

Un ALTROMONDO
e' in costruzione !



WORKSHOP 2

CONSUMO CRITICO E BOICOTTAGGIO

23 novembre 2005



*Avete sempre gridato cose
bellissime e giuste?
Adesso è arrivato il momento di
metterle in pratica.
E' il momento di passare
all'azione.*

Scopriamo insieme come...

PERCHE' UN CONSUMO CRITICO È NECESSARIO ??

Tra le funzioni economiche che svolgiamo, quella che sembra giocare un ruolo determinante per il sistema è il consumo. Tant'è che su nessun altro aspetto della vita siamo così insistentemente e dispendiosamente guidati.

La realtà è sotto gli occhi di tutti: ogni giorno siamo investiti da una valanga di messaggi pubblicitari che ci lodano le novità offerte dall'industria, che ci stuzzicano voglie e appetiti, che ci presentano un modello da seguire in una corsa senza fine.

I risultati sono altrettanto evidenti. Il nostro consumo è ormai al livello dello spreco.

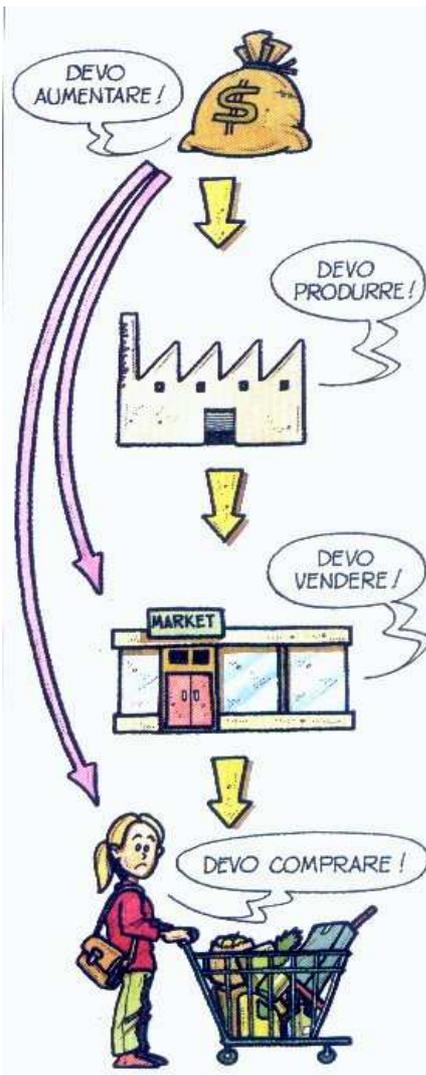
Ma la pubblicità non è solo un modo per stimolarci a comprare sempre di più.

La pubblicità serve anche a ingannarci, a costruire in noi un'immagine della realtà che non risponde al vero. Le imprese tentano di dare un'immagine amorosa, attenta ai nostri bisogni, sensibile ai diritti della gente, rispettosa dell'ambiente.



**LA SPIRALE
DEL
CONSUMISMO**

**LA PUBBLICITA'
CI ILLUDE...**



In realtà molte di loro violano i diritti dei lavoratori, inquinano, alterano la natura, sostengono i regimi oppressivi, affamano i piccoli contadini, creano insicurezza nelle comunità locali.

La cosa tragica è che le imprese riescono a commettere i loro abusi con la nostra complicità, perché siamo noi, attraverso i nostri consumi, a sostenerle e a farle prosperare.

Ecco quale tremenda responsabilità si nasconde dietro ai nostri consumi. Ma al tempo stesso il consumo può essere un'arma formidabile per costringere le imprese a comportamenti migliori, perché i consumatori hanno potere di vita o di morte su di loro.

Le imprese sono consapevoli di questo e spendono miliardi per impedirci di pensare e di scegliere.

Noi, dunque, dobbiamo sforzarci di riappropriarci della nostra volontà decisionale e dobbiamo rivalutare il potere che abbiamo fra le mani.

Un potere che preso singolarmente è certamente piccolo, ma che moltiplicato per milioni di persone può condizionare le più grosse multinazionali e al limite l'intero sistema... insomma, come dei piccoli lillipuziani!

**NOI
SIAMO
COMPLICI??**

**RIPRENDIAMOCI
LA CAPACITA' DI
SCEGLIERE**

**INSIEME POSSIAMO
CAMBIARE IL
SISTEMA !**

Ecco alcuni criteri sui quali è possibile basare la propria scelta di consumatori:

- rispetto ambiente e salute
- rispetto del lavoratore e dei minori
- trasparenza degli scambi
- abuso del potere
- armi ed esercito
- sicurezza dei lavoratori
- regimi oppressivi
- rispetto animali

Il CONSUMO CRITICO è uno dei mezzi più forti che ognuno di noi ha a disposizione. Significa **innanzitutto non comprare i prodotti delle multinazionali che affamano sempre più il Sud del Mondo e distruggono l'ambiente**. Non possiamo essere loro complici. **RICORDIAMOCI CHE OGNI VOLTA CHE ANDIAMO AL SUPERMERCATO, VO-TIAMO!**

Seconda cosa, bisogna cercare delle alternative come il **Commercio equo-solidale**. E' così che si spinge il sistema a cambiare in meglio... perché è costretto a farlo, per non perdere "mercato"*

Consumo critico significa anche **riduzione dei consumi e sobrietà**: siamo circondati da oggetti di cui non abbiamo realmente bisogno, ma continuiamo a consumare e buttare via risorse e mezzi. Non possiamo pensare di seguire il modello di vita americano, perché è un progresso cieco e per pochi. È stato calcolato che se dovessimo garantire a tutti il loro stile di vita (e di spreco) avremmo bisogno di altri 5 pianeti!

Dobbiamo passare dall'economia del cowboy (sfruttamento illimitato delle risorse, spreco e logica usa-e-getta) a quella dell'astronauta (ambiente limitato, riciclo e utilizzo di risorse rinnovabile e a basso impatto).

Tutti insieme e possibile !

IL BOICOTTAGGIO:

I consumatori hanno nelle loro mani un grande potere: quello di decidere quali prodotti comprare e quali no. Oggi è possibile consumare prodotti "puliti": prodotti, cioè, nel rispetto delle persone e dell'ambiente. Ed e' possibile boicottare quelle aziende che non rispettino criteri etici di produzione.

LE NOSTRE "ARMI"

LA DENUNCIA:

Una campagna che denuncia all'opinione pubblica le pratiche ingiuste, può cambiare i metodi di produzione delle aziende.

IL COMMERCIO EQUO-SOLIDALE:

un modo di fare commercio che riavvicina produttori e consumatori. Tagliando i salti speculativi, si garantisce il rispetto dell'ambiente e dei diritti umani perché viene riconosciuto un giusto prezzo al produttore.

LA SOBRIETA':

Ripensare e ridurre i nostri consumi in modo da garantire un corretto utilizzo delle risorse disponibili.

LE 4 "ERRE"

1. Riduzione:

è fondamentale partire da un ripensamento della quantità di beni e risorse utilizzate. Risparmio energetico, riduzione dei consumi superflui, diminuzione dei rifiuti prodotti, limitazione dell'uso dei mezzi di trasporto privati a favore di quelli pubblici.

