



Famiglia: ideale, ostacoli, politiche

Leonardo Becchetti



EconomEtica
Centro interuniversitario per l'etica economica
e la responsabilità sociale di impresa

www.benecomune.net

[Blog felicità sostenibile repubblica.it](http://Blog.felicità.sostenibile.repubblica.it)



L'ideale

- Natura relazionale persona, ubuntu, trinità
- Share e risultati felicità felicità e beni relazionali
- Aspirazione massima amore umano è esclusività e durata infinita
- Desiderare, scegliere prendersi cura, lasciare andare generatività
- Famiglia produce capitale sociale e assorbe shock riducendo rischio povertà
- Libertà di, da, per
- Beni comfort e beni stimolo

Gli ostacoli

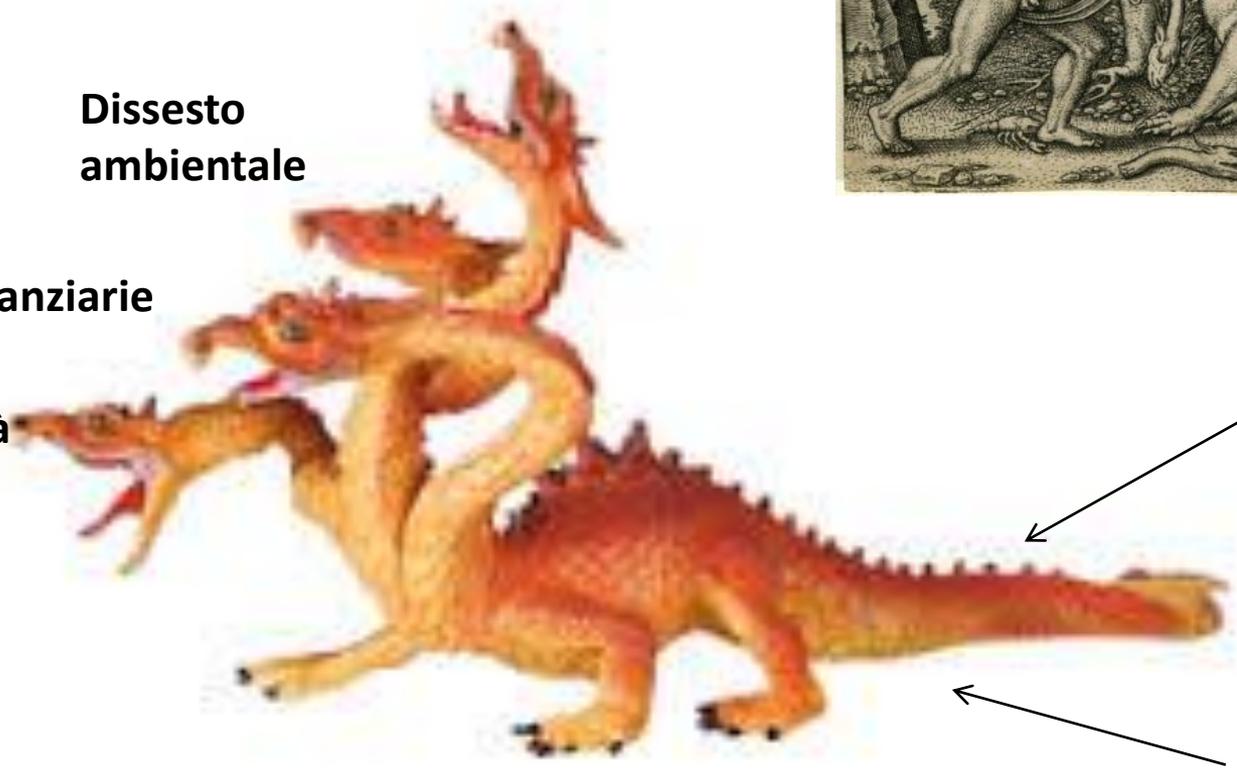
- La confusione tra beni relazionali e beni di consumo
- I tre riduzionismi remano contro...(riduzionsimo corporate produce ambiente lavoro inquinato, riduz. valore non aiuta a valorizzare invisible)
- La crisi di speranza del paese
- Beni confort e beni stimolo

Povert /Disoccupazione

Dissesto
ambientale

Crisi finanziarie

Infelicit 



Homo economicus

Valore=PIL

Massimizz.
profitto

Sui limiti del PIL (2)

- . “Il PIL comprende anche l’inquinamento dell’aria e la pubblicità delle sigarette, e le ambulanze per sgombrare le nostre autostrade dalle carnicine dei fine-settimana. Il PIL mette nel conto le serrature speciali per le nostre porte di casa, e le prigioni per coloro che cercano di forzarle [...]. Comprende programmi televisivi che valorizzano la violenza per vendere prodotti violenti ai nostri bambini. Cresce con la produzione di napalm, missili e testate nucleari, comprende anche la ricerca per migliorare la disseminazione della peste bubbonica, si accresce con gli equipaggiamenti che la polizia usa per sedare le rivolte, e non fa che aumentare quando sulle loro ceneri si ricostruiscono i bassifondi popolari. Il PIL non tiene conto della salute delle nostre famiglie, della qualità della loro educazione o della gioia dei loro momenti di svago. [...] Non comprende la bellezza della nostra poesia o la solidità dei valori familiari, l’intelligenza del nostro dibattere o l’onestà dei nostri pubblici dipendenti. Non tiene conto né della giustizia nei nostri tribunali, né dell’equità nei rapporti fra di noi. Il PIL non misura né la nostra arguzia né il nostro coraggio, né la nostra saggezza né la nostra conoscenza, né la nostra compassione né la devozione al nostro paese. Misura tutto, in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta. Può dirci tutto sull’America, ma non se possiamo essere orgogliosi di essere americani”
- Robert Kennedy del 18 marzo del 1968,

La causa del terzo problema: lo spiazzamento delle relazioni nelle società occidentali (time pressure)

Tiziano Terzani confrontando alcuni anni fa i paesi sviluppati con l'India rurale diceva "L'India è ricca di tempo e povera di denaro, noi siamo ricchi di denaro e poveri di tempo"

- 1) la crescita della produttività e le maggiori opportunità di tempo libero non relazionale (internet, "second life", satellite TV channels) aumentano il costo (opportunità) di un'ora di tempo libero investita in vita relazionale
- 2) Non basta lungimiranza individuale perché c'è sempre il rischio di fallimento per il sottoinvestimento dei partners (problema di coordinamento)
- 3) La qualità dei beni relazionali nei paesi occidentali è in forte declino (partecipazione associativa, successo relazioni affettive, ecc.)
- Invece di ridurre il costo dell'investimento in beni relazionali si riduce il costo della loro distruzione !!

La virtù è come lo sci.... i beni di stimolo

- Per i beni che danno maggiore felicità (beni di stimolo) non basta il reddito ma ci vogliono abilità particolari «educate nel tempo»
- Un esempio sono le attività di volontariato con motivazioni altruistiche: danno felicità ma non tutti sono allenati per farle



I beni di comfort..

