

## Manifesto per una Nuova economia per tutti

L'alleanza dei cittadini consum-attori per una *Nuova economia per tutti* ha lo scopo di aiutare società civile, attori economici e istituzioni a gettare le basi per un cambiamento negli obiettivi dell'attuale economia, per creare le condizioni per un benessere economicamente, socialmente ed ecologicamente sostenibile, poiché siamo ben lungi dal soddisfare i nostri bisogni primari e ben lontani da una "felicità sostenibile".

Occorre quindi ripensare il nostro sistema economico arricchendolo degli ingredienti necessari a rispondere ai bisogni di tutti e far fiorire le nostre esistenze, valorizzando la dimensione etica e sociale del nostro agire affinché si possano conciliare interesse personale e benessere altrui.

Fattori chiave di questo processo sono la ricerca del bene comune e dell'interesse generale, la priorità alla dignità della persona da porre al centro dell'economia, nonché politiche di sostenibilità coerenti, attente alla giustizia sociale ed alla solidarietà, nel rispetto anche delle generazioni future.

Nell'attuale contesto economico, caratterizzato da una capacità produttiva che consentirebbe in caso di equa distribuzione delle risorse di far vivere degnamente un ampio numero di persone, emergono alcune grandi questioni la cui soluzione richiede strategie congiunte:

- 1) la presenza di centinaia di milioni di persone che soffrono la fame e di miliardi di individui che vivono sotto la soglia di povertà;
- 2) il deterioramento ambientale e un dissennato utilizzo dei beni comuni (acqua, aria, territorio, biodiversità, ...) che, se nel futuro prossimo sembra minacciare l'umanità tutta e l'intero pianeta, oggi danneggiano in misura maggiore le popolazioni più povere;
- 3) la diffusione tra la popolazione dei paesi più ricchi del dramma della "povertà di senso" e della difficoltà di dare un significato alla propria vita, segnalato dalle dinamiche degli indicatori di vita sociale e relazionale e dal consumo crescente di farmaci antidepressivi;
- 4) il dramma della disoccupazione e la pressione sui lavoratori derivante dalla globalizzazione, con la propagazione di un clima di lavoro e di comportamenti di mercato a competitività esasperata, che tendono a trasformare ogni attività in pratiche di mercato scorrette ed azioni di *green washing*, piuttosto che strategie e comportamenti responsabili verso l'ambiente ed il sociale.

Nel mondo contemporaneo l'azione della rappresentanza politica nazionale e dei movimenti sindacali, tradizionali difensori delle istanze della società civile, è stata progressivamente indebolita dalla concorrenza tra territori e dai processi di delocalizzazione, rendendo auspicabile e necessario un salto di qualità nella partecipazione dei cittadini e facendo emergere un nuovo spazio per una forza finora poco visibile: quella dei **consumatori e dei risparmiatori socialmente responsabili**.

Poiché il successo degli attori di mercato dipende **dalle scelte dei singoli consumatori e risparmiatori, occorre rendere questi ultimi consapevoli di disporre di una formidabile e potente forza di partecipazione e di cambiamento dell'economia**. Attraverso i propri acquisti e risparmi i cittadini possono orientare e vagliare scelte produttive, compiendo, di fatto, un *atto lungimirante di razionalità*. **Quando nelle scelte di consumo e risparmio si valutano non solo la qualità e il prezzo dei prodotti, ma anche il valore sociale in essi contenuto e l'impatto ambientale dell'impresa che li produce, si tutela il proprio interesse nel medio e lungo periodo**.

La consapevolezza dei cittadini globali nei confronti dell'importanza e delle potenzialità del 'votare' politiche commerciali scegliendone i prodotti è cresciuta notevolmente nel corso degli ultimi anni.

Imprese pioniere virtuose si sono progressivamente affermate grazie alla disponibilità dei consumatori e dei risparmiatori a pagare per i valori sociali ed ambientali incorporati nei prodotti; altre imprese, cogliendone l'importanza anche strategica, tendono oggi sempre di più a promuovere e a pubblicizzare il loro impegno sui temi del sociale e dell'ambiente. Ma l'asimmetria informativa non consente sovente di distinguere chi vuole solo apparire sostenibile da chi effettivamente lo è.

