del design davvero innovativo che si è tradotto in una collezione, la Philips Consumer Electronics, di 80,000 prodotti eco-friendly (a cominciare dal packaging).
[www.design.philips.com/about/design/section-13444/article-14237.html]*



Piccoli passi

Qualche semplice consiglio per ridurre la quantità di rifiuti prodotti abitualmente nella nostra quotidianità. Tieni a mente **le 5 R** del riciclaggio:

- 👉 **Rifiuta** imballaggi superflui e incoraggia le imprese a mettere fine al sovra-imballaggio dei loro prodotti.
- 👉 **Rendi** i vuoti di bottiglia e i contenitori ricaricabili quando previsto; se possibile, acquista bottiglie con vuoto a rendere.
- 👉 **Riusa** e ricarica il più possibile. Buste, bottiglie e sacchetti di plastica possono essere riutilizzati. Porta i vestiti che non ti interessano più presso associazioni benefiche - non solo stai riciclando, ma qualcun altro potrà beneficiarne.
- 👉 **Ripara**, quando possibile, gli oggetti invece di buttarli via.
- 👉 **Ricicla** la carta, le lattine e le bottiglie, consegnandoli ai depositi di riciclaggio locale. Fai il compostaggio dei tuoi rifiuti domestici.



 **WWW...**
youthxchange.net
/pay-the-right-price



WWW...
youthxchange.net
/facts&figures

www.istitutoimballaggio.it

Oscar al green packaging

L'Istituto Italiano Imballaggio è il punto d'incontro, informazione, formazione e scambio tra chi produce e chi utilizza packaging in Italia. Ogni anno, l'istituto indice un concorso dedicato alla progettazione di imballaggi innovativi: l'Oscar dell'imballaggio. L'edizione 2004, intitolata "Pensare futuro - Progetto Conai per l'imballaggio ecosostenibile", è stata completamente incentrata sui temi ambientali e le politiche per la riduzione dell'impatto ambientale degli imballaggi. Tra i premiati, Barilla per il sacchetto di frollini (fortemente ridimensionato a parità di contenuto) e Xilopack per un imballaggio innovativo per prodotti ortofrutticoli che rivoluziona la movimentazione del prodotto.

Plastica: etichette per il riciclo



Con un po' d'attenzione, gran parte della plastica può essere riciclata. Non a caso la raccolta di plastiche riciclabili è in rapida crescita. Il riciclaggio della plastica pone un problema cruciale: i vari tipi di plastica non devono essere mischiati in fase di riciclaggio, ed è quasi impossibile riconoscere una varietà da un'altra a occhio nudo o al tatto. Anche una quantità minima di plastica del tipo sbagliato può compromettere il recupero di un'intera partita.

Per risolvere tale problema, l'industria delle materie plastiche ha sviluppato una serie di codici, apposti comunemente alla base dei contenitori di plastica.

I tipi 1 e 2 sono riciclati normalmente; il tipo 4 meno comunemente. Gli altri generalmente non vengono riciclati. Poiché i programmi di riciclaggio differiscono da luogo a luogo, è comunque opportuno attenersi alle indicazioni per la raccolta differenziata della plastica del proprio comune.

Cerca il logo del riciclaggio. In qualità di consumatore, puoi usare il tuo potere d'acquisto per cambiare qualcosa. Fai attenzione: alcune etichette merceologiche indicano in che percentuale il prodotto è riciclato (vedi %), altre si limitano a informare che le componenti del prodotto sono facilmente riciclabili.

Per il consumatore eco-informato, la ricerca di un prodotto realizzato con materiali riciclabili è diventata una consuetudine dello shopping quotidiano. Non è più così raro, per esempio, incappare in prodotti - come vestiti, mobili e giocattoli - fatti interamente con materiali riciclati (carta, plastica, alluminio...).



Secondo le stime riguardanti il 2002, fornite dall'Osservatorio nazionale sui rifiuti, in Italia si sono prodotte circa 29,8 milioni di tonnellate di rifiuti, con un incremento dell'1,3% rispetto al 2001. Nelle regioni del Nord si registra una crescita complessiva dell'1,6%, in quelle del Centro dell'1,1% e un incremento inferiore all'1% nel Mezzogiorno.

Su scala nazionale, il valore medio pro-capite si attesta a 522,6 kg per abitante, poco al di sotto del dato europeo (527 kg). In Italia, lo smaltimento in discarica dei rifiuti urbani resta la forma di gestione prevalente, ma sembra in aumento anche il ricorso al compostaggio e alla termo-valorizzazione. Lo stesso rapporto registra nel 2002 un incremento positivo della raccolta differenziata, che si attesta intorno ai 5,7 milioni di tonnellate, pari al 19,1% della produzione nazionale di rifiuti solidi urbani.

Il Veneto, pur essendo una regione ad alta produttività ed elevato consumo di beni, annovera una produzione annua pro-capite tra le più basse d'Italia (464 kg). La raccolta differenziata registra nella regione risultati di gran lunga superiori rispetto alla media nazionale, interessando il 43% dei rifiuti urbani. Specularmente, vi è una progressiva riduzione del rifiuto indifferenziato residuo: circa l'8% in meno va oggi in discarica.

Inoltre, già dagli anni '80, sono state messe in atto iniziative per promuovere e sostenere la riduzione dei rifiuti biodegradabili, favorendo il sorgere sul territorio di 16 impianti di compostaggio, che nel 2003 hanno prodotto 200.000 tonnellate di materiale, principalmente re-impiegato direttamente nelle colture in loco e per la produzione di concimi.

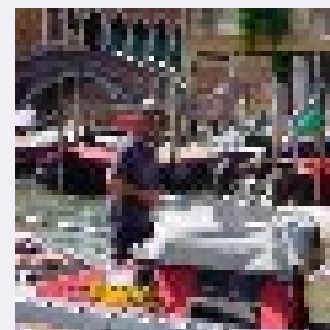
E da noi?

Secondo Ambiente Italia, nel nostro paese, lo smaltimento dei rifiuti genera più di 13 milioni di tonnellate di CO₂, cioè il 2,4% delle emissioni nazionali.

Fonte: ARPAV - Osservatorio Regionale Rifiuti.

Spazzini per passione Nel corso del 2004, gli abitanti di Venezia - della zona che comprende le parrocchie dell'Accademia, San Lio e Madonna della Salute nel quartiere di Dorsoduro - sono stati coinvolti in un progetto pilota di raccolta 'manuale' dei rifiuti. I volontari sono stati coadiuvati da cinque operatori ecologici, un funzionario dell'azienda comunale per i servizi ambientali (Vesta) e uno dell'assessorato all'ambiente che, a loro volta, si sono avvalsi del supporto di una società di giovani appassionati in raccolta differenziata (Idecom), de L'Ombrello, un laboratorio di progettazione partecipata dell'Istituto universitario di Architettura, e della consulenza della Scuola di Agraria del Parco di Monza.

Nell'area in questione vengono prodotti giornalmente 36 m³ di rifiuto urbano, pari a circa 2 Kg pro-capite (in gran parte dovuti al forte afflusso turistico). Il risultato: il 74% dei rifiuti urbani è stato avviato al recupero separato, con un ottimo grado di 'purezza'; un altro 15-20% circa di rifiuto residuo secco non riciclabile è stato comunque raccolto separatamente e avviato dalla stessa Vesta ad alimentare la linea di produzione del combustibile derivato da rifiuti (CDR). Rimane da smaltire in modo indifferenziato (nell'inceneritore o in discarica) solo un modesto 10-15% di rifiuti abbandonati o conferiti in modo errato. Visti i dati incoraggianti, nel corso del 2005 Comune e Azienda avvieranno un piano di graduale estensione delle nuove modalità di raccolta a tutta la Venezia insulare.



Fonte: Paolo Cacciari, Rifiuti (quasi) zero, CNS-Ecologia Politica, 2004 [www.ecodallecitta.it/allegati/54452_4_rifutuzero.pdf]

E da noi?



Per saperne di più:
www.osservatorionazionale rifiuti.it;
www.cial.it; www.comieco.org;
www.conai.it; www.corepla.it;
www.rilegno.it;
www.rifiutiinforma.it;
www.ricicloaperto.it

L'ABC del riciclaggio Il CONAI, Consorzio Nazionale Imballaggi ha lanciato "Riciclando si impara", il programma di educazione ambientale per la scuola - giunto ormai alla seconda edizione - promosso e realizzato con il Ministero dell'Istruzione Università e Ricerca, in collaborazione con il Ministero dell'Ambiente e Tutela del Territorio. L'iniziativa è rivolta agli insegnanti della scuola secondaria di primo grado (scuola media inferiore) ed è strutturata in una serie di seminari residenziali, ideati e realizzati come incontri di approfondimento e aggiornamento sui temi della raccolta, del recupero e del riciclo dei rifiuti da imballaggio. [www.education.conai.org]

Riciclare è di moda A scuola di riciclaggio? È proprio il caso di dirlo, almeno all'Istituto Europeo di Design, promotore di un'iniziativa di grande successo che mette a confronto - in modo molto concreto e pragmatico - i giovani studenti (e futuri stilisti) dello IED Moda Lab con il tema della sostenibilità. "Riciclando" - questo il titolo della manifestazione che espone i risultati della ricerca - è una mostra itinerante a tratti provocatoria ma senz'altro testimone di un trend ad alto valore etico: tutela dell'ambiente e riduzione degli sprechi, il tutto in un mix esplosivo di creatività e ironia. Al posto di chiffon, cachemire, velluto, pizzi e broccati, i materiali utilizzati per re-inventare abiti e accessori per un futuro migliore sono plastica, copertoni di gomma, cavi elettrici, bulloni... Insomma, un contributo alla valorizzazione di ciò che anche le istituzioni hanno di recente elevato al grado di preziosa risorsa: i materiali di scarto, i rifiuti solidi. [www.ied.it]

"Sartorie della solidarietà" è un'iniziativa promossa dall'Auser Toscana. Il progetto consiste nella raccolta di stoffe di scarto presso le industrie tessili e nella confezione di abiti destinati alle popolazioni bisognose in paesi come la Moldova, il Sahara e l'Argentina o a bambini di zone colpite da disastri ambientali. L'iniziativa, che vede attualmente coinvolte più di 700 sarte volontarie e 7 aziende tessili, conta al momento 50 sedi operative. [Per informazioni: ufficiostampa@auser.it].

L'Auser è un'associazione di volontariato e di promozione sociale, tesa a valorizzare gli anziani e a far crescere il loro ruolo attivo come risorsa generale della società. [www.auser.it]



Ottimizzare le energie

"Noi, in quanto individui, siamo tenuti a fare qualcosa, anche se ci sembra di poco conto. Solo perché spegnere la luce uscendo da una stanza non ci sembra un gesto automatico, non significa che non dobbiamo farlo."

[14th Dalai Lama, leader religioso]

Per secoli l'uomo ha sfruttato le risorse della terra senza preoccuparsi dell'indomani. Il consumo energetico globale ha subito un incremento di circa il 70% durante gli ultimi 30 anni e, ancor più grave, si prevede che aumenti pressappoco del 2% annuo, nel corso dei prossimi 15 anni.

Le nostre sorgenti tradizionali d'energia - carbone e petrolio - sono combustibili fossili. Il loro nome deriva dal fatto che hanno preso forma, nel corso di milioni di anni, dai resti fossilizzati di animali e piante. La quantità di petrolio consumato annualmente a livello mondiale è costata alla natura 1 milione di anni per produrlo. Si stima che le attuali riserve di petrolio potrebbero esaurirsi in 60 anni.

World Resources
Institute: www.earthtrends.wri.org

Ibid. Clayton, op. cit., p. 97.

www.fuelcellpark.com

Smart Life L'Energy Conservation Centre of Japan (ECCJ) ha lanciato una campagna di supporto a nuovi stili di vita improntati sul risparmio energetico. L'idea è di sollecitare ed educare il pubblico attraverso i mass media e altri strumenti di divulgazione, come poster, volantini e video.

Durante l'estate e l'inverno, quando il consumo d'energia è più elevato, ECCJ promuove azioni di sensibilizzazione nelle metropoli più importanti del Giappone. Coinvolgendo il settore della moda, ECCJ organizza a Tokyo e Osaka presentazioni della Smart Collection, con capi d'abbigliamento 'low-energy'.

L'organizzazione conduce inoltre indagini su varie tematiche, come le abitudini alimentari. In quest'occasione, promuove e divulga nuove idee sul come risparmiare energia in cucina, nella produzione di cibo e nella sua distribuzione. [www.eccj.or.jp]



Per approfondire:
<http://rredc.nrel.gov>;
www.soldardome.com;
www.soldarnow.org/glossary;
<http://solstice.crest.org>;
www.eere.energy.gov



GreenLight,
 lanciato nel
 febbraio
 2000, è un
 programma
 volontario in
 cui

organizzazioni pubbliche e
 private si impegnano con
 la Commissione Europea a
 migliorare la qualità dei
 propri sistemi
 d'illuminazione già in
 esercizio e a progettare le
 nuove installazioni
 seguendo rigidi criteri per:

- ▶ ridurre l'energia
 impiegata per
 l'illuminazione artificiale
 in Europa;
- ▶ diminuire l'inquinamento
 e l'effetto serra;
- ▶ migliorare la qualità
 delle condizioni di
 lavoro...
- ▶ e, al contempo,
 risparmiare denaro!

Per ulteriori informazioni:
www.eu-greenlight.org

L'uso eccessivo di questi combustibili provoca alti tassi d'inquinamento (liberando anidride carbonica e altri gas nell'atmosfera), e conseguenti fenomeni come l'effetto serra e le piogge acide - vedi il capitolo *Occhio al tempo!*. Dobbiamo ridurre la nostra dipendenza dalle risorse naturali esauribili. Ora più che mai, abbiamo bisogno di sorgenti **alternative** di energia rinnovabile.

Sfortunatamente, altre risorse energetiche come quella eolica, geotermica, da biomassa o idroelettrica non sono ancora utilizzate in modo diffuso. Perché? Le politiche energetiche nazionali favoriscono le fonti tradizionali; si registrano ancora **ridotti investimenti** per la ricerca e l'impiego di fonti alternative e le campagne di sensibilizzazione sono ancora sporadiche. Ciononostante, poiché queste **tecnologie energetiche più pulite** stanno divenendo più convenienti ed efficienti, ci si augura che la situazione possa rapidamente cambiare.

L'energia è **essenziale** per lo svolgimento di gran parte delle nostre attività, dalla cottura del cibo al riscaldamento delle abitazioni, al funzionamento delle industrie, ai trasporti. Tuttavia, le attuali modalità di produzione e uso di energia hanno importanti conseguenze per il pianeta... Se le automobili, infatti, costituiscono la **fonte** d'inquinamento più visibile, svariati altri impieghi di energia non sono da meno.

In Però, un'associazione giovanile, Saywite, ha promosso un progetto per fornire energia rinnovabile a centri sanitari situati in villaggi rurali, distribuendo pannelli solari. Il gruppo non si occupa soltanto dell'installazione dei pannelli, ma organizza anche corsi di formazione per gli abitanti e per studenti universitari, al fine di monitorare il progetto e per creare un servizio di assistenza in loco.

L'organizzazione è inoltre coinvolta in varie altre iniziative come la costruzione di un generatore a energia eolica (per dimostrare l'affidabilità delle fonti di energia non combustibile) e l'insediamento di centri di 'bicycle sharing', come deterrente all'uso dell'automobile. [www.unep.org]



[www...
youthxchange.net
/looking-ahead](http://www.youthxchange.net/looking-ahead)

J Piccoli passi

Qualche esempio di come risparmiare energia a casa tua:

- F** Spegni! Un apparecchio **TV** in stand-by utilizza pur sempre $\frac{1}{4}$ dell'energia di quando è acceso.
- F** Acquista **lampadine** a risparmio energetico.
- F** Spegni la luce quando esci da una stanza.
- F** Abbassa il **termostato** di qualche grado. Se hai **freddo**, copriti di più invece di alzare il riscaldamento.
- F** Non utilizzare **acqua calda** oltre il necessario: mentre ti insaponi o ti radi, chiudi il rubinetto e riapri solo quando ti serve davvero!
- F** Connetti le **apparecchiature elettriche** alle prese appena possibile. Le pile scariche sono altamente inquinanti. Se hai bisogno di pile, opta per quelle ricaricabili.
- F** Installa **porte e finestre** a tenuta d'aria.
- F** Assicurati di sostituire vecchi apparecchi domestici con modelli dotati di funzioni di **risparmio energetico**, per esempio scegliendo preferibilmente quelli di classe A o B.

Il risparmio energetico è una questione fondamentale, che richiede in pari misura soluzioni globali e individuali. Vi sono molte cose che possiamo fare quotidianamente per consumare meno energia. Ricordiamoci che risparmiare energia significa anche risparmiare denaro! Riscaldamento domestico e acqua calda rappresentano il 75% della **bolletta energetica** di casa. L'aumento dei costi energetici dovrebbe renderci sempre più attenti a evitare gli sprechi.