- La pubblicità spinge invece sui beni di comfort perché è più facile venderli. Non richiedono allenamento per essere consumati, ma producono dipendenza ed attenuano le capacità di consumare beni di stimolo

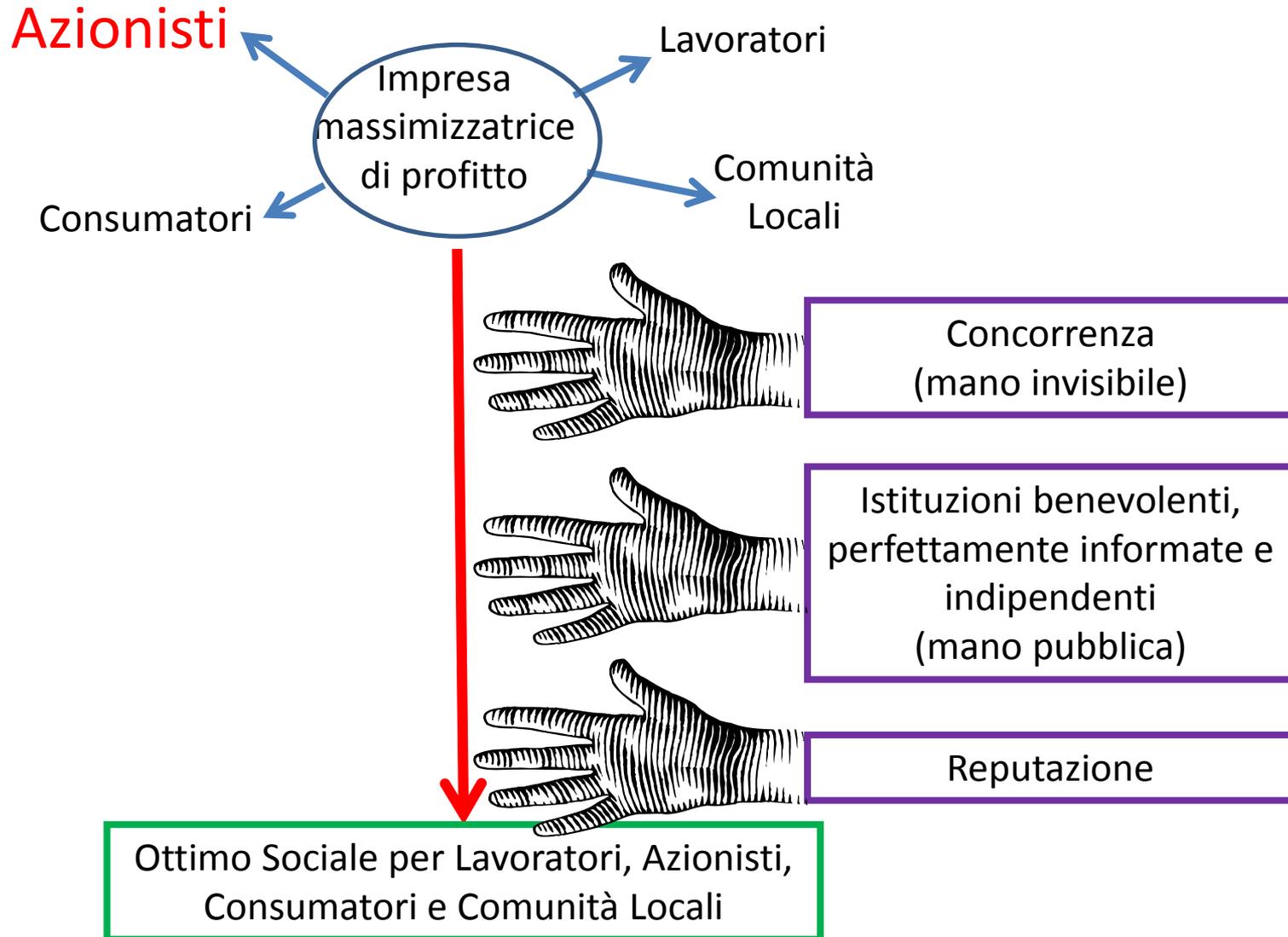


La mancanza di equivalenza tra stakeholders nell'impresa che max profitto

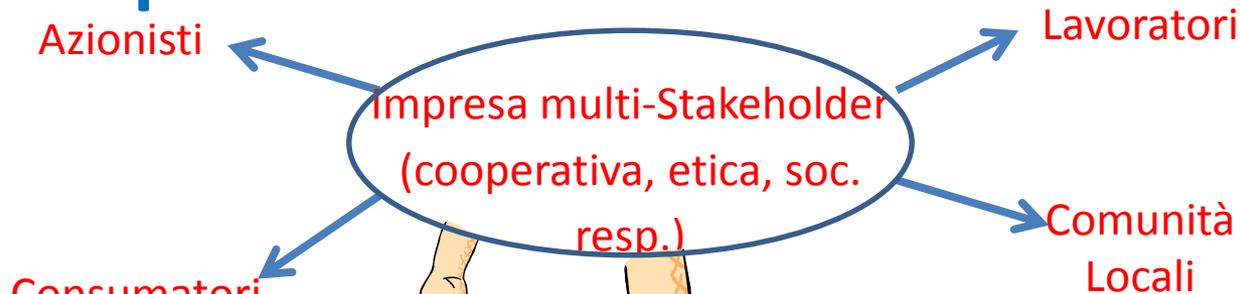
Figura 2 Impresa capitalistica che massimizza il profitto



Il modello riduzionista



Come dovrebbe funzionare: la rivoluzione copernicana dell'Economia civile



Consumatori

Cittadini socialmente responsabili
che votano col portafoglio
per autointeresse lungimirante

Concorrenza produce
risultati sociali con voto p.

Consumatori e imprese SR
producono capitale sociale
e migliori regole e
istituzioni

