

# Le sfide per rispondere alle esigenze dei consumatori nel 21° secolo

A cura di Alessandra Pasetti Responsabile Rapporti Istituzionali  
ed Elena Mocchio Responsabile Innovazione e Sviluppo

*"Da una crisi non si esce da soli: usciranno insieme o non potremo uscirne".*

La dichiarazione più volte ripetuta da Papa Francesco può essere il motto e, come tale, un impegno riconosciuto e condiviso da tutti.

Insieme, soprattutto perché la crisi del Covid - che ha acuitizzato il legame tra la salute degli ecosistemi e quella umana - si è aggiunta alla crisi finanziaria del 2008 e ha attanagliato l'economia e la società con ripercussioni più rilevanti sulla parte più debole della società stessa, parte che via via si è ingrossata sino al punto da assorbire il ceto medio. Aspetto questo che ci porta al tema della sostenibilità nelle sue declinazioni ambientale, economico, sociale e ai 17 obiettivi dell'Agenda ONU 2030 di cui il 12° "produzione e consumo responsabile" e il 17° "partnership per obiettivi" si legano al tema di questo dossier: i consumatori e il loro ruolo sempre più consapevole di prosumer nel nuovo modello di sviluppo con, al centro, la persona e i diritti per accedere a prodotti e servizi corrispondenti alle necessità, sia individuali sia collettive. Necessità che dovranno essere valutate in funzione di quello che il pianeta può offrire senza compromettere l'equilibrio delle proprie risorse naturali. Un consumatore attento quindi alla propria salute e sempre più esigente non solo in materia di qualità dei prodotti acquistati ma anche al modo di produrli nel rispetto dei diritti umani universali e della conservazione della biodiversità; un consumatore informato dell'impatto sull'ambiente delle proprie scelte di vita; un consumatore non più considerato l'ultimo anello della catena ma forse, addirittura, il primo. Un consumatore sempre più attento ad autovalutarsi e a misurare i progressi ottenuti nella direzione della sostenibilità. L'obiettivo 12, peraltro, tiene congiunti produzione e consumo come per rimarcare che, se il mondo economico e la società non collaborano nel perseguimento dell'obiettivo della sostenibilità, tutto è più difficile. Su questi aspetti - constatata la limitata efficacia nel passato degli strumenti di comando e controllo - si muovono nell'ottica MBI (Market Based Instrument) diverse proposte per strumenti economico/fiscali innovativi con la funzione sia di governare l'ingresso di prodotti provenienti da Paesi con valori e attenzioni diverse, sia di stimolare comportamenti (la spinta gentile) verso indirizzi condivisi. A iniziare da Next - nuova economia per tutti - che sostiene il progetto "voto con il portafoglio" per una scelta consapevole del consumatore che influisca sulla produzione; alle idee che concedono ai prodotti di qualità certificati ISO un'agevolazione fiscale; all'idea di molti economisti di ampliare l'efficacia del MBI - pensato negli USA per contrastare prodotti privi di sostenibilità ambientale - anche per i prodotti privi di sostenibilità sociale. Un'idea che è stata richiamata dalla Presidente von der Leyen nel recente discorso sullo Stato dell'Unione in cui ha affermato che *"l'attività imprenditoriale del mondo è giusta, ma non deve mai andare a scapito della dignità e della libertà della persona"*. Temi che ci portano alla preoccupazione dell'ONU sull'etichettatura Green Bond che oggi indirizza l'attività della finanza sostenibile senza la prova definitiva della riduzione delle emissioni clima-alteranti. Una situazione, dice l'ONU, che finché sarà *"remunerativo gestire le attività insostenibili dal punto di vista ambientale o sociale"* potrebbe incoraggiare il *greenwashing*, disperdendo sforzi e investimenti. Un aspetto che, come dimostra la recente proposta della UE sul caricabatterie unico, pone il problema del riuso, della riparabilità e dell'obsolescenza precoce dei prodotti e del loro impatto (esternalità negative) sulla creazione degli scarti e dell'uso ottimale delle risorse "scarse" nella produzione e nel consumo. Nel mercato italiano, tra l'altro, il problema non è secondario. Lo è sia dal punto di vista delle etichette come ha ricordato recentemente il ministro Patuanelli in occasione del G20 dell'agricoltura, lo è dal punto di vista della concorrenza sleale e del lavoro forzato come purtroppo avviene ancora in certe attività come in particolare l'edilizia e l'agricoltura inquinate dal caporalato, lo è nei prodotti DOP e IGP per i quali il presidente Coldiretti Prandini, al fine di contrastare le truffe, ha chiesto *"di stringere le maglie ancora larghe con il rinforzo dei reati in materia agroalimentare"*. Una situazione che esprime ancora un'evidente asimmetria informativa tra la produzione e il consumo, che di certo non può essere considerata un equilibrio responsabile e che, se non affrontata, costituisce un'insuperabile contraddizione verso l'obiettivo della leale concorrenza tra le imprese e della chiara informazione per la fiducia del consumatore. Su questi temi è indirizzato il rafforzamento dell'"Infrastruttura Qualità Italia" attraverso i suoi pilastri portanti della normazione, dell'accreditamento e della certificazione. L'apertura, l'inclusione, la collaborazione e la cooperazione tra l'industria, i consumatori e tutti i soggetti sociali interessati all'autoregolamentazione condivisa, sono infatti gli obiettivi posti dai regolamenti europei sulla normazione e l'accreditamento. La creazione di norme condivise sulla sicurezza, qualità, sostenibilità (ambientale, economica e sociale) dei prodotti e dei processi sono i compiti che la legge italiana assegna all'UNI. La creazione di un sistema terzo di controllo e verifica di conformità ai requisiti stabiliti (consensualmente ritenuti adeguati ai bisogni e alle aspettative della società) è il compito di Accredia, sotto la cui vigilanza operano gli organismi di certificazione accreditati per offrire le migliori garanzie "terze" all'utente (industria, pubblica amministrazione, consumatori). Il trasferimento della conoscenza, la diffusione dei valori e un'informazione corretta, affidabile e imparziale sulla qualità dei prodotti e il modo con cui sono stati realizzati in qualsiasi parte del mondo, sono alla base dell'assunzione di responsabilità sia da parte di chi produce sia da parte di chi consuma. Questo punto di incontro avviene proprio nel momento in cui le organizzazioni, i professionisti, i ricercatori, le istituzioni e i consumatori si incontrano nei tavoli della normazione consensuale e volontaria per trovare le migliori soluzioni possibili in termini di sostenibilità. Un mondo in cui ci si confronta sia a livello nazionale, sia europeo sia internazionale grazie alla presenza dei rappresentanti del Consiglio Nazionale dei Consumatori e Utenti (CNCU) designati a rappresentare i consumatori rispettivamente in UNI, in ANEC e nell'ISO/COPOLCO. Un confronto che avviene quindi tra culture, modelli economici, scuole di pensiero e storie di Paesi spesso molto diversi. Attraverso il trasferimento della conoscenza, la diffusione dei valori e un'informazione corretta, affidabile e imparziale sulla qualità dei prodotti e il modo con cui sono stati realizzati in qualsiasi parte del mondo, la normazione può stimolare e sostenere un consumo consapevole e una produzione responsabile per "un mondo fatto bene". Un piccolo ma indispensabile contributo "dal basso", dalla comunità per progettare una nuova società, per dare un senso concreto al motto *"Da una crisi non si esce da soli: usciranno insieme o non potremo uscirne"*.



