

Consumo & Risparmio

4

*Il consumo responsabile
nobilita l'uomo*

20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



il consumo ci costringe a ad affrontare aspetti che abbiamo tralasciato precedentemente per mancanza di tempo. Il consumo infatti riguarda l'aspetto sociale, l'aspetto in cui ci tuffiamo tutti i giorni.



Purtroppo chi non ha seguito
le scorse "puntate" non
riuscirà a capire ciò che
diciamo, non riuscirà a
capire che stiamo scoprendo i
meccanismi che guidano la
Realtà Storica verso le 5
declinazioni della vita.





Courtesy: Classical Nomenclature Group, Inc.

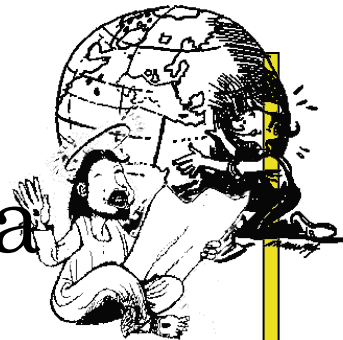


Chi giunge per la 1^a volta non si rende conto che le 5 declinazioni della vita sono il modo in cui il Logos si storicizza nell'azione, e che quindi sono l'unico modo per praticare il modello di sviluppo cristiano scoprendone le regole.

Non si accorgerà neppure che
volutamente, stiamo osservando
il panorama dall'alto e quindi
non entriamo nelle soluzioni
pratiche ma ci limitiamo al
panorama che funge da guida,
da orientamento, da base per la
concretizzazione attraverso la
nostra azione.



Tuttavia ogni affermazione nella nostra relazione è seguita dalla pausa di riflessione: chi non comprende provi a chiedere una spiegazione di ciò che non comprende e, quando è possibile, proverò a dare una risposta sintetica. Di più non posso fare.





Consumo.

*Il consumo responsabile nobilita
l'economia.*

Il consumo nobilita l'economia.



- Non è un errore di battitura ossia volevo scrivere mobilita ed invece scritto nobilita: è proprio così la scelta di ciò che è consumo consente di spostare l'economia e la società verso le 5 declinazioni della vita. *Il consumo responsabile nobilita l'economia* è una realtà e insieme lo slogan delle 5 declinazioni della vita.

SCEGLI

RECLAMA

SEGNALA

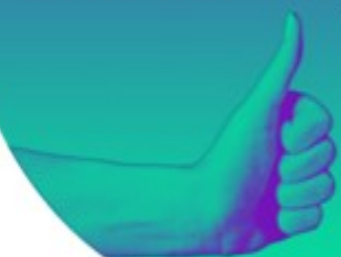
SETTORI

CONFRONTA

CLASSIFICHE

SCEGLI

Se devi acquistare un prodotto o un servizio, in questa sezione puoi trovare informazioni utili per scegliere da quali aziende acquistare basandoti sulla loro eticità e sulle esperienze di consumo di persone come te. Contribuirai così ad un futuro migliore per tutti.



RECLAMA

Hai un problema con un prodotto o servizio e vuoi entrare in contatto con l'azienda direttamente interessata? Entra in questa sezione e inizia un percorso per risolvere il tuo problema.



SEGNALA

Il tuo parere è preziosissimo, specie per chi si sta chiedendo quale prodotto o servizio acquistare e da chi. Qui puoi mettere la tua esperienza personale e le tue conoscenze sull'azienda al servizio della comunità.



CERCA UN'AZIENDA

O

CERCA UN BRAND

CERCA

RICERCA AVANZATA





COME FUNZIONA? CONTAT

I CONSUMATORI CREANO I LORO PRODOTTI. UNISCITI A NOI!

INSIEME, CREIAMO I NOSTRI PRODOTTI BUONI E RESPONSABILI!
PER UN CONSUMO EQUO, SANO, RESPONSABILE AL GIUSTO PREZZO
PER IL PRODUTTORE.



SOLIDALE ITALIA

SOSTIENI I PICCOLI PRODUTTORI DEL NOSTRO

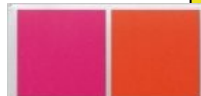
SCOPRI I PRODOTTI



Significato di "consumo".



- Il consumo è il bisogno che ha la società ha per vivere e costruirsi in modo coerente ed univoco nello spazio e nel tempo. **Il consumo fisiologico è il bisogno che la società ha per vivere costruirsi in modo vitale e vitalmente operante nello spazio e nel tempo.** "A partire dai bisogni" è appunto il primo capitolo del testo "Lo spirito Toyota", ed in questa economia che produce per gli altri, per moltissimi altri, i bisogni sono appunto quelli generati dal dinamismo delle strutture sociali. Questo dinamismo è in primo luogo consumista o organico-dinamico.



Taiichi Ohno
Lo spirito Toyota

Il modello giapponese della qualità totale.
E il suo prezzo

Piccola Biblioteca Einaudi
Scienze sociali





Meccanismo della scelta del consumo.