Reputazione agevolata da
responsabilità sociale

Bene Comune

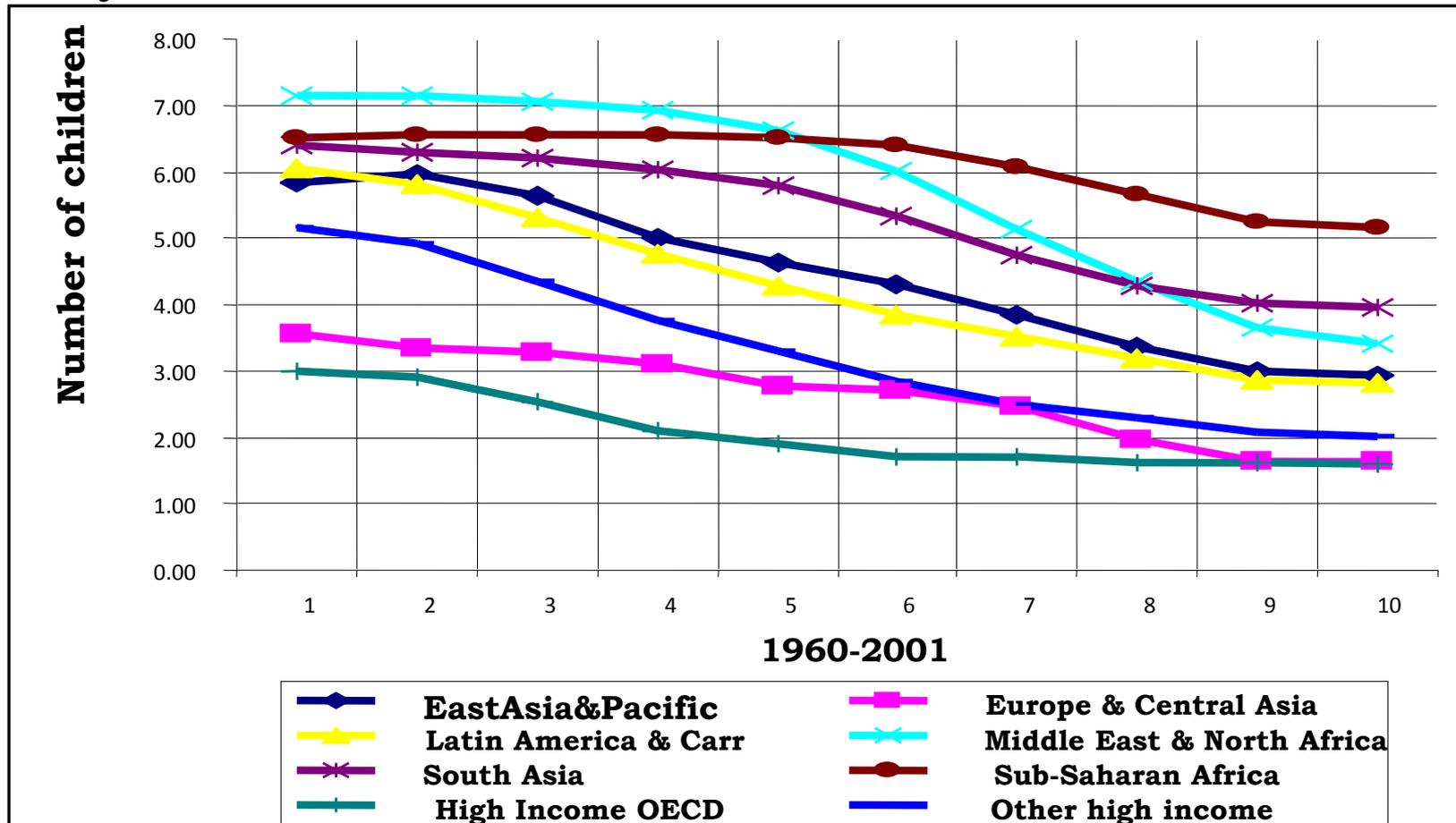
Speculazione e mercati

- Non possiamo più fidare nelle forze cieche e nella mano invisibile del mercato. La crescita in equità esige qualcosa di più della crescita economica, benché la presupponga, richiede decisioni, programmi, meccanismi e processi specificamente orientati a una migliore distribuzione delle entrate, alla creazione di opportunità di lavoro, a una promozione integrale dei poveri che superi il mero assistenzialismo.
- ideologie che difendono l'autonomia assoluta dei mercati e la speculazione finanziaria
- Finché non si risolveranno radicalmente i problemi dei poveri, rinunciando all'autonomia assoluta dei mercati e della speculazione finanziaria e aggredendo le cause strutturali della inequità, non si risolveranno i problemi del mondo e in definitiva nessun problema. L'inequità è la radice dei mali sociali.

Da dove viene ? Vedi Torta

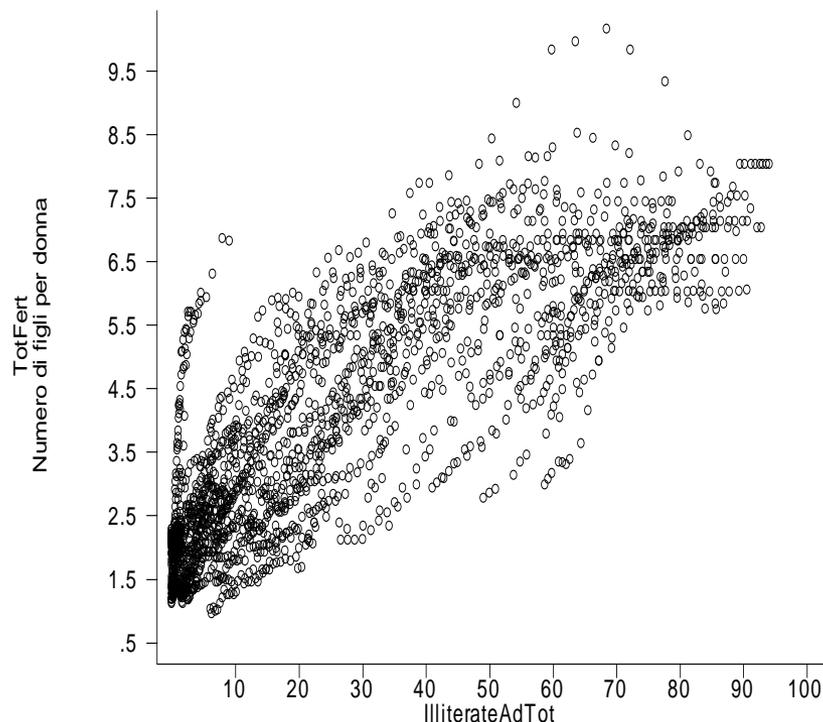
Fertility Trend 1

➤ In the last forty years we have witnessed a rapid change in the reproductive behaviour with an aggregate decrease of **41%** in fertility rate at the world level



Fertility and Socio-Economic Determinantes 1

The Role of Education

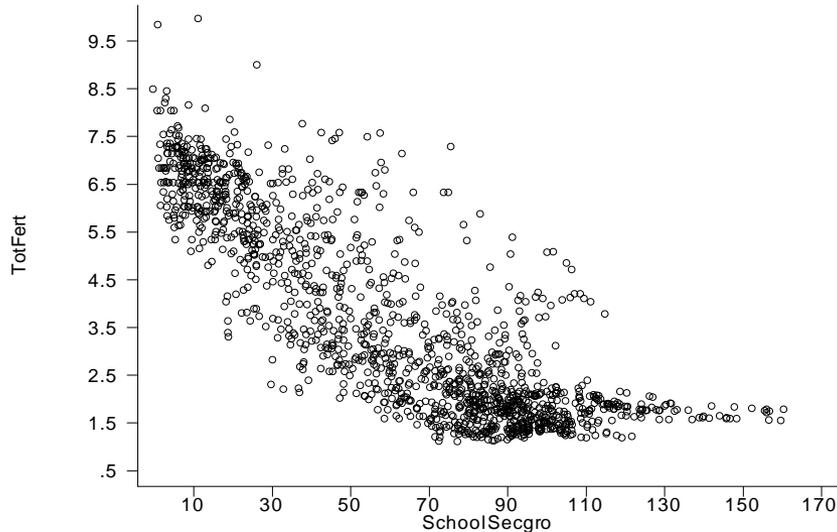


- 1) Under the quality-quantity trade-off between number or quality of children, more educated women may have higher aspirations for their children and this may reduce the family size
- 2) Female education raises the opportunity cost of women's time
- 3) Female education is positively related to the use of contraception

➤ **Drezè and Murthi (1999), using Indian data, find that female education is the most important factor explaining fertility differences across country and over time**

➤ **Riley (1997) shows that an increase in women's education and labor force participation enhances their power to make decision about demographic outcome such as fertility**

Fertility and Socio-Economic Determinantes 2

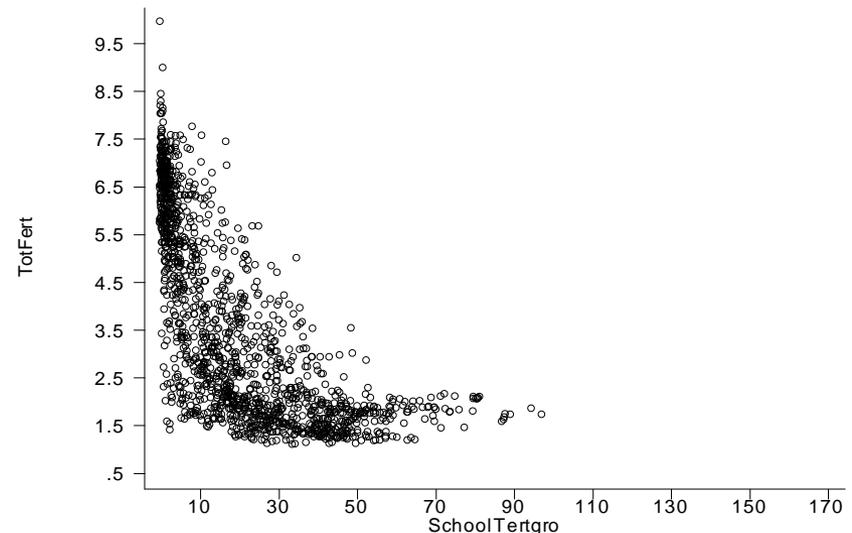


➤ Barro and Becker (1989), Becker, Murphy and Tamura (1990).