## La voce dei consumatori nella normazione volontaria per (ri)stabilire un clima di fiducia nel mercato

Lo scenario culturale nel quale dobbiamo immergerci via via che ci si lascia alle spalle gli effetti della pandemia, comporta una profonda rivisitazione delle relazioni umane e le stesse con l'intero Pianeta con tutte le sue componenti vegetali, animali, minerali, energetiche. Siamo chiamati, come lo furono i nostri antenati preistorici, a considerare il Sole la fonte divina che genera la nostra vita. Tutte le nostre attività e ancor prima i nostri comportamenti devono cambiare nel segno della consapevolezza che il pianeta Terra è un unico Organismo e nessuno dovrebbe permettersi di "fare quello che vuole". È fuori discussione che, il modello di economia lineare fondato sull'uso dell'energia derivata da fonti fossili e dove i consumi non hanno alcun limite, è finito o, meglio, non ha alcun futuro. Viviamo in un'epoca di transizione accelerata dall'evoluzione repentina dei cambia-

menti climatici e dalla globalizzazione di un modello produttivistico velocemente chiamato ad invertire la rotta e andare verso una economia circolare, la sobrietà dei consumi, il risparmio energetico anche se vivremo solo con fonti energetiche rinnovabili, la salvaguardia e l'accrescimento della biodiversità, al rispetto dell'ambiente quale bene comune dell'umanità. In altri termini siamo tutti chiamati a riflettere sui limiti dello sviluppo e del consumo e a progettare una nuova società. È in questo contesto che si deve collocare l'azione dei consumatori verso il mercato. In evoluzione. Siamo già entrati nell'epoca del *prosumer*, cioè un nuovo soggetto che coniuga la produzione con il consumo e che dispone gli strumenti per interfacciarsi con coloro che detengono il capitale indispensabile alla produzione, garantire il commercio, offrire un futuro tanto sostenibile quanto saggio all'intera umanità.

