

La mafia non paga la crisi.

In Italia c'è un'azienda che non paga la crisi. Un'impresa che non subisce le conseguenze del crollo dell'economia industriale, che non conosce cassa integrazione e disoccupazione, che dalla crisi stessa trae vantaggi e profitti.

L'Azienda Mafia, da anni la più grande impresa italiana, gode di ottima salute.

Il bisogno, la paura, l'assenza di prospettive, l'ansia da prestazione, il miraggio dell'iridescente società dei consumi ci rendono più fragili, alla ricerca di risposte semplici e immediate. Che la mafia dà.

Trasforma in favore ciò che dovrebbe essere diritto, come il lavoro.

Trasforma in dipendenze le fragilità.

Il traffico di cocaina è un *ramo d'azienda* esemplare per produzione, diffusione, consumo: la globalizzazione consente una circolazione pressoché illimitata delle merci, favorendo lo sfruttamento di nuovi terreni e il conseguente aumento dell'offerta. Maggiore offerta, ma anche minore qualità, significano diminuzione dei prezzi.

La cocaina si trasforma quindi da prodotto élitario, costoso e puro, a prodotto di massa, tutto sommato economico e sempre più *normale*. Il cocainomane non si percepisce come drogato.

“La mafia non paga la crisi” mette l'accento sugli aspetti del traffico e sulle implicazioni economiche dell'acquisto di droga.

Perché noi cittadini (comuni) la crisi la paghiamo, eccome.

In più non esistono più target. Per meglio dire tutti noi siamo un potenziale cliente. I consumatori possono essere lavoratori precari, in cassa integrazione, impiegati, operai, professionisti, giovani, adulti, anziani, persone affermate o alla ricerca di uno *status* sociale.

Le diversità culturali, politiche o di estrazione sociale non cambia il livello di coscienza sull'argomento. Tutti comunque non sanno, o non vogliono sapere, dove finiscono i soldi dati al momento dell'acquisto.

La mafia scavalca la crisi e ottiene così un fatturato di 130 miliardi di euro all'anno, di cui circa il 50% deriva dal traffico di droghe: 60 miliardi di euro!

Per avere un ulteriore metro di paragone, basta pensare al fatto che l'insieme di racket, usura e appalti produce solo il 20% del sopraccitato fatturato.

130 miliardi di euro equivalgono al 7% del PIL Italiano. Un 7% che non diventa bene comune, servizio pubblico, redistribuzione del reddito, ma solo arricchimento e potere di pochi. Un 7% che contribuisce a mettere l'Italia in ginocchio.

Consumare cocaina è troppo spesso come guardare un film: non ci si rende conto di chi sta dietro la macchina da presa, di chi è coinvolto nel montaggio, delle dimensioni dell'operazione, del numero di attori e comparse. Pensare che tutto si limiti a spacciatore e consumatore rende l'acquisto più facile, privo di implicazioni civili.

Lo stato di schiavitù di chi coltiva la coca nelle piantagioni e lo sfruttamento spesso fino alla morte dei corrieri sono solo due aspetti, iniziali, della catena. Le piantagioni non sono più solo nei mitizzati Colombia e nel Messico; la Costa d'Avorio, il Kenya, il Senegal rappresentano nuovi fronti della produzione di qualità a costi ridicoli, il margine di profitto sulla vendita della cocaina africana è altissimo e consente un'elasticità senza pari nella definizione del prezzo.

La cocaina per tutte le tasche.

I territori colombiani e messicani mantengono ancora il primato produttivo (2000 tonnellate annue secondo le autorità colombiane), ma l'importazione dall'Africa è più semplice, perché segue rotte poco controllate e tristemente sperimentate: quelle del traffico degli esseri umani e della tratta della prostituzione.

Il consumatore è convinto di decidere solo per sé e per la propria vita e invece, come tutte le aziende che si rispettino, la mafia reinveste il denaro guadagnato in altre attività: il traffico di armi

e di esseri umani, l'acquisizione di appalti, la corruzione, le violenze, le faide intestine e il mantenimento del potere sui propri territori. Soggezione, favori, paura.

Acquistare cocaina, una o mille volte, significa finanziare l'Azienda Mafia e contribuirne allo sviluppo.

Provocatoriamente è la Mafia International S.p.A. che parla, fiera dei propri risultati e dei propri introiti, spudorata.

Se la mafia non paga la crisi, tu almeno non pagare la mafia.

"La mafia non paga la crisi" è una comunicazione virale elaborata da chi vive e ama Torino, di giorno e di notte: giovani, adulti, locali notturni, associazioni. Persone.

La mafia, dopo il nucleare, è l'oggetto della seconda campagna di comunicazione civile di Torino Sistema Solare. Un altro nemico, un'altra cattiva energia.