Energy Star è un programma volontario

d'etichettatura, introdotto nel 1992 dall'agenzia di protezione ambientale statunitense (EPA), per promuovere i prodotti ad alta efficienza energetica e, di conseguenza, ridurre le emissioni d'anidride carbonica. Da allora, Energy Star ha ampliato il proprio raggio d'azione, arrivando a coprire gran parte del settore edilizio, dal riscaldamento domestico ai condizionatori d'aria, dagli elettrodomestici ai sistemi d'illuminazione, via via sino all'elettronica di consumo e altro ancora. Recentemente adottato anche dalla Commissione Europea, il marchio Energy Star è così divenuto il label globale dell'efficienza energetica.

Per ulteriori informazioni:
www.energystar.gov

E da noi?

Fonte: Legambiente - Ambiente Italia e Energia, Rapporto sulle rinnovabili 2004, Carsa edizioni, 2004. [www.legambiente.com/documenti/2004/0531dossierRinnovabili_Bonn.php]

www.legambiente.com/
canale1/todaynews/todaynews.
php?idArchivio=2&id=
1175&startRec=75

EMAS (Environmental Management and Audit Scheme) è un sistema di gestione ambientale, descritto nel Regolamento CE n. 761 del 2001, al quale le organizzazioni pubbliche e private possono aderire volontariamente. La registrazione EMAS rappresenta il riconoscimento ufficiale a livello europeo dell'impegno assunto dalle organizzazioni al miglioramento continuo delle proprie prestazioni ambientali. [http://europa.eu.int/comm/environment/emas/pdf/leaflet2/leaflet1_it.pdf]

ISO 14001 è un altro tipo di certificazione di gestione ambientale. I due standard sono assolutamente compatibili e, anzi, il primo costituisce il completamento dell'altro. [www.uni.com/it/grandi_temi/ISO14000]



WWW...
youthxchange.net

L'Italia è l'11° paese per consumi energetici a livello mondiale (188 Mtep, pari al 2% del totale) e il 4° a livello europeo (12%). Negli ultimi 10 anni, l'apporto delle fonti rinnovabili è cresciuto in modo irrisorio, superando di poco il 4% della domanda di energia. Nello stesso periodo i consumi sono aumentati dell'11%, ben oltre la media europea. La dipendenza del mercato italiano da fonti fossili è pressoché assoluta: circa l'84% contro una media europea del 54%.

Per tener fede agli impegni di Kyoto, l'Unione Europea ha fissato gli obiettivi per il 2010: il 12% dell'energia dovrà provenire da fonti rinnovabili, che dovranno coprire il 22% del fabbisogno di elettricità (per l'Italia il 25%). Secondo il decreto legislativo 387/03, già nel 2004 la produzione in Italia di elettricità da fonti rinnovabili dovrebbe essere pari al 2,35% dell'energia immessa in rete e, in seguito, dovrebbe aumentare dello 0,35% l'anno (0,55% secondo gli ambientalisti).

Per Legambiente, tuttavia, oltre al supporto di nuove fonti, come eolico e solare: "La strada perseguibile è una sola, quella della riduzione dei consumi attraverso il risparmio energetico negli usi civili (responsabili per il 30% dei consumi) e l'incremento dell'efficienza delle centrali termoelettriche."

Liberalaria Tra le iniziative promosse dal Kyoto Club in collaborazione con Legambiente, segnaliamo "Liberalaria, 12 giorni per il pianeta", una campagna lanciata nel dicembre 2003, rivolta a privati cittadini, enti locali, imprese e associazioni per sensibilizzare l'opinione pubblica sulle conseguenze dell'inquinamento da CO₂. L'obiettivo è la realizzazione di una fattoria eolica in Africa grazie alla raccolta di un fondo di 500.000 €. Tra gli enti pubblici che hanno dato il loro contributo a Liberalaria, numerosi comuni e province tra cui Venezia. [www.legambiente.com]

Piccoli grandi comuni Varese Ligure è un piccolo comune rurale di 2.400 abitanti nel cuore dell'Appennino Ligure. Circa dieci anni fa, per superare una dura crisi economica provocata, tra l'altro, dal forte tasso di emigrazione verso le città limitrofe, il sindaco ha avviato una serie di radicali provvedimenti risanatori.

Ebbene, questa cittadina, primo comune in Europa a ottenere la certificazione ambientale 14001 e l'EMAS, ha aderito alla campagna Take-Off (parte integrante delle strategie comunitarie per la diffusione delle fonti di energia rinnovabili) e, nel 2003, si è aggiudicato il premio come migliore comunità rurale dell'Unione Europea per aver attuato il progetto di sviluppo sostenibile più originale e completo. L'azione ha previsto, tra l'altro, l'installazione di alcuni generatori eolici e di due impianti fotovoltaici.

Più in generale, il programma ha ottenuto: la riduzione della produzione di rifiuti (350 kg/pro-capite contro i 530 di media nella provincia), l'incremento della raccolta differenziata (fino al 25% dei rifiuti totali) e un notevole abbattimento del rischio idrogeologico e di incendi. Si è inoltre migliorato lo stato delle foreste, si sono abbattute le emissioni nei trasporti e, grazie all'agricoltura biologica (che rappresenta oggi il 95% della produzione totale), si sono registrati tangibili benefici per l'ambiente e la salute degli abitanti. Altri risultati? Il turismo è triplicato e sono stati creati 140 nuovi posti di lavoro. [http://europa.eu.int/comm/energy/en/renewable/idaa_site/deploy/prj083/prj083_1.html]



Occhio al tempo!

"Coloro che ancora sostengono che il riscaldamento globale non sia la causa dell'effetto-serra determinato dalle attività umane sono un po' come quelli che ancor oggi credono che la terra sia piatta."

[Gerhard Berz,
scienziato]

Il danno atmosferico e climatico della terra sembra talmente grave che la nostra prima reazione è quella di domandarci: quale può essere il mio contributo personale per risolvere questo problema? Purtroppo, la necessità di un'inversione di tendenza è più che mai urgente. Il riscaldamento globale e il buco nello strato dell'ozono sono due problemi distinti. Entrambi, tuttavia, dipendono dalla qualità della nostra atmosfera e hanno un impatto diretto sulla nostra salute e su quella dell'intero pianeta.

Riscaldamento globale: negli ultimi 100 anni, le temperature medie globali sono aumentate di circa $\frac{1}{2}^{\circ}\text{C}$. Gli scienziati ritengono che il pianeta si stia riscaldando perché gli uomini, con i loro milioni di fabbriche e automobili, stanno immettendo nell'atmosfera una quantità di 'gas serra' - anidride carbonica, metano, protossido d'azoto e gas fluororati - mai registrata prima d'ora.

L'*Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) ha stimato che le temperature globali della crosta terrestre aumenteranno di circa $5,8^{\circ}\text{C}$ entro la fine di questo secolo, se non vengono presi provvedimenti. Ciò innescerebbe serie conseguenze tanto per l'umanità che per ogni altra forma di vita. Nel corso del medesimo arco di tempo, viene previsto un innalzamento del livello del mare di circa 90 cm, il che provocherebbe inondazioni di vaste aree costiere e la sparizione di migliaia di piccole isole. Ciò implicherebbe, inoltre, il verificarsi di eventi climatici estremi con frequenza e intensità molto maggiori di quanto non avvenga oggi.

Il Protocollo di Kyoto - messo a punto nel 1996 - suggella l'impegno dei paesi industrializzati a ridurre le emissioni di CO_2 del 5% (in rapporto ai parametri del 1990)

I 'gas a effetto serra' sono così denominati in quanto creano una sorta di strato isolante attorno alla terra, come il vetro di una serra, appunto, che trattiene il calore dei raggi solari. Per approfondire: www.ipcc.ch (Intergovernmental Panel on Climate Change - World Meteorological Organisation e UNEP); www.unep.ch/seas/main/legal/unfccc.html; www.grida.no/climate; www.globalchange.org; www.archive.greenpeace.org/climate; www.cool-companies.org



Per maggiori informazioni sul Protocollo di Kyoto: <http://unfccc.int>

y o u t h X c h a n g e

Secondo fonti UN IPCC. Attuare questo tipo di riduzione massiccia delle emissioni di CO₂ (anidride carbonica) è impossibile, ma la percentuale indica in quale misura sia necessario abbattere i tassi d'inquinamento per porre freno al riscaldamento del pianeta.

Queste sostanze sono state inizialmente utilizzate come fluido refrigerante nei frigoriferi e, più tardi, nei condizionatori d'aria. Tra gli altri impieghi più comuni dei CFC vi sono molti tipi di bombolette spray. Per maggiori informazioni: UNEP DTIE Energy and Ozone Action UNIT - Email: ozonaction@unep.fr. [www.unep.org/ozonaction]



WWW...
youthxchange.net
/looking-ahead

entro il 2012. Purtroppo non è ancora sottoscritto da importanti paesi come gli USA.

In ogni modo, tale riduzione costituisce solo un primo passo. Infatti, saremo in grado di far fronte ai danni generati dal riscaldamento del pianeta solo se compiremo lo **sforzo necessario** a modificare il modo in cui attualmente produciamo e consumiamo. Gli esperti sostengono che, per evitare un cambiamento climatico catastrofico, entro il **2050** sarà necessario ridurre di circa il **60%** le emissioni globali di anidride carbonica.

Il buco nello strato d'ozono: l'ozono è un gas che, a livello del suolo, risulta dannoso per la salute umana. Ma 25 km sopra la terra, un fine strato di ozono avvolge il pianeta e ci protegge dai raggi solari. Questo strato è di cruciale importanza per la vita del pianeta. Esso assorbe la maggior parte dei pericolosi raggi ultravioletti (UV), che - se non schermati - sono causa di **tumori della pelle** e di **malattie degli occhi** nell'uomo e sono ugualmente nocivi per piante e animali.

La scoperta del buco d'ozono da parte degli scienziati risale al 1985. Il buco è situato sopra l'**Antartide** e si sta espandendo progressivamente. Finora, circa il **10% dello schermo di ozono è andato distrutto**. I **clorofluorocarburi (CFC)** sono i gas responsabili della distruzione di gran parte dello strato 'mancante'. Essi rimangono attivi e continuano a nuocere nella stratosfera - lo strato più elevato dell'atmosfera - per moltissimi anni.

I paesi avanzati si sono impegnati a ridurre l'uso di prodotti chimici che distruggono l'ozono, sia vietandone l'impiego che eliminandoli. Nei paesi in via di sviluppo, per contro, ne sarà consentito l'uso fino al 2010. Non è mai troppo tardi per agire. Lo strato d'ozono potrà riformarsi se noi tutti useremo meno sostanze dannose. In ogni caso, anche se queste venissero bandite domani, lo strato di ozono per 'guarire' impiegherebbe **40 anni**.





Piccoli passi

Anche tu puoi fare qualcosa per controllare il cambiamento climatico e il danno allo strato dell'ozono:

- ☞ **Stop** all'uso di aerosol (gli spray); sebbene qui da noi non contengano più CFC, includono altre sostanze chimiche inquinanti e non possono essere riciclati.
- ☞ I CFC eventualmente contenuti nel tuo **frigorifero** possono danneggiare l'ambiente. I nuovi modelli non contengono CFC, tuttavia esistono ancora in circolazione modelli di vecchio tipo. Non abbandonare MAI nell'ambiente il tuo frigorifero, ma provvedi affinché sia smaltito correttamente (se il caso, dopo la rimozione dei CFC). Una volta compiuta questa operazione il frigo può e dovrebbe essere riciclato.
- ☞ Riduci l'**uso di auto/mezzi di trasporto a motore**. Le auto sono la prima causa dell'eccesso di CO₂ e producono altri gas serra.

Se vuoi saperne di più su questi temi complessi, consulta:
www.safeclimate.net; www.iisd.org/youth/internetcafe

Il World Business Council for Sustainable Development analizza il legame tra cambiamento climatico, imprese e altri attori economici e sociali. [www.wbcsd.org]

Per molto tempo, l'apparente abbondanza di combustibili fossili non ci ha certo sollecitati a considerare opzioni alternative e più pulite. Il risultato è che siamo ancora **fortemente dipendenti** dalle risorse energetiche tradizionali e ne subiamo le conseguenze sulla nostra salute e su quella del pianeta. Dobbiamo investire più tempo, soldi ed 'energia umana' per far sì che le fonti rinnovabili diventino alternative possibili ai combustibili fossili.

I consumatori responsabili svolgono un ruolo chiave: grazie alle nostre buone azioni, il 'fan-club della sostenibilità' sarà sempre più numeroso! E per mantenere il proprio successo, anche le potenti multinazionali dovranno farsi carico (come già avviene in alcuni casi) di queste preoccupanti questioni.

Per esempio, Nike è una delle quattro società ad aver sottoscritto il Climate Savers Program del WWF, un'iniziativa a carattere volontario per ridurre le emissioni di gas-serra. Vedi: nikebiz.com; www.panda.org/climate/savers.



Controllo del cambiamento climatico. L'effetto serra non è destinato a scomparire da solo. Se vogliamo risolvere il problema, adottare un uso sempre più oculato delle risorse nei processi produttivi e creare prodotti più efficienti, che necessitano di un consumo energetico minimo, devono divenire pratiche acquisite per tutti i tipi di business. Le imprese giocano un ruolo fondamentale nell'immettere sul mercato e promuovere tecnologie che riducano le emissioni d'anidride carbonica.

Il **Kyoto Club** è un'organizzazione italiana non profit che raduna imprese, enti, associazioni e amministrazioni locali, impegnate nel raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni di gas-serra stabiliti dal Protocollo di Kyoto. [www.kyotoclub.org]

Il **Pew Center on Global Climate Change** è un'organizzazione americana senza scopo di lucro, apolitica e indipendente, che si dedica a offrire un'informazione attendibile, risposte dirette e soluzioni innovative in tema di cambiamenti climatici. Trentadue importanti aziende, quasi tutte incluse nella lista di Fortune 500, collaborano con il centro al fine di istruire il pubblico circa i rischi, le sfide e le possibili soluzioni in materia. [www.pewclimate.org]



E da noi?

Il monitoraggio dei fenomeni meteorologici viene effettuato dall'ARPAV in modo integrato, attraverso i Centri specializzati di Teolo e Arabba, che oltre a fornire giornalmente i bollettini meteo del Veneto e delle Dolomiti, acquisiscono, elaborano e diffondono informazioni sui livelli di ozono e PM10.
[www.arpa.veneto.it]

Se un tempo ai cambiamenti meteorologici si addebitavano le nostre variazioni d'umore, oggi, paradossalmente, appare vero il contrario. Le politiche ambientali di ogni paese, coadiuvate dai nostri comportamenti quotidiani, giocheranno un ruolo fondamentale per arrestare l'effetto serra.

L'estate 2002 sarà ricordata per il numero incredibile di eventi catastrofici sulla nostra penisola. Quella successiva è stata la più calda: l'*Organizzazione Meteorologica Mondiale* riporta che le temperature dell'estate 2003, causa d'inondazioni, smottamenti e rapida formazione di laghi glaciali, sono state le più alte mai registrate nell'Europa Centrale e del Nord.

"Una rondine non fa primavera", un detto più che mai attuale, considerato che i flussi migratori verso il sud avvengono oggi ben 6 settimane prima del consueto. In Sicilia si pescano pesci-palla, una specie tipica dei mari tropicali. I ghiacciai alpini si sciolgono ad alta velocità: solo nel 2003, hanno perso 3 m di spessore. Mai come ora, le previsioni del tempo sono sinonimo di informazione e prevenzione.

Tutti per aria è un progetto sul tema dell'inquinamento atmosferico, rivolto ai ragazzi delle scuole elementari e medie inferiori del Veneto, realizzato da ARPAV in collaborazione con la Fondazione Aida di Verona. Obiettivo: avvicinare ragazzi e insegnanti a questa problematica, grazie a un percorso che prevede una sezione didattico-informativa (con il supporto di un CD), un laboratorio sperimentale - "Ore d'aria"- dove, attraverso il gioco, i ragazzi imparano a prendere coscienza dell'importanza dell'aria come risorsa e della necessità di tutelarla, e uno spettacolo teatrale. [www.arpa.veneto.it/eduamb/htm/pres_prg_tutti_x_aria_.asp]

Un c/c per il pianeta Grazie alla Banca del Clima, progetto di Cittadinanzattiva e WWF, ognuno può 'pesare' le proprie scelte energetiche, identificare e percorrere direzioni più sostenibili per l'ambiente e valutarne l'impatto positivo. A fine anno, i 'correntisti' possono sapere quanto è migliorata la qualità dell'aria, grazie all'apporto congiunto di ognuno dei clienti della Banca, e misurare quanto si è risparmiato sulla bolletta.
[www.bancadelclima.it]

The Bet, lanciata per la prima volta nel 1998 dal BUNDjugend (l'associazione giovanile tedesca degli Amici della Terra), è un'iniziativa che coinvolge studenti, genitori e insegnanti di 15 paesi europei, coordinata dal FOE-Europe. Scopo de "La Sco,mmessa", il nome italiano della campagna, è quello di ridurre dell'8% le emissioni di CO₂ nelle scuole di ogni ordine e grado senza effettuare alcun intervento strutturale oneroso, ma semplicemente condizionando i comportamenti quotidiani di studenti, professori e personale non docente al fine di eliminare gli sprechi energetici.