La normazione volontaria è sollecitata ad affrontare questa sfida e ad occuparsene con il necessario senso di responsabilità. Infatti, la normazione volontaria, in cento anni di esperienza, ha dimo-

strato di saper rispondere alle esigenze dell'innovazione tecnologica e contestualmente alla domanda emergente espressa dal mercato. La normazione volontaria, con i suoi standard condizi, arriva prima del legislatore, chiamato a deliberare prioritariamente gli indirizzi dello sviluppo, le regole del buon mercato e della convivenza civile e democratica. Assume sempre più rilevante importanza la riflessione e l'esperienza maturata sulle norme armonizzate a livello europeo. Dobbiamo prendere atto che la sinergia generata tra il potere pubblico (vedi Istituzioni UE) ed il mercato privato espresso con la normazione volontaria (vedi CEN, ecc.), apre una strada senza la quale non andiamo molto lontani. Le rappresentanze dei consumatori operano egregiamente a livello europeo con l'ANEC che svolge una continua attività di interfaccia organizzata e specializzata con il sistema della normazione e le istituzioni europee. In Italia è stato compiuto un salto di qualità nel rapporto CNCU con UNI già con il protocollo d'intesa del 2011 che ha fornito l'opportunità di realizzare, in dieci città italiane, le giornate di alfabetizzazione sulla normazione con circa 250 rappresentanti delle Associazioni dei consumatori. È pur vero che a seguito di questa attività iniziale non si è concretizzata una corrispondente partecipazione negli Organi Tecnici di UNI, ma ha consentito di selezionare gli interessati e a creare le condizioni culturali e tecniche dello sviluppo e realizzazione del nuovo protocollo d'intesa CNCU/UNI nel 2020. Così è stata finalmente raggiunta la svolta che ha collocato il CNCU quale Socio di Rappresentanza nella compagine sociale dell'UNI. Negli anni precedenti, la mia presenza nella CCT, fino a coprire l'incarico di presidente, ha contribuito a far conoscere più da vicino lo stesso CNCU, di partecipare ai lavori di preparazione del nuovo Statuto UNI, approvato con l'Assemblea dei soci del 29 gennaio 2021. Un delegato del CNCU è entrato nel Comitato di Indirizzo Strategico, già alcuni esperti sono stati delegati in quattro Organi Tecnici (OT) e uno in un Ente Federato UNI. Lo scorso mese di luglio il CNCU ha deliberato anche in merito alla propria rappresentanza all'ISO/COPOLCO, mentre all'ANEC è continuata la presenza di un altro rappresentante. Si è delineato un quadro suscettibile, a breve, di nuovi ingressi di esperti del CNCU negli OT di UNI ed in particolare in quelle aree tanto innovative quanto trasversali come l'economia circolare e la sostenibilità espressa in diversi ambiti normativi, non ultima l'area informatica e della digitalizzazione (intelligenza artificiale).

In quest'ultimo anno, nuovi esperti del CNCU si sono avvicinati e il clima di fiducia reciproco, anche tra le Associazioni del CNCU, si è consolidato. In questo contesto molto articolato ci si deve dotare di nuovi strumenti organizzativi. Considerato che è in corso il rinnovo della composizione del CNCU e che la CCT è chiamata, in questo periodo, ad approvare il proprio nuovo regolamento e così pure quello degli OT, è auspicabile un primo momento di incontro tra i diversi esperti, il CNCU ed UNI, allo scopo di contribuire, per quanto possibile, alla discussione sulla programmazione annuale della normazione. Di certo è auspicabile che tutti i rappresentanti ed esperti del CNCU in UNI possano partecipare ad una specifica Commissione di Lavoro dello stesso CNCU allo scopo di armoniz-

### LA CARTA DEL CONSUMO CIRCOLARE

La Carta del Consumo Circolare, presentata lo scorso 17 giugno 2021, è il frutto di una *partnership* tra Eni e le Associazioni dei Consumatori italiane.