2. Riutilizzo:

siamo abituati a buttare via molti oggetti ancora utilizzabili creando così inutili costi di smaltimento e spreco di risorse naturali. Prolungare la loro vita prevedendone la riparazione finché è possibile, permette di incidere sensibilmente sulla riduzione del nostro impatto sul pianeta.

3. Riciclo:

la Terra ha a disposizione risorse limitate. Prevedere il riciclo dei materiali utilizzati è una misura che rispetta l'ambiente ed i bisogni delle generazioni future.

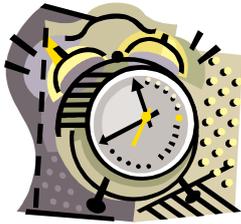
4. Rispetto:

le materie prime e i processi di produzione utilizzati per la realizzazione delle merci includono oltre alle risorse ambientali anche il lavoro di tanti operai e impiegati. Il consumatore può agire affinché i diritti sociali, sindacali, economici dei lavoratori (e quindi anche di se stesso) siano rispettati.



*: Il caso della Del Monte lo dimostra. Grazie a una mobilitazione internazionale, a una campagna di controinformazione e al duro lavoro del sindacato locale aiutato dal missionario Alex Zanotelli, si sono ottenuti i risultati sperati. Basta far calare lo 0,5 % dei consumi per costringere una multinazionale a rivedere le sue logiche di produzione. E quindi a fare giustizia, mettendo i diritti umani prima del profitto.

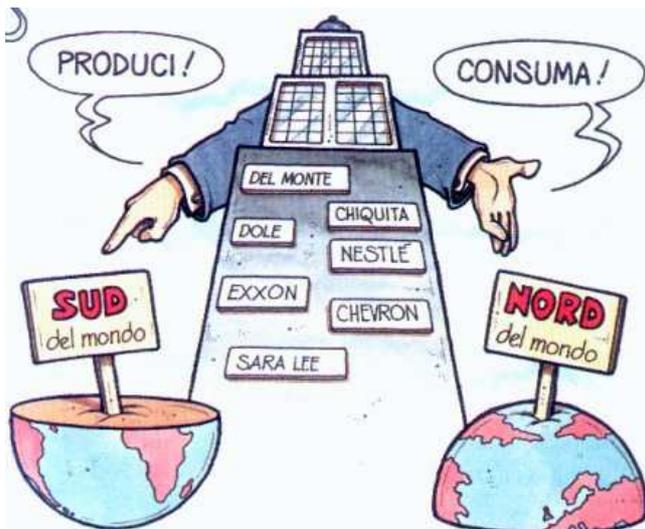
E' L' ORA DEL BOICOTTAGGIO!



Il "boicottaggio" l'arma più potente a disposizione dei consumatori, consiste nella sospensione organizzata dell'acquisto di uno o più prodotti di un'impresa o di una nazione.

Il **BOICOTTAGGIO** ha lo scopo di indurre il produttore ad abbandonare le pratiche inopportune (sfruttamento manodopera minorile, repressione/omicidio dei sindacalisti, lavoratori sottopagati e sottoposti a turni massacranti, nessun rispetto per la salute, ecc.) E' un provvedimento estremo e spesso efficace (vedi i risultati delle campagne di boicottaggio Nike o Del Monte)

L'ESPERIENZA DIMOSTRA CHE QUANDO I CONSUMATORI SI FANNO SENTIRE, LE IMPRESE SONO DISPOSTE A CAMBIARE, NON PERCHE' SI CONVERTONO ALL'AMBIENTE E ALLA GIUSTIZIA, MA PERCHE' NON VOGLIONO PERDERE QUOTE DI MERCATO.



UN PO' DI STORIA

Il termine "boicottaggio" deriva dal nome del capitano Charles Boycott, un inglese della fine dell'ottocento, proprietario in Irlanda di molte terre, noto per la sua prepotenza.

All'epoca, i contadini irlandesi subivano molti soprusi da parte dei proprietari inglesi: le terre venivano confiscate, le case distrutte, i salari erano da fame. Nel 1878, durante una carestia, si ebbe un aumento degli sfratti contro cui i contadini si organizzarono nella "Legge della terra". Nell'estate del 1880 il capitano Boycott mandò i suoi affittuari a mietere l'orzo, ma invece di offrire la paga regolare di 62 centesimi al giorno, ne offrì 32. Gli affittuari si rifiutarono di lavorare e la famiglia Boycott tentò di mietere il raccolto essa stessa, con l'aiuto dei propri domestici. Dopo poche ore, tuttavia, la signora Boycott implorò gli affittuari di rimettersi al lavoro. Questi accolsero la richiesta, ma contemporaneamente ricevettero l'avviso di sfratto. La reazione fu immediata: in una riunione convocata d'urgenza, tutti decisero di interrompere le prestazioni per la famiglia Boycott. Boycott chiese aiuto alle autorità per mietere il grano. La posizione di isolamento verso Boycott fu ufficializzata dal reverendo O'Malley: "Se un usurpatore di terre viene nella vostra città e vuole vendervi qualcosa, non fategli del male, né minacciatelo: ditegli semplicemente che sotto la legge inglese egli ha il diritto di vendere la sua merce, ma aggiungete che la legge britannica non vi obbliga a comprare niente da lui, e così farete finché vivrete".

Altro esempio storico dei primi boicottaggi: nel 1792 trecentomila persone aderirono al boicottaggio dello zucchero ottenuto con il lavoro degli schiavi. 519 petizioni furono presentate alla Camera dei comuni, che la indussero a decretare la fine della schiavitù. Tuttavia è in epoca moderna che il boicottaggio si è affermato per iniziativa del sindacato degli Stati Uniti.

Centinaia di Corporations (molte delle quali hanno nomi virtualmente sconosciuti al grande pubblico) ed istituzioni finanziarie come il FMI (fondo monetario internazionale) e la BM (Banca Mondiale) hanno allungato i loro tentacoli sul controllo ed il dominio delle risorse mondiali. Insieme, sostenute dalle istituzioni governative hanno costituito una vera e propria fabbrica dello sfruttamento, dell'espropriazione per i beneficio di quei pochi che ne traggono i profitti e detengono le leve del potere. Noi tutti ne conosciamo i risultati - *schiavitù salariale, fame, oppressione dell'indipendenza e dell'autosufficienza delle comunità locali, spreco di risorse, distruzione dell'ambiente, danni alla salute, e soppressione delle giuste aspirazioni della gente.*

Ma dovunque c'è oppressione c'è insoddisfazione, critica e resistenza.

Stiamo attenti a vedere cosa succede intorno e contro queste multinazionali: ecco alcune delle campagne e delle lotte contro di loro nel mondo....

INFORMAZIONI SUL COMPORTAMENTO DELLE IMPRESE PER UN CONSUMO CONSAPEVOLE

SETTORE ALIMENTARE

UNILEVER (Te' Lipton, ..)