La prima edizione europea di The Bet ha visto l'Italia distinguersi come il miglior paese partecipante per numero di studenti e scuole coinvolte e per i risultati (assoluti e percentuali) raggiunti. Coordinate dall'ufficio nazionale degli Amici della Terra di Firenze, 46 scuole sparse per tutta la penisola hanno evitato emissioni pari a 1.159.319 kg di CO₂, ottenendo una riduzione percentuale del 17,82%. [www.amicidellaterra.org/thebet/index.html]





Acqua: la beviamo, la usiamo per lavarci e per lavare le stoviglie, i vestiti, le nostre case, le nostre auto. Il corpo umano è prevalentemente composto d'acqua. I prodotti agricoli non crescono in sua assenza, perché è vitale per la sopravvivenza di tutti gli organismi viventi. Possiamo vivere senza cibo per 1 mese, ma senz'acqua possiamo resistere al massimo 5-7 giorni.

Il 97% dell'acqua del pianeta è rappresentata dagli oceani, inutilizzabile dall'uomo. Ma la quantità di acqua disponibile per fini alimentari e per altri scopi, come l'agricoltura e l'industria, è meno dell'1% della massa idrica presente sulla terra. Le fonti d'approvvigionamento sono i fiumi, i bacini e le sorgenti sotterranee.

In tutto il mondo, si registra un incremento del consumo idrico. La disponibilità di un elemento tanto primario quanto fondamentale come l'acqua sta verosimilmente trasformandosi in un'emergenza destabilizzante nella problematica delle risorse a rischio per gli anni a venire.

Stando all'incremento attuale della domanda, l'acqua sfruttabile economicamente dovrebbe esaurirsi in alcune aree critiche entro il 2005. E da qui al 2025, due terzi della popolazione mondiale potrebbero soffrire la sete.

Già oggi, una vasta porzione della popolazione globale - 2 miliardi di persone - non ha accesso all'acqua potabile. Oltre 4 miliardi non hanno acqua corrente in casa. In alcune aree dell'Africa, donne e bambini devono trasportare ogni giorno fino a 20 litri d'acqua, spesso per oltre 5 ore, dai pozzi d'acqua più vicini. Mentre nei paesi industrializzati, il consumo medio per nucleo familiare urbano di 4,6 persone è di 640 litri al giorno.

**Non c'è
acqua da
perdere...**

"Molte guerre in questo secolo si sono fatte in nome del petrolio, ma quelle del prossimo riguarderanno l'acqua."

[Ismail Seragelgin,
World Bank, 1995]

Se vuoi saperne di più:
www.thewaterpage.com

43

 **WWW...**
youthxchange.net
/facts&figures



Piccoli passi

Se facciamo uno sforzo nel modo in cui usiamo l'acqua, questo farà la differenza! Cosa possiamo fare per ridurre il nostro consumo idrico?

- ☞ Fai brevi **docce** al posto del bagno. In media, un bagno richiede una quantità doppia di acqua rispetto alla doccia.
- ☞ Nello scegliere il **WC** o la **lavatrice**, opta per modelli a basso consumo idrico. Fai funzionare sempre lavatrice e lavastoviglie a pieno carico. Per il bucato, come alternativa al prelavaggio, puoi avviare la lavatrice per 10 minuti, spegnerla per almeno un'ora, lasciando così i panni in ammollo: dimezzerai il consumo d'acqua e ridurrai di almeno 1/3 quello di elettricità.
- ☞ Fai controllare gli impianti idraulici: un **rubinetto** che gocciola è causa di un notevole spreco (90 gocce al minuto sono 4.000 litri di acqua sprecata all'anno).
- ☞ Non gettare nel WC **tamponi, assorbenti, pannolini e preservativi**, soprattutto se vivi in un'area dove le acque di fogna vengono immesse direttamente in mare. Pensa a quando avrai voglia di farti una bella nuotata...
- ☞ Non versare mai negli scarichi prodotti utilizzati per il bricolage e le piccole manutenzioni domestiche (solventi, colori, sverniciatori ecc. o l'olio esausto dell'automobile).

Queste statistiche sono alquanto preoccupanti ed esiste una forte possibilità che se non affrontiamo seriamente il problema della gestione idrica, ci troveremo innanzi a un disastro dalle proporzioni inedite.

Studi recenti hanno sottolineato il valore economico di ecosistemi di acqua dolce, come **zone umide**, laghi e fiumi. A dispetto della loro importanza, essi sono seriamente minacciati in tutto il pianeta. Nel corso di appena 30 anni, la superficie del **Mare d'Aral** - in origine il quarto lago più vasto al mondo - si è ridotta di oltre la metà e le sue acque sono ora salate quanto quelle di un oceano.

Il mondo industrializzato **inquina** incessantemente le proprie fonti idriche, mettendo in serio pericolo l'equilibrio ecologico del sistema. Ogni giorno, nei vari stadi del ciclo idrico vengono immesse quantità enormi di sostanze inquinanti: dallo scarico delle fogne in mare a quello di pesticidi e varie sostanze chimiche industriali nei fiumi.

La **qualità** dell'acqua è altrettanto importante della **quantità**. Recentemente, nell'acqua potabile del Regno Unito sono state rilevate tracce di oltre 43 diversi pesticidi, in quantità ben superiori alla soglia consentita. La lista di inquinanti idrici è lunga: erbicidi, nitrati, fosfati, piombo, petrolio...

www.panda.org/livingwaters/initiaves/wetlands

Negli anni Sessanta, il flusso dell'acqua nel mare incominciò a diminuire drasticamente. I metodi di irrigazione a monte, utilizzati per la coltura del riso e del cotone, consumavano più del 90% del flusso naturale dell'acqua proveniente dalla catena montuosa dello Tian Shan in Asia centrale. Di conseguenza, la superficie del lago è diminuita drasticamente. Per maggiori informazioni: <http://nailaokda.8m.com/aral>



Acqua in bottiglia: il costo reale. Recentemente, il WWF ha lanciato una campagna che sprona al consumo dell'acqua di rubinetto, spesso altrettanto buona di quella in bottiglia. Sia l'ambiente che il portafoglio ne trarranno vantaggio.

Secondo i dati raccolti dal WWF nel 2001, in molti paesi l'acqua in bottiglia non è né più sicura né più salutare di quella del rubinetto, sebbene sia venduta a un prezzo fino a 1000 volte maggiore. Va detto che, nel settore delle bevande, quella dell'acqua è l'industria a crescita più elevata nel mondo e si stima con un giro d'affari intorno ai 22 miliardi di dollari l'anno.

Secondo la FAO (United Nations Food and Agriculture Organisation), il valore dell'acqua in bottiglia non è, in termini nutrizionali, maggiore di quello dell'acqua del rubinetto. Può contenere piccole dosi di minerali, ma non più di quanto siano presenti in gran parte delle acque municipali comunemente distribuite.

Va inoltre considerato che, ogni anno, si impiegano 1,5 tonnellate di plastica per imbottigliare l'acqua, con un elevato impatto ambientale sia in fase di fabbricazione che di smaltimento. Inoltre, degli 89 miliardi di litri d'acqua in bottiglia venduti annualmente in tutto mondo, un quarto viene consumato lontano dal paese di produzione. Le emissioni di anidride carbonica provocate dal loro trasporto, contribuiscono al fenomeno dei cambiamenti climatici.

Per maggiori informazioni: WWF Living Waters Campaign, e-mail: lhadeed@wwfint.org

Sete di sapere sull'acqua? Visita il Water Portal dell'UNESCO su www.unesco.org/water o altri importanti siti come: www.thewaterpage.com www.gpa.unep.org

Un campo da golf di grandezza media in un paese tropicale come la **Tailandia** necessita annualmente di 1.500 kg di fertilizzanti, pesticidi ed erbicidi e richiede un quantitativo d'acqua equivalente al fabbisogno di un villaggio agricolo di 60.000 abitanti.

[www.tourismconcern.org.uk]



E da noi?

L'Italia è tra le aree continentali considerate a rischio idrico a causa della natura irregolare dei deflussi, del regime delle precipitazioni e dei limiti infrastrutturali. In media, il 45% della popolazione soffre episodicamente di difficoltà nell'approvvigionamento d'acqua potabile, al Sud la percentuale sale al 78%. Il 68,6% dei comuni italiani, inoltre, si trova su territorio a elevato rischio idrogeologico.

Fonte: "Acqua preziosa", La Nuova Ecologia, 8/10/2004.

Quanto all'uso della risorsa idrica, il 48% è destinato al settore agricolo, il 19% ai comparti civile e industriale, il 14% al settore energetico, il resto viene disperso. La media europea indica invece il 46% alla produzione di elettricità, il 30% all'agricoltura, il 14% a scopi civili e il 10% all'industria.

Fonte: Statistiche Ambientali, ISTAT, 2000; The World Bank 2000, World Development Indicators 1990-1996.

In Italia, il consumo domestico è di circa 250 litri giornalieri per abitante: in media, 10 litri per cucinare, 15-20 per ogni ciclo di lavastoviglie e 20 per ogni kg di biancheria in lavatrice, 50 per una doccia, 100-300 per un bagno, 200-300 per lavare l'auto. A questi consumi si aggiungono quelli agricoli e industriali: 700 litri d'acqua per produrre un kg. di grano, 2.600 per produrre un'auto...

Fonte: www.edilio.it/news/edilionews.asp?tab=Notizie&cod=6807

Il prezzo dell'acqua potabile è circa 1/5 di quello tedesco e meno della metà di quello inglese. Anche se severi controlli sanitari garantiscono la qualità dell'acqua di rubinetto erogata in Italia, il consumo pro-capite di acque minerali è passato negli ultimi dieci anni da 36 a 107 litri all'anno. In Veneto, l'86% delle persone beve abitualmente acqua in bottiglia.

Acqua...riflettiamoci! L'acqua e la sua storia, il suo cammino con l'umanità, i suoi riferimenti con le arti, la musica, la letteratura sono il leit motiv di "Acqua...riflettiamoci!", un opuscolo che ARPAV e la Regione Veneto hanno pubblicato per spiegare come utilizzare un bene prezioso, l'acqua appunto, che sta risultando una risorsa sempre più limitata e che va usata perciò con saggezza, evitando sprechi e inquinamenti. L'edizione contiene un utile vademecum che suggerisce i comportamenti 'virtuosi' da mettere in atto per salvaguardare la risorsa idrica anche nei piccoli gesti quotidiani. [www.arpav.it]

20 litri di solidarietà Per dire no agli sprechi e per esprimere solidarietà a 1 miliardo e mezzo di persone costrette ogni giorno a soffrire la sete, il 22 marzo 2004, in occasione della "Giornata mondiale dell'acqua", AMREF (African Medical and Research Foundation) ha invitato gli italiani a limitare il proprio consumo idrico durante l'intera giornata ad appena 20 litri. I cittadini, potevano raccogliere la sfida seguendo le indicazioni al risparmio contenute in un 'gioco' messo on line per l'occasione, o decidendo di rifornirsi d'acqua per ventiquatt'ore esclusivamente da una tanica da 20 litri. Risparmiare l'acqua non deve però essere solo il gioco di un giorno, ma può e deve diventare una buona abitudine quotidiana: negli ultimi due anni AMREF Italia ha costruito oltre 700 pozzi nelle aree rurali più svantaggiate di Kenya, Uganda e Tanzania. Progetti che, insieme al liquido vitale, offrono occasioni di sviluppo, di crescita e autogestione delle comunità locali, attraverso corsi di educazione igienico-sanitaria e nutrizionale e altre attività collaterali, generatrici di reddito. [www.amref.it]





 **WWW...**
 youthxchange.net
 /pay-the-right-price

Giovani e oro blu In occasione della Giornata Mondiale dell'Acqua, il 22 marzo 2004 si è tenuta presso l'Aula Magna dell'Università di Torino, la prima seduta del Parlamento Italiano dei Giovani per l'Acqua, una novità assoluta per l'Italia. L'iniziativa coinvolge 12 istituti superiori di Torino e provincia e varie delegazioni di giovani 'deputati' provenienti da analoghi 'parlamenti' in Spagna, Canada e Francia. L'obiettivo è sensibilizzare i ragazzi - protagonisti di un futuro in cui l'acqua potabile sarà sempre più preziosa e scarsa - sul problema del risparmio idrico e sul suo corretto uso. [www.provincia.torino.it/ambiente/risorse_idriche/progetti/risparmio_03]

Kit per il risparmio idrico Legambiente Emilia-Romagna ha presentato a Bologna una serie di proposte per risparmiare acqua negli usi civili. Partendo dai dati che denunciano forti consumi in tutte le città capoluogo di regione (almeno il doppio della media di consumi pro capite delle principali capitali europee), Legambiente ha proposto una serie di 'buone pratiche', chiedendo che siano adottate dai cittadini e favorite dagli amministratori di provincia, comuni e quartieri della città. Il progetto consiste nella distribuzione di un kit per il risparmio idrico a oltre 2000 famiglie, costituito da una serie di riduttori di flusso che consentono notevoli risparmi di acqua (circa il 50% in meno sulle uscite trattate). Ciò è possibile attraverso una valvola di riduzione della portata d'acqua, che imprime al flusso un movimento circolare, incrementandone la velocità e un sistema di retine e fori che, sfruttando la forza dell'acqua stessa, la miscela con aria, aumentandone il volume. [www.legambienteonline.it]



Paga il giusto!

"Un'ingiustizia da qualche parte
minaccia la giustizia ovunque"

[Martin Luther King,
leader dei diritti civili]

Non comprare niente è impossibile, ma evitare l'acquisto eccessivo è essenziale. Il CS non riguarda soltanto l'impatto ambientale di ciò che produciamo e consumiamo, ma devono egualmente essere presi in considerazione i costi umani e sociali.

Una quantità enorme delle merci che finiscono nei negozi e nelle nostre case viene prodotta in paesi in via di sviluppo, dove le multinazionali trovano il costo del lavoro molto più conveniente. Ma la convenienza dovrebbe esserci da entrambe le parti. Il CS intende salvaguardare la giustizia sociale, rispettando i diritti umani, sociali ed economici. Diritti fondamentali che dovrebbero essere appannaggio di tutti ed esclusivi di nessuno.

Il lavoro minorile è un chiaro esempio del perché i diritti fondamentali delle persone coinvolte nella produzione di beni sia imprescindibile dal concetto stesso di CS. Secondo le stime dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL), nel 2000 vi erano nel mondo circa 211 milioni di bambini - in un'età compresa tra i 5 e i 14 anni - coinvolti in attività economiche. Di questi, circa 73 milioni avevano

"Every Child Counts, New Global
Estimates on Child Labour", ILO
- Ginevra, aprile 2002
[www.ilo.org]

48



WWW...
youthxchange.net
/pay-the-right-price

Tappeti senza macchia

Rugmark è un'organizzazione senza scopo di lucro, il cui obiettivo è l'eliminazione del lavoro minorile. L'organizzazione, tra l'altro, diffonde l'omonimo marchio, che certifica tappeti o stuoie realizzati senza il ricorso a manodopera minorile illegale.

Dal 1995 al 2001, sono stati venduti in Europa e in Nord America più di 2 milioni di tappeti con questo marchio. Grazie anche ai proventi della certificazione, l'organizzazione opera per offrire opportunità di istruzione ai bambini in Nepal, India e Pakistan.
[www.rugmark.org]



meno di 10 anni. Se si considera la fascia di età 5-17 anni, la stima raggiunge i 352 milioni. Di questi, 171 erano impiegati in attività pericolose.

Secondo l'OIL, in cifre assolute la regione con più bambini-lavoratori tra i 5 e i 14 anni è l'Asia-Pacifico (oltre 127 milioni), seguita dall'Africa Sub-Sahariana (48), e dall'America Latina-Caraibi (17,4). In termini percentuali, l'Africa Sub-Sahariana presenta la proporzione più elevata di bambini-lavoratori (1 su 3); in Asia e America Latina essa raggiunge rispettivamente il 19 e 16%.

In India, migliaia di bambini sono impiegati per produrre fiammiferi e fuochi d'artificio. Pagati l'equivalente di 38-45 centesimi di euro al giorno, lavorano abitualmente 10-12 ore, sette giorni su sette. In Pakistan circa il 75% dei tessitori di tappeti locali sono ragazze sotto i 14 anni.