Tentiamo di descrivere approssimativamente
i meccanismi che muovono la scelta del
consumatore.

Il consumo nobilita l'economia.



- Poiché siamo politici e guardiamo dall'alto il problema cerchiamo di identificare quale sia il meccanismo che produce la richiesta/bisogno. La cosa non è affatto interessante per il modello consumista che stiamo vivendo, è interessante invece per il Nuovo Modello "life giving-life".

Il meccanismo è oggettivo



- Si tratta delle leggi che riguardano la necessità di sopravvivenza: lo illustriamo brevemente con questa esplosione dell'assoluto “trasmissione della vita” nelle sue componenti.

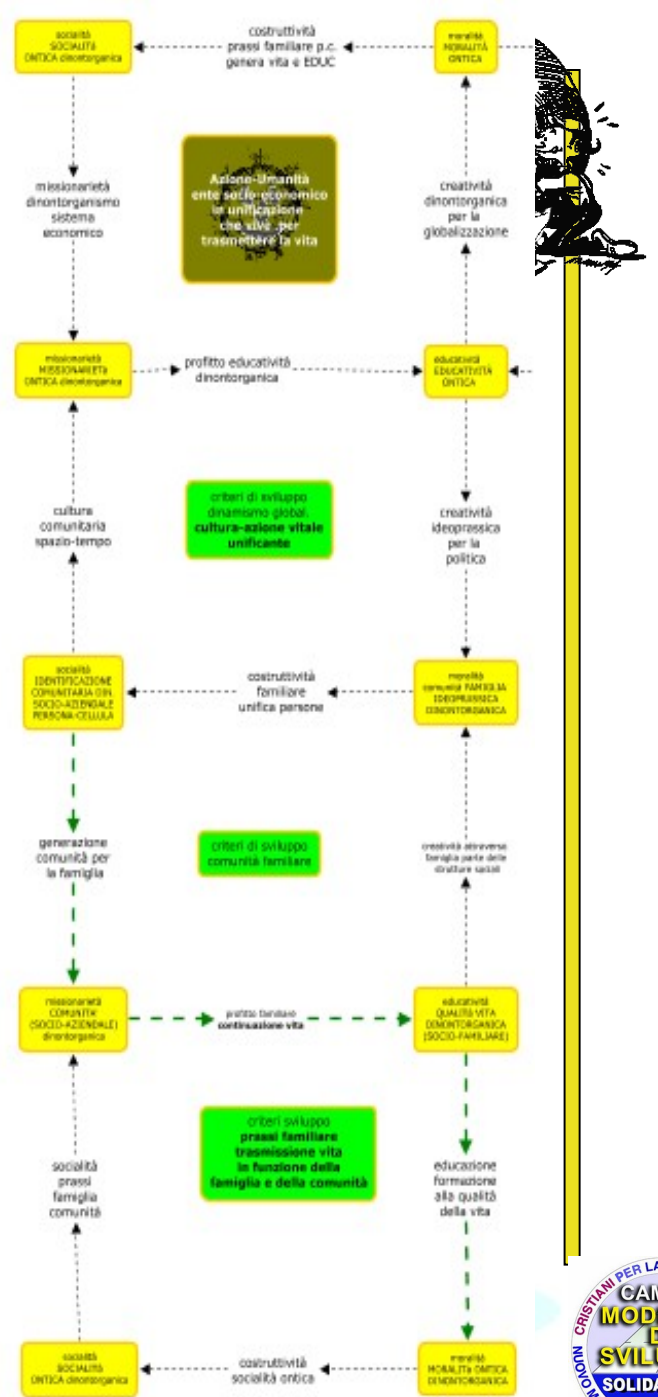
Da assoluto a famiglia ed economia industriale.