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da **Animal Aid** per esperimenti su animali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Ogm, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Illeciti, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*



Nestlé (Nescafé, ..) < ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da **Baby Milk Action** per violazione codice OMS)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Ogm, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Illeciti, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*

Chiquita

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da **varie associaz.europee** per le condizioni di lavoro e le relazioni sindacali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Scarsa trasparenza, Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Diritti lavoratori, coinvolgimento in colpi di stato, Illeciti*

Sun Diamond (SunSweet, ..)

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata per **abusi nei confronti dei lavoratori**)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Danni all'ambiente, Diritti lavoratori*

Procter & Gamble

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da **BUAV, PETA e Uncaged** per esperimenti su animali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Ogm, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*

Saiwa/DANONE

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata **ATTAC Francia** per abusi nei confronti dei lavoratori)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Vendite irresponsabili, Regimi oppressivi, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*

The Coca Cola Company

<<<< ! **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da **REBOC**)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Danni all'ambiente, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Attività antisindacali, Omicidio*



E' L' ORA DEL BOICOTTAGGIO!

SETTORE CHIMICO/FARMACEUTICO

Colgate-Palmolive <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da BUAV per esperimenti su animali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Illeciti, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*

Reckitt Banck (Ava, Calfort, Glassex, Sole, Napisan...) **CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da BUAV per esperimenti su animali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Regimi oppressivi, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta*

Johnson Wax <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da BUAV per esperimenti su animali)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Regimi oppressivi, Sfruttamento animali*

SETTORE TABACCO

Philip Morris <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da INFACIT per campagne pubblicitarie ingannevoli)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Ogm, Regimi oppressivi, Illeciti, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta, Paradisi fiscali*

SETTORE PETROLIFERO

ESSO <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(I VERDI del Parlamento Europeo hanno lanciato una campagna di boicottaggio perché la Esso ha sostenuto fortemente l'abbandono del protocollo di Kyoto per la difesa ambientale). Attualmente la ESSO è sotto boicottaggio come fornitrice di carburante dell'esercito americano (ha finanziato con >1mln\$ la rielezione di Bush)

Totalfina-Elf <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata per connivenze con il regime oppressivo in Birmania + danni per l'affondamento della piattaforma Erika)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Scarsa trasparenza, Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Commercio con l'esercito, Danni all'ambiente, Diritti lavoratori, Regimi oppressivi, Illeciti*

SETTORE CHIMICO/GENETICO

Monsanto <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da una lega di associazioni di agricoltori e consumatori americani per la produzione di soia OGM)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Ogm, Regimi oppressivi, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta*

Novartis <<<< **!CAMPAGNA DI BOICOTTAGGIO IN CORSO**

(proclamata da una lega di associazioni di agricoltori e consumatori americani per la produzione di mais OGM)

COMPORTEMENTI NON ETICI SEGNALATI: *Scarsa trasparenza, Abuso di potere, Sfruttamento Terzomondo, Danni all'ambiente, Vendite irresponsabili, Ogm, Regimi oppressivi, Illeciti, Sfruttamento animali, Pubblicità scorretta*

Il caso del latte in polvere

Molte persone parlano, spesso senza cognizione di causa, del boicottaggio dei prodotti della Nestlé. Fondamentalmente, il motivo per cui si invita a **boicottare la Nestlé** è dovuto alla sua campagna di promozione del latte artificiale che sta causando la morte di tanti bambini nei paesi sottosviluppati, scoraggiando l'allattamento al seno. Nestlé produce latte in polvere per neonati, e per aumentarne le vendite nei paesi poveri usa **metodi scorretti** per indurre le neomamme a non allattare al seno e adottare invece il suo latte in polvere. Fra questi metodi scorretti ci sono **cartelloni pubblicitari** in cui l'allattamento artificiale è presentato sistematicamente come "moderno" e "civile" (mentre quello al seno è presentato come cosa "da terzo mondo"), **confezioni omaggio** che durano quanto basta per far andar via il latte naturale della neomamma (che a quel punto non ha più scelta), **pressioni psicologiche** (persone che si spacciano per medici o infermieri e accostano le mamme elogiando le virtù del "progredito" latte artificiale).

Il problema è che **il latte in polvere costa più di quanto possano permettersi gran parte delle mamme di questi paesi**, che pertanto tendono a diluirlo oltre la dose corretta. Di conseguenza, il neonato non viene nutrito a sufficienza, senza contare che il latte artificiale non è nutriente e ricco di anticorpi quanto quello naturale.

Ma c'è di peggio: siccome il latte artificiale va diluito con acqua, e l'acqua sterile è difficile da trovare, **le mamme finiscono per preparare il latte artificiale usando acqua sporca o infetta**, con gravissimo rischio per la salute del neonato che porta a diarrea, disidratazione e spesso alla morte.



Per sostenere ciò che è scritto in questa pagina, abbiamo cercato fonti "super partes". L'UNICEF crediamo possa rivestire questo ruolo a pieno titolo. Sul [sito dell'UNICEF](#) viene pubblicato periodicamente un rapporto sulla condizione dei bambini nel mondo, intitolato "Progress of Nations", la cui [edizione 1997](#) contiene un articolo molto eloquente sull'argomento dell'allattamento artificiale.

L'articolo al quale ci riferiamo si intitola "[Putting babies before business](#)", del reverendo Simon Barrington-Ward, dal quale si traduce:

L'Organizzazione Mondiale della Sanità e l'UNICEF consigliano che i neonati siano alimentati esclusivamente con latte materno -- nient'altro, nemmeno acqua -- per i primi sei mesi circa della loro vita. A livello mondiale, si stima che la riduzione dell'allattamento artificiale e un miglioramento delle pratiche di allattamento al seno potrebbero salvare 1,5 milioni di bambini l'anno. In molti paesi il latte artificiale viene promosso scorrettamente come "superiore" al latte materno, e le campagne pubblicitarie hanno un effetto notevole: non è una coincidenza che le percentuali di allattamento al seno siano alte in paesi come il Burundi e il Ruanda, dove il marketing è scarso. Inoltre: Le persone che vivono nei paesi poveri vengono spesso convinte dalla pubblicità che l'allattamento artificiale sia la cosa moderna da fare. Avendo vissuto in Nigeria e viaggiato in gran parte dell'Africa e dell'Asia, posso riferire che i fabbricanti di latte artificiale usano sistematicamente immagini di medici bianchi circondati da neonati neri o asiatici per promuovere i propri prodotti come la maniera moderna, sana, 'da primo mondo' di crescere un bimbo. E' un messaggio molto potente e persuasivo, veicolato da immagini di modernizzazione. Per le confezioni in omaggio: I campioni gratuiti, specialmente quelli dispensati dagli operatori sanitari, sono una forma di promozione particolarmente insidiosa. Una mamma può passare facilmente dall'allattamento al seno a quello artificiale, ma il contrario è tutt'altra faccenda. Il neonato, dopo essere stato nutrito con campioni gratuiti di latte artificiale anche soltanto per qualche giorno, si abitua alla tettarella e tende a rifiutare il seno. Intanto che il neonato beveva latte artificiale, la produzione materna di latte è calata.