"Research on girl Child Carpet Weavers in the Carpet Industry", Rugmark Society Pakistan, 1999. [www.rugmark.org]

Ma questo problema non riguarda solo i paesi in via di sviluppo. Nel 1998, il Labor Department statunitense ha stimato il numero di lavoratori minorenni negli States intorno ai 3,5 milioni 'legali' (più 1,5 milioni nell'illegalità). In Gran Bretagna, un recente studio ha rilevato che qualcosa come 750.000 bambini tra gli 11 e i 15

Vedi il sito del Department of Labor statunitense, www.dol.gov e del Bureau of Labor Statistics [www.bls.gov]

Gioca pulito! In occasione delle Olimpiadi di Atene 2004, Clean Clothes Campaign, in collaborazione con Oxfam, ha lanciato una campagna diretta alle grandi firme dell'abbigliamento sportivo invitandole a comportamenti più etici. Obiettivo: spingere i comitati olimpici (internazionale e nazionali) a inserire una clausola di rispetto dei lavoratori sia nella Carta Olimpica, sia nei contratti commerciali di sponsorizzazione e licenza. Al contempo, si è chiesta l'istituzione di una commissione di vigilanza, che garantisca l'applicazione di un codice etico da parte delle industrie del settore [www.cleanclothes.org]

Su internet si possono trovare numerose iniziative per l'abolizione del lavoro minorile: www.unicef.org; www.globalmarch.org; www.eclt.org; www.centerville.it; www.savethechildren.it

Fonte: ISTAT, 2000.

Mentre, nel rapporto pubblicato dalla CGIL, sempre del 2000, a cura di Gianni Paone e Anna Teselli, si parla di 370.000. ["Lavoro e lavori minorili", Ediesse, Roma; www.eiro.eurofound.eu.int/2000/12/feature/it0012363f.html]

anni lavorano, in alcuni casi sino a 50 ore per settimana. In Italia, si stima che il lavoro minorile coinvolga circa **144.000** bambini.

I bambini sono abitualmente impiegati in lavori di manodopera impegnativi che non richiedono capacità specifiche, ma dove le mani minute costituiscono un valore (tessitura di tappeti, cucito, fabbricazione di fiammiferi). Sono esposti a condizioni di lavoro ad alto rischio ed essendo **fisicamente vulnerabili**, spesso si ammalano. Lavorano a lungo, ricevono un'educazione scolastica minima o addirittura inesistente e il loro guadagno è misero.

La cosa più triste è che, in tutto il mondo, essi costituiscono di frequente l'unica fonte di sostentamento per moltissime famiglie povere. Il problema è complesso e i governi devono impegnarsi attivamente per risolverlo ma, qualsiasi sia la soluzione adottata, essa non può non coinvolgere **le famiglie**. In ogni caso, **il bambino** deve restare la **priorità assoluta**. Dopotutto, si è bambini una volta sola!

UN'OCCASIONE PERSA

Non sono solo la salute fisica e la sicurezza dei bambini a essere compromesse: il lavoro minorile, infatti, ignora i loro diritti e li priva della possibilità di ricevere un'istruzione adeguata. Si stima che nel mondo oltre 150 milioni di bambini



lascino la scuola prima del quarto anno di studi primari. In India, 1 bambino su 4 non frequenterà mai una scuola.

Questo è l'inizio di un circolo vizioso: senza un'istruzione, le possibilità di evitare lavori mal remunerati e, di conseguenza, di sfuggire alla povertà si riducono drasticamente. Inoltre, nei paesi in via di sviluppo, le conseguenze a lungo termine del lavoro minorile non sono incoraggianti. I bambini rappresentano, infatti, la speranza e il futuro di ogni nazione. Negare loro l'istruzione significa azzerare il 'capitale umano', ovvero il capitale di lavoratori istruiti e specializzati di cui questi paesi hanno disperatamente bisogno.

Nei paesi in via di sviluppo, 872 milioni di persone (1 adulto su 4) non sanno né leggere, né scrivere. I 2/3 sono donne. Fornire un'istruzione primaria a tutti i bambini del mondo implicherebbe un investimento di 'soli' 6 miliardi di dollari, l'equivalente di 4 giorni di spese militari globali.

Il lavoro minorile è solo uno degli aspetti di una tematica più vasta che riguarda in generale le condizioni di lavoro, i diritti umani, l'ineguaglianza tra i sessi e la necessità di rispettare il diritto a un'esistenza dignitosa e sostenibile ovunque, paesi in via di sviluppo compresi.

Esiste un forte legame tra il CS e l'urgenza di promuovere lo sviluppo, garantendo al contempo il rispetto dei diritti umani. Povertà e danno ambientale (per esempio, attraverso deforestazione e sovra-pascolo) si



Human Development Report 1998, "Consumption for Human Development".
[<http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en>]

Per saperne di più sui diritti umani, cosa implicano e cosa sta succedendo e dove, visita i siti: www.hrw.org; www.amnesty.it; www.unimondo.it

Fonte: www.ilo.org; www.unesco.org

Semi per un futuro migliore Tutti i bambini hanno diritto all'istruzione e all'infanzia: questo il principio del progetto pilota avviato dall'American Center for International Labor Solidarity in Kenya, Uganda e Tanzania. Un ottimo esempio dell'efficacia di un programma contro il lavoro minorile attuato all'interno di una comunità locale.

I bambini che abitano nell'Africa orientale in prossimità di piantagioni agricole lasciano la scuola per lavorare nei campi, per prendersi cura delle proprie famiglie o per cercare altri lavori nelle città vicine. Da quando è stato lanciato il progetto nel 1999, molti bambini sono tornati a scuola. Sono stati creati più di 150 centri autonomi di microcredito locale per il supporto finanziario delle famiglie.

Fondamentale per il successo di iniziative come questa, è l'intervento diretto sul campo. Attraverso il coinvolgimento delle famiglie, le comunità locali, gli insegnanti, i datori di lavoro e le organizzazioni sindacali, s'intende creare una cultura anti-lavoro minorile e un sistema di monitoraggio interno alla comunità. Per consentire a tutti gli interessati di partecipare, si tengono corsi di formazione in prossimità delle piantagioni. Grazie a un lavoro collettivo a livello locale, si forniscono alla comunità i mezzi per rafforzarsi e trovare autonomamente le soluzioni pratiche più adeguate per risolvere i suoi problemi. [www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/PlantationProject.htm]

Tutti a scuola! Nel 1920-30, il governo dello Sri Lanka decise di rafforzare l'istruzione obbligatoria. I tassi di alfabetizzazione aumentarono dal 58% nel 1946 all'86% nel 1984 [UNESCO, 1991].

Di conseguenza, il ricorso al lavoro minorile in un'età compresa tra i 10 e i 14 anni è sensibilmente diminuito, passando dal 13% nel 1946 al 6.2% nel 1963. Nel 2000, l'OIL registrava un'incoraggiante percentuale del 2%. [OIL, 1995 e 2000].



Esamina i rapporti e/o il sito di Amnesty International sulla tortura, le esecuzioni sommarie, i prigionieri politici, gli abusi di potere e la tolleranza verso la schiavitù. Consulta anche le pubblicazioni e i siti delle organizzazioni anti-schiavitù come www.antislavery.org

alimentano a vicenda, riducendo le possibilità di sviluppo delle attuali e future generazioni.

Avere una **COSCIENZA** di consumo può contribuire a cambiare questo stato di cose. La domanda dei consumatori per una maggiore **trasparenza**, per esempio, può convogliare l'azione dei diversi attori politici ed economici verso strategie di mercato più responsabili, attente alle **esigenze dell'intera comunità globale**.

Oggi, ad agevolare le scelte d'acquisto dei consumatori più responsabili, vi è un numero crescente di **prodotti certificati**, che rispettano chi li produce e garantiscono una maggiore compatibilità ambientale. Oltre a ciò, numerose organizzazioni attive nel campo del **commercio equo e solidale** contribuiscono a ridurre la distanza (economica e culturale) tra noi e il sud del mondo.



Piccoli passi

I seguenti suggerimenti intendono aiutarti ad acquistare con la testa e con il cuore (oltre che con un occhio al portafoglio!):

- ☞ Prediligi prodotti realizzati e distribuiti seguendo chiari principi etici. Fidati di produttori e commercianti che ti informano sui propri **codici di condotta**.
- ☞ Tieni sempre sotto **esame** la tue marche preferite. Ottenere maggiori informazioni sull'attività di un'azienda è più facile se si agisce collettivamente: prendi contatto con un'associazione di consumatori della tua città.
- ☞ **Scambia** informazioni ed esperienze su etica e prodotti con altri consumatori.
- ☞ Fai sentire **la tua voce** di consumatore responsabile: partecipa alle campagne volte a migliorare le condizioni di lavoro e a ridurre l'impatto ambientale delle produzioni.
- ☞ Evita l'acquisto di prodotti fabbricati da industrie che sostengono regimi contrari al rispetto dei **diritti umani** o che si rivolgono a fornitori che utilizzano il lavoro in **schiavitù**.
- ☞ Quando ti è possibile, scegli prodotti/servizi che certifichino il non ricorso a **manodopera minorile**.
- ☞ Quando ti è possibile, scegli prodotti/servizi con il marchio **'NON testato sugli animali'**.
- ☞ Stai alla larga dai prodotti/servizi che utilizzano slogan **ingannevoli** o che lanciano messaggi **offensivi**.
- ☞ Investi i tuoi risparmi in giuste cause! La **finanza etica** funziona: puoi ottenere profitto e allo stesso tempo far guadagnare anche il pianeta, per esempio investendo in energie pulite...

Vedi capitolo successivo.

Contro la dignità umana e animale (p.es. istigazione alla violenza, alla pedofilia, allo sfruttamento sessuale, alla schiavitù, ecc.).

Esplode in Italia il commercio equo e solidale: nel 2003, ben 7 milioni di persone hanno acquistato i suoi prodotti (contro i 3,7 del 2002), collocando il nostro mercato al 5° posto della graduatoria mondiale. Secondo il 37° *Rapporto Censis*, nel 2003, il 50,5% degli italiani ha scelto un prodotto dopo aver verificato che non inquina, o che, per la sua produzione, non siano stati impiegati minori e siano stati rispettati i diritti dei lavoratori. Il 40,5% ha evitato di comprare beni prodotti da aziende note per comportamenti non etici.

I consumatori considerano, infatti, la responsabilità sociale delle imprese (CSR) un elemento fondamentale nell'orientare le proprie scelte. Essi esigono: correttezza sul piano etico, attenzione alla comunità, rispetto per l'ambiente e per le culture dei paesi in cui le aziende operano. E lo stesso vale per gli investitori: il 61% la ritiene una prerogativa e un fattore rassicurante (il 56%).

E da noi?

Secondo lo studio elaborato da GPF & Associati per Ctm Altromercato.

Fonte: www.eurisko.it/socialtrends/sel5103.htm

Fa la cosa giusta! è la prima fiera del consumo critico e degli stili di vita sostenibili, promossa dall'associazione "Insieme nelle Terre di mezzo Onlus", dal giornale di strada "Terre di mezzo" e con il contributo del "Forum consumo critico" di Milano. Tra gli 'espositori', i rappresentanti di attività di commercio e finanza etici, agricoltura biologica, turismo responsabile, mobilità sostenibile, riciclo e riuso, energie rinnovabili, gruppi d'acquisto, cooperative sociali, comunità di vita e banche del tempo. [www.falacosagiusta.org]

La via del cotone Tradewatch, l'osservatorio sul WTO promosso da Rete Lilliput, la centrale del commercio equo Roba dell'Altro Mondo, Mani Tese e la Campagna per la riforma della Banca Mondiale hanno lanciato la nuova campagna "La via del cotone: le strade dello sfruttamento nell'economia globalizzata". L'iniziativa intende sollecitare un cambio di regole nel commercio internazionale.

Il cotone viene coltivato per il 75% nei paesi del sud del mondo e dalla sua produzione e filatura dipendono globalmente circa 300 milioni di esseri umani. Eppure, del suo valore finale appena il 5% si tramuta in guadagno per i piccoli produttori. Questo settore è uno dei casi più evidenti di quanto le regole del commercio internazionale, gli interessi delle grandi imprese e una politica che sostiene solo le produzioni intensive (legate ai giganti del tessile), riducano alla fame interi paesi, in particolare nell'Africa subsahariana. [<http://tradewatch.splinder.it>]

"Cioccolato Positivo + diritti + cacao", nata nell'ottobre del 2001 dall'impegno congiunto di Save the Children Italia e TransFair Italia (marchio di garanzia del commercio equo-solidale), è una campagna per informare e sensibilizzare i consumatori, le aziende e le istituzioni sulle violazioni dei diritti dell'infanzia nella produzione del cacao e sui vantaggi etici ed economici del commercio equo-solidale.

All'interno dell'iniziativa, si è sviluppato l'Osservatorio indipendente sui cicli di produzione del cioccolato, che attualmente conta anche sul patrocinio del Comune di Perugia. Obiettivo: creare occasioni di collaborazione e scambio di conoscenze ed esperienze tra ONG, operatori del commercio equo-solidale, istituzioni e industrie, nell'ottica dell'impegno per l'eliminazione dello sfruttamento e del traffico di bambini nei campi di cacao. [www.savethechildren.it]



Vivi e lascia vivere

"La crudele bestia selvaggia non è quella che sta dietro le sbarre di una gabbia, ma è quella che guarda da fuori."

[Axel Munthe, fisico, psichiatra e scrittore]



Il diritto a un'esistenza dignitosa non può essere prerogativa dei soli esseri umani. La consapevolezza della nostra **interrelazione con la natura** è un elemento chiave per comprendere lo sviluppo sostenibile.

Il **trattamento** degli animali (per esempio, negli allevamenti), la **biodiversità** e il mantenimento dell'**equilibrio** naturale sono concetti distinti, ma collegati fra loro. Questa sezione intende fornire qualche informazione di base a tale riguardo, dipenderà poi da ciascuno di noi fare scelte di vita coerenti, individuando le proprie priorità ai fini della sostenibilità.



54

ANIMALI DA FATTORIA

Che cosa accade agli animali, allevati per le ragioni più disparate - per ottenerne carne, uova, pelli, o per compagnia o divertimento? Siamo sempre più interessati a capire quel che avviene **dietro alle quinte**: le condizioni di vita negli allevamenti industriali, le ragioni e modalità dei test sugli animali, il calvario dei trasferimenti di bestiame vivo, ecc. La **crudeltà** può essere evitata, seguendo pochi principi fondamentali. Trattare gli animali con rispetto: fornire cibo e riparo adeguati; assicurare l'assistenza veterinaria indispensabile, condizioni igieniche adeguate e non usare metodi violenti o alimentazione forzata.



www...
youthxchange.net
/pay-the-right-price

Uova in batteria È una pratica talmente crudele che in Europa è stata bandita ovunque, ma è tuttora adottata in altre parti del mondo. Nelle fattorie da allevamento, 4 galline vengono raggruppate per tipologia in una gabbia che misura appena 40 x 64 cm. Le gabbie, impilate secondo un certo ordine, sono poste in vasti magazzini industriali.

Tutte le galline ovaiole sono private del becco per evitare incidenti dovuti alle frequenti lotte: date le condizioni di cattività, infatti, gli uccelli, diventano claustrofobi, e aggressivi. Le galline depongono più di 250 uova all'anno. Alla fine di tale periodo, i volatili vengono accatastati per un altro ciclo di produzione, oppure mandati al macello. La carne di gallina da allevamento di solito è destinata a prodotti di bassa qualità. [www.factoryfarming.com]

"Ai conigli non piacciono i trucchi" È una campagna contro la sperimentazione animale nella cosmesi, lanciata alla fine del 2002 dal Movimento UNA, un'associazione animalista italiana. L'iniziativa ha suscitato molto interesse, ottenendo l'adesione di numerose associazioni e singoli cittadini.

I test cosmetici causano terribili sofferenze agli animali: il Draize test oculare (instillata una sostanza direttamente negli occhi dei conigli, si esaminano poi, a distanza di giorni, i danni provocati ai tessuti dell'occhio), o LD 50% (sommministrazione forzata a un gruppo di animali, per esempio, di un rossetto fino ad arrivare alla morte di metà degli animali utilizzati) sono del tutto inutili dal punto di vista scientifico e contrari alla sensibilità della maggioranza delle persone. [www.unaecoanimali.it]

Quel che decidiamo di mangiare o non mangiare, dipende da ciascuno di noi. Possiamo, per esempio, rifiutare di consumare cibi che siano stati prodotti con metodi inaccettabili, o - più drasticamente - passare a un regime alimentare vegetariano.

Scegliere uova e carni provenienti da allevamenti non intensivi (cerca i prodotti certificati), non solo va a vantaggio dell'animale, ma anche del consumatore. Crisi alimentari, come quella della 'mucca pazza' (BSE), hanno contribuito a renderci più consapevoli circa il legame tra la nostra salute e quella degli animali di cui ci nutriamo.