La trasmissione della vita passa attraverso il ciclo familiare

20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un m







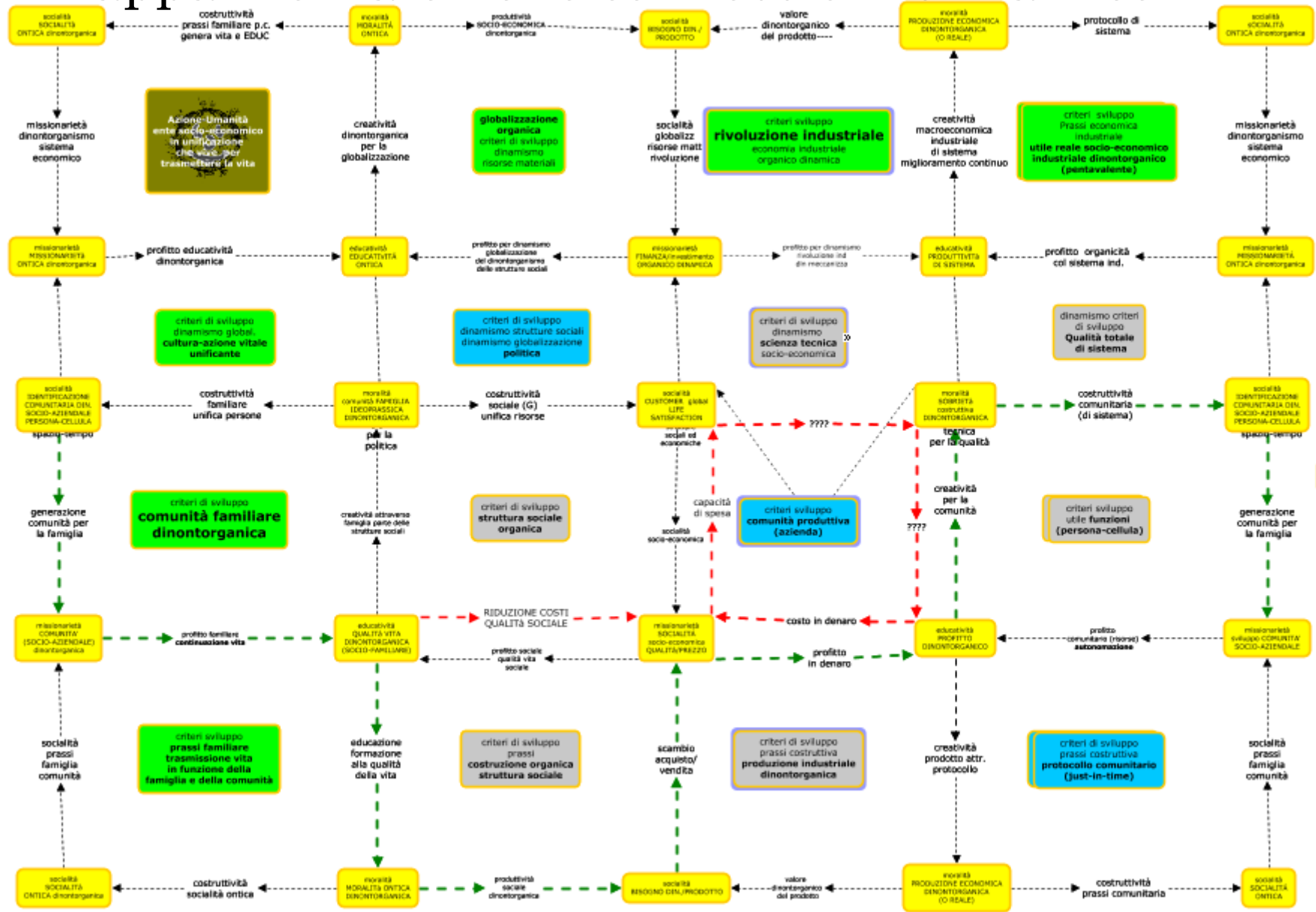
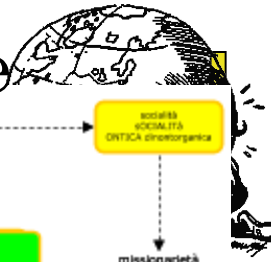
Da ciclo della famiglia e ciclo dell'economia industriale a Matrice.

20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Mappa mentale delle connessioni o Matrice