L'articolo segnala inoltre che **esiste un codice di comportamento per la vendita di sostituti del latte materno**, denominato "[International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes](#)", redatto dall'UNICEF e dall'OMS, adottato nel 1981 dall'Assemblea Mondiale della Sanità, e **sottoscritto dai produttori di latte artificiale**.

Questo Codice prevede esplicitamente di proteggere l'allattamento al seno come *un modo impareggiabile di fornire il nutrimento ideale per la crescita e lo sviluppo sano dei bambini*.

Il Codice è soltanto una raccomandazione, sia pure autorevole, che spetta agli stati membri convertire in legge e far rispettare. C'è una [tabella UNICEF](#), non recentissima (1997), che elenca quali paesi poveri (e ricchi) hanno adottato il Codice e in che misura lo hanno fatto. Fra gli scopi di questo Codice c'è quello di **garantire che i sostituti del latte materno non vengano commercializzati o distribuiti in maniera da interferire con la protezione, la promozione e l'assistenza all'allattamento al seno:**

Insomma, **non vi è alcun dubbio che il latte artificiale sia peggiore di quello naturale e che venga effettivamente propagato scorrettamente nei paesi del Terzo Mondo** (e probabilmente anche in molti di quelli del primo) asserendo che è migliore del latte materno.

In altre parole, si incoraggia scorrettamente le madri a preferire l'allattamento artificiale e si rifica ai neonati latte sintetico, oltremodo diluito e preparato con acqua contaminata. Un veleno, insomma, che non fa altro che aumentare la mortalità infantile e contribuire alla malnutrizione di popolazioni che già soffrono abbondantemente di questo problema.

Pertanto, è importante **fare pressioni su Nestlé** affinché cessi questa politica e rinunci a vendere il latte in polvere nei paesi poveri. Il modo più immediato per esercitare queste pressioni è il **boicottaggio, da parte di noi consumatori occidentali, dei prodotti Nestlé**, ma non è l'unico.

- La prima è l'**offerta, eventualmente abbinata al boicottaggio, di un aiuto tangibile (soldi, insomma) alle associazioni umanitarie** che operano nei paesi poveri: una donazione a Médecins Sans Frontières o all'UNICEF, per esempio. Una donazione affinché possano fare corretta informazione, educare e contrastare la propaganda pubblicitaria e anche pagare il latte artificiale a chi non se lo può permettere ma ne ha bisogno, come le tante mamme colpite da AIDS, che il boicottaggio da solo non aiuterebbe. Qui non si tratta di bandire il latte artificiale, ma di trovare il modo di insegnare a usarlo quando serve e in modo corretto. Come dice l'articolo UNICEF, *Nessuno vuole imporre l'allattamento al seno alle mamme. Nei casi in cui le donne hanno le risorse necessarie per permettersi latte artificiale nelle quantità adeguate, acqua pulita e combustibile per sterilizzare biberon e tettarelle, il latte artificiale può essere un'alternativa adatta per chi non desidera allattare al seno*; inoltre, a volte l'allattamento al seno non si può proprio fare. Non tutte le mamme hanno il latte e non tutti i neonati si attaccano correttamente al capezzolo. Nel caso di gravidanze gemellari o addirittura multiple c'è anche un limite pratico evidente, sia in termini di produzione, sia in termini numerici. Nei casi come questi, il latte artificiale è utilissimo. Occorre notare che **anche i processi naturali possono far male, e l'allattamento al seno non fa eccezione**. Molti dimenticano di considerare che **l'allattamento naturale può trasmettere l'AIDS**. Se la madre è infetta e allatta al seno, può trasmettere l'AIDS al neonato. In casi come questi, tragicamente diffusissimi in molti paesi poveri, l'allattamento al seno è un pericolo e quello artificiale, se fatto correttamente, sarebbe la salvezza.

Tra i tanti c'è lo [studio](#) pubblicato dalla rivista medica *Journal of the American Medical Association (JAMA)* e intitolato *HIV Transmission Through Breastfeeding - A Study in Malawi*, Vol. 282, pp. 744-749, 25 agosto 1999, dal cui *abstract* gratuito si traduce: *La trasmissione dell'HIV attraverso il latte materno è stata documentata da numerosi studi, e l'HIV è stato trovato nei campioni di latte delle donne infette da HIV*

Gli studi ai quali si fa riferimento sono raccolti in *Postnatal transmission of human immunodeficiency virus type 1 from mother to infant: a prospective cohort study in Kigali, Rwanda*, pubblicato dal *New England Journal of Medicine*, 1991;325:593-598. Nell'articolo del JAMA si parla di 673 neonati, *nati sieronegativi da madri sieropositive*: di questi, ben 47 hanno contratto l'HIV tramite il latte materno. Non si sta parlando, quindi, di casi rari o sporadici, e se è vero che spesso l'AIDS viene trasmesso durante il parto, non vi è dubbio che si possa contrarre l'AIDS anche dal latte materno. Può dunque capitare che un bimbo non si infetti durante il parto e contragga la malattia alla prima poppata. Brutto affare, quindi: **l'allattamento naturale facilita la trasmissione dell'AIDS, quello artificiale (con acqua non sterile) facilita la trasmissione di altre malattie. Non c'è proprio scampo per questa povera gente?**

- La seconda è la **lettera di protesta**. Se aderite al boicottaggio, potete renderlo più efficace segnalando questo vostro gesto per iscritto le varie società coinvolte. Il boicottaggio silenzioso (non accompagnato da una lettera di protesta) è più difficile da rilevare per le aziende coinvolte, perché può confondersi con le altre variazioni nelle vendite derivanti da tanti altri fattori commerciali.

Anche se decidete di non boicottare, la lettera di protesta è comunque uno strumento di pressione importante. A un'azienda fa sempre effetto trovarsi nella buca delle lettere una catasta di posta di potenziali clienti indignati che promettono di non comperare più i suoi prodotti. Le permette di rendersi conto che la protesta non è appannaggio di quattro barboni (come spesso dimostrano di pensare) ma è assai più vasta. Sono soluzioni più impegnative e costose del semplice boicottaggio silenzioso e impreciso. E' facile mettersi la coscienza a posto dicendo *"non compro il Nescafé, dunque aiuto il Terzo Mondo"* e chiudere la faccenda. Ci vuole un approccio su più fronti, accompagnato da qualche gesto più tangibile.

L'appello al boicottaggio parte dunque dalla premessa Nestlé, ma non si ferma qui: un rapporto citato nel testo UNICEF e intitolato *"Cracking the Code"* dimostra che **ben 32 società** hanno violato sistematicamente il Codice che avevano sottoscritto.

Fra queste aziende c'è sì Nestlé, ma ci sono anche molti altri nomi più o meno conosciuti: **Gerber, Mead Johnson, Milupa, Heinz, Nestlé, Nutricia, Wyeth, Chicco, Johnson & Johnson, Abbott, Snow, Hipp**, per esempio.

Quindi **non bisogna limitare il boicottaggio alla sola Nestlé**, anche se Nestlé è quantitativamente la principale colpevole.