Su un altro fronte, le aziende hanno capito che i consumatori non condividono la crudeltà gratuita. Sono 150 le aziende in tutto il mondo, tra cui 24 italiane, che

La campagna italiana del CARE (Cooperation for Animal Rights in Europe): www.infolav.org



Fonte: www.icea.info/news.cfm?lang=&news=44; sotto, a destra: campagna contro la sperimentazione sugli animali promossa attraverso la distribuzione di borsine in carta di una nota catena di cosmetici.



Per un elenco di tali aziende, consulta: www.oltrelaspecie.org/download/LAV_Guida_Pratica_Cosmetici.pdf

In attesa di un unico nuovo logo internazionale, i prodotti sono identificabili dalla scritta 'non testato sugli animali', oppure 'cruelty-free'.



Cfr. www.redlist.org e www.biodiversity.iucnp.org

Fenomeno che si produce quando delle specie si stabiliscono fuori dal loro habitat naturale, a causa della loro introduzione deliberata o accidentale per mano dell'uomo.

l'incremento della sperimentazione animale dei cosmetici messo a punto dalle 50 maggiori organizzazioni animaliste mondiali, guidate dalla *Coalizione europea contro la vivisezione*. Queste aziende s'impegnano a non praticare e non far praticare la sperimentazione animale dei prodotti finiti e degli ingredienti e, fin dagli esordi dell'iniziativa, sono state ampiamente ripagate dai risultati sul mercato.

Purtroppo, la sperimentazione sugli animali è ancor oggi prevalente in grandi aziende, ma si assiste comunque a una crescente proliferazione di prodotti da consumo '*cruelty-free*'. I test di laboratorio sono un **soggetto controverso**. L'opinione comune non sempre è precisa e spesso dipende dal punto di vista individuale e dall'esperienza personale.

IL POTERE DELLA DIVERSITA'

Gli uomini condividono questo **pianeta** con almeno **15 milioni** di altre specie. Ognuna di esse svolge un ruolo nel costruire e nel conservare i complessi ecosistemi che sono alla base di tutte le forme di vita. Alcune specie stanno scomparendo a ritmi allarmanti. I tassi attuali di **estinzione** non sono chiari, ma la scienza parla di un incremento in velocità del fenomeno dalle **1.000** alle **10.000** volte superiore a quanto accadrebbe in assenza di uno sviluppo industriale incontrollato.

Il processo d'estinzione ha luogo per svariati motivi concatenati. L'**allevamento intensivo** di piante e animali, l'eccessivo sfruttamento dei loro **habitat**, l'introduzione negli ecosistemi di **specie aliene**, così come i cambiamenti climatici, l'inquinamento e le malattie rappresentano una minaccia per l'**equilibrio ecologico** tra le specie.

Corsi di shopping etico

Per aiutare le tue scelte d'acquisto - nel tuo paese o all'estero - il WWF ha messo on line un 'negozio per turisti' e una 'farmacia' in cui sono esposti alcuni prodotti da evitare con cura.

Dacci un'occhiata e clicca sui vari articoli in vendita. Riceverai informazioni su quanto si cela dietro a questi prodotti.

[www.worldwildlife.org/buyer beware]

Terra-Madre Provenienti da 130 paesi, 5.000 persone si sono incontrate a Torino in qualità di rappresentanti delle 'comunità del cibo', composte da tutti i soggetti che operano nel settore agroalimentare, a partire dalla produzione delle materie prime, fino alla promozione dei prodotti finiti e all'informazione dei consumatori. Questi, in sintesi gli 'ingredienti' di "Terra Madre", un meeting internazionale davvero speciale, svoltosi in ottobre nell'ambito del Salone del Gusto 2004. Promotrice dell'iniziativa è Slow Food, associazione presieduta da quel Carlo Petrini che il Times ha recentemente definito come "uno degli eroi del nostro tempo".

L'appuntamento torinese ha posto l'accento sul rispetto degli equilibri planetari, sul riconoscimento della qualità dei prodotti, ma - soprattutto - sulla vita e il lavoro di chi li produce e sulla straordinaria ricchezza dei saperi locali. Si è parlato dunque di moltissimi argomenti, tutti concatenati tra di loro: biodiversità, fame, povertà, accesso all'acqua, tecnologie tradizionali, agricoltura biologica, benessere animale, rispetto del paesaggio, della salute e del piacere del consumatore... Obiettivo: consolidare a livello planetario un fronte compatto di sostegno e promozione di iniziative che vadano nel segno di una nuova e più saggia agricoltura nel mondo. [www.slowfood.it]

La diversità è una risorsa preziosa: l'interazione e l'interdipendenza tra le diverse specie richiedono un'attenta gestione. Circa il 30% dei prodotti medicinali disponibili in farmacia derivano da piante e animali selvatici. Molti di essi vivono in ecosistemi specifici e, purtroppo, a rischio. La conservazione della biodiversità implica problematiche diverse: paradossalmente, infatti, le aree del mondo che ospitano la più alta ricchezza di specie, sono spesso anche quelle in cui vivono le popolazioni più povere. La sfida del secolo consiste dunque nel preservare la biodiversità e, al contempo, eliminare la povertà.

Un segnale positivo è stato lanciato dalla comunità scientifica internazionale grazie alla Convenzione sulla Biodiversità (CBD). Tale accordo, ratificato da 180 paesi, intende favorire un approccio olistico, sottolinea il ruolo della cooperazione internazionale e promuove un uso sostenibile delle risorse biologiche volto ad assicurare l'equa distribuzione dei benefici derivanti dal loro impiego.

Per una gestione efficace delle risorse è necessario riprogettare molti settori dell'attività umana, dall'agricoltura alla pesca, al turismo, dall'istruzione all'assistenza sanitaria. Favorire lo sviluppo di società sostenibili, in particolar modo tra i popoli indigeni - che ben conoscono gli ecosistemi in cui vivono - è il solo modo per proteggere la biodiversità.

Limitare il commercio delle specie selvatiche è uno dei modi per assicurarne la protezione: a questo scopo, è nata la Convenzione sul Commercio Internazionale di Fauna e Flora Minacciate di Estinzione (CITES), attualmente applicata da oltre 130 paesi. Su scala internazionale, solo il traffico di droga e armi supera, per volume d'affari, il commercio illegale di specie selvatiche. La domanda di animali esotici, cibi, medicinali (estratti, per esempio, da tigri o rinoceronti) nutre questo mercato e rafforza la minaccia per le specie.

Vi sono alcuni episodi a lieto fine, dove si è riusciti a prevenire l'estinzione o il declino di una specie: è il caso del rinoceronte nero e dell'elefante africano. Tra il 1979 e il 1989, il numero di esemplari di quest'ultimo è sceso da 1,3 milioni a 625.000 a causa del bracconaggio. Grazie all'azione concertata del governo e di alcune organizzazioni ambientaliste, gli elefanti stanno ora nuovamente aumentando.

In mare senza regole

I pescatori di tonno dell'Oceano Pacifico nei Tropici Orientali hanno scoperto che buttare le reti sul dorso dei delfini per pescare i tonni che nuotano al di sotto di essi è una tecnica vincente. Questa tuttavia viene considerata una pratica molto pericolosa per i delfini: negli ultimi 40 anni, 7 milioni di esemplari sono stati uccisi così.

Nel 1990, negli Stati Uniti l'industria del tonno ha introdotto il marchio 'dolphin-safe' (delfino sicuro), garantendo che tonni pescati con tale tecnica non possono essere etichettati con questo marchio e venduti in America.

Il programma 'dolphin-safe' si iscrive in una serie di provvedimenti di legge del 1990, il Marine Mammal Protection Act. Dalla sua applicazione, la mortalità dei delfini è scesa del 97%. [www.savedolphins.org]

Per saperne di più, visita: www.traffic.org/news/salaw

Time Europe, 17 aprile 2000, Vol. 155 No. 15.



Per informazioni su questa e altre specie, vai ai seguenti siti: www.eia-international.org/campaigns1.shtml; www.ecocrimes.org/peril.html; www.savedolphins.org; www.wwf.it

E da noi?

Fonte: www.wwf.it/ambiente/dossier/Dossier%20Biodiversità%202003.pdf.



Il nostro Paese è tra quelli, in ambito europeo, con valori di biodiversità più elevati. L'Italia, infatti, ospita il 65% degli habitat prioritari indicati nella direttiva europea "Habitat", oltre 1/3 delle specie animali distribuite in Europa e quasi il 50% di quelle vegetali (su una superficie pari a circa 1/30 di quella continentale). Secondo il "Libro Rosso degli animali d'Italia" del WWF, oltre il 60% dei nostri vertebrati è a rischio. Tra le 20 specie più minacciate, 13 sono endemiche (cioè vivono solo in Italia). Quanto agli animali da allevamento, il quadro non è affatto edificante...

Biodiversità una risorsa È un progetto promosso da ARPAV in collaborazione con Legambiente. Obiettivo: far conoscere ai giovani l'importanza della biodiversità e fornire loro i mezzi per preservarla anche in ecosistemi fortemente antropizzati come, per esempio, le aree urbane. Strumenti del programma: un corso di formazione per insegnanti, un Cd Rom e un concorso a premi tra le classi coinvolte. In palio, un bonus per una visita al Parco delle Dolomiti o del Delta del Po.

Il concorso, che si è svolto lungo l'arco dell'anno scolastico 2003-2004, verteva su diversi approcci alla tematica, tenendo conto delle diverse fasce d'età dei partecipanti. Le scuole elementari hanno svolto ricerche su "Animali e territorio intorno a noi", le medie hanno affrontato il tema "Fare spazio agli altri - un'esplorazione territoriale per conoscere specie animali e vegetali", infine le scuole superiori si sono confrontate con la problematica "Dal locale al globale per un pianeta ricco di biodiversità". I lavori prodotti dagli studenti - in formato elettronico, cartelloni, libri e persino sculture - vanno dalle analisi biologiche a ipotesi di tutela di aree verdi finora trascurate sino a progetti per la valorizzazione di giardini e rive di torrenti. [www.arpa.veneto.it]

Benessere degli animali

La Regione Veneto ha elaborato un "Programma operativo sul benessere degli animali da reddito negli allevamenti e degli animali da macello". Il documento si articola in due parti: la prima è relativa alla legislazione generale sul benessere, mentre la seconda riguarda l'individuazione e la descrizione dei principali indicatori di benessere animale per specie e categoria.

[www.regione.veneto.it/Servizi+alla+Persona/Sanita/Prevenzione/Sanit%C3%A0+veterinaria/Benessere_animale.htm]

"Gli animali e gli italiani" è il titolo della IV edizione del Rapporto LAV (Lega Antivivisezione). Secondo quest'indagine, ogni giorno entriamo in relazione con circa 600 milioni di animali: salgono a 45,5 milioni quelli presenti nelle nostre case (7 milioni di cani, 7,5 milioni di gatti, 16 milioni di pesci d'acquario, 12 milioni di uccelli). In aumento i servizi dedicati agli animali domestici: nel 2004 sono salite a 66 le dog-beach, tra libere e attrezzate e sono 2.730 gli hotel che hanno tolto il divieto agli animali.

Da almeno sei-sette anni si è fatta sempre più consistente nelle case degli italiani la presenza di animali esotici: almeno 500.000 animali ai quali si aggiungono circa 40.000 rettili (tra iguane e serpenti), 1 milione di tartarughe d'acqua dolce e circa 3.000 grandi felini (leone, pantera, leopardo, ecc.). Ma anche non meno di 30.000 animali ancora prigionieri in anacronistici zoo e acquari e almeno 3.000 animali costretti a esibirsi nei circa 150 circhi italiani. Unico dato confortante: la disaffezione del pubblico verso queste forme di spettacolo.

E poi, ancora, si registrano almeno 660.517 cani e 1.300.000 gatti randagi, 250.000 animali allevati e uccisi per rubarne la pelliccia, 905.603 quelli torturati a fini sperimentali. 100 milioni quelli uccisi dai cacciatori, 440.433.442 animali allevati a scopo alimentare.

Destano allarme i crescenti interessi della 'zoomafia' sugli animali: un business stimato in 3 miliardi di euro tra traffici illegali di animali esotici e d'allevamento, lotte tra cani, corse clandestine di cavalli, ecc., contro i 2.679 miliardi di lire del 1998. [www.infolav.org]



Passa all'azione

"Mi piacerebbe definire il consumatore del 2025 in tre modi: più esigente, più saggio e più preoccupato."

[Mike Clasper, Procter
& Gamble, Europa]

Ciascuno di noi acquista costantemente qualcosa e questo rende il commercio un **grande business**. L'avvento della globalizzazione, la diffusione di nuovi media e un maggiore accesso all'informazione hanno contribuito ad accrescere la coscienza degli effetti ambientali, sociali ed economici provocati dalle nostre scelte d'acquisto.

Noi - in quanto consumatori - stiamo finalmente cominciando a percepire queste problematiche come qualcosa che ci riguarda direttamente e, di conseguenza, esigiamo informazioni chiare e attendibili. Per ciascuno di noi, infatti, ciò è di fondamentale importanza per poter operare scelte consapevoli.

Nell'Unione Europea (UE) e in altri paesi, i governi si stanno seriamente impegnando per rispondere alla domanda d'informazione dei consumatori sugli aspetti ambientali e sulla sicurezza per la salute di prodotti e servizi.

Per garantire al consumatore un'informazione sicura e puntuale circa le caratteristiche ecologiche ed etiche di un dato prodotto, varie organizzazioni hanno introdotto sul mercato una serie di **sistemi di etichettatura**.

Statisticamente, per ogni americano vi è in media 1,5 m² di centro commerciale. Uno dei più vasti shopping mall in America, l'Ontario Mills, vicino a Los Angeles, è grande quanto 34 campi da calcio.

Agisci! Partecipa al forum di discussione SC-Net promosso dall'UNEP. Invia le tue domande, condividi la tua esperienza e le tue idee: sc@unep.fr

Eco-label (tra quelle riconosciute dalle istituzioni governative)

1. Blue Angel (Germania)
2. Ecolabel (Unione Europea)
3. Green Seal (USA)
4. Terra Choice (Canada)
5. Cina
6. Giappone
7. Nordic White Swan (Paesi Scandinavi)
8. Austria
9. Taiwan
10. India
11. Israele
12. Milieukeur (Paesi Bassi)
13. Environment 2000 (Zimbabwe)
14. Corea del Sud
15. Aenor (Spagna)
16. Green Label Tailandia
17. Green Label (Hong Kong)



Io faccio la spesa giusta

Il calciatore Damiano Tommasi e la cantante Antonella Ruggiero sono tra i testimonial della settimana d'informazione (18-25 sett. 2004) sui prodotti equosolidali, promossa da Fairtrade TransFair - il marchio di garanzia del commercio equo e solidale in Italia - in collaborazione con dieci catene della grande distribuzione e altrettanti produttori e importatori. In Italia il mercato equosolidale incontra il favore di un pubblico sempre maggiore: si parla di 7 milioni di acquirenti nel 2003, con un incoraggiante incremento del 40% rispetto al 2002. [www.equ.it]



Piccoli passi

Decidi tu come spendere i tuoi soldi. Scegli marche eco-compatibili e più sostenibili e così facendo invierai un messaggio chiaro ai negozianti. Qualche indicazione:

- ☞ **Rifletti** prima di acquistare. Pensa a ciò di cui hai bisogno, non a quello che desideri.
- ☞ Leggi con attenzione le **etichette**: se non ti forniscono sufficienti informazioni, non esitare a richiederne.
- ☞ Scegli prodotti e servizi con **marchio ecologico** e/o **etico**.
- ☞ Quando possibile, acquista beni **prodotti localmente** e **di stagione**.
- ☞ Opta per prodotti che contengono percentuali significative di materiali **riciclati**, o componenti **ri-fabbricate**, oppure che siano facilmente **smaltibili** e/o **riciclabili**.
- ☞ L'acquisto **on line** di alcuni prodotti/servizi può ridurne l'impatto sull'ambiente: se usato con intelligenza, Internet può concorrere a creare un consumo più sostenibile. Si pensi, per esempio, alle prenotazioni online di viaggi, concerti, ecc.
- ☞ **Condividi la spesa**. Consorziati con altri consumatori per acquistare direttamente alla fonte prodotti freschi e genuini: otterrai una qualità superiore al miglior prezzo.

Ma fai attenzione! Solo alcune etichette sono riconosciute ufficialmente dai governi e rispondono a criteri rigidi e verificabili. Tra i marchi ecologici più noti vi sono l'Eco-label dell'UE, il tedesco **Angelo Azzurro**, e il **Cigno Bianco** dei paesi scandinavi.

Per maggiori informazioni, vai alla pagina web della Commissione dell'UE: www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index.htm

Negli Stati Uniti, il sistema **Energy Star** è utilizzato per informare i consumatori sull'efficienza energetica di una vasta gamma di prodotti. Questo sistema è stato attualmente introdotto anche nell'UE.