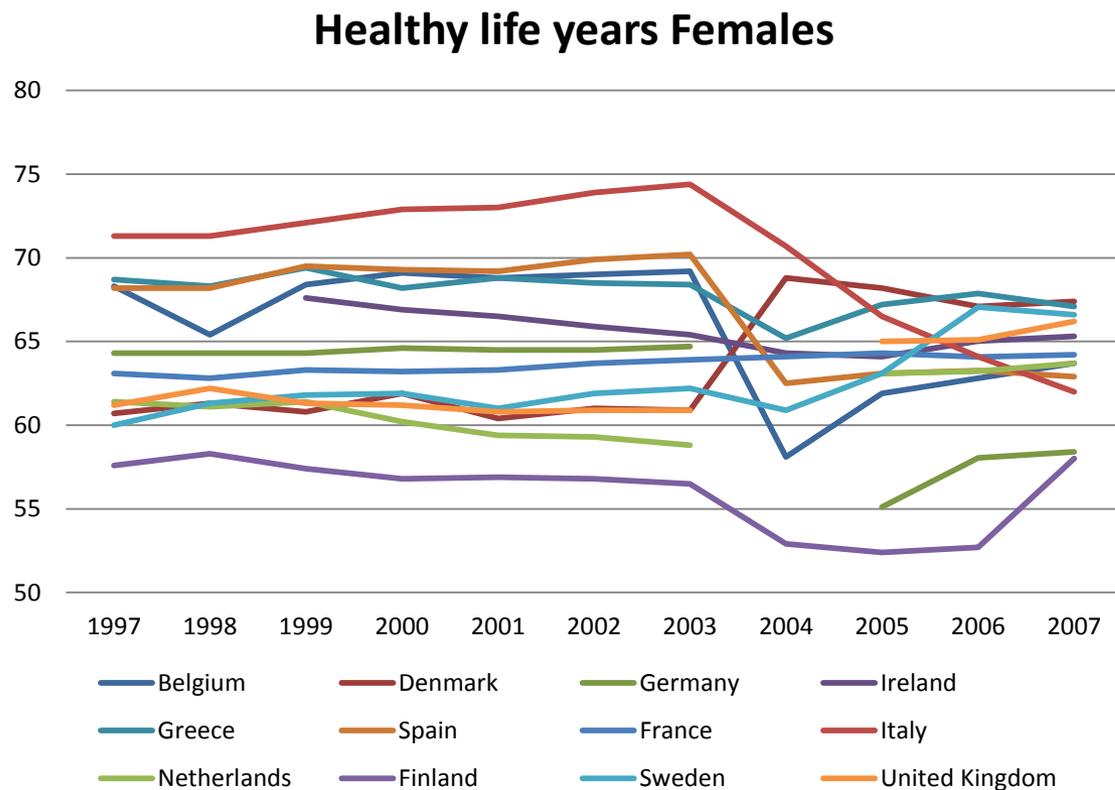
In a similar but slightly different perspective, the higher initial stock of human capital may lead to lower fertility rates because people shift from saving in the form of children to saving in the form of physical and human capital

Other determinantes:

- ✓ Regional and Cultural Factors
- ✓ Women's roles in family and societies
- ✓ Women's authonomy
- ✓ Technological changes that, increasing the productivity, increases the opportunity cost of women's time



Il paradosso salute-felicità



- Aumenta aspettativa di vita ma non anni in perfetta salute
- Progresso medico trasforma alcune malattie da mortali a croniche
- Eccesso di screening (Andriole et al. 77,000 pazienti in 11 anni)

"Dobbiamo scegliere se acquistare prodotti che potrebbero ragionevolmente essere stati realizzati attraverso lo sfruttamento di altre persone. Alcuni di noi, per indifferenza, o perché distratti dalle preoccupazioni quotidiane, o per ragioni economiche, chiudono un occhio. Altri, invece, scelgono di fare qualcosa di positivo".

Messaggio di papa Francesco per la Giornata della Pace 2015

equo garantito
 www.equogarantito.org

Il movimento italiano del commercio equo e solidale ringrazia papa Francesco per queste parole, che una volta di più confermano il valore del lavoro di tante persone per un'economia più giusta in tutto il mondo.

equo garantito
 Info: equogarantito.org
 Facebook: equogarantito
 Twitter: equogarantito

•Un cambiamento negli stili di vita potrebbe arrivare ad esercitare una sana pressione su coloro che detengono il potere politico, economico e sociale. È ciò che accade quando i movimenti dei consumatori riescono a far sì che si smetta di acquistare certi prodotti e così diventano efficaci per modificare il comportamento delle imprese, forzandole a considerare l'impatto ambientale e i modelli di produzione. È un fatto che, quando le abitudini sociali intaccano i profitti delle imprese, queste si vedono spinte a produrre in un altro modo. Questo ci ricorda la responsabilità sociale dei consumatori. « Acquistare è sempre un atto morale, oltre che economico ». Laudato Sii

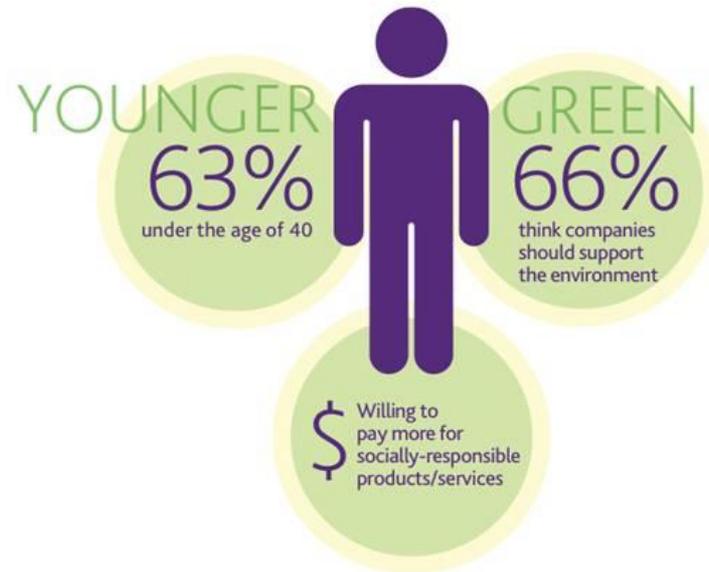
Dobbiamo scegliere se acquistare prodotti che potrebbero ragionevolmente essere stati realizzati attraverso lo sfruttamento di altre persone. Alcuni di noi, per indifferenza, o perché distratti dalle preoccupazioni quotidiane, o per ragioni economiche, chiudono un occhio. Altri invece scelgono di fare qualcosa di positivo

Messaggio di papa Francesco per

Gli ultimi dati globali Nielsen

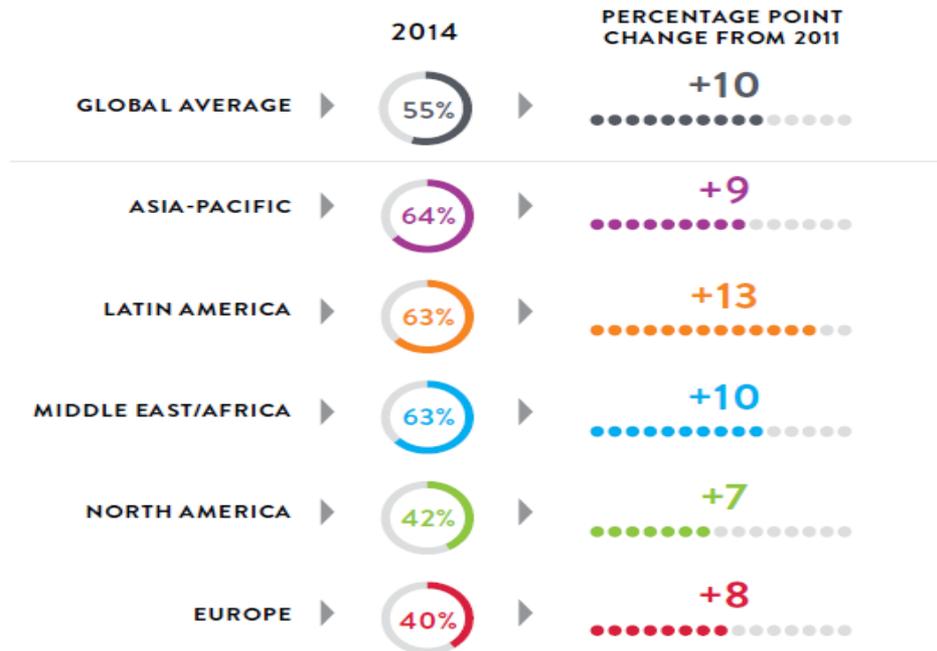
(28.000 interviste in 56 paesi)

