

## Consumo responsabile: come educare le nuove generazioni?

11 Novembre 2021 | Tempo di lettura: 4 min



Roberta Nutricati

Sostenibilità

**Il consumo responsabile deve andare di pari passo con una produzione responsabile. Vediamo come.**

Nel rapporto pubblicato recentemente per il Festival dello sviluppo sostenibile l'ASviS ha analizzato a che punto è l'Italia con gli obiettivi 2030 dell'Agenda UE. Il *Goal12* "Consumo e produzione responsabili" è tra quelli in cui registriamo risultati più avanti con una medaglia d'argento a livello europeo soprattutto grazie al tasso di riciclo dei rifiuti. La produzione resta invece l'anello debole tra i target previsti dall'obiettivo di riferimento, un aspetto da migliorare urgentemente con [varie strategie](#).

In breve, stiamo andando bene ma non possiamo sentirci "arrivati".

In quest'ottica si inseriscono le proposte concrete suggerite dall'Alleanza per lo sviluppo sostenibile, supportate da chi si occupa di produzione responsabile e a cui si ispirano coloro che investono concretamente nel creare nuove generazioni di "professionisti della sostenibilità".

## Norme attuali e spunti per il domani

Dal punto di vista normativo, la Legge di Bilancio 2020 è piuttosto organica e puntuale in materia di produzione responsabile, si veda l'approvazione del nuovo Codice di corporate governance per le società quotate in Borsa Italiana, obbligatorio da quest'anno.

Sul versante del consumo invece, non si può dire altrettanto. A tal proposito l'ASviS propone due macro-linee d'azione per migliorare.

La prima, nell'ambito della riforma del sistema fiscale, promuove un'imposizione fiscale sui consumi proporzionata all'impatto sociale e ambientale dei prodotti, misurati attraverso indicatori *standard* stabiliti a livello nazionale. Questo provvedimento toglierebbe ai prodotti sostenibili quella connotazione elitaria che caratterizza ancora le filiere ecocompatibili che diverrebbero così potenzialmente accessibili a tutti.

In questo senso si inserisce anche la proposta suggerita dal presidente di Fruttage di sostituire la *plastic tax* sostenuta dalle aziende, con una sovrattassa sull'imballo – che di norma si paga già al CONAI – così da discriminare il contributo ambientale del prodotto in modo evidente, un po' come fosse l'IVA. In questo modo il consumatore potrebbe scegliere consapevolmente anche a seconda dell'impatto ambientale del prodotto, indicato con massima trasparenza.

## Applicare la trasparenza per incentivare la sostenibilità

Questo valore è stato alla base del progetto *Effige* finanziato dall'unità LIFE della Commissione Europea per offrire alle aziende italiane la possibilità di misurare la propria impronta ambientale.

Il metodo di calcolo è il *Product Environmental Footprint* (PEF) ed è stato sperimentato in quattro settori produttivi: fonderie, legno arredo, agroalimentare e servizio di ristorazione.

Proprio in quest'ultimo comparto si inserisce *Camst Group*, che in qualità di partner *Life Effige*, è stata la prima azienda di ristorazione in Europa ad aderire come esempio "pilota" per calcolare l'impatto ambientale del proprio servizio di ristorazione scolastica, in ogni fase (scelta e trasformazione materie prime, definizione *menù*, realizzazione e distribuzione pasti).

Ciò conferisce la portata di una cosiddetta "classe energetica" degli alimenti e dei processi connessi, ed è applicabile ad ogni settore. Proprio per questo molte aziende elaborano annualmente il bilancio di sostenibilità, per rendicontare pubblicamente dove sono e dove possono andare per essere sempre più sostenibili.

La seconda proposta di ASviS riprende proprio la **trasparenza come valore aggiunto efficace per un consumo responsabile**.

Il proposito è orientare i consumatori ad acquisti sostenibili per creare più consapevolezza, a partire da alcuni accorgimenti:

- Riportare **indicatori di riparabilità** sulle confezioni con apposita etichetta
- Rendere obbligatoria l'indicazione su prodotto e imballaggio per le **modalità di conferimento e riciclo**
- Formare le amministrazioni pubbliche sul corretto utilizzo del **green public procurement** e monitorarne l'applicazione
- Approvare la legge nazionale sul **commercio equo e solidale**.

### Sensibilizzare e formare grandi e piccoli per creare consumatori responsabili

Il modo più efficace per guardare a un consumo futuro sostenibile non deve limitarsi a cambiare in corsa l'attività e le scelte delle generazioni di consumatori attuali. Deve anche guardare alle generazioni future.

Un progetto pensato per i più piccoli è "**Mi curo di te**" di WWF e Gruppo Sefidel con il marchio Regina. La *partnership* è iniziata fin dal 2008 quando il gruppo aderì in qualità di prima azienda italiana (e prima al mondo del settore *tissue*) al programma *Climate Saver* WWF per la **riduzione volontaria delle emissioni climalteranti**.

Il nuovo progetto lanciato per il triennio 2021-2023 mira a **investire nell'educazione** delle scuole elementari e medie **alle tematiche ambientali** e quest'anno è dedicato proprio al clima.

Sul capitale sociale si investe anche per gli adulti che si affacciano al mondo del lavoro, attraverso l'alta formazione.

**Warrant Hub** - Tinexta Group la **sostiene su due fronti**. Nell'ambito del programma *DigiGreen Innovation*, offre sei **borse di studio** per aggiudicarsi le tre riserve all'azienda per il Dottorato "*Innovation for the Circular Economy*" dell'Università di Torino e per frequentare il **master annuale** in "*Corporate Digital & Innovation Management Program*" gestito dalla Bologna Business School.

Allo stesso scopo SIPA - nel settore delle tecnologie legate al confezionamento PET - finanzia il **master annuale** in *Eco Packaging Design* presso il Politecnico di Torino offrendo poi posti di lavoro ai partecipanti.

Infine, anche dal settore legale rappresentato da *Freebly* - la prima società benefit tra avvocati - provengono due **borse di studio** per il corso di alta formazione "**Professione Sostenibilità**" di ALTIS dell'Università Cattolica di Milano.

Tutte queste opportunità mirano a creare anche le **condizioni di partenza** per applicare la tecnica del **reverse mentoring** in tutte quelle aziende che ambiscono a pratiche sostenibili.

### Leggi anche:

[Filiera agroalimentare: ecco come sta cambiando. E perchè deve farlo in fretta](#)

[Festival dello sviluppo sostenibile. A che punto siamo con gli obiettivi dell'Agenda 2030?](#)