#### Perché tale carta?

Il sistema di produzione lineare non è più praticabile, serve un modello che prenda esempio sulla natura e sui suoi ecosistemi, l'umanità deve apprendere a inserirsi in un sistema circolare quando produce e quando consuma e deve cercare di raggiungere la neutralità climatica entro il 2050. Nel nuovo piano di azione per l'economia circolare<sup>1</sup>, la Commissione Europea preconizza che il percorso evolutivo verso la circolarità debba essere compiuto in un'ottica di "co-creazione", grazie alla cooperazione tra tutti i diversi soggetti interessati: istituzioni pubbliche, attori economici, cittadini e organizzazioni civili. Non è sufficiente modificare il modo di produrre, è necessario rendere i cittadini-consumatori partecipi del cambiamento, attori nell'operare delle scelte che cambieranno sostanzialmente i loro comportamenti di consumo, indurranno i produttori a modificare prodotti e processi al fine di ridurre l'impronta ambientale. Per operare tale cambiamento, l'informazione diffusa ai consumatori deve essere corretta, affidabile e imparziale per poter garantire che si crei e si mantenga la fiducia nel mercato e nell'impegno a preservare l'ambiente e la biodiversità (quindi occorre spiegare quali sono gli impatti ambientali dei prodotti e dei processi industriali rispetto alla propria scelta di consumo). Per questo motivo, bisogna ingegnarsi per trovare le corrette modalità di formazione che riescano a sensibilizzare le persone dalla più giovane età e fino a quella più avanzata sul modo di comportarsi nel pieno rispetto di uno sviluppo sostenibile. Non è certo che tutti sappiano cosa sia l'impronta ambientale dei prodotti/servizi, sulle relative metodologie di valutazione che consentono di operare delle scelte consapevoli e influire sulla produzione. Così come si sono perse le buone abitudini delle generazioni passate che già praticavano la circolarità utilizzando e ri-utilizzando tutte le componenti di un prodotto. Si pensi al concetto di durabilità, della condivisione, della riparazione e preservazione dell'utilità, del riuso e riutilizzo dei prodotti e delle risorse materiali per contrastare la tendenza all'obsolescenza programmata e prematura. Il saggista statunitense, Alvin Toffler, nel suo libro *The third wave* ha coniato nel 1980 il termine "*prosumer*" che *producer* e *consumer* e indica un consumatore che è a sua volta produttore o, nell'atto stesso che consuma, contribuisce alla produzione. In quegli anni la tendenza era quella di uscire dalla produzione seriale di massa per iniziare a rispondere alle esigenze e alle tendenze dei consumatori. Oggi, il *prosumer* è al centro dell'attenzione con l'avvento dell'era digitale che ha permesso e permette a ogni consumatore di personalizzare i prodotti e i servizi richiesti sui propri gusti, stili e fabbisogni. Questo spiega, tra l'altro, il boom del commercio elettronico e del *marketing* digitale in cui si rivela fondamentale la reputazione del venditore ottenuta tramite le esperienze di acquisto realizzate da utenti-consumatori precedenti. "Il consumatore viene così coinvolto nella co-creazione delle caratteristiche di "circolarità" dei prodotti, che dipende da tutte le fasi del loro ciclo di vita e dai comportamenti adottati dai consumatori nella fase d'uso e di post-consumo (es. riuso, riparazione, condivisione, restituzione al produttore, raccolta differenziata ecc.)" recita la Carta del Consumo circolare. "Per raccogliere queste sfide, UNI affiancherà le Associazioni firmatarie della Carta oltre a quelle che fanno parte del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti non solo attraverso l'impegno sottoscritto in occasione del rinnovo del Protocollo di Intesa tra il CNCU e UNI ma partecipando attivamente, attraverso le Associazioni dei Consumatori alle iniziative dell'Associazione europea dei consumatori per la normazione, ANEC<sup>2</sup>, ma anche al Comitato ISO/Copolco, interamente dedicato alla tutela del consumatore nella normazione tecnica e volontaria a livello internazionale. La Carta è consultabile al seguente link<sup>3</sup>.