Un aspetto interessante del rapporto è che **le pratiche scorrette non sono limitate al terzo mondo**, ma avvengono anche in Polonia, per esempio, e **persino in Italia**. Chiaramente, in un paese abiente promuovere il latte artificiale è eticamente meno grave che in un paese povero, dato che la mamma "del primo mondo" ha facile accesso sia ad informazioni obiettive da altre fonti, sia ad acqua pulita, e quasi sicuramente può permettersi il latte artificiale in termini economici.

L'altra considerazione importante è che **parte della colpa spetta anche ai governi che non fanno le leggi**. Per esempio, I-Bfan.org [segnala](#) che nel 2001 il Brasile introdusse leggi severe che vietano di usare immagini di bambini, biberon o giocattoli nelle confezioni del latte artificiale e degli omogeneizzati e di apporre chiare avvertenze del fatto che questi prodotti non vanno utilizzati prima dei sei mesi di vita. **Gerber e Nestlé furono le prime aziende ad adeguarsi**.

Per maggiori informazioni: www.tatavasco.it >[Tematiche](#)>[Consumo critico e boicottaggio](#)

Il caso Coca Cola

I perché del boicottaggio della Coca Cola:

Dal 1989 ad oggi il sindacato colombiano SINALTRAINAL ha subito decine di sequestri, torture, minacce di morte, sfollamenti forzati, montature giudiziarie.

8 leader sindacali sono stati assassinati.

Coca-Cola Company è accusata di essere responsabile di questa campagna repressiva attuata per mezzo degli 'squadroni della morte' dei paramilitari colombiani.

Un po' di storia, con le ultime novità...

Luglio 2005, Giornata Mondiale di Boicottaggio - Iniziative in tutta Italia - A Villa Ada Roma incontra... il boicottaggio

[Agosto 2005](#) - Il secondo anno del boicottaggio: lettera aperta del SINALTRAINAL ai sostenitori della campagna

[11.09.2005](#) - Assassinato Luciano Enrique Romero Molina, dirigente del SINALTRAINAL

[08.11.2005](#) - [Coca-Cola accetta inchiesta indipendente, Reboc: "Importante passo in avanti, il boicottaggio continua"](#)

15 NOVEMBRE 2005: ANCHE IL COMUNE DI TORINO BOICOTTA COCA-COLA

20 NOVEMBRE 2005: SINALTRAINAL accetta di contribuire e partecipare alla commissione d'inchiesta italiana

Cosa fare ?

1) Boicotta i prodotti distribuiti in Italia dalla Coca-Cola:

COCA-COLA, FANTA, SPRITE, BURN, NESTEA, BONAQUA, KINLEY, BEVERLY, MINUTE MAID, POWERADE, ICE LEMON

2) FIRMA la petizione (superate le 18000 firme) sul sito www.nococacola.info

3) SONDAGGIO RADIO RAI: VOTA 'NO A COCA-COLA SPONSOR OLIMPICO'

4) spedisce una lettera di protesta (trovi la bozza sul sito www.nococacola.info)

Sei una bottega di commercio equo?

Presso queste botteghe del mondo, oltre a tutti i prodotti del commercio equo e solidale, potete trovare anche quello che riguarda la campagna di boicottaggio della Coca-Cola, dai materiali informativi ai fogli per la raccolta di adesioni al boicottaggio, dai video alle magliette della campagna, oltre a periodiche iniziative di boicottaggio.

A Roma aderiscono all'iniziativa già 20 Botteghe del Mondo.

Sei un ristoratore ?

Il 25 Giugno 2005 è stata lanciata la Rete dei Ristoratori No Coca-Cola, luoghi di consumo di bevande liberati dai prodotti della The Coca-Cola Company.

La Rete è costituita da Ristoranti, Trattorie, Pub, Bar in cui si è scelto di boicottare la Coca-Cola, in solidarietà con le campagne lanciate contro la Coca-Cola in difesa dei diritti umani e sindacali in Colombia ed in difesa del diritto alla vita e all'accesso all'acqua in India.

X INFO:

www.nococacola.info



E' L' ORA DEL BOICOTTAGGIO!

ALTRE multinazionali NON-ETICHE:

ABBIGLIAMENTO: Nike, Reebok, Adidas, Benetton, Chicco

ACQUA MINERALE: Claudia, Giara, Giulia, Limpia, Lora Recoaro, Pracastello, Sandalia, Tione, Perrier, Vittel, Acqua Vera, San Bernardo, S. Pellegrino, Panna, Levissima, Pejo, Ulmeta (NESTLE'), Ferrarelle, Igea, Antica Fonte, Boario, Fausta, Vitas (DANONE)

ALIMENTARI: Milkana, Gradina, Rama, Maya (UNILEVER)

ANIMALI: Friskies, Buffet (NESTLE')

BENZINA: Shell, Esso, Agip, Totalfina-Elf, Monsanto

BEVANDE: Nescafé, Nesquik, Nestea, Orzoro, Belte', Chino', Mirage, Nestea, One-o-one, S.Bitter (NESTLE'), Coca Cola, Sprite, Fanta, Pepsi, San Pellegrino

CIOCCOLATO: Perugina, Baci, Nestlè (NESTLE')

CONSERVE: Berni, Condipasta, Condiriso (NESTLE')

COSMETICI: Atkinson (UNILEVER), L'Oreal, Lancome (NESTLE'), Johnson & Johnson, Palmolive

CREME: Leocrema, Cutex (UNILEVER)

DADI PER BRODO: Maggi (NESTLE')

DENTIFRICI: Durban's, Benefit, lose-up, Pepsodent, Mentadent (UNILEVER), Colgate, Johnson & Johnson

DETERSIVI: Cocolino, Omo, Bio Presto, Svelto, Vim, Cif, Lysoform, Surf (UNILEVER)

DOLCI: Smarties, Kit Kat, Galak, Lion, After Eight, Quality Street, Toffe-e, Polo, Rowntree, Motta, Alemagna, Nesquik, Fruit Joy, Fruttolo (NESTLE'), Marmellata Althea (UNILEVER), Ritz, Oro Saiwa, Oro Ciok, Crackers Premium Saiwa, Cipster, Biscotti Tuc, Pansaiwa, Urrà, Biscotti Vitasnella, Dolcezze del mondo, Le Frolle, Wafer Saiwa, Biscotti Prince (DANONE-Saiwa), Mulino Bianco (Barilla)

FORMAGGI: Locatelli (NESTLE')

GELATI: Algida, Carte d'Or, Eldorado, Magnum, Solero, Sorbetteria di Ranieri (UNILEVER), Motta, Alemagna, Antica Gelateria del Corso (NESTLE')

MAIONESE: Calve', Mayo', Top down (UNILEVER)

OLIO: Bertolli, Dante, Friol, Maya (UNILEVER), Sasso (NESTLE')

PASTA: Buitoni, Pezzullo (NESTLE'), Barilla

PROFUMI: Fabergè, Brut 33 (UNILEVER)

SALUMI: Vismara, King's (NESTLE')

SAPONETTE: Lux, Dove, Rexona (UNILEVER)

SHAMPOO: Clear, Elidor, Axe, Denim, Dimension, Dove, Timotei (UNILEVER), Palmolive, Johnson & Johnson

SPAZZOLINI: Gibbs (UNILEVER)

SURGELATI: Findus, Genepesca, Igloo (UNILEVER), Surgela, Mare Fresco, La Valle degli Orti (NESTLE')

TE': Lipton, TE'ati (UNILEVER)

YOGURTH E AFFINI: Yogurth Danone, Vitasnella, Actimel, Danito, Danette (DANONE)

VARI PRODOTTI: Vallelata Galbani, Mozzarella Santa Lucia, Galbani-no, Bel Paese, Certosa (DANONE - Gruppo Galbani), Kodak, Mitsubishi Bacardi, Barilla, McDonald's, Dole, Coca Cola, Parmalat, Fosters, Burger King, Pepsico Inc., Bayer, Henkel, Johnson & Johnson, L'Oreal, NIKE, Reebok, Adidas, Benetton, Marlboro, Kodak, Shell, Eni/Agip, Mitsubishi, ... Walt Disney, Chicco...



