



## Campagna Bilanci di Giustizia

c/o Mag Venezia, via Trieste 82/c  
30175 Venezia-Marghera  
email: [segreteria@bilancidigiustizia.it](mailto:segreteria@bilancidigiustizia.it)

### Cosa facciamo

Obiettivo principale della campagna è sperimentare, con un consistente numero di nuclei familiari, le possibilità di "spostamento" da consumi dannosi per la salute, per l'ambiente e per le popolazioni del Sud del mondo, a prodotti più sani, che non incidono in modo irreparabile sulle risorse naturali e che riducono i meccanismi di sfruttamento nelle regioni sottosviluppate. Non si tratta quindi di affrontare sacrifici e rinunzie in nome di un'etica e di una giustizia concepite in termini astratti, ma di rifiutare in base ad analisi non superficiali e a scelte coscienti e responsabili i consumi che non rispondono più ai bisogni umani reali o che danneggiano in modo spesso irrecuperabile i meccanismi ecologici e le popolazioni da troppo tempo confinate in una povertà incolpevole.

Come suo strumento fondamentale la campagna ha scelto i bilanci mensili nei quali ogni famiglia deve indicare i suoi consumi "normali" e i suoi obiettivi di sostituzione di un prodotto considerato dannoso con un altro meno dannoso o valutato in termini positivi. Prodotti del commercio equo e solidale, detersivi biologici, uso delle biciclette al posto dell'auto, acquisto di elettrodomestici a basso consumo energetico e che non usano i CFC responsabili del "buco" nell'ozono sono solo alcuni degli esempi di "spostamenti" possibili e che in realtà possono non modificare i nostri livelli dei consumi. In altri casi, peraltro, una attenta analisi dei prodotti può far emergere rapporti tra prezzi e calorie e tra costi e rischi che spingono anche a ridurre i consumi, tenendo presente che siamo tutti sovralimentati (e soffriamo delle malattie causate dal cibo in eccesso) e che è ormai evidente che una diminuzione dell'uso delle auto (e quindi del relativo inquinamento dell'aria) del 20% costituirebbe in realtà un miglioramento della nostra qualità della vita..

Dal 1996 la campagna ha avviato una forte collaborazione con il Wuppertal Institute (Istituto per il clima, l'ambiente e l'energia della Germania), del cui studio ha curato

Sulla base di un'ampia e organica gamma di ricerche sono stati quantificati gli squilibri su scala mondiale nell'uso delle risorse e si è accuratamente valutato il ruolo della Germania nella creazione e nella espansione di tali squilibri. Il Wuppertal ha calcolato un Fattore 10: per riequilibrare i rapporti tra produzioni e consumi l'uso delle principali risorse, finora utilizzate senza limiti e precauzioni, andrebbe ridotto in media del 90%, in periodi di tempo spesso inferiori ai 10-15 anni altrimenti si superano le soglie della sostenibilità.

Le indicazioni fornite dall'Istituto hanno costituito per la campagna una importante conferma della significatività degli obiettivi e delle metodologie adottate e l'hanno spinta a rafforzare la "sperimentazione" di uno stile di vita sobrio.

Non resta che moltiplicare il numero delle famiglie che ritengono essenziale esercitare il "potere del consumatore" a loro disposizione e contribuire ad affrontare i gravi problemi dell'umanità attraverso un impegno quotidiano e duraturo, realizzato in forma organizzata.

Questo articolo proviene da Bilanci di Giustizia  
<http://www.bilancidigiustizia.it/>