Vedi p. 37

Grandi imprese e governi sono sempre più oggetto di **verifiche attente** da parte del pubblico. Maggiore è l'insistenza con cui sollecitiamo le imprese a cambiare le proprie strategie in direzione della sostenibilità, maggiore sarà la loro disponibilità a farlo. Se vogliono la **fiducia dei consumatori**, infatti, i produttori devono dimostrare di essere all'ascolto dei loro bisogni e delle loro preoccupazioni.

INVESTIMENTI ETICI

Parlando di **risparmio** e di **investimenti**, possiamo fare qualcosa per assicurare che i nostri soldi vadano in buone mani e siano utilizzati per promuovere stili di vita più responsabili. Se a pensarla in questo modo siamo in molti, invieremo anche un segnale d'incoraggiamento alle istituzioni e alle aziende più attive in tema di **responsabilità sociale**.

Esse serviranno **da esempio**: altre seguiranno, una volta verificato che il percorso verso la sostenibilità può generare anche notevoli profitti economici.

Già oggi, in molti paesi gli investimenti di tipo etico interessano un vasto e crescente segmento di pubblico - individui e istituzioni. Vi sono sul mercato diverse forme d'investimento sostenibile: dall'acquisto di **azioni** di imprese impegnate nel campo della salvaguardia dell'ambiente e/o dei diritti umani, all'investimento in **fondi pensionistici**, **titoli** e **iniziative etiche** a favore della comunità.

I fondi etici consentono inoltre di rispondere a bisogni sia **globali** che **locali**. Incanalando capitale a livello delle comunità di base, specie nei paesi emergenti, si crea **micro-credito** e nuove opportunità per piccoli imprenditori in tutto il mondo.

Schemi di questo tipo rafforzano le popolazioni, soprattutto dei paesi più poveri, consentendo loro di far fronte autonomamente alle difficoltà economiche e sociali.

Anche i **governi** possono dare l'esempio partecipando a programmi multilaterali e internazionali di finanziamento etico e, in generale, attraverso le loro politiche d'investimento. In tal senso, già oggi si stanno compiendo sforzi a livello globale: per esempio, promuovendo l'energia rinnovabile, attraverso **fondi** di investimento



Per ulteriori informazioni sulla finanza etica: www.sustainability-indexes.com; www.oneworld.net; www.co-operativebank.co.uk/ethics; www.finanza-etica.it; www.eticare.it

I programmi di microcredito erogano piccoli prestiti senza garanzia a persone molto povere per progetti di attività in proprio che generino entrate, dando loro la possibilità di provvedere al proprio mantenimento e a quello delle loro famiglie.
[Fonte: Microcredit Summit, www.gdrc.org/icm]

Per amore e per profitto

Nel novembre 2003, UNEP ha lanciato il programma Sustainable Energy Finance Initiative (SEFI) con lo scopo di favorire l'incontro tra l'offerta di energie rinnovabili e la domanda energetica globale.

Obiettivo: coinvolgere su nuove basi il mondo della finanza, convincendolo a investire senza esitazioni nelle energie alternative. SEFI fornisce informazioni aggiornate e specifiche alle organizzazioni finanziarie e promuove l'adozione di nuovi strumenti economici che integrano i fattori sociali e ambientali - intesi come rischi, ma anche come opportunità - tra gli indicatori della prestazione economica. [www.sefi.unep.org/docs/SEFIwebBase.pdf]

Microcredito per giovani. A Dhaka, la capitale del Bangladesh, l'UNESCO ha promosso numerosi progetti nei quartieri poveri. Tra le iniziative, Nari Maitree (L'alleanza delle donne) ha aiutato 300 ragazze a seguire corsi di formazione alla fine dei quali ottenevano un microfinanziamento. Queste giovani "rappresentano la fascia più vulnerabile della popolazione", sottolinea Sayeeda Rahman, una delle promotrici, "perché sono minacciate da matrimoni forzati, abusi sessuali e prostituzione. Disponendo di una propria piccola attività, possono guadagnare dei soldi e diventare un valido sostegno per le loro famiglie. Un buon esempio è il caso di due ragazze che hanno imparato a guidare lo scooter e hanno organizzato un servizio di trasporto quotidiano verso le rispettive scuole per le studentesse. E oggi la gente accetta questo, a riprova che le attitudini sono cambiate." [dalla rivista Sources dell'UNESCO, giugno 1999]

Banca Etica è un sistema composto da diverse strutture integrate (Banca Popolare Etica, la Fondazione Culturale, Etica Sgr e il Consorzio Etimos). L'obiettivo comune è "sostenere il mondo no profit e l'economia solidale, finanziare la cooperazione sociale, la cooperazione internazionale, la tutela dell'ambiente e la società civile". Rappresenta un punto d'incontro per quei risparmiatori che condividono l'esigenza di una gestione più consapevole e responsabile del proprio denaro. La banca supporta iniziative socio-economiche che si ispirano a un modello di sviluppo umano e sociale sostenibile, dove la produzione della ricchezza e la sua distribuzione siano fondati sui valori della solidarietà, della trasparenza civile e della realizzazione del bene comune. Inoltre, nella convinzione che la trasformazione della società dipende strettamente da quella dei suoi sistemi produttivi, Banca Etica si occupa con particolare attenzione di responsabilità sociale e ambientale delle imprese, elaborando modelli di intervento e nuove modalità organizzative sia a livello nazionale che internazionale. [www.bancaetica.com]

Il Canada e gli Stati Uniti sono attualmente in contrasto su alcune di queste raccomandazioni. Per approfondimenti: www.renewabletaskforce.org

dedicati. La *Renewable Energy Task Force* del G8, creata in occasione del Summit di Okinawa nel luglio del 2000, ha formulato in tal senso alcune raccomandazioni volte a promuovere le fonti alternative di energia, in particolare nei paesi in via di sviluppo.

Di cosa dovrebbe accertarsi l'investitore etico al momento di decidere dove collocare il suo denaro? Di seguito, alcuni indicatori:

- ▶ Quale attività svolge l'azienda? In quali settori investe?
- ▶ Qual è la posizione dell'azienda sulle questioni ambientali e le politiche sociali? (per esempio, fa uso di energia alternativa?)
- ▶ Divulga informazioni sull'impatto ambientale dei suoi prodotti/servizi, considerandone l'intero ciclo di vita?
- ▶ È l'azienda un buon datore di lavoro? (pari opportunità, rispetto delle minoranze, flessibilità degli orari, ecc.).
- ▶ L'azienda partecipa a progetti e iniziative in favore della comunità locale?



La realtà italiana pullula di iniziative promosse da cittadini volenterosi, stanchi del caro-vita e di un'informazione insufficiente sui prodotti. Ma non manca una rete istituzionale di salvaguardia dei diritti dei consumatori. Gli interessi della categoria sono riconosciuti e garantiti dallo Stato, attraverso le 'associazioni dei consumatori e degli utenti'. Queste operano con l'obiettivo di migliorare e tutelare la condizione del consumatore/utente in Italia e in ambito comunitario: dall'educazione al consumo all'assistenza nelle controversie, alla tutela dell'ambiente e della salute, al rapporto tra cittadino e giustizia, alla corretta gestione della pubblica amministrazione, alla vigilanza sui prezzi e sicurezza dei prodotti, all'efficienza dei servizi.

Se il tempo è denaro... La Banca del Tempo è un sistema in cui le persone scambiano reciprocamente attività, servizi e saperi. Chi aderisce specifica quali attività e/o servizi intende svolgere e accende un proprio conto corrente, come in una banca, dove però, al posto degli euro, si depositano ore. Chi ha offerto un servizio acquisirà un credito di ore e sarà in grado di spenderle ricevendo altri servizi. Nella Banca del Tempo, però, non è necessario restituire un servizio esattamente a colui che l'ha fornito: è un sistema aperto e non si contraggono debiti con qualcuno in particolare.

Chi scambia compie un gesto molto importante: libera il tempo. Lo libera da ogni equazione economica: nella Banca del Tempo un'ora vale sempre un'ora, a prescindere dal servizio scambiato (un'ora di cucito equivale a un'ora di aiuto nei compiti, un'ora di giardinaggio a una di consulenza legale...). Nessuno quando scambia perde del tempo. In Italia operano circa 300 Banche del Tempo e quella di Padova, avviata nel 1996, è stata tra le prime ed è annoverata tra le più importanti a livello nazionale. [www.padovanet.it/associazioni/elfilo/bdt.html]

Meno è meglio In alcuni paesi avanzati, esiste un fenomeno in crescita che coinvolge singoli individui, gruppi o famiglie accomunati da una filosofia di vita improntata alla sobrietà, giustizia e sostenibilità. In Italia, si autodefiniscono 'bilancisti', avendo aderito alla Campagna Bilanci di Giustizia, lanciata nel 1993 al 5° raduno dell'organizzazione Beati i Costruttori di Pace.

L'iniziativa si proponeva di creare una rete di 'consumatori leggeri', liberi dai condizionamenti del mercato, che riducessero i consumi e investissero i denari risparmiati in azioni di solidarietà concreta e nella finanza etica. Fra il 1993 e il 2004, hanno inviato almeno un bilancio ben 718 nuclei. Quasi tutti risiedono nel centro e nord Italia, con una concentrazione importante nel Triveneto.

Bilanci di Giustizia significa voler spendere il proprio denaro in maniera giusta, verificando, conti alla mano, i risultati della propria scelta. I partecipanti all'iniziativa lo fanno in modo a-dogmatico, all'insegna dell'allegria, della flessibilità e della condivisione. Attraverso la compilazione di bilanci mensili, i gruppi (o gli individui) indicano le uscite e gli obiettivi che si pongono nello 'spostare' il consumo da un prodotto considerato dannoso (per esempio, in termini di impatto ambientale) a un prodotto che rispetti la dignità delle persone e l'ambiente.

L'80% delle famiglie pratica attività di autoproduzione. Il 90% sceglie prodotti del commercio equo e solidale, spesso acquistando in maniera collettiva attraverso i GAS, Gruppi di Acquisto Solidale. [www.bilancidigiustizia.it]

E da noi?

Il tempo
è denaro,
mettilo
in banca!



Alla scoperta del villaggio globale

"Lasciamo che i villaggi del futuro vivano nella nostra immaginazione, cosicché si possa un giorno giungere ad abitarci."

[Mahatma Gandhi]



Media-educ: un network per cambiare Le iniziative di educazione ai media stanno proliferando un po' in tutt'Europa. Motivazioni e obiettivi variano molto, ma vi è un impegno da tutte condiviso: aiutare a sviluppare la capacità critica, analitica e creativa dei cittadini in rapporto ai moderni mezzi di comunicazione. Per facilitare tale compito, è stato creato l'Osservatorio Media-educ. Finanziandolo, la Commissione Europea ha dimostrato il proprio interesse nello sviluppare un sistema educativo coerente, ma ha anche favorito la comparazione internazionale dei dati, avviando un processo di standardizzazione per agevolare l'educazione ai media a livello locale. Iscrivendosi all'osservatorio, gli educatori divengono parte di un network, possono dialogare con i colleghi, scambiarsi esperienze, metodologie e risultati.

[www.media-educ.org]

Oggi viviamo in un mondo saturato dai media e veniamo quotidianamente travolti da una valanga senza precedenti di immagini e dati provenienti da fonti diverse: informazioni su politica e attualità, musica, scienze, nuovi miti del mondo dello spettacolo, moda, ecc.

I bambini crescono in un ambiente dove la maggior parte dell'informazione e dell'intrattenimento proviene - quasi senza filtri - dai media: televisione, internet, cinema, radio, riviste, giornali ...

Ma come funzionano i mezzi di comunicazione di massa? Come sono organizzati e come ricostruiscono la realtà? L'educazione ai media aiuta a sviluppare uno sguardo critico sui mezzi, sui messaggi, sulle tecniche impiegate dagli addetti ai lavori. E, soprattutto, aiuta a valutarne l'impatto sulle persone. In altre parole, ci rende capaci di compiere scelte informate.

Saperne di più sui meccanismi della comunicazione, aiuta gli adolescenti a reagire contro l'influenza pervasiva dei media su desideri e modelli di consumo. Insegna loro come usarli, come 'far sentire la propria voce' e promuovere nuovi valori e stili di vita più sostenibili. In altre parole: li rende consapevoli dei loro diritti di cittadini e consumatori.

PUBBLICITA'

Non poche pubblicità hanno, come target specifico, i giovani. Il linguaggio, le immagini, i messaggi veicolati, tutto concorre al coinvolgimento emozionale dei teenager, ma non hanno certo lo stesso fascino per i genitori.

Ma perché gli adolescenti, sono così importanti per i pubblicitari? Le aziende hanno bisogno di costruire una 'brand loyalty', la fedeltà verso il marchio. Abituando le persone all'uso di una marca fin da giovani, il produttore investe su un cliente potenziale a vita!

Spesso la pubblicità trasmette messaggi semplificati, che fanno ampio uso di stereotipi. Per esempio, certe campagne indirizzate alle ragazze sono molto diverse da altre pensate per i ragazzi. Alcuni messaggi ci vogliono far credere che un prodotto sia più 'maschile' che 'femminile', quando in realtà potrebbe essere utilizzato da chiunque. Uno stereotipo afferma con rigidità la convinzione che, se sei maschio o femmina (bianco o nero, eterosessuale oppure omosessuale), devi conformarti a ruoli specifici.

Ciò rappresenta uno sconfinamento pericoloso nella sfera personale: dovremmo essere noi a scegliere i nostri interessi e come desideriamo comportarci. Non siamo tenuti, infatti, a rimanere passivi e accettare qualsiasi messaggio che i media (e, in particolare, la pubblicità) ci propinano. Dobbiamo poter controbattere ed esprimere le nostre opinioni.

Anche gli stereotipi culturali e di classe sono predominanti, soprattutto in televisione. Spesso le minoranze sono ritratte come macchiette e raramente rivestono ruoli di gente ricca e potente.

Le trasmissioni televisive, inoltre, sono seguite regolarmente da un pubblico che è ben lontano dall'essere omogeneo. I giovanissimi guardano programmi il cui principale 'ingrediente' sono le scene di violenza, sesso, i drammi sociali. Temi al di fuori della loro portata, non avendo ancora una maturità emotiva, una capacità critica o, semplicemente, sufficiente esperienza. L'adulto può analizzare, il ragazzino tende ad assorbire passivamente. È provato: i bambini che guardano abitualmente molta TV ricorrono più spesso all'uso della violenza per risolvere i propri conflitti.

La violenza sullo schermo può scioccare, ma vi sono anche altri messaggi, più sottili, che possono esercitare un'influenza decisiva sullo sviluppo dei giovani. Se

Oltre a ciò, va detto che gli adolescenti rappresentano una fascia facilmente influenzabile. Nei paesi industrializzati, inoltre, dispongono spesso di un notevole potere d'acquisto.

www.media-awareness.ca

Nel 1999, le pubblicità di Calvin Klein vennero tolte dalla circolazione negli Stati Uniti a causa della protesta di alcuni genitori circa i contenuti sessuali del messaggio in rapporto ai loro bambini.

UNEP collabora con il settore pubblicitario per promuovere stili di vita più sostenibili.

Per ulteriori informazioni:
www.uneptie.org/sustain/advertising/advertising.htm

www.pcusa.org/ega/tv/violence.htm

Nel 2003, su scala globale, il Nord America risulta il paese in cui si guarda più TV con una media di 4 ore e 21 minuti giornalieri (42' più della media mondiale). Segue l'Europa, che registra 3 ore e 33 minuti.

Negli Stati Uniti, soltanto il 10% del tempo che i bambini passano davanti alla televisione è per seguire programmi a loro destinati. Per il restante 90% seguono programmi pensati per un pubblico adulto.

Il 35% di adolescenti hanno una TV nella propria camera e spesso consumano i pasti da soli di fronte al piccolo schermo.

Fonte: www.mediametrie.fr; US National Association for the Education of Young Children; L'Espresso, 27 settembre 2001, p. 104.



WWW...
youthxchange.net
/clean-up-your-fun

AAA agitatori culturali (per buone cause)

Adbusters è una organizzazione canadese senza scopo di lucro molto particolare. Pubblica una rivista e un sito web consacrati all'analisi "delle relazioni tra gli esseri umani e il loro ambiente fisico e mentale".

Si definiscono 'agitatori culturali' indipendenti e incoraggiano le persone a mettere in questione i mezzi di comunicazione di massa.

Come? Mostrandoci come ci vengano trasmessi messaggi (espliciti o nascosti) e facendoci ragionare su quanto spesso li recepiamo passivamente.

Utilizzano la parodia di celebri pubblicità o lanciano campagne annuali autonome (come la "Giornata del non-acquisto" e la "Settimana della TV spenta").

In questo modo, intendono stimolare a riconsiderare priorità e stili di vita e attirare l'attenzione su questioni come la disuguaglianza, il consumo eccessivo, la manipolazione dei media, ecc.

