Manifesto We Like



Nell'ambito del progetto **"We Like, il consumo che ci piace",** MC ha realizzato il "**Manifesto del consumatore socialmente responsabile**" un decalogo per sensibilizzare i cittadini a diventare consapevoli del potere che possono esercitare grazie alle loro scelte d'acquisto.

Lo spirito è quello di essere inclusivi, positivi e anche ironici, ben consapevoli delle difficoltà quotidiane nell'essere responsabile, anzi vuole essere uno strumento dove ogni consumatore può individuare almeno un singolo aspetto che gli corrisponda e che possa innescare una processo di identificazione. Il Manifesto non ha assolutamente la pretesa di inventare niente, ma di sistematizzare informazioni, consigli che spesso vedono il consumatore come destinatario finale.

Acquisire consapevolezza sul proprio potere può contribuire ad accelerare i tempi del mutamento **dalla società dei consumi alla società dei consumatori**, nella quale, questi ultimi, se consapevoli e ben rappresentati, possono indirizzare tramite le proprie scelte i modelli produttivi o, ancor di più, i modelli economici. Il consumatore prima di acquistare può raccogliere informazioni sulle storie che i beni prodotti o i servizi erogati si portano dietro, può con le sue decisioni di acquisto contribuire a costruire l'offerta di quei beni e servizi.

Il consumatore può scegliere quale modello economico sostenere tramite una rinnovata presa di coscienza e un'assunzione di responsabilità nei confronti della collettività. Diventa esso stesso agente di cambiamento con un approccio inclusivo e non

di contrasto.

Le associazioni dei consumatori sono chiamate ad un salto di qualità, rappresentando istanze di consumatori sempre più informati ed esigenti, organizzando forme di mobilitazione come campagne di boicottaggio nei confronti delle aziende che violano diritti fondamentali o campagne in grado di premiare aziende sostenibili, facilitando l'aggregazione della domanda dei singoli nell' acquistare anche con un approccio etico.

L'introduzione nelle scelte di consumo di motivazioni di carattere altruistico che rinviano ad un interesse pubblico o motivazioni di carattere etico attribuiscono al consumo un carattere politico, quindi far diventare i consumatori per l'economia quello che gli elettori sono per la politica, ovvero attori responsabili, può essere un obiettivo ambizioso.

Lo scenario all'interno del quale si inserisce il Manifesto è anche quello delineato dall'Agenda Globale per lo sviluppo sostenibile approvata dalle Nazioni Unite e i relativi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile articolati in 169 Target da raggiungere entro il 2030. Il Goal 12 è "Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo".

Il progetto **"We Like, il consumo che ci piace. Percorsi di partecipazione per scelte di consumo socialmente responsabile"** *è finanziato dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali ai sensi della legge n. 383/2000, art. 12, comma 3, lett d) o f) – Linee di indirizzo annualità 2015.*

IL DECALOGO

1. Il **consumatore socialmente responsabile** vive con spirito critico e curioso il suo tempo, avendo poche certezze che mette in discussione per rivedere i propri parametri a seconda dell'evoluzione del contesto sociale, politico ed economico. Cerca di interpretare la propria scelta di consumo, non solo come una mera transazione economica, ma come un "atto morale". Effettua la propria scelta di consumo non subendo i dettami di

mode esterne, non in maniera compulsiva o compensativa. La scelta nasce da bisogni personali, talvolta anche edonistici. Attribuisce un giusto e misurato valore al possesso di oggetti, non realizzandosi attraverso l'atto consumistico. Si interroga sull'uso dei propri risparmi e sulle ricadute non economiche delle azioni economiche.

Considera la consapevolezza un valore

Azione: *Consulta articoli di approfondimento e biblioteche telematiche (es: " I Libri del Consumo Consapevole" della Biblioteca della Regione Piemonte).*

2. Il **consumatore socialmente responsabile** si accerta che i beni e i prodotti acquistati non provengano da filiere produttive illegali per non alimentare mercati illeciti. Consulta banche dati pubbliche per acquisire informazioni. Evita o modera l'acquisto di prodotti che si possono considerare "a rischio" (es: gratta e vinci, alcool, tabacco), in quanto l'uso smodato comporta non solo ricadute sul singolo ma genera costi sociali rilevanti la collettività.

Considera la legalità un valore

Azione: *Consulta banche dati come Iperico*

3. Il **consumatore socialmente responsabile** è attento alle condizioni di lavoro nelle aziende. Effettua le proprie scelte di consumo anche dopo aver acquisito informazioni attraverso i media o la propria comunità locale su eventuali vertenze sindacali, condizioni di lavoro, discriminazioni etniche, religiose o di genere. Si preoccupa che la qualità o il costo del bene acquistato o del servizio erogato non venga garantito a svantaggio delle condizioni dei lavoratori e non contribuisca a creare disuguaglianze sociali.