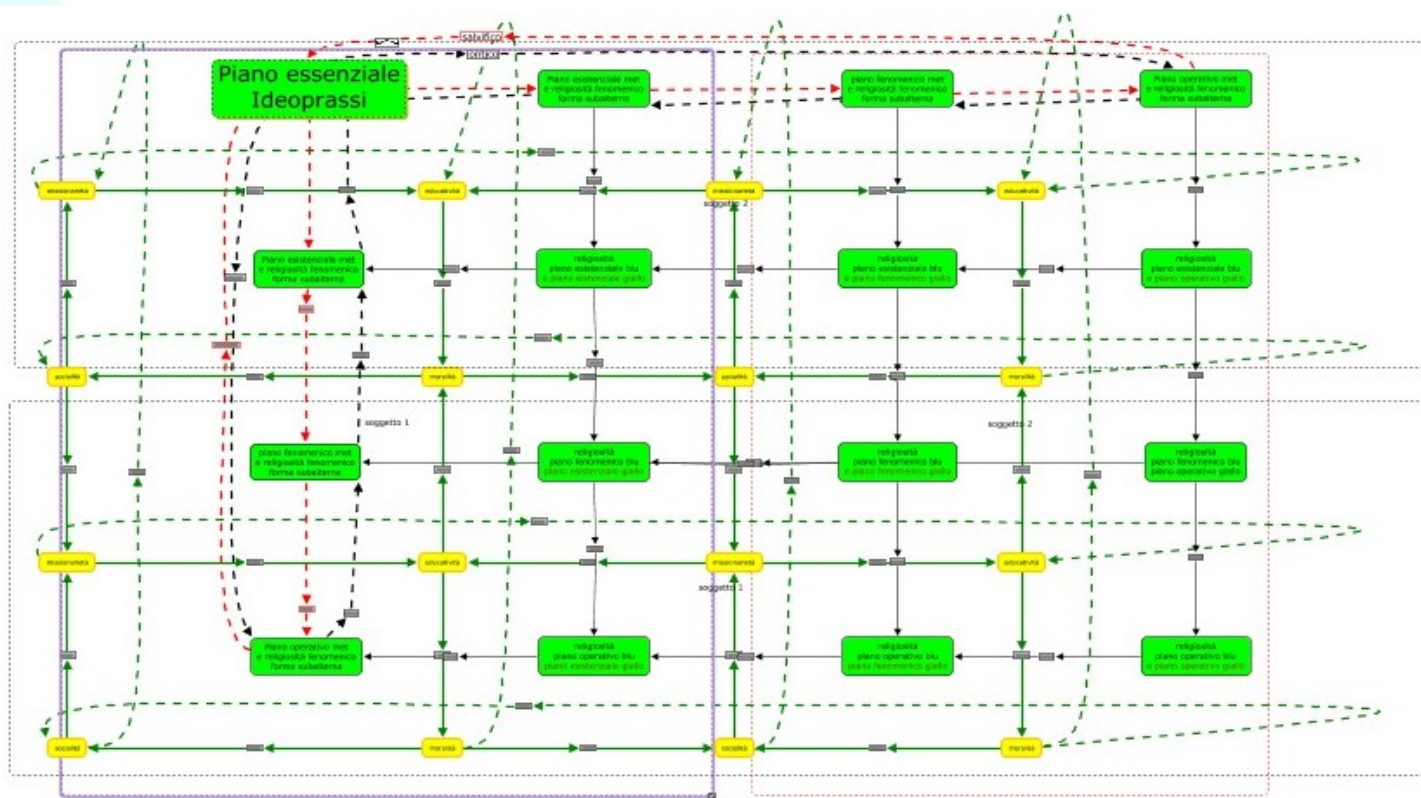


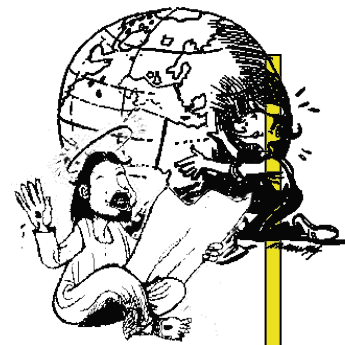
20 vmaggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Connessioni di cicli che si evita di proporre in questo modo per favorire la chiarezza



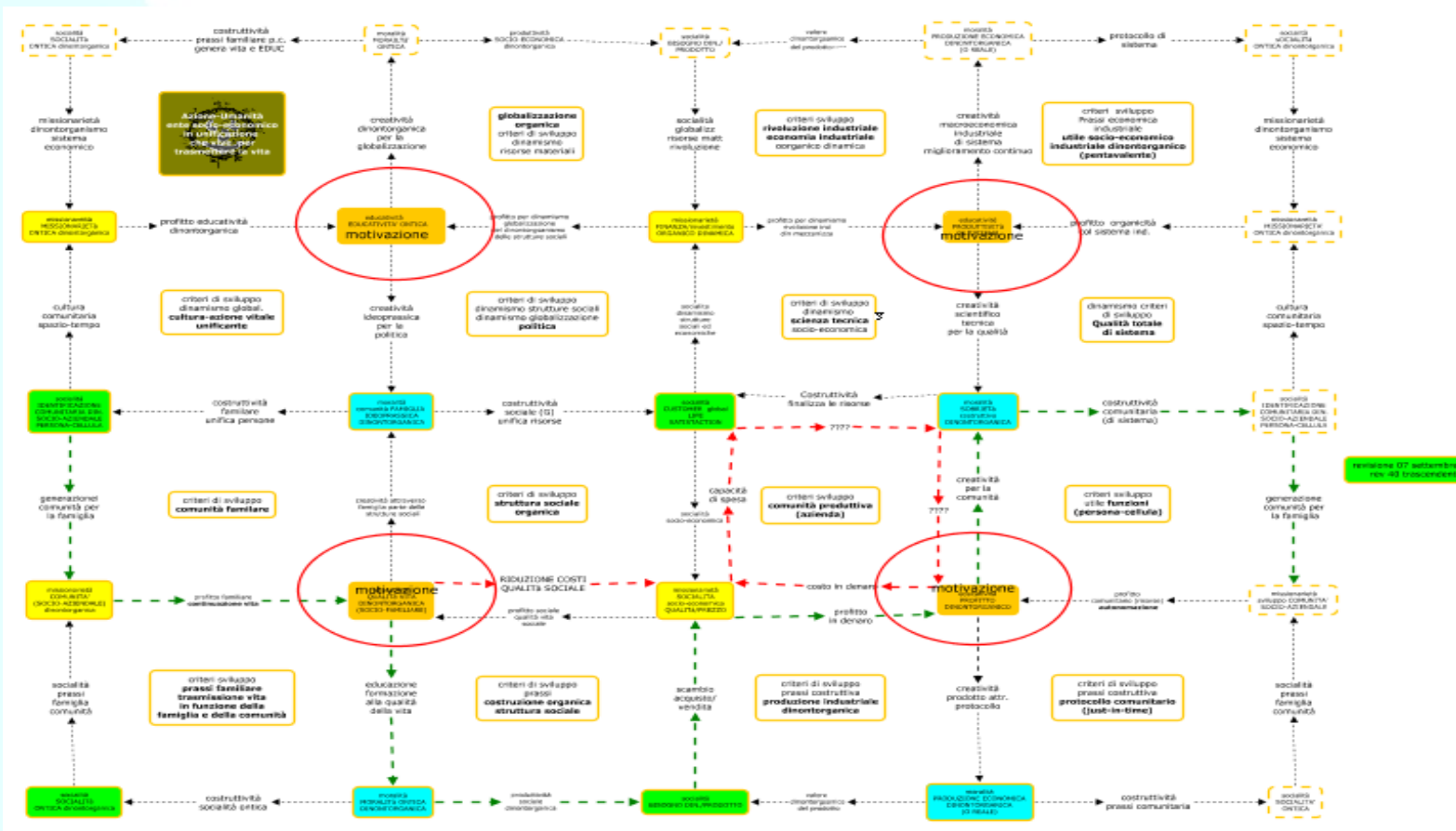
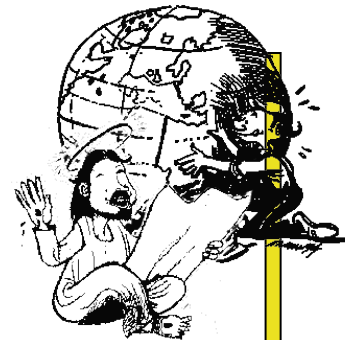