Ben il 46% dei consumatori globali è disposto a pagare di più per prodotti e servizi di aziende che hanno sviluppato programmi di responsabilità sociale

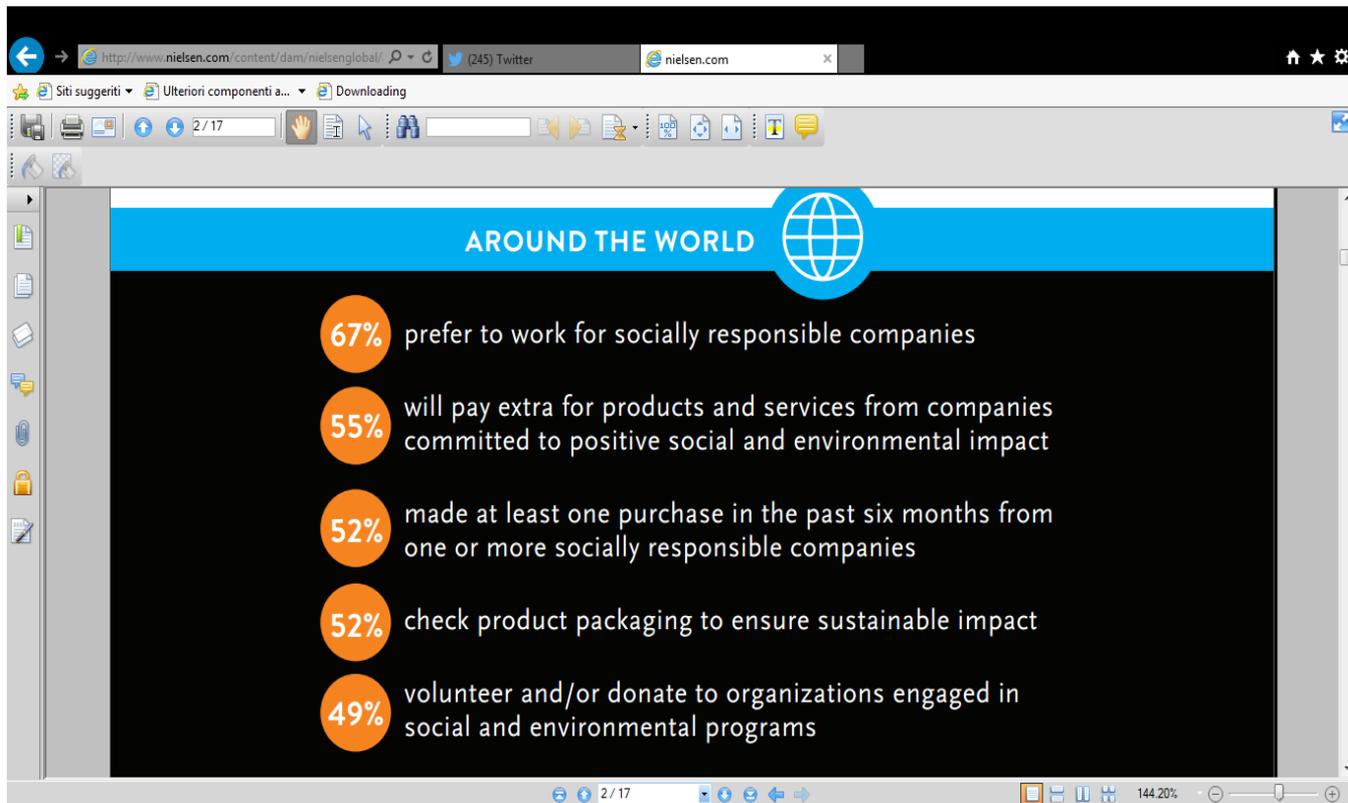


Nielsen global survey on conscious consumers

PERCENT WILLING TO PAY EXTRA FOR PRODUCTS AND SERVICES FROM COMPANIES COMMITTED TO POSITIVE SOCIAL AND ENVIRONMENTAL IMPACT



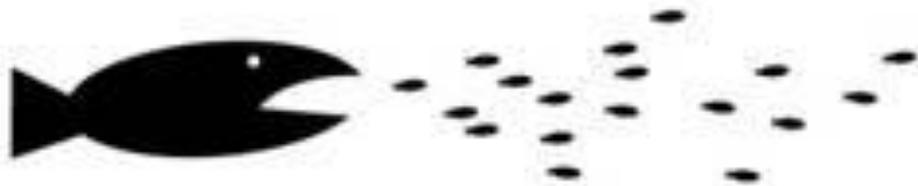
Nielsen 2014 global survey



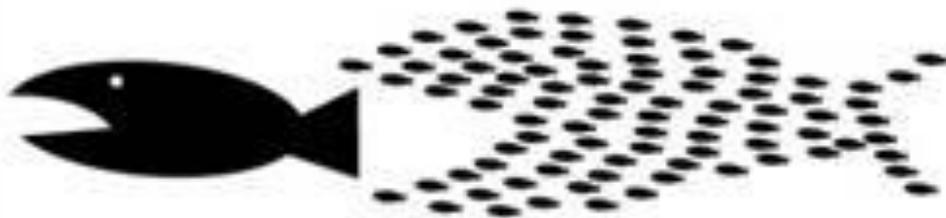
The screenshot shows a web browser window displaying a slide from a presentation. The slide is titled "AROUND THE WORLD" and features a globe icon. The slide content is as follows:

- 67% prefer to work for socially responsible companies
- 55% will pay extra for products and services from companies committed to positive social and environmental impact
- 52% made at least one purchase in the past six months from one or more socially responsible companies
- 52% check product packaging to ensure sustainable impact
- 49% volunteer and/or donate to organizations engaged in social and environmental programs

The browser window shows the URL <http://www.nielsen.com/content/dam/niensglobal/> and the page number 2/17. The browser interface includes a search bar, navigation buttons, and a status bar at the bottom showing the page number 2/17 and a zoom level of 144.20%.



DON'T PANIC,



ORGANISE!

Siamo consapevoli del ruolo che abbiamo?



Dati sulla crescita del voto col portafoglio

- Boston Consulting Group “Responsible consumption” (RC) products now accounted for at least 15% of all grocery sales—or a \$400bn global market in 2014
- In 2012 fairtrade sales registered a 33 percent yearly growth in Germany, 26 percent in the Netherlands, 28 percent in Sweden, 25 percent in Switzerland and 16 percent in the UK. The fair trade ‘vote with the wallet’ proposal is well known to UK consumers since the **2013-14 Fairtrade Annual Report documents that** 31% shoppers sought fairtrade products in 2013, while 77% know the fairtrade trademark. The action of Fairtrade not for profit pioneers triggered imitation of profit maximizing incumbents. Valuable examples are Nestlè, Tesco, Sainsbury, Ben & Jerry (Unilever), Starbucks, Mars and Ferrero. Fairtrade Annual Impact Report 2013-14.



- Le commesse Irlandesi...
- Orgogliosi di essere da questo lato della storia





fair & square

These candles have been made under fair labor conditions, in a safe and healthy working environment which is free of discrimination, and where management has committed to respecting the rights and dignity of workers.