...SCOPRI KI SONO E
COSA COMBINANO !

SKIZZA AL SITO...



www.tatavasco.it

TROVERAI TUUUUUTTE
(o quasi)
LE RISPOSTE !



Quando vedi Shell
pensa al popolo Ogoi



COSA CHIEDIAMO ?

un codice di condotta per le multinazionali

Ecco i diritti che dovrebbero essere garantiti dai codici di comportamento adottati dalle multinazionali per il trasferimento della produzione:

1 - Libertà di associazione e di contrattazione collettiva.

2 - Pari opportunità.

I lavoratori devono avere accesso alle assunzioni e alla formazione in condizioni di uguaglianza. Le molestie fisiche o le pressioni psicologiche devono essere punite.

3 - Salari dignitosi. Essi devono essere molto superiori ai salari minimi legali (che sono ridicoli) ed in ogni caso devono essere sufficienti a soddisfare i bisogni di base di una famiglia.

4 - Orari di lavoro. Gli orari di lavoro non devono superare le 48 ore settimanali. Le ore straordinarie devono essere volontarie e non devono superare le 12 ore alla settimana. I lavoratori devono avere almeno 24 ore consecutive di riposo alla settimana e almeno 3 settimane di ferie pagate all'anno.

5 - Igiene e sicurezza. Le aziende devono fornire gratuitamente i vestiti da lavoro e le attrezzature protettive. Infine, devono rispettare le norme internazionali in materia di igiene e di sicurezza. I dormitori, i magazzini di stoccaggio e i laboratori devono essere situati in edifici separati.

6 - Garanzia del posto di lavoro. Le aziende devono assumere i lavoratori per periodi di lunga durata, sulla base di contratti concordati, legali e scritti.

7 - Previdenza sociale. Le aziende devono offrire ai lavoratori adeguate coperture assicurative e di previdenza sociale erogate da organismi pubblici o privati.

8 - Lavoro dei bambini. Le aziende devono garantire il rispetto assoluto delle convenzioni internazionali o delle leggi locali, se sono più avanzate.

9 - Lavoro forzato. È vietato utilizzare il lavoro forzato sotto qualsiasi forma.

10 - Osservanza. L'attuazione del codice di comportamento deve essere controllato da un organismo indipendente a cui è conferito il mandato da parte dell'impresa, dei sindacati e delle organizzazioni non governative. Il codice deve essere tradotto nelle lingue locali e affisso bene in vista sui luoghi di lavoro.

GRUPPO DI ACQUISTO SOLIDALE

COS'È UN GAS

Quando un gruppo di persone decide di incontrarsi per riflettere sui propri consumi e per acquistare prodotti di uso comune, utilizzando come criterio guida il concetto di giustizia e solidarietà, dà vita a un GAS.

Finalità di un GAS è provvedere all'acquisto di beni e servizi cercando di realizzare una concezione più umana dell'economia, cioè più vicina alle esigenze reali dell'uomo e dell'ambiente, formulando un'etica del **consumare in modo critico**.

L'esperienza del Gruppo realizza quindi una rete di solidarietà che si estende al mondo circostante, consentendo a coloro che hanno redditi medio/bassi di praticare il consumo critico. Infatti, mentre è ormai possibile trovare nei supermercati prodotti biologici a prezzi competitivi, i prodotti garantiti da un punto di vista solidale continuano ad essere cari poiché al di fuori del giro della grande distribuzione. Acquistare in gruppo permette di superare questo ostacolo grazie alle grosse quantità comprate, consentendo di realizzare un risparmio notevole.

Alla base di questa esperienza si trova:

- una critica profonda verso il modello di consumo e di economia globale ora imperante
- la ricerca di una alternativa praticabile da subito
- la ricerca di prodotti biologici e solidali ad un prezzo abbordabile per le nostre famiglie

Essere un GAS però non vuole dire soltanto **risparmiare acquistando in grandi quantitativi**, ma soprattutto chiedersi che cosa c'è dietro a un determinato bene di consumo: se chi lo ha prodotto ha rispettato le risorse naturali e le persone che le hanno trasformate; quanto del costo finale serve a pagare il lavoro e quanto invece la pubblicità e la distribuzione; qual è l'impatto sull'ambiente in termini di inquinamento, imballaggio, trasporto... fino a mettere in discussione il concetto stesso di consumo ed il modello di sviluppo che lo sorregge.

MOTIVAZIONI E LINEE GUIDA

SVILUPPARE E METTERE IN PRATICA IL CONSUMO CRITICO

Inteso come atteggiamento critico dei consumatori, che non subiscono i messaggi pubblicitari ma valutano e scelgono i prodotti in base a criteri stabiliti da loro stessi e non imposti dal mercato.

Acquistare e consumare prodotti etici e biologici con questi obiettivi:

- RISPETTO DELL'UOMO, i prodotti che si acquistano devono consentire a molti che sono esclusi dai circuiti economici e da un mercato del lavoro iper-competitivo (vedi disabili, piccolissimi produttori, e tante altre **categorie svantaggiate**) di lavorare e partecipare ad uno sviluppo sociale sostenibile.

- RISPETTO DELL'AMBIENTE, ovvero:

- si tratta di scegliere prodotti ottenuti nel profondo rispetto della natura e delle sue leggi.
- Inoltre, scegliere prodotti locali significa ridurre l'inquinamento, il consumo di energia ed il traffico per il trasporto della merce. Dovendo viaggiare di meno, gli alimenti possono arrivare più freschi sulle nostre tavole e quindi richiedono **meno conservanti**. L'arrivo di grosse quantità di prodotto, smistate e ripartite tra le famiglie in modo "casereccio", come si faceva un tempo, **riduce gli imballaggi** o comunque impone il **riutilizzo** di quelli già esistenti (buste di carta o plastica usate, imballaggi per le uova, bottiglie di vetro o plastica per la distribuzione interna di detersivo olio ecc..).

FARE ATTENZIONE ALLA SALUTE

Consumare e mangiare prodotti di cui si conosce la provenienza e il processo produttivo, realizzati senza l'uso di pesticidi e diserbanti è sano, innanzitutto consumando i cibi solo quando è la loro stagione.

