

LA CRISI PIÙ GRAVE DAL DOPOGUERRA

**Ognuno deve fare la sua parte
Occorre una mobilitazione collettiva
Il ruolo delle Associazioni dei Consumatori
per la crescita**

Il paese non cresce da 15 anni

L'Italia in recessione e declassata in serie B

Crisi finanziaria: crisi dell'Euro, crisi delle Banche,
crisi delle Borse, inflazione, calano le entrate fiscali

Crisi economica: calo della produzione,
nel 2012 calo del PIL (decrecita) – 1,9
chiusura delle imprese e degli esercizi commerciali,
delocalizzazioni, mancanza di produttività e competitività,
record di fallimenti 5 milioni di disoccupati,
il 36% dei giovani è disoccupato

Il Paese perde pezzi: fallisce Richard Ginori (244 anni)
Delocalizzano OMSA – STOCK 84 (140 anni)

Crisi sociale: un italiano su 4 è a rischio povertà,
28 milioni colpiti dalla crisi

I giovani gravano sui genitori o sui nonni,
Sempre più sfratti per morosità
Aumenta il numero degli “incensurati”
responsabili di “furti per povertà”

Crisi di fiducia: 3 milioni di disoccupati ormai sfiduciati
non cercano più neanche il posto di lavoro
ed entrano nella categoria degli “inattivi”

I giovani, per mancanza di alternative, specie nel Sud,
sono attirati sempre più dalla “criminalità organizzata”
Record di suicidi

**Siamo un Paese senza materie prime e risorse energetiche
che basa la propria economia sul manifatturiero e in particolare
su alcuni prodotti d'eccellenza**

come meccanica, motoristica, moda, design,
abbigliamento, agro-alimentare,
eno-gastronomico e in alcuni settori immateriali
come il Turismo, l'Arte, la Cultura, l'Ambiente.

Le disparità delle condizioni

Sui nostri prodotti di eccellenza del manifatturiero
gravano maggiori costi per la ricerca, per i brevetti
e per la tutela della qualità
e sul nostro patrimonio artistico – culturale e ambientale,
un immenso Museo a cielo aperto,
che per il turismo rappresenta una risorsa insostituibile,
gravano enormi costi per la manutenzione e per la conservazione

Per la particolarità del nostro territorio
sui prodotti agricoli gravano costi maggiori
inoltre

l'Agricoltura è stato il settore più penalizzato
da una globalizzazione accelerata lanciata con il WTO,
che invece andava governata con tempi e metodi più prudenti,
perché l'Agricoltura ha una funzione strategica
e per il cibo non possiamo dipendere dagli altri
invece

alcuni Stati come la Germania hanno tratto vantaggio dall'Euro:
la Germania si finanzia a costo zero e vende in Italia circa 500.000 auto all'anno
contro le 88.000 italiane vendute in Germania
e in termini di valore la differenza è ancora più sensibile

La globalizzazione e gli effetti perversi della deregulation rischiano di stritolare la nostra economia

perché i nostri prodotti d'eccellenza
non possono competere con prodotti scadenti e a basso prezzo
da parte di Paesi che adottano sistematicamente lo sfruttamento della
manodopera.

OCCORRE UN MERCATO CON REGOLE
Perché il mercato o è equilibrato da tutte e due le parti
o non è mercato

In mancanza di regole a livello mondiale
abbiamo il dovere di sostenere i nostri prodotti
penalizzati dalla concorrenza sleale

Non si tratta di protezionismo o di ricorso a misure autarchiche
ma di legittima difesa contro i meccanismi perversi
dei mercati finanziari mondiali
vogliamo rimanere in Euro ma un'Italia debole non giova all'Europa

Non è neanche una scelta tra liberismo o protezionismo
ma di un concreto pragmatismo
La storia, specie quella più recente, ci insegna che il pendolo
oscilla da una parte o dall'altra a seconda delle condizioni
Non solo il repubblicano Reagan ma anche il democratico Obama,
nei periodi di crisi,
hanno invitato gli americani a fare le ferie in America
e a comprare prodotti americani (buy american)

Il risanamento dei conti è una condizione

L'Obiettivo è la crescita

Il rigore è necessario per tenere i conti in ordine e per "i mercati"
ma il rigore cieco ed iniquo rischia di impoverire le famiglie
e distruggere il nostro ceto sociale e produttivo.