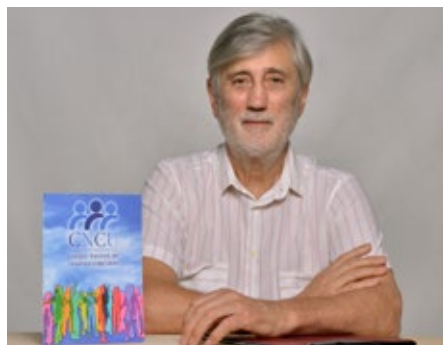
<sup>1</sup> EU Commission. A new Circular Economy Action Plan - For a cleaner and more competitive Europe. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions COM(2020)/98 final

<sup>2</sup> ANEC - The European consumer voice in standardisation

<sup>3</sup> <https://www.eni.com/it-IT/media/eventi/carta-consumo-circolare.html>

zare i punti di vista dei consumatori nei diversi ambiti. Nel medio e lungo periodo, ci si dovrà impegnare per realizzare in Italia una struttura permanente (tipo modello ANEC), dotata di mezzi, capacità tecniche, di studio e ricerca indispensabili per affrontare le sfide dell'Agenza ONU 2030 sullo sviluppo sostenibile e la decarbonizzazione 2050 dell'Unione Europea.

Ci sono le esperienze e le capacità delle Associazioni dei consumatori italiane di essere al passo con la transizione epocale nella quale tutti ci troviamo.



**Gianni Cavinato**

*Rappresentante del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti nella CCT - Commissione Centrale Tecnica UNI*

## La figura del consumatore del 21° secolo

Il secolo scorso è stato il secolo dei grandi cambiamenti: grandi rivoluzioni si sono succedute, economiche, politiche, sociali, che hanno trasformato profondamente la nostra società. Siamo passati da un'economia prevalentemente agricola, ad una industriale e post-industriale, con una crescita di produzione di beni di consumo e servizi sempre più diversificati; le grandi ideologie del secolo scorso, i pensieri forti del '900 quali la democrazia, il socialismo, il liberalismo, finanche il nazionalismo, nel bene e nel male, hanno contribuito alla formazione della coscienza dell'individuo e della collettività, regalando all'umanità principi quali i diritti dell'uomo, le

costituzioni degli stati ed una normativa sempre più attenta alla tutela dei diritti delle categorie più deboli; tutto ciò ha profondamente trasformato la società e l'individuo, rendendolo più istruito, più consapevole ed attento, protagonista del cambiamento.

Il secolo XX ha visto la nascita della figura del consumatore ed utente e contemporaneamente lo sviluppo di azioni dirette ed indirette volte a tutelarne i diritti, quali la costituzione di associazioni specifiche a difesa dei consumatori, la nascita del codice del consumo (D.L. 6/09/2005 n. 206), l'istituzione delle Autorità di riferimento, nonché la creazione e lo sviluppo di norme di applicazione volontaria per migliorare e standardizzare le caratteristiche di prodotti e servizi. Il XXI secolo dovrà raccogliere e sviluppare questa eredità per renderla attuale in un mondo in continua evoluzione, dove le certezze acquisite diventano rapidamente obsolescenti dal progredire della scienza e della tecnica. In quest'ottica, fondamentale è l'attività svolta da UNI, i cui principi trovano manifestazione nel documento "linee strategiche 2021/2024", redatta dal Comitato di Indirizzo Strategico, di cui faccio parte in rappresentanza del Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti, del quale vorrei evidenziare alcuni punti particolarmente importanti nell'ottica consumeristica: la normazione non affronta solo l'aspetto tecnico nella realizzazione di un bene o di un processo (la conoscenza), ma indaga gli aspetti etici della produzione (i valori), contribuendo al "trasferimento di conoscenza e di diffusione di valori". In questa espressione è condensata tutta la filosofia della normazione che presuppone la condivisione di valori comuni, tra i quali la tutela del consumatore utente è uno dei fondamentali. Altro aspetto importante è la capacità di risposta per fare fronte a nuove esigenze di mercato che necessitano di essere normate. In un mondo sempre più complesso dove i singoli processi spesso sono interconnessi e concorrono nel funzionamento di settori specifici, è importante la creazione di cabine di regia dedicate, che abbiano come obiettivo, in una visione di insieme, il settore stesso. Poter normare interi settori, in maniera condivisa e sostenibile, in tempi ragionevoli,