SVILUPPARE E CREARE SOLIDARIETA' E CONSAPEVOLEZZA

Si tratta di favorire l'acquisto presso i **piccoli produttori** locali che altrimenti risulterebbero schiacciati da tutto ciò che è "Extra Large" (multinazionali, grandi produttori, larga distribuzione).



BILANCI DI GIUSTIZIA

Chi siamo

"QUANDO L'ECONOMIA UCCIDE

BISOGNA CAMBIARE!". Con questo slogan "Beati i Costruttori di Pace", in occasione del quinto raduno del movimento tenutosi a Verona il 19 settembre 1993, lanciano la campagna "Bilanci di Giustizia" rivolta alle famiglie, intese come soggetto micro-economico. Ad oggi le famiglie impegnate sono più di 500.

Cosa si prefigge la campagna?

In sintesi, l'obiettivo delle famiglie è modificare secondo giustizia la struttura dei propri consumi e l'utilizzo dei propri risparmi, cioè l'economia quotidiana. Parlare di "giustizia" è impegnativo, perché suppone un orizzonte etico condiviso in buona parte ancora da costruire, ma la sfida è proprio quella di combattere l'invadenza e lo strapotere della "razionalità economica" a partire dal carrello del supermercato e dallo sportello di una banca. Da qui l'adesione convinta al consumo critico e alla finanza alternativa (MAG e Banca Etica) a favore di uno sviluppo che risulti sostenibile per i poveri del pianeta, per il pianeta stesso e - perché no - anche per noi. Ciò che però contraddistingue Bilanci di Giustizia è l'idea che questi obiettivi si possano realizzare efficacemente solo insieme, in modo organizzato, mediante una comunicazione costante e un'azione comune. Lo strumento ideato sia per "auto-misurare" il proprio impegno che per socializzarlo nel movimento e all'esterno, in funzione politica, è quello del bilancio familiare; lì si rendono visibili e si quantificano i cambiamenti effettuati nelle scelte economiche.

I bilanci mensili degli aderenti alla Campagna sono inviati alla segreteria nazionale, che ne cura l'elaborazione statistica e redige un rapporto annuale. La segreteria pubblica inoltre una circolare periodica che serve a tenere in collegamento le famiglie impegnate nell'operazione.

Un primo obiettivo è il contenimento dei consumi. Le famiglie che hanno inviato i bilanci nel 1999 documentano un consumo mensile individuale medio di £. 1.378.000 a fronte di un pari dato ISTAT di £. 1.766.000. Quindi un risparmio medio mensile individuale di £. 386.000. L'obiettivo principale però è scegliere i consumi tenendo presente anche "la giustizia". Tale atteggiamento è stato documentato nel 1999 con uno spostamento di consumi, da parte delle famiglie partecipanti, per una percentuale del 27,9% sulla totalità dei consumi. Nel contesto dei 6,8 miliardi di consumi rilevati, 1,815 milioni sono stati spostati, trasferendo la spesa da acquisti giudicati dannosi per la salute, per l'ambiente e per i popoli del Sud del mondo a prodotti alternativi, che non danneggiano cicli biologici o che non rappresentano uno sfruttamento ingiusto di persone e di risorse naturali. Le famiglie impegnate nella campagna hanno dimostrato la possibilità di condurre una vita sobria senza compiere sacrifici eccessivi: prova ne sia che la spesa media mensile risulta di 150.000 lire inferiore al dato ISTAT '95 sui consumi degli italiani e che, nella sua composizione, è stato rilevato un minore esborso per generi voluttuari, quali l'abbigliamento e i regali.

Comportamenti ormai consolidati sono risultati la raccolta differenziata dei rifiuti e l'acquisto di prodotti delle Botteghe del Mondo, messi in atto dal 60% degli aderenti, insieme alla preferenza per alimenti di stagione e il riuso e scambio di vestiti, abitudini acquisite da quasi il 50%.

Di fronte ai meccanismi economici dominanti e al miraggio di rendite elevate, 604 milioni sono stati invece destinati ad investimenti finanziari nelle MAG, in Banca Etica e nelle cooperative sociali. Con una media di 4 milioni di lire a famiglia nel '96, tanto la formazione di capitale sociale di cooperative quanto depositi e prestiti, con possibilità di autoriduzione del tasso d'interesse, sono il primo forse timido segnale di una nascente domanda di finanza etica

Per il sostegno economico ai progetti di cooperazione e sviluppo, così come per le adozioni a distanza, simboli di una globalizzazione della gratuità e di un'equa redistribuzione delle risorse, sono stati destinati dalle famiglie 128 milioni. Interventi strutturali sulla casa, con la posa di pannelli solari o la coibentazione delle pareti, o sull'auto, con l'installazione dell'impianto a gas, hanno comportato una spesa complessiva di alcune decine di milioni; altrettanti ne sono stati impiegati per l'auto-formazione, attraverso la sottoscrizione di abbonamenti a riviste "alternative" e l'appoggio a gruppi ed associazioni pacifiste ed ambientaliste.

In controtendenza con la società di oggi, consumando meno e meglio si guadagna in qualità di vita reimpossessandosi del proprio tempo, gustando il piacere dell'autoproduzione, riscoprendo tradizioni e scoprendo nuove culture.

Questo sono i "Bilanci di Giustizia": monitorare il proprio consumo per cambiare l'economia dalle piccole cose, dai gesti quotidiani.



BANCHE ARMATE

SAI COSA FANNO DEL TUO DENARO LE BANCHE? sorpresa!

Sempre più le banche si prestano alle intermediazioni autorizzate dal governo sull'export di armi prevalentemente destinate a paesi poveri o già in guerra.

C'E' ANCHE LA TUA BANCA NELLA LISTA NERA?!?

OPERAZIONI BANCARIE RELATIVE A ESPORTAZIONI DI ARMI DALL' ITALIA PER AZIENDA DI CREDITO - ANNO 2000

Fonte: ELABORAZIONE DATI: OS.C.AR. Report di IRES Toscana (Istituto di Ricerche Economiche e Sociali della Toscana) sulla seguente relazione: Presidente del Consiglio dei Ministri, Relazione sulle operazioni autorizzate e svolte per il controllo dell'esportazione, importazione e transito dei materiali di armamento nonché dell'esportazione e del transito dei prodotti ad alta tecnologia (Anno 2000). Roma: Camera dei Deputati-Senato della Repubblica, Atti Parlamentari, Doc. LXVII n. 5, 2001

(Valori in lire)

- ISTITUTO DI CREDITO	- NUM. AUTORIZZAZ.	- IMPORTI AUTORIZZATI
BANCO DI SICILIA	1	479.680.381.158
BANCA COMMERCIALE ITALIANA	98	307.127.825.648
BANCA DI ROMA	28	213.343.306.859
CREDITO ITALIANO	46	206.269.023.530
BNL	100	119.874.272.091
BANCO AMBROSIANO VENETO	10	35.976.512.345
GRUPPO BANCARIO S.PAULO IMI	27	30.534.492.912
CREDITO BERGAMASCO	2	19.580.870.802
CARIPO	4	11.512.716.941
BANCO DI NAPOLI	2	11.182.148.235
MONTE PASCHI SIENA	5	3.170.762.021
BANCA TOSCANA	3	2.863.905.999
BANCO DI BRESCIA	3	332.743.200

...e altre ancora....