Considera la dignità del lavoro un valore

Azione: *Consulta banche dati internazionali sulle vertenze sindacali*

4. Il **consumatore socialmente responsabile** presta attenzione all'impatto ambientale durante tutto il ciclo di vita dei beni o servizi che intende acquistare .Si attiva quotidianamente per risparmiare acqua, energia, altre risorse naturali riducendo gli sprechi. Predilige prodotti confezionati con imballaggi riutilizzabili e certificati sulle prestazioni ambientali. E' attento alla presenza di sostanze presenti nei prodotti che possano generare un danno all'ambiente. Adotta comportamenti virtuosi nello smaltimento dei rifiuti, così come è attento agli spostamenti quotidiani cercando di limitare le emissioni di CO2. Programma i propri consumi alimentari prestando attenzione all'origine dei prodotti e alla distanza tra luogo di produzione e consumo. Conserva correttamente gli alimenti per non sprecarli.

Considera la salvaguardia del pianeta un valore

Azione: *Si informa sugli Obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile*

5. Il **consumatore socialmente responsabile** reclama e diffonde la cultura del reclamo, esigendo il proprio diritto all'indennizzo o al risarcimento in caso di disservizio o di acquisto di un bene difettoso. Laddove la normativa lo prevede, si attiva per aderire e promuovere azioni di tutela collettiva. Utilizza ed esercita il diritto di recesso nei suoi acquisti, per tutelarsi da truffe o per motivazioni personali. Tutela i propri dati personali per far sì che non vengano utilizzati come contro-prestazione economica o in altre modalità poco trasparenti.

Considera la tutela dei propri diritti un valore

Azione: *Reclama*

Il **consumatore socialmente responsabile** raccoglie tutte le informazioni disponibili, valuta le varie alternative in modo da effettuare una scelta ottimale. Legge attentamente le informazioni presenti nelle etichette dei prodotti per conoscere sia le caratteristiche degli stessi sia per valutare l'effettivo bisogno e/o impatto dell'utilizzo del prodotto, così come le informative pre-contrattuali e le condizioni contrattuali dei servizi.

Vive la presenza nella "Rete" in maniera intelligente , utilizzandola come strumento di ricerca con responsabilità, comparando le informazioni su siti differenti. Si fa sostenere dalle associazioni presenti nel territorio e da eventuali strumenti di certificazione istituzionali.

Considera l'informazione un valore

Azione: *Acquisisce le informazioni tramite la consultazione dei siti internet istituzionali: es. Ministero Sviluppo economico* o Ministero dell'Ambiente

7. Il **consumatore socialmente responsabile** recensisce e condivide informazioni dopo aver acquistato un prodotto o usufruito di un servizio, consapevole che il proprio commento possa influenzare sia altri consumatori che essere da stimolo per l'azienda. Condivide conoscenze e competenze ed utilizza le opportunità delle nuove tecnologie per diffondere informazioni, anche tramite social network.

Considera la condivisione un valore

Azione: *Utilizza i social network in maniera responsabile e costruttiva*

8. Il **consumatore socialmente responsabile** partecipa a campagne in difesa dei lavoratori e dell'ambiente o a campagne di boicottaggio verso aziende che palesano comportamenti illegali e/o scorretti. Partecipa a mobilitazioni sul consumo responsabile realizzando iniziative di acquisto collettivo in favore delle imprese sostenibili. Partecipa come singolo cittadino a consultazioni previste dalle istituzioni ed a seminari di formazione. Firma petizioni online, dopo aver approfondito i contenuti.

Considera la mobilitazione un valore.

Azione: *Partecipa alle consultazioni rivolte ai singoli cittadini promosse da istituzioni italiane o comunitarie*

9. Il **consumatore socialmente responsabile** partecipa con le proprie azioni al cambiamento.

Promuove battaglie politiche sulla difesa il principio del pluralismo informativo e della neutralità della rete, anche per superare la solitudine dell'atto di consumo e costruire "comunità di consumatori" promuovendo petizioni e mobilitazioni. Partecipa a reti o associazioni per conoscenza dei diritti fondamentali del consumatore disciplinati nel Codice del Consumo e si adopera per rafforzare l'applicazione delle norme esistenti.

Si iscrive ad un'associazione dei consumatori e partecipa alla vita democratica.

Considera "associarsi" un valore

Azione: *Si informa e si iscrive ad una delle 20 associazioni dei consumatori riconosciuta dal Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti.*

10. Il **consumatore socialmente responsabile** è 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

Azione: *Scrive la propria esperienza sulla pagina Facebook del progetto We Like del Movimento Consumatori.*

IL MANIFESTO IN VERSIONE INTEGRALE

INDAGINE "IL CONSUMATORE E LE SUE SCELTE"