ponendo la tutela del consumatore-utente tra gli obiettivi principali, è una delle sfide del XXI secolo, periodo che vedrà profondi cambiamenti in tutti i settori produttivi. Basta considerare gli obiettivi dell'agenda 2030 e gli obiettivi al 2050 dell'Unione Europea per capire la velocità di tale cambiamento. Il contenimento dei gas serra al 40% nel 2030 e l'abbattimento dell'impatto climatico, azzeramento degli stessi, al 2050, sarà possibile solo con un cambiamento radicale dei processi produttivi, dell'utilizzo delle materie prime, dell'approvvigionamento energetico e di molti altri fattori, tra i quali il riconoscimento del ruolo centrale del consumatore-utente come coautore del cambiamento. Saranno infatti le scelte consapevoli dei consumatori informati che determineranno il successo della trasformazione industriale ed il passaggio da una economia lineare ad una circolare. Sarà la trasformazione del cittadino da semplice utilizzatore del bene energia a produttore-consumatore della stessa (*prosumer*) in forma individuale o collettiva, a favorire il processo di decarbonizzazione aumentando la produzione di energia da fonti rinnovabili. Senza l'intervento attivo del cittadino non sarà possibile innescare il processo di trasformazione auspicato. Il Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti che da sempre si occupa della tutela del consumatore, vede in UNI uno straordinario partner per il raggiungimento dei suoi scopi. La normazione volontaria vista nell'ottica della costruzione di "un mondo fatto bene", dove si ricercano le migliori soluzioni condivise a beneficio dell'individuo, è lo strumento più efficace per la costruzione di un corretto rapporto tra mondo produttivo e utenti, il luogo dove i due attori dialogano, discutono, magari litigano, ma alla fine trovano le soluzioni che prevengano i contenziosi o, qualora si verificassero, individuano le soluzioni. Questo contributo spero di portare all'interno del Comitato di Indirizzo Strategico dell'UNI.

**Ettore Salvatori**

*Presidente Asso - Consum*

*Rappresentante CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti nel Comitato di Indirizzo Strategico di UNI*

## UNI - CNCU: SI RINNOVA L'ACCORDO

Rinnovato per un nuovo triennio, l'accordo tra UNI e CNCU, Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, ha lo scopo di assicurare la partecipazione dei consumatori alle attività di normazione tecnica che hanno maggiore impatto sul benessere e sulla vita quotidiana dei cittadini.

La collaborazione, iniziata nel 2011, si è rafforzata per affrontare le sfide che attendono il Paese, prima fra tutte il conseguimento degli obiettivi dell'Agenda 2030 e la conseguente duplice transizione verde e digitale. Negli anni il dialogo tra la normazione volontaria e i consumatori si è consolidato al punto da avere rappresentanti delle associazioni di consumatori nelle commissioni tecniche UNI, in quelle europee (CEN), in quelle internazionali (ISO) e nella stessa Commissione Centrale Tecnica dell'UNI. UNI e CNCU hanno individuato i principali ambiti in cui i rappresentanti dei consumatori potranno essere coinvolti attivamente. Si spazia dalla sicurezza domestica al grande tema dell'energia, dall'insieme delle problematiche collegate all'accessibilità "per tutti" in un'ottica di *design for all* fino all'economia circolare, alla mobilità sostenibile e ai trasporti, alla responsabilità sociale delle organizzazioni grazie all'applicazione della UNI EN ISO 26000 nel nostro quotidiano, alla sostenibilità che impone scelte verdi e una consapevolezza nei consumi realizzabile solo attraverso l'educazione e l'informazione. Si ricorda che il CNCU è l'organo rappresentativo delle associazioni dei consumatori e degli utenti a livello nazionale, istituito con la legge 30 luglio 1998, n° 281, confluita nel Codice del consumo (decreto legislativo n.206/2005). Il Consiglio ha sede presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ed ha l'obiettivo di contribuire al miglioramento e al rafforzamento della posizione del consumatore/utente nel mercato. È composto dalle seguenti associazioni dei consumatori:

ACU - Associazione Consumatori Utenti  
Adiconsum  
Adoc - Ass. Difesa e Orientamento Consumatori e utenti  
Adusbef  
Altroconsumo  
Asso - Consum

Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi  
Assoutenti  
Centro Tutela Consumatori e Utenti - CTCU  
Cittadinanzattiva  
Codacons  
Codici - Centro per i Diritti del Cittadino  
Confconsumatori APS

Federconsumatori  
La Casa del Consumatore  
Lega Consumatori  
Movimento Consumatori APS  
Movimento Difesa del Cittadino  
U.Di.Con - Unione per la Difesa dei Consumatori  
Unione Nazionale Consumatori