TOTALE: 370 AUTORIZZAZIONI

IMPORTI AUTORIZZATI: 1.524 MILIARDI (+ 288 MILIARDI RISPETTO AL 1998)

Non a tutti è (era) dato di sapere come la banca impiega parte dei nostri risparmi. Esserne consapevoli ci può permettere di agire di conseguenza (alternative consolidate e valide ci sono: BANCA ETICA, MAG, RISPARMI in COOPERATIVE ...)

ADESSO CHE LO SAI...

SPOSTA IL TUO CONTO CORRENTE in...

 **popolare
Banca Etica**

www.bancaetica.com

Relazione sulle operazioni autorizzate e svolte per il controllo dell'esportazione, importazione e transito dei materiali di armamento nonché dell'esportazione e del transito dei prodotti ad alta tecnologia (Anno 2004).

Export italiano di armi: le operazioni bancarie 2004

(Valori in euro)

Istituto di credito	Importi autorizzati	Importi segnalati	Importi accessori autorizzati	Importi accessori segnalati
ABC International Bank PLC	2.760.000,00	4.397.237,11	0	0
ABN - AMRO Bank	0	6.863.292,49	0	334.536,52
Arab Banking PLC	2.860.955,29	0	228.876,42	0
Arab Banking Corporation	0	469.800,00	0	0
Banca di Roma	395.816.619,53	217.762.415,40	9.974.101,54	6.589.194,88
Banca Intesa	23.201.678,37	77.262.595,95	554.504,84	197.327,7,29
Banca Nazionale del Lavoro	71.577.063,31	57.879.411,58	1.575.392,18	2.182.764,65
Banca Popolare Antoniana Veneta	121.049.785,08	28.609.998,26	1.017.156,12	198.308,28
Banca Popolare dell'Emilia Romagna	4.379.905,60	487.339,44	0	0
Banca Popolare di Lodi	8.523.674,95	7.049.877,90	151.338,45	45.709,00
Banca Popolare di Milano	53.382.803,18	6.022.428,67	653.011,02	367.488,87
Banca Popolare di Vicenza	0	4.671,68	0	0
Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	16.153.426,45	66.431.385,53	0%	0
Banco di Brescia	3.191.305,90	1.413.138,85	164.593,96	34.468,95
Banco di San Giorgio	1.020.001,55	0	0	0
Banco di Sicilia	320.212,28	7.538.134,18	22.414,86	3.883.686,22
Barclays Bank PLC	28.098.364,50	30.038.808,36	0	0
BIPOP - CARIRE SPA	0	1.063.181,83	0	0
BNP PARIBAS Succursale Italia	240.641,00	0	0	0
Calyon - Corporate and Investment Bank	120.325.270,00	123.469,16	0	0
Cassa di Risparmio della Spezia	50.913.916,11	24.357.841,04	4.911.378,00	4.578.291,02
Cassa di Risparmio di Lucca	0	87.798,00	0	0
COMMERZBANK Aktiengesellschaft	8.939.213,92	4.449.537,10	460.261,37	0
Credit Agricole Indosuez	0	8.992.942,63	0	254.742,38
Credit Lyonnais Italia	20.831,75	0	0	0
Credito Bergamasco	0	98.460,48	0	0
DeutscheBank S.p.A.	713.620,00	122.289,00	0	0
Gruppo Bancario S. Paolo IMI	366.084.379,96	78.220.210,54	337.349,63	1.172.733, 58
HSBC Bank plc	3.386.928,02	10.448.307,16	773.825,83	616.318,00
Société Générale	0	17.505.168,00	0	0
UBAE Arab Italian Bank S.P.A.	14.528.217,95	6.288.418,46	1.452.821,68	0
UniCredit Banca d'Impresa	20.194.432,61	30.747.317,95	45.870,00	79.696,31
TOTALE GENERALE	1.317.683.247,31	694.735.476,75	22.322.895,90	22.311.215,95

Gli importi "autorizzati" sono riferiti al 2004 mentre gli importi "segnalati" sono riferiti anche ad operazioni autorizzate negli anni precedenti. Gli importi "accessori" - autorizzati o segnalati - comprendono in particolare i compensi di mediazione.

Fonte: Ministero dell'Economia e delle Finanze - Dipartimento del Tesoro.

LINKS e DOCS di APPROFONDIMENTO

WWW.TATAVASCO.IT

—> **sezione BOYCOTT**

(lista aggiornata delle multinazionali sotto boicottaggio + materiale di approfondimento)

informazione su campagne di resistenza e boicottaggi, commercio equo, consumo critico, finanza etica, multinazionali e rapporti internazionali

www.transnationale.org/italien/

www.altreconomia.it

www.manitese.it

www.tmcrew.org

FA' LA COSA GIUSTA

Guida pratica al consumo critico e agli stili di vita sostenibili a Milano e in Lombardia

(libro di Terre di Mezzo, editrice Berti, 8 euro...in vendita nelle BDM)

Bilanci di giustizia

www.unimondo.org/bilancidigiustizia/index.htm

per un'economia di giustizia

www.retelilliput.org

Ai figli del Pianeta

A cura del CNMS

Editrice Emi

Manuale per un consumo responsabile

F.Gesualdi,

Feltrinelli

informazione indipendente

www.carta.org

CAMPAGNA BANCHE ARMATE

<http://www.saveriani.bs.it/missioneoggi>

<http://www.unimondo.org/campagne/banche/index.html>

"Guida al consumo critico 2002"

a cura del Centro Nuovo

Modello di Sviluppo, editrice EMI

(in questo libro trovate TUTTI i dettagli sul comportamento scorretto delle aziende).

Banca Etica

[Www.bancaetica.com](http://www.bancaetica.com)

GIT Milano Est: www.tatavasco.it/bancaetica.htm

25 NOVEMBRE:

Giornata mondiale del

NON acquisto

info: www.retelilliput.org

SCARICA IL BOYCOTT KIT !

(By Tatavasco: 1,5 MBytes zippati---> aggiornamento dic. 2001)

11 volantini in formato PDF da stampare , fotocopiare...DIFFONDERE IL PIU' POSSIBILE !

BOYCOTT!...cos'è il boicottaggio e lista delle azioni in corso
COCA COLA, MC DONALD's, MONSANTO, NESTLE', NIKE, UNILEVER ...schede relative ai misfatti di queste multinazionali
BANKEARMATE ...lista delle banche implicate nel commercio di armi
CODICE... un codice di comportamento x le multinazionali
ALTROMONDO...idee x uno stile di vita sostenibile ed equo.
LILLY... scheda informativa sulla Rete di Lilliput

TI ASPETTIAMO AL PROSSIMO WORKSHOP!

Un ALTROMONDO
e' in costruzione !

I documenti di lavoro dei precedenti workshop (commercio equo solidale, finanza etica) sono scaricabili dal nostro sito internet.

Per maggiori info... WWW.TATAVASCO.IT