

# **Manifesto del *consumatore socialmente responsabile***

**Alessandro Mostaccio**

Segretario generale Movimento Consumatori

*Roma, 30 maggio 2017*





## «Trasformare il nostro mondo. L'Agenda Onu 2030 per lo sviluppo sostenibile»

### *Goal 12*



#### CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI

##### *Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo*

Almeno il 50% dei consumatori su scala mondiale è disposto a pagare di più per prodotti e servizi di aziende responsabili. In Italia la produzione di rifiuti urbani ammonta a 30 milioni di tonnellate all'anno, con un riciclo del 45% a fronte di un obiettivo di legge del 65%.

## Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile – Ministero Ambiente

«Un insieme di obiettivi e di possibili misure capace di orientare il sistema politico-normativo e conferire maggiore coerenza al percorso, spesso frammentato e contraddittorio, di sviluppo sostenibile del Paese per stimolare la crescita economica conciliandola con la tutela dell'ambiente e la protezione e promozione sociale.»

## We Like – Il Consumo che ci piace



IL CONSUMO CHE  
CI PIACE

- MANIFESTO consumatori socialmente responsabili
- Attività in **20** scuole: simulatore start-up aziende responsabili
- Campus sul consumo responsabile con **40** ragazzi

- Fare cultura sulla responsabilità di consumo
- Costruire «comunità di consumatori»
- Investire nelle giovani generazioni
- Da atto di consumo ad atto politico/collettivo

Cofinanziato dal Ministero del Lavoro e delle politiche sociali.

Consulenza scientifica di NEXT <https://www.nexteconomia.org>



## Manifesto del consumatore socialmente responsabile/1

Vive con spirito critico e curioso il suo tempo. La scelta di consumo come atto morale e politico. Considera **la consapevolezza** un valore.

Si informa sulle filiere produttive illegali. Consulta banche dati. Evita o modera l'acquisto di prodotti che si possono considerare «a rischio». Considera **la legalità** un valore.

Si informa sulle condizioni di lavoro nelle aziende. Si preoccupa che la qualità o il costo del bene acquistato o del servizio erogato non venga garantito a svantaggio delle condizioni dei lavoratori. Considera **la dignità del lavoro** un valore.

Presta attenzione all'impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita dei beni o servizi. Si attiva per risparmiare acqua, energia, altre risorse naturali riducendo gli sprechi. Si informa sull'origine dei prodotti e conserva correttamente gli alimenti per non sprecarli. Considera **la salvaguardia del pianeta** un valore.



## Manifesto del consumatore socialmente responsabile/2

Reclama e diffonde la cultura del reclamo. Utilizza ed esercita il diritto di recesso. Tutela i propri dati personali.

Considera **la tutela dei propri diritti** un valore.

Raccoglie tutte le informazioni disponibili. Legge attentamente le informazioni presenti nelle etichette dei prodotti. Vive la presenza nella «rete», compara le informazioni su siti differenti. Cerca di non essere velleitario.

Considera **l'informazione** un valore.

Recensisce e condivide informazioni dopo la scelta di consumo. Utilizza le opportunità delle nuove tecnologie per diffondere informazioni anche tramite social network.

Considera la **condivisione** un valore.

Partecipa a campagne in difesa dei lavoratori, dell'ambiente e a campagne di boicottaggio. Si mobilita sul consumo responsabile, partecipa a consultazioni previste dalle istituzioni.

Considera la **mobilitazione** un valore.



### Manifesto del consumatore socialmente responsabile/3

Reclama e diffonde la cultura del reclamo. Utilizza ed esercita il diritto di recesso. Tutela i propri dati personali.

Considera **«associarsi** «un valore.

E' consapevole dei propri limiti, non è un super-eroe, ma è capace di sorridere dei propri errori e delle proprie contraddizioni.

Considera **l'ironia** un valore.

*Il testo integrale su*  
**[www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)**

## Destinatari e «reti»