20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Da Matrice a fattori che motivano il consumo



20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



La motivazione necessaria alle 5 declinazioni della vita.



- *Il consumo responsabile nobilita l'economia* quando la motivazione necessaria riguarda :
 1. l'implementazione della qualità di vita familiare in grado di sbocciare nell'
 2. l'implementazione del profitto aziendale che attiva
 3. l'implementazione scientifico-tecnica della produzione globale che attiva il vero motore
 4. l'implementazione della cultura vitale e vitalmente operante. E questa è la situazione in cui ci troviamo.

L'implementazione della cultura vitale e vitalmente operante.



- Per la sua vicinanza all'Assoluto il ciclo motivazionale inizia appunto dalla cultura. Questo meccanismo lo abbiamo visto, e lo vediamo, anche nel modello consumista. Il modello consumista non funzionerebbe senza la comunicazione di massa, senza una continua produzione culturale. Ciò che vendiamo è la cultura, è essa che fa scegliere quella pasta al posto di una altra marca.





20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Lo sforzo della NUOVA azienda deve essere lo sforzo di produrre cultura.



- Qualora ci limitassimo, per esempio, a proporre sul sito il prezzo della pasta entreremo in competizione con la "pasta Barilla" il cui prezzo è infinitamente più competitivo. **Ciò che il cliente compra è il suo futuro, è il futuro dei suoi figli**, ed è per questo che è disposto a pagare di più, oltre che, ovviamente, per la qualità superiore e la comodità.



Questo sito dovrebbe essere incentrato sul vero prodotto della "pasta Svolta" che è appunto il futuro



- A chi può essere venduto? A tutti coloro che si accorgono che questo modello non ha futuro. Quindi non a Luca C. che è ricco, che vende a ricchi e a cui il modello tutto sommato va bene così. Il marketing va fatto perciò **introducendosi e alimentando lo sviluppo culturale**, e la vendita avviene come concretizzazione e proposta di quello sviluppo culturale.



il surf socio-economico-ambientale.



Non è possibile generare lo sviluppo culturale senza avere enormi mezzi di comunicazione, ma, come per il COVID 19, il problema spinge la cultura e la modifica facendola diventare necessariamente vitale e vitalmente operante pena il disastro umanitario.

La marea monta e quindi, **senza anticiparla, occorre cavalcarla.** È come fare surf, occorre stare nel mare, avere lo strumento (la tavola da surf), attendere ed osservare sino a che l'onda non si presenta. Non si può fare surf prima dell'onda (la pasta non la vendi), non si può nemmeno fare surf dopo l'onda (tutta l'economia si è già organizzata), occorre prestare molta attenzione e utilizzare l'energia che naturalmente la Realtà Storica produce per generare il cambiamento a lei necessario e non un altro

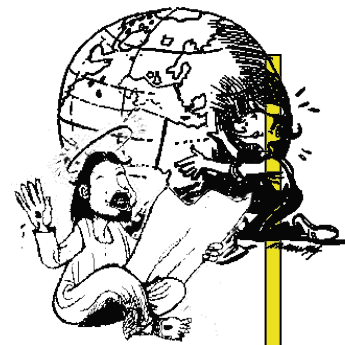


La campagna di marketing va fatta per farsi conoscere, perché, **quando il genitore vorrà far vedere al loro figlio che anche la famiglia all'ambiente** (per esempio il venerdì delle proteste di Greta) cucinerà proprio quella pasta.
(effetto mascherine)

Ciò che vendiamo è la cultura della salvezza.