## Primi passi verso un percorso di consumo sostenibile

Il consumo sostenibile è un problema complesso, ma può essere espresso in modo semplice: dobbiamo pensare e agire in modo che la nostra crescita economica ci consenta di rispettare un modello che dia risultati giusti per l'intera umanità, cioè far sì che gli esseri umani non consumino più risorse di quelle che la Terra può offrire e la qualità dei consumi consenta una vita sana. Per ottenere questo risultato dobbiamo modernizzare la nostra economia, per aderire a modelli sostenibili di consumo e di produzione. Quindi dobbiamo correggere gli squilibri del nostro sistema alimentare, rendere sostenibile la mobilità, migliorare i modelli di produzione, ridurre l'uso dell'energia e cambiare la progettazione dei nostri edifici. Per citare alcuni degli esempi più significativi.

### Intensificare la lotta contro gli sprechi alimentari

In tema di consumo sostenibile vale la pena ricordare che nei Paesi europei il 20 % della produzione alimentare totale va persa o sprecata, mentre 43 milioni di persone non possono permettersi un pasto giornaliero di qualità, almeno una volta ogni due giorni. Se le famiglie producono più della metà dei rifiuti alimentari totali nell'UE significa che dovremmo trovare nuove soluzioni per rendere sostenibili i consumi di tutti i cittadini. Non vi è un'unica causa né una soluzione unica, perché la catena alimentare è un sistema complesso e dinamico. Affrontare il problema dei rifiuti alimentari significa collaborare con i principali esponenti del settore pubblico e di quello privato, per individuare, valutare e comprendere meglio il fenomeno e trovare soluzioni. Nel 2018 la Commissione ha adottato orientamenti, per promuovere l'uso di rifiuti alimentari sicuri, ma non più utilizzabili per il consumo umano, per produrre mangimi ed evitarne lo spreco.

### A proposito di scadenza dei cibi

Sempre in tema di sostenibilità del consumo, appare importante riflettere attivamente su come migliorare l'uso e la comprensione delle date, che fanno parte delle diciture "da consumare entro" e "da consumarsi preferibilmente entro il", nella catena di approvvigionamento, in modo da ridurre gli sprechi alimentari, che spesso sono associati a queste imposizioni. In questo complesso lavoro la Commissione si avvale della competenza degli Enti di certificazione europei e, in particolare, del lavoro dell'UNI, per il ruolo che l'agroalimentare italiano riveste nell'economia europea.

### Elaborare indicatori europei

Con lo scopo di disporre di un insieme coerente di indicatori, in grado di fornire un quadro chiaro degli obiettivi di consumo sostenibile, è essenziale creare un sistema globale di indicatori a livello europeo. Inoltre, gli attuali indicatori, utilizzati per diversi settori, dovrebbero essere armonizzati e collegati con gli indicatori dell'UE per lo sviluppo sostenibile. Per quanto concerne il processo di definizione degli indicatori, è opportuno prendere in esame alcune problematiche. Eurostat e gli istituti nazionali di statistica dispongono di risorse

umane e finanziarie limitate, per la raccolta di nuovi dati; non è pertanto sempre possibile produrre indicatori nuovi e più mirati. Secondo la relazione annuale 2017 del Comitato consultivo europeo per la governance statistica, il costo del sistema statistico europeo ammonta allo 0,02 % del PIL e, in seguito ai tagli alle risorse umane legati all'austerità di bilancio, l'organico non è ancora tornato ai livelli pre-crisi. Per migliorare la serie di indicatori, va assegnata maggiore priorità allo sviluppo di indicatori di sostenibilità, sia a Eurostat sia agli istituti statistici nazionali. Occorre inoltre rafforzare il ruolo svolto dalla società civile organizzata, all'interno degli organismi di normazione, sul processo di definizione degli indicatori e sulla valutazione dei progressi che essi misurano.

### Anche l'uso del suolo influisce sulla salute dei consumatori

L'uso dei pesticidi in agricoltura contribuisce a inquinare il suolo, le acque e l'aria, per questo motivo fra gli obiettivi prioritari della politica europea e nazionale, nel campo della difesa dei consumatori, vi è quello di:

- ridurre del 50% l'uso di pesticidi chimici e il rischio che rappresentano, entro il 2030;
- ridurre del 50% l'uso dei pesticidi più pericolosi entro il 2030.