Di fronte alla grave calamità che colpisce il Paese nell'immediato dobbiamo dare una risposta emergenziale

Ognuno deve fare la sua parte

Se non vogliamo la desertificazione
delle nostre aree industriali e commerciali,
la chiusura di negozi e di attività artigianali
se non vogliamo la delocalizzazione del nostro sistema produttivo
se non vogliamo la svendita delle nostre industrie
dobbiamo stimolare la crescita del nostro sistema produttivo

Dobbiamo promuovere lo sviluppo dei consumi dei nostri prodotti

Perché la maggior produzione da sola non è sufficiente

se i nostri prodotti rimangono invenduti
se noi continuiamo ad acquistare beni e prodotti provenienti dall'estero
che sono punti di forza della nostra economia
(il 75% delle auto e delle moto di alta cilindrata,
50.000 tonnellate di latte, di olio d'oliva, agrumi, abbigliamento, scarpe,
pomodori che vengono dall'Olanda, passate di pomodoro dalla Cina, mozzarelle
dalla Germania, prosciutti dalla Romania)

Quello che possiamo fare noi per evitare il baratro

Vi è una grande parte del mercato interno da recuperare

Prima di puntare alla conquista dei mercati esteri

Dobbiamo ricostruire il mercato interno

Di fronte ad una domanda interna stagnante nei consumi, sicché le famiglie, per l'incertezza, sono trattenute dallo spendere e quel poco che spendono prende spesso strade estere, aggravando così una già pesante crisi di competitività e produttività in tanti settori dell'economia

**Per dare lavoro ai nostri figli
Per sostenere le nostre imprese
Compriamo prodotti italiani**

I consumatori sono la prima risorsa per la crescita

Una risorsa per la crescita è quella di potenziare il mercato interno che si può realizzare con il contributo dei Consumatori di scegliere prodotti italiani

Il ruolo delle Associazioni dei Consumatori è importante perché devono informare ed educare i Consumatori ad un consumo equo, critico e responsabile.

Le Associazioni dei Consumatori hanno il compito di informare i Consumatori che l'apparente beneficio dei prodotti a basso prezzo oltre che propinarci prodotti scadenti, oltre che penalizzare i nostri prodotti di qualità, porta ad un decadimento generale di qualità e valori, ad un impoverimento del nostro sistema produttivo, alla chiusura di fabbriche e alla perdita di posti di lavoro.

In presenza di una crisi senza precedenti
che richiede risposte eccezionali

Occorre una mobilitazione collettiva

tra istituzioni, mezzi d'informazione, stampa, TV,
Associazioni dei Consumatori, degli Industriali,
dei Commercianti, degli Artigiani,
delle strutture turistico – alberghiere, pro loco, agriturismi

per promuovere lo sviluppo del made in Italy

e per dare vita ad una serie di iniziative

Campagne promozionali e pubblicitarie governative
e da parte degli organi d'informazione
pubblica e privata a mezzo stampa e tv,
siti o pagine tematiche su social network,
manifesti, cartelloni
con programmi che illustrano origini, caratteristiche e
qualità dei prodotti italiani

Utilizzare Mostre -Musei - Palazzi e sedi istituzionali
per l'esposizione dei prodotti italiani

Prevedere Incentivi fiscali da parte dell'Amministrazione Pubblica
Un **Centro acquisti** dei prodotti nazionali da parte dello Stato

**Informazione ed educazione al consumo critico e responsabile
in particolare nelle scuole**

Favorire la tracciabilità e la garanzia al consumatore
della qualità dei prodotti e della provenienza degli stessi

Valorizzare la produzione del territorio
come le strade dei vini e degli oli e dei prodotti tipici,
i mercati locali dei contadini, prodotti a chilometro zero

Creare un **“logo”** in tutte le Regioni e /o di filiera
per i prodotti realizzati al 100% in ambito regionale

**Utilizzare il richiamo e la suggestione di itinerari
di grande interesse storico, ambientale e culturale
per la promozione delle nostre località e dei nostri prodotti**

Via Pavia n. 2 00161 Roma- Tel. 06/49.06.49- Fax. 06/44.52.263
cod. fisc. 97444980581 sito www.adiprodit.it; e-mail info@adiprodit.it