Questo processo virtuoso di sensibilizzazione e azione si scontra ancora con due grandi ostacoli:

- I) Il singolo consumatore responsabile, pur cosciente del valore del suo atto, rischia di essere scoraggiato e di non percepire le potenzialità di cambiamento globale se non è consapevole che la sua scelta è interconnessa con quella di moltissimi altri attori.
- II) Molti cittadini desiderosi di consumare e vivere responsabilmente sono ostacolati dall'asimmetria informativa. Il valore sociale ed ambientale di un prodotto e dell'azienda che lo produce non è direttamente verificabile nell'atto dell'acquisto o della scelta di risparmio. Ciò rende evidente il bisogno di enti terzi reputati che possano effettuare valutazioni indipendenti e di organizzazioni che veicolino e pubblicizzino informazioni e giudizi di rating.

Per rispondere a tali esigenze di coordinamento e informazione e sprigionare l'energia necessaria allo sviluppo di *una nuova economia per tutti*, appaiono oggi maturi i tempi per **promuovere una grande alleanza organizzata dei consumatori e dei risparmiatori responsabili**, i *consum-attori*. I candidati naturali a formarla sono quelle organizzazioni dei lavoratori e quelle reti della società civile da sempre impegnate nel promuovere i valori della sostenibilità. Importante è anche il ruolo di quei luoghi di formazione e gruppi di ricerca che forniscono gli strumenti per capire e veicolare i cambiamenti in atto. Ad essi si aggiungono naturalmente tutti i cittadini sensibili, gli imprenditori e le associazioni imprenditoriali lungimiranti.

La società civile ha dunque un ruolo perché portatrice di bisogni, di conoscenze e di esperienze che se messe a fattore comune permettono, insieme alle organizzazioni dei consumatori sensibili, una mobilitazione di un gran numero di cittadini desiderosi di giustizia e di futuro.

Per conseguire efficacemente gli obiettivi del presente documento molte associazioni e soggetti della società civile hanno creato NeXt *Nuova economia per tutti*, per svolgere un ruolo di soggetto promotore e di integrazione delle diverse competenze dei partner in tema di ricerca, valutazione ambientale e sociale, divulgazione e mobilitazione dei cittadini, operando per:

- a) promuovere e diffondere nel tessuto economico una nuova logica/cultura della sostenibilità;
- b) favorire l'adozione di strategie di sostenibilità socio-ambientale da parte delle aziende;
- c) valorizzare il comportamento delle imprese che intraprendono un percorso coerente verso la sostenibilità sociale ed ambientale;
- d) sensibilizzare, attivare e sostenere i cittadini verso il consumo e il risparmio responsabile sulla base dei flussi informativi disponibili in relazione alla sostenibilità aziendale;
- e) creare un accesso agevole, rapido e facilmente comprensibile alle informazioni sulla sostenibilità;
- f) sviluppare campagne mirate, momenti di elaborazione e di mobilitazione dei cittadini;
- g) innescare un ampio dialogo sulla sostenibilità tra cittadini ed imprese promuovendo anche attraverso l'autovalutazione delle strategie aziendali sulla sostenibilità, l'intervento dal basso dei cittadini attraverso il Portale [eyonbuy.org](http://eyonbuy.org).

Tale elaborazione culturale - fondata su un nuovo clima di fiducia, sulla trasparenza, sul confronto e sul dialogo, su un approccio premiale e costruttivo, sulla qualità delle relazioni e la gratuità - innesca collaborazione, partecipazione e crescita umana, e per le aziende innovazione, semplificazione e sburocratizzazione.