Il centro commerciale ABC a New York nel quale è stato effettuato l'esperimento sull'effetto dell'informazione etica e le due vetrine che espongono due diverse marche di candele .. Aumento del 40 per cento delle vendite del prodotto con insegna nei 2 mesi successivi

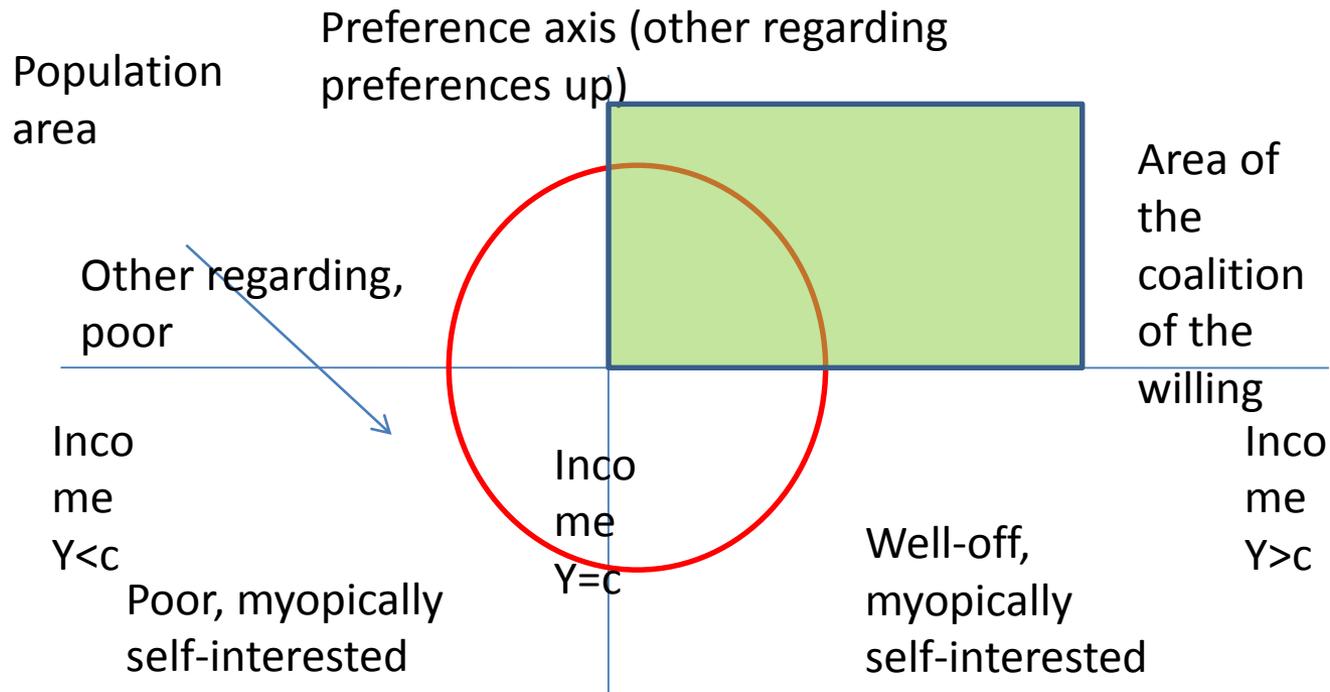
Etichetta relativa alla responsabilità sociale del prodotto apposta su una delle due marche di candele nell'esperimento di Hiscox e Smyth (2011)

La formula della relatività del voto col portafoglio

$$\pi b + a - c$$

- b = beneficio per chi vota generato da
- a = soddisfazione altruistica del votare (zero per chi non è sensibile)
- c = il costo del votare col portafoglio (differenziale di prezzo)
- π = quota di quanti votano

Ci vogliono «enzimi» multistakeholder che aggregino volentieri attraverso InFormAzione e ComunicAzione



Un luogo di **incontro e scambio di informazioni**, sul web
Dove ciascuno può dare il suo contributo per costruire
insieme un modello di economia e società fondato sul
bene comune



NEXT

NUOVA
ECONOMIA
PER TUTTI

una **piattaforma online**, dove **cittadini-consumatori** e
imprese si incontrano sui temi della sostenibilità: un
crocevia della reputazione per elevare il livello di
consapevolezza su questo tema

Vieni a conoscerci su

www.nexteconomia.org

registrati (gratuitamente) e inizia a dare **il tuo contributo**:

non limitarti ad essere **spettatore** del cambiamento, **ma**
diventa **protagonista** della costruzione di un

futuro giusto e sostenibile!

Associazione NeXt Nuova Economia per Tutti
Via Giuseppe Marcora 18/20 - Roma
tel. 06 5840330 e-mail: info@nexteconomia.org



NeXt è il frutto dell'incontro di **culture differenti**,
provenienti da diversi ambiti professionali e dai più vari
ambiti valoriali, tenendo sempre presente l'importanza
dell'**ascolto** e del **rispetto** dell'altro.

I **cittadini** su NeXt possono

- ☑ entrare a far parte di una community interessata alla promozione della sostenibilità
- 👁️ conoscere le aziende impegnate nella sostenibilità
- 💬 commentare, "dare un voto" e stimolare le aziende a migliorare le proprie politiche di sostenibilità
- 👍 segnalare aziende particolarmente sensibili alla sostenibilità

Le **imprese** su NeXt possono

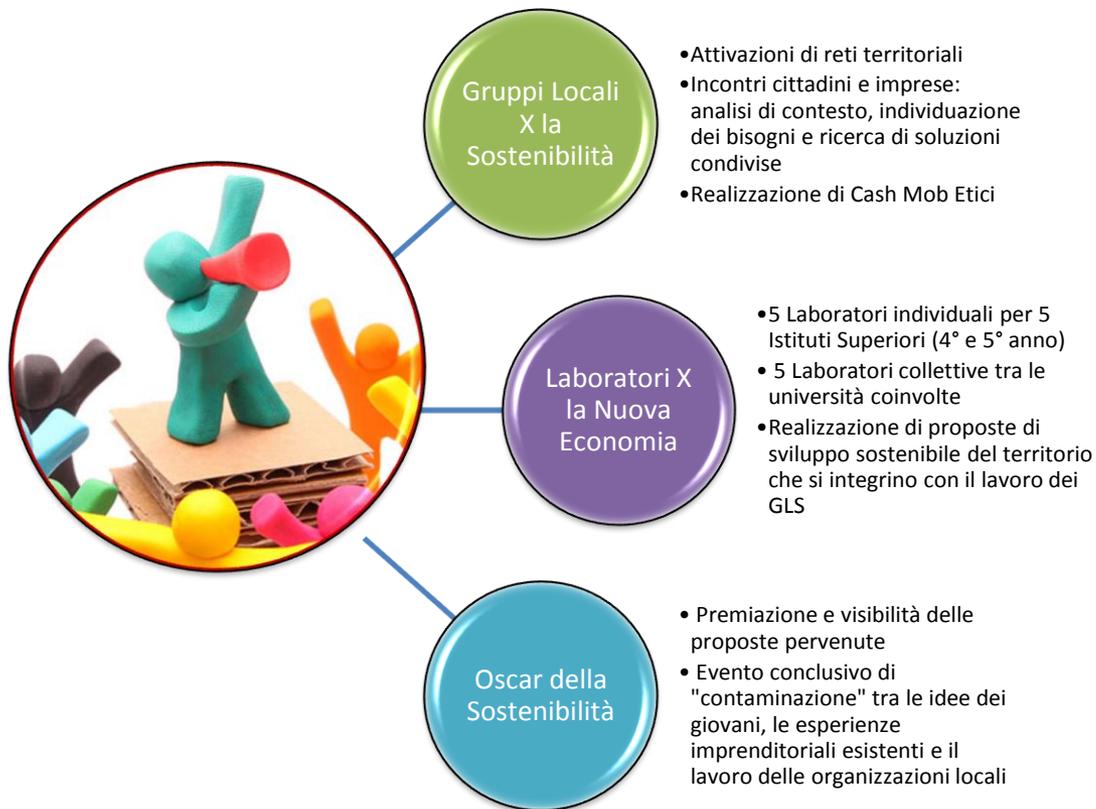
- ★ auto-valutare la qualità delle proprie politiche di sostenibilità, rispondendo al questionario
- ✍️ illustrare le proprie iniziative e progetti di sostenibilità
- 🚗 presentare i propri prodotti, allo scopo di incentivare il dialogo sulla sostenibilità con i cittadini
- 👤 avviare nuovi percorsi di impegno sostenibile in modo partecipato