Alcuni non ne condividono i metodi, tuttavia ad Adbusters va riconosciuto un particolare talento: quello di sfruttare con la medesima efficacia il linguaggio dell'industria pubblicitaria per mettere in discussione ruolo e influenza dei media stessi. [www.adbusters.org]

trasmessi a ritmo incessante, questi input riescono persino a modificare gli stili di vita, incoraggiando - per esempio - il consumo eccessivo, o contribuendo a provocare disordini alimentari, o altri comportamenti a rischio.

IDOLI & AUDIENCE

I media agiscono come un catalizzatore, catturando con grande facilità l'attenzione di un vasto pubblico giovanile. In qualche caso, attori, top-model, campioni sportivi possono trasformarsi in modelli positivi, da emulare.

La musica - linguaggio universale per definizione - è probabilmente il mezzo di comunicazione che è riuscito a veicolare meglio forti messaggi sociali. Qualche esempio? Eventi come *Live Aid*, *Farm Aid*, *The Amnesty International Tour*, *Our Common Future*, *Greenpeace Album*... Essi sono lì a testimoniare nuove e significative forme di coinvolgimento del pubblico giovanile: il piacere di un concerto si trasforma in un gesto di solidarietà politica e umanitaria.

In realtà, oggi i ragazzi si trovano generalmente a proprio agio tra i mezzi di comunicazione. Esistono migliaia di siti internet - concepiti e gestiti direttamente da loro - che spesso affrontano tematiche complesse come i diritti dell'uomo, o l'ecologia. Ciò testimonia non solo della padronanza del mezzo da parte dei giovanissimi, ma anche del loro impegno e della capacità di indirizzare il proprio talento verso progetti di sostenibilità.



I giovani tra i 14 e i 30 anni? Grandi divoratori di media. Questo è quanto emerge dal "Terzo Rapporto sulla Comunicazione in Italia" elaborato da Censis/Ucsi nel 2003.

La ricerca dello svago è uno degli obiettivi fondamentali, soprattutto per quanto riguarda TV e radio. Tra i difetti lamentati: la volgarità (23,3%), l'impressione che i media "vogliono imporre il loro punto di vista" (20,7%) e, infine, la superficialità (15,1%). Insomma, quello degli under 30 è un pubblico attento e critico, che consacra gran parte del tempo libero ai mezzi di informazione: TV (31,7%), radio (27,9%), internet (15,4%). Attenzione però, dopo il piccolo schermo, è il libro a detenere il secondo posto con il 29,7%! Internet, contro ogni previsione, è in coda, soprattutto rispetto alla media europea: solo il 38,7% naviga abitualmente in rete.

Se la 'dieta mediatica' dei giovani è così ricca, perché non fornir loro gli strumenti per sviluppare l'analisi critica dei messaggi e delle strategie comunicative in quest'universo di 'cronache dirette' (pensiamo alle guerre via etere e alle logiche del *reality show*)? Un trend europeo, che auspica l'istituzione di figure e corsi specifici di *media education* nelle scuole, sta interessando anche l'Italia: un primo incontro nazionale, "*Medit@ndo*", si è tenuto a Bellaria nel 2002.

E da noi?



"La carta di Bellaria", il documento finale del convegno, intende "promuovere e sostenere la Media Education come strada maestra per la costruzione della cittadinanza e la salvaguardia dei valori umani". [www.zaffiria.it; www.media-educ.org]

Il fenomeno Telestreet Si definiscono 'illegali, ma costituzionali', considerano il sistema radiotelevisivo pubblico e privato un ostacolo alla libera manifestazione del pensiero, portano avanti la propria battaglia occupando spazi liberi nell'etere e trasmettendo programmi TV nel raggio di poche centinaia di metri. Sono le 'televisioni di strada', realtà emergenti del panorama radiotelevisivo italiano. Nate ufficialmente il 21 giugno 2002 con le prime trasmissioni della bolognese Orfeo TV, le televisioni di strada si sono moltiplicate e consorziate: Telestreet è il sito internet che oggi funge da "luogo di riconoscimento e di scambio di ogni TV di strada e domani luogo di coordinamento e di organizzazione di Telestreet, canale satellitare legale che raccoglierà le energie, la creatività e la cultura di tutte le TV di strada che vorranno gemellarsi, sincronizzando il loro lavoro in un solo segnale nazionale/europeo", spiegano i promotori. [www.telestreet.it]

Caro diario.com Il fenomeno weblog (contrazione dei termini "web", rete, e "log", traccia) ha conquistato anche l'Italia. Nato nel 1997 negli Stati Uniti su iniziativa di alcuni seguaci del sistema operativo Linux (con l'obiettivo di provocare una rottura con i metodi tradizionali di comunicazione via Internet), presto i blog diventano un fenomeno di massa, innanzitutto, grazie alla facilità con cui si possono creare. Basta infatti connettersi a uno dei tanti portali che offrono questo servizio e seguire le istruzioni per diventare titolari di uno spazio virtuale dove inserire tutto ciò che si desidera e mettersi in contatto col resto del mondo. In Italia, all'inizio del 2002 erano 300, oggi se ne contano oltre 3.000. Si tratta di pagine web autocostruite e autogestite: uno strumento nato e pensato come risorsa totalmente 'free' e cioè di libera fruizione, di partecipazione (anche e soprattutto in prima persona) alle tematiche e alle risorse culturali più disparate, o a quei temi globali intorno ai quali si manifesta sempre più una voglia spontanea e disinteressata di discutere, di partecipare, di organizzare una forma democratica di pensiero. Per metterti alla prova: www.blogger.com/start.

Libertà d'informazione: dove? Più di 1/3 della popolazione mondiale vive in paesi in cui non c'è libertà di stampa.

Secondo Reporters Sans Frontières, l'Italia è al 39° posto nella graduatoria dei paesi con maggiore libertà d'informazione, dietro a Hong-Kong, Costa Rica, Bulgaria, Israele e Capo Verde.

Singolari le posizioni di alcuni stati: nonostante la libertà di informazione sia normalmente associata al benessere e alla ricchezza, la Gran Bretagna è 28esima e gli Stati Uniti 22esimi.

Fonte: Third Annual Worldwide Press Freedom Index, www.rsf.org



Networking: istruzioni per l'uso

"Rendere servizio agli altri è
l'affitto che devi pagare per la
tua camera sulla terra."

[Muhammad Ali, campione
mondiale di box]

*Nel settembre 2004 vi erano
nel mondo 934 milioni di
utenti Internet. Le proiezioni
per il 2007 parlano di 1
miliardo e 35 milioni. In cifre
assolute, con i suoi 80 milioni
di utenti la Cina è seconda
solo agli Stati Uniti, che conta
di sorpassare entro il 2007.*

*Secondo una ricerca Nielsen-
NetRatings, solo il 42% degli
utenti in rete in Europa sono
donne contro il 51% degli
USA: fanalino di coda, l'Italia
(37%).*

*[www.internetnews.com;
www.itfacts.biz; <http://news.bbc.co.uk>;
<http://icwales.icnetwork.co.uk>]*

Internet sta diventando sempre più importante: è un potente strumento di comunicazione, ma soprattutto è un'immensa **finestra** sul mondo. Sebbene sul piano globale la rete costituisca ancora un fenomeno relativamente limitato, essa è senza dubbio il mezzo che meglio saprà canalizzare nuove capacità e **NUOVI talenti**. Internet è anche un **linguaggio**, che un vasto pubblico di giovani - sempre più numerosi - padroneggia con destrezza.

YOUTHXCHANGE (YXC) è un kit di strumenti concepiti pensando tanto agli insegnanti quanto agli studenti. Questa **guida** rappresenta una panoramica sintetica dei **temi** e delle **sfide** legati al CS, mentre il **sito web** (per ora, solo in inglese) intende porsi come strumento dinamico per l'approfondimento e il continuo aggiornamento. Argomenti di interesse generale (musica, moda, cinema, sport, nuovi media...) sono impiegati come **trampolini di lancio** per la discussione. Le **immagini** svolgono un ruolo chiave. I **testi**, sono redatti in un linguaggio chiaro, semplice e diretto. Tutto concorre a facilitare lo sviluppo di un percorso ricco e flessibile, ma mai dispersivo.

Perché Internet? Le nuove tecnologie sono complementari e non sostitutive degli strumenti di formazione tradizionali. Applicate alla didattica (e utilizzate come mezzo e non come fine!), possono creare grandi opportunità. Internet può provocare un **effetto valanga**, moltiplicando i risultati positivi per tutti (insegnanti, studenti, istituzioni, aziende, ONG...) e facilitandone la condivisione.

Lo scambio d'esperienze - imparare a lavorare insieme, facendo **network** - ha l'ulteriore merito di incoraggiare il coinvolgimento diretto e attivo di ciascuno nel promuovere stili di vita più sostenibili. Il sito di YXC saprà catturare e mantenere viva l'attenzione degli utenti, stimolandone la creatività e accrescendone la capacità di scegliere **come** e **cosa** approfondire. Partendo da **esempi concreti**, il sito fornisce indicazioni sui prodotti, i servizi e le iniziative più interessanti.



A grandi linee, il sito - www.youthxchange.net - di UNEP/UNESCO si sviluppa nel modo seguente:

- ▶ **Thematic Rooms:** una raccolta di casi studio organizzati in 9 'stanze tematiche'. Un percorso ideale che parte dall'individuo (*Respecting our bodies, Packaging yourself, Awakening your soul*), esplora le relazioni con la sua prima comunità ristretta - famiglia, amici, scuola (*Looking for a place, Carrying the torch, Clean up your fun*) e giunge sino alla comunità estesa, quello in cui l'individuo è sì consumatore, ma soprattutto cittadino responsabile (*Social belonging, Pay the right price, Looking ahead*).
- ▶ **Facts & figures:** una ricca rassegna di dati, statistiche, mappe su ambiente, economia, cultura e società. Uno strumento fondamentale per agevolare la comparazione tra diversi stili di vita e modelli di consumo.
- ▶ **Dep't Store:** quali sono i prodotti e i servizi 'sostenibili' attualmente disponibili sul mercato? Dove trovarli? Quanto costa consumare responsabilmente? Il *Department Store* ci offre suggerimenti e alternative, dimostrando che è possibile consumare responsabilmente... senza spendere una fortuna!
- ▶ **Job opportunities:** la sostenibilità rappresenta anche un'interessante prospettiva professionale. È quanto ci suggerisce questa sezione attraverso interviste (*Success stories*), la presentazione di organizzazioni 'da tenere d'occhio' (*Spotlights*) e rapidi suggerimenti su dove cercare lavoro (*Cool contacts*).
- ▶ **Trainer's room:** come integrare il tema della sostenibilità nei programmi scolastici? Questa sezione offre a studenti e insegnanti una 'mini-guida' sull'utilizzo del sito (con enfasi sulle finalità pedagogiche) e alcuni esempi di attività da svolgere in classe (*Classworks*).
- ▶ **Test & Play:** ovvero 'leggo, curioso, mi metto alla prova!'. Dopo aver gironzolato per il sito, questa sezione offre l'occasione di testare il tuo livello di conoscenza e di consapevolezza ma... in maniera più spensierata!
- ▶ **Links:** una rassegna di siti interessanti, organizzata per temi. Ciascun link è corredato da una breve descrizione e da una valutazione (grado d'interesse, aggiornamento, facilità di navigazione, gradevolezza estetica). Indispensabile per navigare tra le centinaia di siti sul CS senza perdersi!

E inoltre, come di prammatica, ma anche con qualcosa in più:

FAQs: gli interrogativi più frequenti; **Search:** ricerca semplice (per parole-chiave) e avanzata (data, paese, continente, tipo di documento); **My YCX:** la tua lista personale con le pagine più interessanti da salvare sul disco fisso (una manna per le ricerche in classe!).

Nel 2003, negli USA erano in rete 27 milioni di persone tra i 2 e i 17 anni.

Nel periodo 2004-2008, il numero dei teenager online negli States passerà da 18 a 22 milioni.

La maggior parte degli adolescenti (82%) utilizzano la rete per ricevere e spedire e-mail. Altre attività molto popolari sono l'istant messaging (IM) e fare i compiti online. Oltre l'80% si connette per ascoltare musica: in particolare, il 50% per scaricare brani e un altro 40% per ascoltare le radio.

[www.itfacts.biz; <http://news.bbc.co.uk>; <http://news.com.com>]

Nel 2000, in Italia ha usato Internet il 22,5% dei giovani (11-14 anni) e il 36,8% (15-19). Si è collegato da casa: il 71,7% (11-19). Ha usato la rete per giocare: il 72,3% (11-14), il 63,5% (15-17), il 48,6% (18-19). Ha consultato siti educativi: il 9% (11-14) e il 26,5% (15-19).

[www.istat.it/Prodotti-e/Allegati1/Cittadini-1/Volume-I.pdf]

Fonti

Siti web, libri, riviste, ecc. citati nella guida.

Introduzione al Consumo Sostenibile

- ▶ Gro Harlem Brundtland et al., *Il futuro di noi tutti*, Milano, Bompiani, 1988
- ▶ www.unptie.org/sustain
- ▶ UNEP, *Youth and Sustainable Consumption*, Nairobi/Parigi, ottobre 1999
- ▶ Ernst U. von Weizsäcker, Amory B. Lovins, L. Hunter Lovins. *Fattore 4. Come ridurre l'impatto ambientale moltiplicando per 4 l'efficienza della produzione*, Milano, Ed. Ambiente, 1998
- ▶ www.factor10-institute.org
- ▶ www.unesco.org/education
- ▶ *Teaching and Learning for a sustainable future* - a multimedia professional development programme, UNESCO 2001
- ▶ www.apat.it
- ▶ www.arpa.veneto.it

Il progetto YXC

- ▶ www.uneptie.org/pc/youth_survey
- ▶ <http://portal.unesco.org/education/en>
- ▶ Population Reference Bureau, *The World's Youth 2000*, www.prb.org
- ▶ www.youthxchange.net

E da noi?

- ▶ www.coopfirenze.it/conscons.dir/coop_scuola.asp
- ▶ www.improntaetica.org
- ▶ www.adiconsum.it/Organizzazione/Veneto.shtml

Verso nuovi stili di vita

- ▶ www.gm-uncdd.org
- ▶ *Redefining Progress, 2004*
- ▶ *Footprint of Nations*, www.earthday.net
- ▶ Human Development Report 1998, *Consumption for Human Development*, www.undp.org
- ▶ www.utne.com/web_special/web_specials_archives/articles/693-1.html
- ▶ Davide Paolini, "Il cibo rifiutato? Una risorsa per chi ha fame", *Il Sole 24 Ore*, 16/2/2003
- ▶ Andrea Segrè, *Lo spreco utile*, Edizioni Pendragon, 2004

E da noi?

- ▶ www.ambiente.venezia.it
- ▶ www.lifegate.it
- ▶ Regione Veneto, ARPAV, *Ecologicamente*, ARPAV, 2001
- ▶ ARPAV, *Rubrica dell'educazione ambientale*, 2002
- ▶ ARPAV, *Catalogo di formazione ambientale 2003-2004*, 2003
- ▶ ARPAV, *Ambiente e i cittadini del Veneto - Comportamenti conoscenze percezioni*, 2003
- ▶ ARPAV, *Rapporto sugli indicatori ambientali del Veneto 2002*, 2003
- ▶ www.arpa.veneto.it/eduamb/htm/indagine_scuole.asp

Star bene

- ▶ www.foodbiotech.org
- ▶ www.aiab.it
- ▶ www.sustainweb.org/chain_fm_index.asp
- ▶ www.altroconsumo.it/map/show/10511/src/21651.htm
- ▶ Warren Leon, *The Consumer's Guide to Effective Environmental Choices*, Three Rivers Press, 1999
- ▶ www.chem.unep.ch
- ▶ www.pmac.net
- ▶ "Casa verde casa", *La Nuova Ecologia*, aprile 1992, pp. 18-31
- ▶ UN-Habitat, *State of the World's Cities*, 2004/05, www.unhabitat.org

E da noi?

- ▶ Censis, *Benessere e Salute, secondo gli italiani*, 2001
- ▶ Osservatorio Consumi, *La spesa domestica per i prodotti biologici confezionati nel 2002*, ISMEA, 2003
- ▶ www.istitutosanti.org/censis.htm
- ▶ www.lanuovaecologia.it/consumi/sicurezza_alimentare/3038.php
- ▶ www.comune.treviso.it/pdf/relazione-bosco-del-respiro-24-5-2004.pdf
- ▶ www.wwf.it/svelenati
- ▶ www.federabitazione.confcooperative.it
- ▶ ARPAV, *Rapporto tra salute e ambiente*, 2001
- ▶ ARPAV, *Monitoraggio e qualità dell'aria della regione Veneto*, 2000
- ▶ ARPAV, *A proposito di...benzene*, 2000
- ▶ ARPAV, *A proposito di...polveri atmosferiche*, 2000

Spostarsi

- ▶ www.wbcdsmobility.org
- ▶ World Bank- comunicato n. 96/68S, 1996

- ▶ <http://europa.eu.int/comm/eurostat>
- ▶ Caroline Clayton, *Dirty Planet: the Friends of the Earth Guide to pollution and what you can do about it*, Londra, Livewire Books, 2000
- ▶ www.eltis.org/it
- ▶ www.environmentaldefense.org
- ▶ www.corpwatch.org
- ▶ www.igc.org

E da noi?