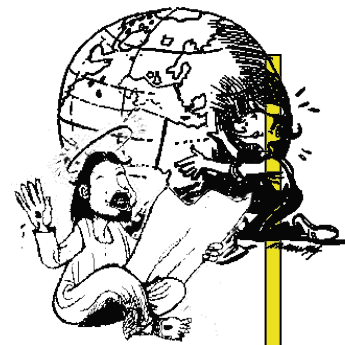
- In definitiva, nel modello delle 5 declinazioni della vita, **vendiamo cultura della salvezza** e consumiamo i prodotti che ci portano alla salvezza, nel modo in cui ci portano alla salvezza. Per esempio in futuro torneremo a mangiare carne solo qualche giorno alla settimana ma lo faremo volentieri.



20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita





Qualità TOTALE.

Riprendendo le osservazioni che abbiamo espresso parlando del lavoro, la cultura della salvezza deve essere buona perché è di qualità totale .

Il meccanismo inverso del criterio.



- Ma come faccio a generare la qualità totale nella pasta svolta?

Il metodo lo conosciamo. Ci sono i 5 criteri fondamentali dell'azione umana i quali partono in modo inverso, quindi dalla fine, nel nostro caso a partire dalla pasta introdotta in bocca.

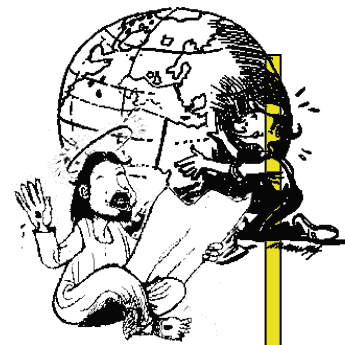




La 1^a dimensione della qualità è la **capacità di suscitare motivazione**.
In bocca ci va la pasta con il ragù, o il sugo di pomodoro, eccetera, nella testa entra invece il piacere di fare la cosa giusta.



La norma costruttiva di questa
motivazione è la tecnica di cui noi
dobbiamo essere in grado di fornire
tutti gli elementi
(ragù & pasta)

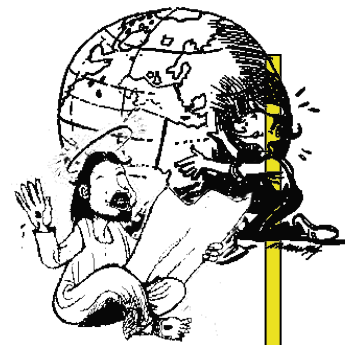


La 3^a dimensione del marketing è il criterio unificante che per la pasta e il ragù si chiama ricetta. Assieme alla pasta e al ragù indico anche la ricetta che ne esalta il sapore al massimo. Ad esempio “tartufi e formaggio”, “pomodoro e basilico” potrebbe andar bene perché ancora si sente sapore della pasta e quindi la differenza tra la pasta "Barilla" e questo tipo di pasta di alta qualità. Non vanno bene tutti quei condimenti forti che nascondono le qualità della pasta.



Ed infine il 4° elemento è appunto il criterio di sviluppo nell'utilizzo e produzione della pasta.

Questo criterio di sviluppo indica la strada perché il condimento si sposi perfettamente con la pasta esaltandone le virtù organolettiche e nello stesso tempo le virtù socio-economiche-ambientali (per esempio la confezione, dove gettarla ed altro). Un foglio allegato... occorre pensarci. Si tratta infatti di mantenere la coscienza dell'atto sociale che si sta compiendo.
Cambiamo argomento.



20 maggio 2020

Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Il risparmio.



- Per risparmio intendiamo la previdenza uomo che, certo che la vita abbia alti e bassi, si prepara ad affrontare possibili disastri. Ogni uomo è certo che, nella sua vecchiaia, la sua difficoltà nel lavoro non gli consentirà di "produrre qualcosa per altri", di agire per gli altri. Qual è la funzione del risparmio: avere in cambio del mio "denaro" l'azione che mi serve. Infatti il denaro non si mangia, controlla solo lo scambio equo dell'agire, ma c'è bisogno dell'azione costruttiva che risponda al bisogno perché il denaro abbia un qualsiasi valore .
Denaro = Azione.

La funzione del denaro nel risparmio.

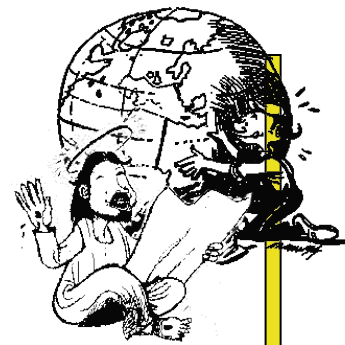


- Il denaro è il potere che abbiamo di mobilitare la Realtà Storica a nostro favore. Direttamente o indirettamente (attraverso i contributi versati, un investimento, i BOT...) utilizziamo questo denaro per mobilitare la Realtà Storica in funzione della nostra stessa sopravvivenza.