Sono soci di NeXt (organizzazioni):

ACLI Nazionale - ADICONSUM - ADIGE - Agisa - Altrmercato - Anima - Cittadinanzattiva - CVX Italia - Earth Day Italia - Economia e Felicità - Fairtrade Italia - Federcasse - FIBA - FLAELI - Fondazione Bruno Visentini - Fondazione Lanza - Fondazione Sodalitas - ICEA - Il Fuoco del Futuro - Impronta Etica - Kyoto Club - Legacoop - Primo Consumo - Transparency International - UCI - UCID - Vita Makers

Sono soci di NeXt (persone):

Danilo Barbi - Fabrizio Botta - Giorgio Donna - Giovanni Battista Costa - Leonardo Becchetti - Luciano Hinna - Marco Meneguzzo - Maurizio Gubbiotti - Paolo Mazzoletti - Sebastiano Maffettone - Soana Tortora - Valentino Bobbio - Walter Ganapini



Effetti attività Next

- Produzione capitale sociale,
- Stimolo economia locale buona,
- Collegamento scuole-impresе, università impresе (finalità nuova riforma scuola)
- Spin-offs sostenibili (quanto assomigliamo a bollenti spiriti ?)
- Emulazione best practices
- Produzione di sense making
- Premio ad impresе sostenibili con voto portafoglio,
- Stimolo alla sostenibilità sociale ed ambientale dei cittadini che con il consumo spingono le impresе in quella direzione senza costi pubblici
- Mentoring da parte degli imprenditori verso i giovani

7 idee/azioni X cambiare

1. Cash Mob Etico
2. Slotmob
3. Turismo Partecip-attivo
4. Laboratorio X la Nuova Economia
5. Oscar della Sostenibilità
6. Salone della CSRoma
7. Gruppi Locali X la Sostenibilità (GLS)



Scegli l'azienda sostenibile
presente nel tuo quartiere,
condividi e MOBilitiamoci

2



L'obiettivo è quello di creare un gruppo di consumatori in grado di premiare le aziende e le realtà che operano sul mercato producendo valore ECONOMICO, SOCIALE e AMBIENTALE, dimostrando che ci sono persone disposte a destinare i propri risparmi all'acquisto di prodotti che incarnano valori etici al di là di quelli economici.

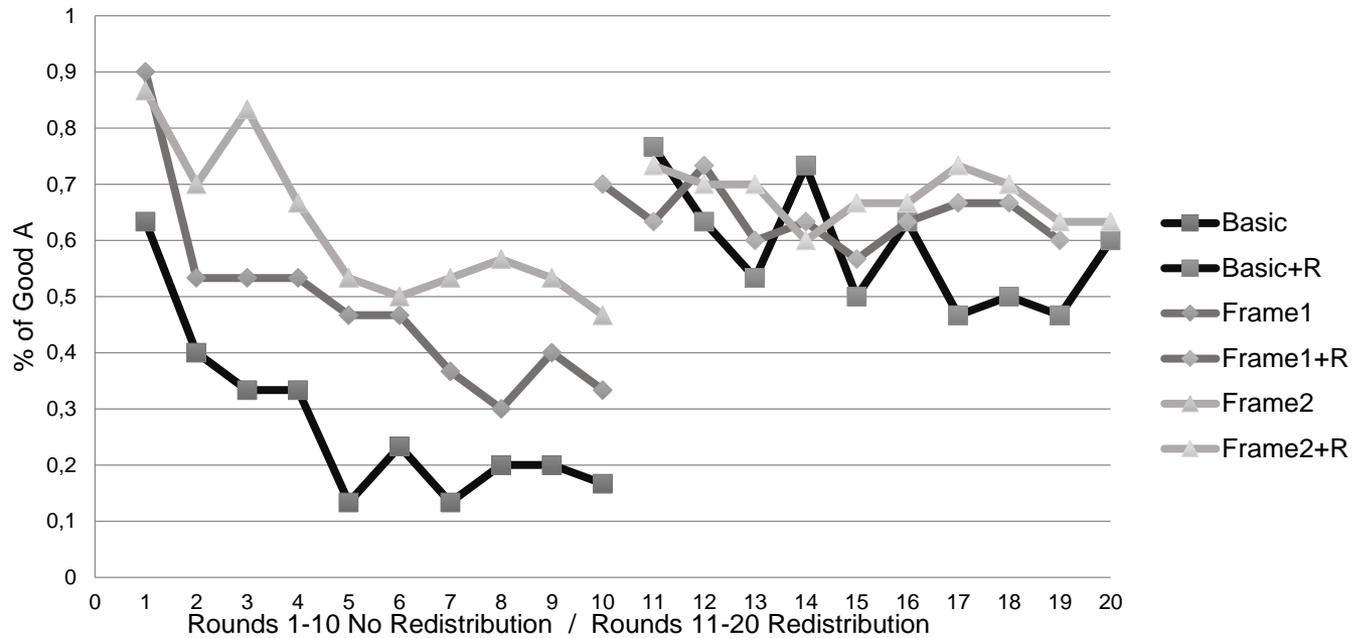
La vecchia e la nuova politica

- Politica vecchia: controllo e comando del territorio attraverso erogazione di risorse e (monopolistica) di beni e servizi pubblici. Attività che si compie con l'emanazione di un atto (es. riforma di).
- Politica nuova: dialogo con le parti sociali per l'emersione di bisogni. Attività che si compie con l'attivazione di processi di progresso sociale. Utilizzo di risorse scarse per attivare responsabilità e risorse della comunità per erogazione beni e servizi pubblici