- ▶ Il Venerdì di Repubblica, n. 866, 22 ottobre 2004
- ▶ www.trenitalia.it
- ▶ www.inventati.org/criticalmass e www.critical-mass.org
- ▶ Chris Carlsson, *Critical Mass*, Nuova Serie Feltrinelli, Milano, 2004
- ▶ ARPAV, *A proposito di...agenda 21 locale*, 2001

Partire

- ▶ www.ecotourism.org
- ▶ www.ecoturismo-italia.it
- ▶ www.greenglobe21.com
- ▶ www.green-travel.org
- ▶ www.responsibletravel.com
- ▶ www.sierraclub.org
- ▶ www.uneptie.org/pc/tourism/sustainable-tourism
- ▶ www.world-tourism.org
- ▶ www.wttc.org
- ▶ www.apat.gov.it
- ▶ www.toinitiative.org/good_practices/introduction.htm

E da noi?

- ▶ www.legambienteturismo.it
- ▶ www.qualitycamping.com/ita/index.htm
- ▶ www.provincia.rimini.it/progetti/territorio/mobilita_sostenibile/manifesto.pdf+Carta+di+Rimini+&hl=en&lr=lang_it
- ▶ www.fiab-onlus.it
- ▶ ARPAV, *Esplorare per conoscere: itinerari in ambiente*, 2002

Ridurre i rifiuti

- ▶ www.europa.eu.int/comm/environment/waste/index.htm
- ▶ www.epa.gov/osw
- ▶ www.plastemart.com
- ▶ *New Internationalist*, maggio 2000
- ▶ www.greenpeace.org
- ▶ www.unep.org/children_youth/homepage_files/youth/ind.htm
- ▶ www.svtc.org
- ▶ www.o2.org
- ▶ www.smartarch.nl
- ▶ www.cfd.rmit.edu.au

- ▶ www.uneptie.org/pc/sustain/design/design.htm
- ▶ www.wastewatch.org.uk
- ▶ www.recycle.net
- ▶ www.grn.com/grn/library/gloss.htm
- ▶ www.design.philips.com/about/design/section-13444/article-14237.html
- ▶ www.istitutoimballaggio.it

E da noi?

- ▶ www.ecodallecitta.it/allegati/544524_rifiutizero.pdf
- ▶ www.education.conai.org
- ▶ www.ied.it
- ▶ www.auser.it
- ▶ Osservatorio Regionale Rifiuti, A proposito di...raccolta differenziata, ARPAV, 2000
- ▶ Centro Agroambientale - ARPAV, *A proposito di...compostaggio domestico*, 2003
- ▶ Regione Veneto, ARPAV, *La gestione dei rifiuti urbani - 2001*, ARPAV, 2001

Ottimizzare le energie

- ▶ www.earthtrends.wri.org
- ▶ Clayton Caroline, op.cit.
- ▶ www.fuelcellpark.com
- ▶ www.eccj.or.jp
- ▶ www.eu-greenlight.org
- ▶ <http://rrcdc.nrel.gov>
- ▶ www.soldardome.com
- ▶ www.solarnow.org/glossary
- ▶ <http://solstice.crest.org>
- ▶ www.eere.energy.gov
- ▶ www.unep.org
- ▶ www.energystar.gov

E da noi?

- ▶ Legambiente - *Ambiente Italia e Energia, Rapporto sulle rinnovabili 2004*, Carsa edizioni, 2004
- ▶ http://europa.eu.int/comm/energy/en/renewable/idaa_site/deploy/prj083/prj083_1.html
- ▶ http://europa.eu.int/comm/environment/emas/pdf/leaflet2/leaflet1_it.pdf
- ▶ www.uni.com/it/grandi_temi/ISO14000

Occhio al tempo!

- ▶ www.ipcc.ch
- ▶ www.unep.ch/seas/main/legal/lunfcc.html
- ▶ www.grida.no/climate
- ▶ www.globalchange.org
- ▶ www.archive.greenpeace.org/climate
- ▶ www.cool-companies.org
- ▶ <http://unfccc.int>

- ▶ www.uneptie.org/ozonaction
- ▶ www.kyotoclub.org
- ▶ www.pewclimate.org
- ▶ www.iisd.org/youth/internetcafe
- ▶ www.nikebiz.com
- ▶ www.panda.org/climate/savers
- ▶ www.wbcds.org
- ▶ www.safecclimate.net

E da noi?

- ▶ www.arpa.veneto.it/eduamb/htm/pres_prg_tutti_x_aria_.asp
- ▶ www.bancadelclima.it
- ▶ www.amicidellaterra.org/thebet/index.html
- ▶ ARPAV, *A proposito di...ozono*, 2000
- ▶ Centro Meteorologico di Teolo - ARPAV, *A proposito di...*
- ▶ ARPAV, *La caratterizzazione climatica*, 2000

Non c'è acqua da perdere...

- ▶ www.thewaterpage.com
- ▶ www.gpa.unep.org
- ▶ www.panda.org/livingwaters/initiatives/wetlands
- ▶ <http://nailokada.8m.com/aral>
- ▶ www.unesco.org/water
- ▶ www.tourismconcern.org.uk

E da noi?

- ▶ "Acqua preziosa", *La Nuova Ecologia*, 8/10/2004
- ▶ Statistiche Ambientali, ISTAT, 2000
- ▶ World Development Indicators 1990-1996, The World Bank, 2000
- ▶ Regione Veneto, ARPAV, *Acqua... riflettiamoci!*, 2001
- ▶ www.amref.it
- ▶ www.provincia.torino.it/ambiente/risorse_idriche/progetti/risparmio_03
- ▶ www.legambienteonline.it/emilia-romagna/notizie_acqua4.htm
- ▶ ARPAV, *A proposito di...mare, mucillagini, tegnue*, 2003
- ▶ ARPAV, *Monitoraggio e qualità delle acque della regione Veneto*, 2000
- ▶ www.contrattoacqua.it
- ▶ www.acqua.com
- ▶ www.acquaminerale.net

Paga il giusto!

- ▶ www.ilo.org
- ▶ www.rugmark.org
- ▶ www.dol.gov
- ▶ www.bls.gov
- ▶ www.unicef.org
- ▶ www.globalmarch.org
- ▶ www.eclt.org
- ▶ www.centerville.it

- ▶ www.savethechildren.it
- ▶ www.cleanclothes.org
- ▶ Gianni Paone e Anna Teselli, *Lavoro e lavori minorili*, Ediesse, Roma, 2000, www.eiro.eurofound.eu.int/2000/12/feature/it0012363f.html
- ▶ Human Development Report 1998, *Consumption for Human Development*, <http://hdr.undp.org/reports/global/1998/en>
- ▶ www.hrw.org
- ▶ www.amnesty.org
- ▶ www.unimondo.it
- ▶ www.stopchildlabor.org/internationalchildlabor/PlantationProject.htm
- ▶ www.unesco.org
- ▶ www.antislavery.org

E da noi?

- ▶ www.eurisko.it/socialtrends/sel5103.htm
- ▶ www.falacosagiusta.org
- ▶ <http://tradewatch.splinder.it>
- ▶ www.savethechildren.it

Vivi e lascia vivere

- ▶ www.infolav.org
- ▶ www.icea.info/news.cfm?lang=&news=44
- ▶ www.factoryfarming.com
- ▶ www.unaecoanimali.it
- ▶ www.eceae.org
- ▶ www.oltrelaspecie.org/download/LAV_Guida_Pratica_Cosmetici.pdf
- ▶ www.redlist.org
- ▶ www.biodiversity.iucn.org
- ▶ www.arpa.veneto.it
- ▶ www.worldwildlife.org/buyer beware
- ▶ www.savedolphins.org
- ▶ www.traffic.org/news/salaw
- ▶ *Time Europe*, Vol.155 No.15, 17 aprile 2000
- ▶ www.eia-international.org/campaigns1.shtml
- ▶ www.ecocrimes.org/peril.html

E da noi?

- ▶ www.wwf.it/ambiente/dossier/Dossier%20Biodiversità%202003.pdf
- ▶ www.regione.veneto.it/Servizi+alla+Persona/ Sanita/Prevenzione/ Sanit%C3%A0+veterinaria/Benessere_animale.htm
- ▶ www.infolav.org
- ▶ www.arpa.veneto.it/educazione_sostenibilita/htm/ea_progetti_i6_03.asp
- ▶ www.biodiversita.it

Passa all'azione

- ▶ www.equo.it
- ▶ www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index.htm

- ▶ www.sustainability-indexes.com
- ▶ www.finanza-etica.it
- ▶ www.eticare.it
- ▶ www.gdrc.org/icm
- ▶ *Sources Magazine*, UNESCO, giugno 1999
- ▶ www.oneworld.net
- ▶ www.co-operativebank.co.uk
- ▶ www.bancaetica.com
- ▶ www.renewabletaskforce.org
- ▶ Naomi Klein, *No Logo*, Baldini Castoldi Dalai, 2002

E da noi?

- ▶ www.tuttoconsumatori.it
- ▶ www.padovanet.it/associazioni/elflo/bdt.html
- ▶ www.bilancidigiustizia.it
- ▶ www.ecositutoveneto.it

Alla scoperta del villaggio globale

- ▶ www.media-educ.org
- ▶ www.mediametrie.fr
- ▶ US National Association for the Education of Young Children
- ▶ *L'Espresso*, 27 Settembre 2001
- ▶ www.media-awareness.ca
- ▶ www.uneptie.org/pc/sustain/advertising/advertising.htm
- ▶ www.pcusa.org/ega/tv/violence.htm
- ▶ www.adbusters.org

E da noi?

- ▶ www.zaffiria.it
- ▶ www.media-educ.org
- ▶ www.telestreet.it
- ▶ Third Annual Worldwide Press Freedom Index, www.rsf.org
- ▶ Branduardi K., Moro W., *Apprendere con la televisione*, La Nuova Italia, Firenze, 1997
- ▶ Cavazza N., *Comunicazione e persuasione*, Il Mulino, Bologna, 2001
- ▶ Codeluppi V., *Che cos'è la pubblicità*, Carocci, Roma, 2001
- ▶ Codeluppi V., *Lo spettacolo della merce: i luoghi del consumo, dai passages a Disney World*, Bompiani, Milano, 2000
- ▶ Doglio M., *Insegnare nell'epoca della comunicazione*, Lupetti, Milano, 2000
- ▶ Puggelli, F.R., *L'occulto del linguaggio. Psicologia della pubblicità*, F. Angeli, Milano, 2000
- ▶ Garassini S., *Dizionario dei new media*, Raffaello Cortina, Milano, 1999
- ▶ Laffi S., *Il furto mercificazione dell'età giovanile*, L'Ancora del Mediterraneo, Napoli, 2000

- ▶ Roche D., *Storia delle cose banali. La nascita del consumo in occidente*, Editori Riuniti, Roma, 2000
- ▶ Salvi R., *Se non la smetti ti spengo*, Cittadella, Assisi, 2001
- ▶ Silverstone R., *Televisione e vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2000

Networking: istruzioni per l'uso

- ▶ www.internetnews.com
- ▶ www.itfacts.biz
- ▶ <http://news.bbc.co.uk>
- ▶ <http://icwales.icnetwork.co.uk>
- ▶ <http://news.com.com>
- ▶ *I cittadini e le tecnologie della comunicazione - Indagine "I cittadini e il tempo libero"*, Anno 2000, ISTAT, 2002 - www.istat.it/Prodotti-e/Allegati1/Cittadini_-1/Volume-I.pdf

Per l'elenco completo delle pubblicazioni ARPAV: www.arpa.veneto.it/indice.asp?L=pubblicazioni.asp?ricerca=T_Educazione%20Ambientale

Crediti fotografici

Molte delle foto pubblicate sono di proprietà di UNESCO Photobank [<http://upo.unesco.org/photobank.asp>]. Le immagini di prodotti, pubblicità, ecc. sono tratte da pubblicazioni e siti web di istituzioni, ONG e aziende.

Altri contributi:

- ▶ PATRIZIA LUGO LOPRIENO (*copertina*, pag. 6, 8, 9, 11, 15, 28, 33, 39, 40, 42, 53, 68, 69)
- ▶ ARCHIVIO ARPAV (pag. 12, 23, 26, 33, 44, 46, 58)
- ▶ MARIA GRAZIA DAL PRÀ (pag. 27, 34, 47)
- ▶ TOMORROW MAGAZINE, *Stoccolma* (*copertina*, p. 21, 29)
- ▶ LA NUOVA ECOLOGIA, *Roma* (*copertina*, pag. 19)
- ▶ COLORS MAGAZINE, *Ponzano Veneto* (pag. 24)
- ▶ BRAND-NEW, *Londra* (pag. 28)
- ▶ FUTURE PRESENT, *Londra* (pag. 35)

YXC: nel mondo...

La guida YOUTHXCHANGE sta facendo il giro del pianeta! Dal 2002 a oggi, numerose organizzazioni nazionali hanno aderito al progetto e tradotto il contenuto della pubblicazione originaria. In alcuni casi, come nell'edizione italiana, la guida è stata ampliata, grazie all'integrazione di casi-studio e statistiche sulla realtà locale. Il network di governi, amministrazioni locali, associazioni giovanili e di consumatori che si sta creando attorno a YOUTHXCHANGE ne conferma l'importanza e la validità dell'approccio: educare al consumo sostenibile attraverso un linguaggio chiaro, mostrando esempi concreti, confrontando cifre, evidenziando contraddizioni. Il tutto, con intenti propositivi e rifuggendo un allarmismo fine a se stesso. L'elenco delle traduzioni (già pubblicate o in corso d'elaborazione) riportato qui di seguito testimonia del fatto che la costruzione della sostenibilità, a cominciare dai comportamenti di consumo dei più giovani, è un obiettivo sempre più condiviso.

72

Edizioni disponibili

► *edizione portoghese*
Portogallo-Brasile, 2003 - Sonae Comercio e Servicos; Instituto do Consumidor [comunicacao@sonae.pt]

► *edizione coreana*
Corea del Sud 2004 - Citizens Alliance for Consumer Protection of Korea (CACPK)
[cacpk@chollan.net]

► *edizione spagnola*
Messico, 2004 - Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales; Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO); Instituto Mexicano de la Juventud; Centro de Educación y Capacitación para el Desarrollo Sustentable (CECADESU)
[quejas@profeco.gob.mx]

► *edizione catalana*
Spagna, 2004 - Ajuntament de Barcelona; Centre de Recursos Barcelona Sostenible; Ecoinstitut Barcelona; Consell de la Joventut de Barcelona; OCUC; CRIC e D. Educació Ambiental
[recursos@mail.bcn.es]

► *edizione spagnola*
Spagna, 2004 - Fundación Ecología y Desarrollo; Escuela Europea de Consumidores; Consejo de la Juventud e con il supporto delle autorità regionali di Aragona, Navarra e Cantabria
[crana@crana.org]

► *edizione ungherese*
2004 - Tudatos Vásárlók Egyesülete (Associazione dei Consumatori Consapevoli), Követ-

INEM Hungaria (Hungarian Association for Environmentally Aware Management)
[emese@tve.hu]

► *edizione cinese*
2004 - Centro per l'Educazione Ambientale in Cina, Agenzia per l'Ambiente e Ministero per l'Ambiente con il supporto della Società BROAD
[mayufei@chinaeol.net]

► *edizione fiamminga*
2004 - Unesco Platform Vlaanderen, Belgio [info@unesco-vlaanderen.be]

► *edizione norvegese*
2005 - Utdanningsdirektoratet e Forbrukerrådet, Norvegia
[post@forbrukerradet.no]

► *edizione francese*
2005 - EKWO, con il supporto del Ministère de l'écologie et du développement durable, Francia
[monica@ekwo.org]

► *edizione italiana*
2005 - Regione Veneto e ARPAV, Servizio Comunicazione ed Educazione Ambientale
[dsiea@arpa.veneto.it]

► *edizione araba*
2005 - Emirates Diving Association, con il supporto del Ministero per l'Immigrazione di Dubai, Emirati Arabi Uniti
[edadiver@emirates.net.ae]

Lavori in corso

► *II edizione internazionale (lingua inglese)*
2006 - UNEP/UNESCO; MÉTA Media Ecology Technology Association, Milano/Bruxelles
[info@e-meta.be]

► *edizione basca*
- Gobierno Regional Vasco (Autorità Regionale Basca); IHOBE (Società pubblica di Gestione ambientale), Spagna

► *edizione giapponese*
- Hakuodo LTD, Giappone

Per maggiori informazioni sulle iniziative su giovani e consumo di UNEP e sulle prossime traduzioni di YOUTHXCHANGE...

► contatta [sc@UNEP.fr]

► oppure consulta il sito
[www.unepie.fr/sustastain]