## **Le caratteristiche della nuova economia e delle imprese sostenibili**

### **La nuova economia è:**

- Una economia di mercato incentrata sulle persone e sull'ambiente e non sulla massimizzazione del profitto.
- Una economia caratterizzata dalla dignità e rispetto della persona, dal suo coinvolgimento partecipativo, democratico e solidale nei luoghi di lavoro e dal rispetto di tutti i protagonisti della filiera produttiva.
- Una economia dove la logica di collaborazione supera quella conflittuale.
- Una economia dove le aziende sono aperte al dialogo e condividono le loro strategie con tutti i portatori di interesse quali i dipendenti, i clienti, i fornitori, la comunità locale, e sono proiettate verso la creazione di valore condiviso.
- Una economia dove la finanza è finalizzata allo sviluppo dell'economia reale e non alla speculazione.
- Una economia attenta alle generazioni future e allo sviluppo sostenibile.

In sintesi è una economia "generativa" in grado di contribuire alla ricchezza di senso ed alla soddisfazione di vita di tutti.

### **L'impresa impegnata verso la sostenibilità**

- L'impresa considera propria missione non il massimo profitto, ma la creazione di valore condiviso.
- Ponendosi insieme obiettivi di profitto, utilità sociale e minimo impatto ambientale l'impresa ha:
  - attenzione alla centralità dell'uomo e allo sviluppo professionale ed umano dei collaboratori;
  - attenzione ai processi di partecipazione, collaborazione, cooperazione e democrazia;
  - apertura alla società ed al dialogo con tutti gli stakeholder attraverso processi di decisione partecipata;
  - consapevolezza che essere sostenibile può essere anche conveniente economicamente;
  - promozione delle pari opportunità tra donne e uomini, cittadini ed immigrati, disabili e minoranze, giovani ed anziani.
- L'impresa sostenibile si dota di:
  - strategia coerente per la sostenibilità, con strumenti di verifica e controllo per un continuo miglioramento;
  - approccio "coopetitivo" fondato sul dialogo e sul confronto multistakeholder;

- contesto aziendale interno di fiducia, rispetto, verità e giustizia;
- clima di lavoro, ove vi sia il piacere di lavorare insieme;
- cultura organizzativa che attiva processi collaborativi;
- limiti al divario in azienda tra retribuzione minima e massima.
- L'impresa sostenibile ha una catena di fornitura tracciabile e trasparente con:
  - approvvigionamenti nella logica del fair trade;
  - attenzione alla filiera corta;
  - gestione delle risorse rispettosa delle comunità locali;
  - verifica della sostenibilità dei fornitori lungo tutta la catena.
- Riguardo all'ambiente, l'impresa investe nell'economia circolare tramite:
  - riduzione continua del consumo di energia e di materie prime;
  - riduzione e riciclabilità degli scarti e dei rifiuti;
  - riduzione dell'impronta ecologica e dell'impronta idrica;
  - contenimento riduzione continua e compensazione delle emissioni climalteranti.

Il rispetto di tutte le norme e dei diritti delle persone costituisce un prerequisito imprescindibile: trasparenza, fiscalità, legalità, contrasto alla corruzione, diritti umani, rispetto delle norme ambientali, controllo delle emissioni, giusta retribuzione, ecc.

### **Le condizioni di contesto**

- Una finanza al servizio dell'economia.
- La creazione di convenienza per le aziende, per i cittadini e per la società.
- Crescita della finanza etica e mutualistica.
- Gestione sociale dei beni comuni.
- Cambio degli indicatori: dal PIL al BES.
- Premialità delle pubbliche amministrazioni per le imprese sostenibili.
- Superamento dell'asimmetria informativa.
- Politiche di contrasto alla corruzione.
- Politiche di inclusione sociale.
- Approccio premiale.

### **Gli strumenti della nuova economia**

- La promozione di reti territoriali per lo sviluppo sostenibile e l'occupazione.
- La formazione dei giovani all'imprenditorialità sostenibile.
- L'autovalutazione delle aziende partecipata dai cittadini.
- Il voto con il portafoglio e la forza dei cittadini aggregati.
- Il Portale EyeOnBuy.