La dimensione spazio temporale del risparmio.



- Riflettendo sulla nostra vita possiamo osservare come la mobilitazione della Realtà Storica non avvenga solo spazialmente (convinco e metto in grado un lavoratore cinese di produrre per me), ma come il denaro abbia il **potere di mobilitare l'azione anche nel tempo**. Classico esempio della mobilitazione dell'agire della Realtà Storica nel tempo è la pensione: attraverso i contributi genero il capitale necessario per il resto della mia sopravvivenza futura. L'esempio in cui si vede il denaro futuro che agisce nel presente è il mutuo, o, più in generale, il debito. Il lavoro viene fatto nel presente, ne godo i frutti, ed io mi impegno a corrispondere ciò che mi è stato prestato nel futuro.



20 maggio 2020

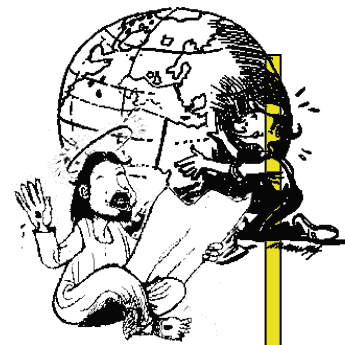
Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



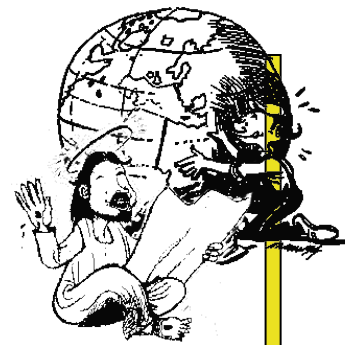
L'inflazione.



- Il denaro regola il flusso e lo scambio delle azioni tra gli uomini: per la nave che ci ha costruito quante insalate mi devi dare? Nello regolazione spaziale sembra non esserci alcun problema per decidere il valore in azioni (in realtà ci sono molti problemi risolvibili esclusivamente con il "KmZero just in time") ma i problemi più grossi li abbiamo nel considerare nel tempo quante azioni per la mia sopravvivenza mi siano dovute per quella certa quantità di denaro (ossia il potere di acquisto).



L'inflazione è appunto questa
**perdita di valore nel
tempo dello scambio
denaro-azione**, e si misura
in percentuale.



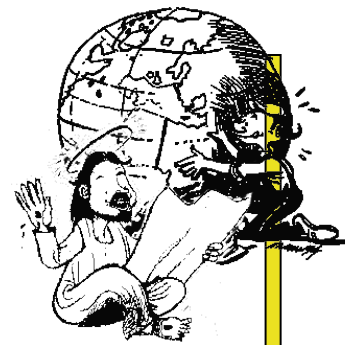
Nella tabella sottostante potete osservare di quanto si riduca il mio risparmio di € 1000 dopo i miei quarant'anni di lavoro. È un calcolo facile che potete fare anche voi, ma per semplicità ve lo propongo io. Alla fine mi rimarranno 136€ circa.

•	anno	%inflazione	potere di acquisto
•	1		1,000.00
•	2	5%	950.00
•	3	5%	902.50
•	4	5%	857.38
•	5	5%	814.51
•	6	5%	773.78
•	7	5%	735.09
•	8	5%	698.34
•	9	5%	663.42
•	10	5%	630.25
•	11	5%	598.74
•	12	5%	568.80
•	13	5%	540.36
•	14	5%	513.34
•	15	5%	487.67
•	16	5%	463.29
•	17	5%	440.13
•	18	5%	418.12
•	19	5%	397.21
•	20	5%	377.35
•	21	5%	358.49
•	22	5%	340.56
•	23	5%	323.53
•	24	5%	307.36
•	25	5%	291.99
•	26	5%	277.39
•	27	5%	263.52
•	28	5%	250.34
•	29	5%	237.83
•	30	5%	225.94
•	31	5%	214.64
•	32	5%	203.91
•	33	5%	193.71
•	34	5%	184.03
•	35	5%	174.82
•	36	5%	166.08
•	37	5%	157.78
•	38	5%	149.89
•	39	5%	142.40
•	40	5%	135.28



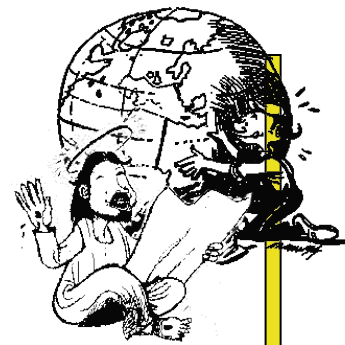
Da €1000 a
 €136.
 Delle azioni
 prodotte in
 più ne posso
 avere di
 ritorno il 14%
 circa.

I beni rifugio.



- La presenza dell'inflazione unita alla necessità di avere denaro per la sopravvivenza, richiede l'investimento dei miei € 1000 in un bene che nei quarant'anni del mio risparmio non cambi di valore reale.