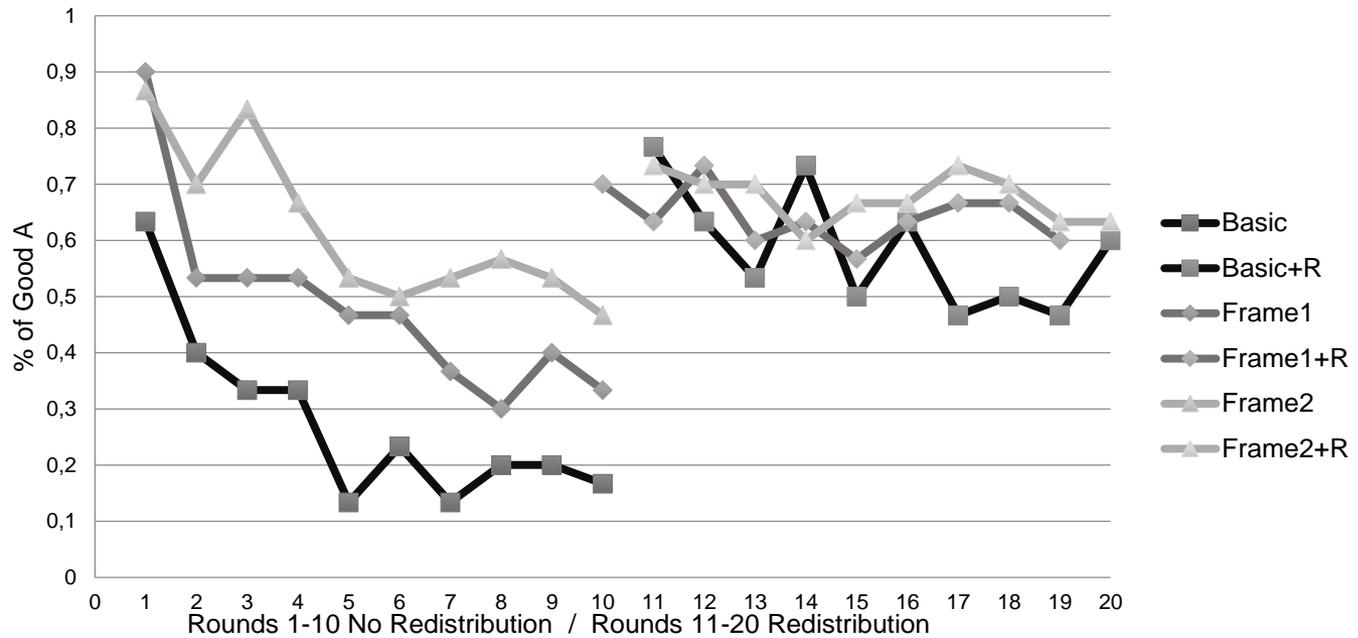
Gli effetti delle policy

- Il **prodotto A** costa 10 punti. Acquistando il prodotto A otterrai 3 punti per ognuno degli altri giocatori che, nel tuo gruppo, ha scelto di acquistare come te il **prodotto A**.
- Il **prodotto B** costa 5 punti. Acquistando il prodotto B otterrai 3 punti per ognuno degli altri giocatori che, nel tuo gruppo, ha scelto di acquistare il **prodotto A**
- Chi compra il prodotto A accetta di pagare di più sapendo che contribuisce al benessere altrui...(sceglie dunque prodotto + responsabile anche se paga di più)

Quota di cittadini che votano col portafoglio



Quota di cittadini che votano col portafoglio





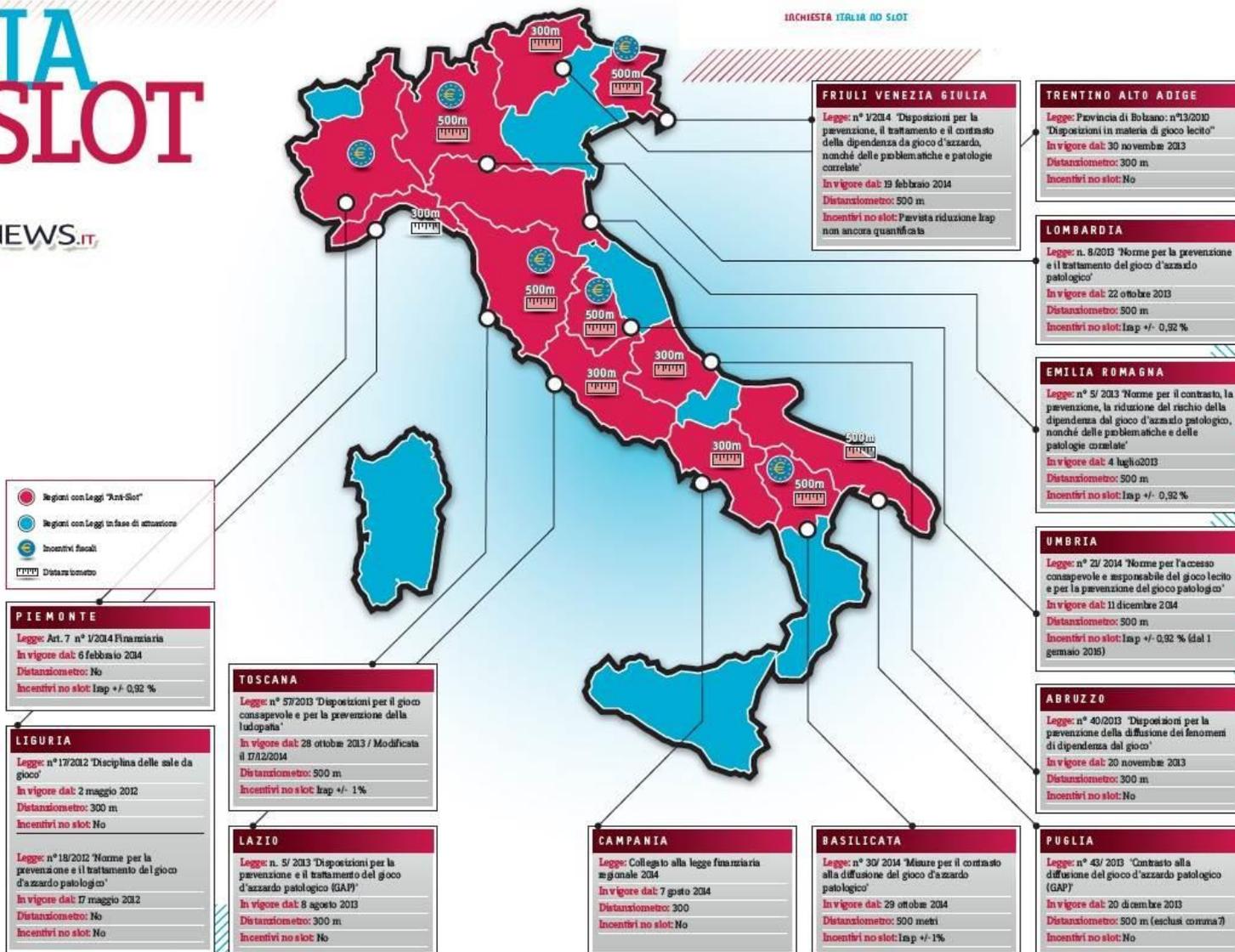


- 110 slotmob in tutta Italia
- 120 organizzazioni aderenti
- 10,000 partecipanti

ITALIA NO SLOT

gioco  NEWS.IT

RICHIESTA ITALIA NO SLOT



La vera inefficienza...

- La vera inefficienza del genere umano è che una parte enorme dell'umanità (in parte perché costretta da circostanze avverse) vive solo il lato oscuro dell'esistenza (povertà, guerre, odio, avidità) o contribuisce ad estenderlo senza gustare le bellezze del lato luminoso (splendore della natura, amore, solidarietà)





Jiro Ono 90 anni cuoco Sushi n1 del mondo
"Devi innamorarti del tuo lavoro. E dedicare
l'intera vita a padroneggiare il tuo talento"

Il segreto della felicità



Un principio costituzionale

- Uno dei peccati che a volte si riscontrano nell'attività socio-politica consiste nel privilegiare gli spazi di potere al posto dei tempi dei processi. Dare priorità allo spazio porta a diventar matti per risolvere tutto nel momento presente, per tentare di prendere possesso di tutti gli spazi di potere e di autoaffermazione. Significa cristallizzare i processi e pretendere di fermarli. Dare priorità al tempo significa occuparsi *di iniziare processi più che di possedere spazi*. Il tempo ordina gli spazi, li illumina e li trasforma in anelli di una catena in costante crescita, senza retromarce. Si tratta di privilegiare le azioni che generano nuovi dinamismi nella società e coinvolgono altre persone e gruppi che le porteranno avanti, finché fruttifichino in importanti avvenimenti storici. Senza ansietà, però con convinzioni chiare e tenaci. BELLISSIMO !!!
slotmob...votoportafoglio...riforma finanza....
- Twittiamolo !!!!

Anna Frank sulla speranza

- “E’ un gran miracolo che io non abbia rinunciato a tutte le speranze perché esse sembrano assurde e inattuabili. Le conservo ancora nonostante tutto perché continuo a credere nell’intima bontà dell’uomo..Vedo il mondo mutarsi lentamente in un deserto, odo sempre più forte l’avvicinarsi del rombo che ucciderà noi pure, partecipo al dolore di milioni di uomini, eppure quando guardo il cielo penso che tutto si volgerà nuovamente al bene, che anche questa spietata durezza cesserà, che ritorneranno l’ordine, la pace e la serenità. Intanto debbo conservare intatti i miei ideali Verrà un giorno in cui saranno ancora attuabili ”



*Mi scusi, signore...
il treno per
un mondo migliore?*

Cosimo Dassi