Tali sono state, per l'Italia dell'inflazione, le case, le monete estere, l'oro, i diamanti, i BOT, le assicurazioni,... e negli ultimi tempi l'investimento in azioni che spesso si rivela disastroso.



20 maggio 2020

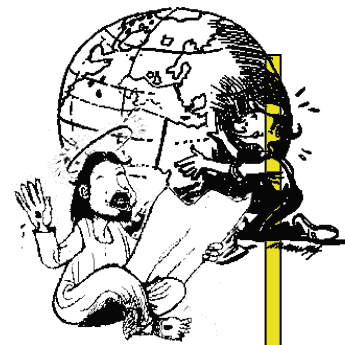
Linee guida per lo sviluppo di un modello per la Vita



Le 5 dimensioni del risparmio.



- L'inflazione dei corrispettivi beni rifugio hanno un unico scopo primario: io **agisco oggi per gli altri, e vorrei riuscire ad avere di ritorno in futuro** l'equivalente in azioni.
- Ovviamente qui si sta osservando il risparmio, e non la febbre del potere che sconvolge gli operatori finanziari: essa resta al di fuori della nostra osservazione. Qui prendiamo atto solo che essa esiste ma non ce ne occupiamo.



Come sarà il risparmio nel Nuovo Modello "life giving-life"?

Esso coinvolgerà ogni singola
dimensione della vita

“Denaro” privato.



- Il denaro privato oggi è la moneta o i beni rifugio che ci siamo procurati. Ma il denaro delle 5 declinazioni della vita saranno anche le **buone azioni** che abbiamo compiuto e **che ci potranno essere ritornate** attraverso:
 1. **l'educazione** che abbiamo impartita ai nostri figli, l'esempio dato, per cui essi ci ritorneranno le azioni che abbiamo loro "prestato".
 2. La creazione della nostra **comunità familiare**, che opera in senso costruttivo ed in senso salvifico dei suoi membri, dalla quale non usciremo mai finché saremo in vita.
 3. La **creazione della società "a KmZero"**, struttura sociale delle 5declinazione che permette la restituzione del tipo di agire vitale e vitalmente operante necessario alla famiglia.
 4. La **creazione della "economia KmZero"** delle 5declinazioni in cui avremo un ruolo per tutta la nostra vita, per esempio come nonni, come coltivatori di un orto, come creatori di una cultura. Economia che mantiene la massa monetaria in loco
 5. La costruzione dell'ambiente vitale e vitalmente operante ...

" Denaro " pubblico.



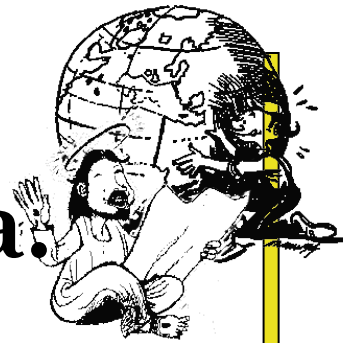
- La stessa osservazione la possiamo fare per quel che riguarda il risparmio pubblico. Innanzitutto questo risparmio è semplicemente effettuato dall'operatore pubblico ma segue le stesse regole del risparmio privato. E l'operatore pubblico è a KmZero. Quindi al di là di quello che spesso si afferma oggi, va restituito nel modo e nella misura confacente ad un rapporto pubblico-privato.
- Nota: Quando noi pretendiamo il 15% per depositare il nostro risparmio nei BOT è evidente che chiediamo agli altri cittadini di remunerare oltre la necessità dell'inflazione. Questo a sua volta produce altra inflazione o incapacità di restituire

"Denaro" comunitario.



- Nel KmZero comunitario-familiare ciò che ci si scambia è l'azione, senza l'intermediazione della moneta. Questa azione non è quindi soggetta di inflazione: l'azione che di "presto" oggi è l'azione che riceverò domani.

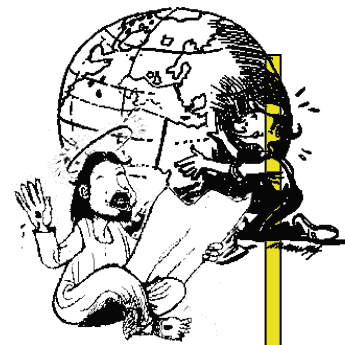
" Denaro " sociale. " Denaro " moneta economica.



" Denaro " ambientale.



- Il denaro ambientale è costituito dall'ambiente stesso, pulito, sano, che non produce malattie,... Insomma vitalmente operante e vitale. È il risultato di questa azione costruttiva dell'ambiente che costituisce il "denaro ambientale". Oggi chi è arrivato alla pensione, si trova a pagare i debiti della CO2, del cambiamento climatico, insomma di tutti i guai causati dall'attuale modello e per questo è costretto a spendere. E' anche questa una "inflazione nascosta" che mi costringe, ad esempio, a comperare un condizionatore, a pagare di più i generi alimentari, a cambiare il tetto distrutto da un uragano, ...



the end