L'eccesso di nutrienti utilizzati nei suoli è una delle principali cause di inquinamento dell'aria, del suolo e dell'acqua e ha un impatto negativo sulla biodiversità e sul clima. Si rende quindi necessario:

- ridurre almeno del 50% i nutrienti, senza che ciò comporti un deterioramento della fertilità del suolo;
- ridurre almeno del 20% l'uso di fertilizzanti entro il 2030;
- etichettare i prodotti alimentari, per consentire ai consumatori di scegliere un'alimentazione sana e sostenibile.

Si calcola che nel 2017, oltre 950 000 decessi nell'UE, un decesso su cinque, siano stati causati da abitudini alimentari malsane. Un'alimentazione sana e a base di cibi vegetali, non solo riduce il rischio di malattie letali, ma riduce anche l'impatto del nostro sistema alimentare sull'ambiente. È evidente che i processi di normazione e le pratiche connesse alle Prassi di Riferimento (PdR), elaborate dall'UNI, diventino sempre più necessari, per educare i consumatori a scegliere cibi sani e sostenibili. A questo proposito vale la pena citare il successo ottenuto dalla "Dieta mediterranea", normata da una opportuna PdR, elaborata in sede UNI.

Emerge e acquista spazio, in tema di sicurezza alimentare, la necessità di predisporre un'etichettatura nutrizionale armonizzata, obbligatoria, da apporre sugli imballaggi, con l'obiettivo di elaborare un quadro per l'etichettatura dei prodotti

alimentari sostenibili, che copra gli aspetti nutrizionali, climatici, ambientali e sociali dei prodotti.

### Ricerca e innovazione

Il programma Orizzonte Europa ha stanziato 10 miliardi di euro in attività di R&I riguardanti i prodotti alimentari, la bioeconomia, le risorse naturali, l'agricoltura, la pesca, l'acquacoltura e l'ambiente. Il trasferimento di conoscenze sarà essenziale, come lo sono le norme armonizzate e quelle volontarie, che ne sanciranno la sicurezza.

### I nuovi processi culturali

Le aspettative dei cittadini evolvono progressivamente nel senso della sostenibilità, e innescano un cambiamento significativo nel mercato alimentare e negli altri mercati. Si tratta di un'opportunità, sia per gli agricoltori, sia per i produttori di tutti i settori. Questa transizione consentirà ai produttori di fare della sostenibilità il proprio marchio e di garantire il futuro delle varie filiere dell'UE, prima che lo facciano i loro concorrenti esteri. È chiaro che la transizione non potrà avvenire senza un cambiamento nei regimi alimentari delle persone. La sfida dell'insicurezza dell'approvvigionamento alimentare e dell'accessibilità economica degli alimenti rischia di inasprirsi durante una recessione economica: è pertanto essenziale agire per modificare i modelli di consumo e contenere gli sprechi alimentari. Sebbene il 20% circa degli alimenti prodotti vada sprecato, anche l'obesità è in aumento. Oltre la metà della popolazione adulta è attualmente in sovrappeso, il che contribuisce a un'elevata prevalenza di patologie legate all'alimentazione (tra cui vari tipi di cancro) e ai relativi costi sanitari.

In buona sostanza, la crescita culturale dei consumatori e lo sviluppo di nuove e opportune sensibilità verso consumi sostenibili, tendono sempre più a coniugarsi con un forte impegno degli Enti di normazione perché confortino, con regole certe, la certezza delle scelte dei cittadini.



**Antonello Pezzini**  
Segreteria Tecnica del Ministro - Ministero della Transizione Ecologica

## Consumatori o consumatori? Quando lo stile di vita e di consumo rispetta la sostenibilità del pianeta

Questo titolo usato dagli anni '90, nasce dall'analisi che il consumatore è davvero l'anello che può cambiare il modo di fare impresa, della sostenibilità delle imprese.

Nella letteratura non specialistica, il consumatore è colui che consuma, che consuma per necessità e quindi risponde ad un bisogno primario oppure che consuma per dare seguito ai propri desideri. Il consumATTORE è colui che si pone delle domande sui propri consumi e sull'impatto degli stessi in un'ottica di resilienza delle proprie azioni. Resilienza dettata dalla consapevolezza che la libertà individuale è necessariamente interconnessa con la libertà di tutti. È proprio su questo tema e sulla consapevolezza che tutti gli individui POSSONO e DEVONO assumere questi atteggiamenti per responsabilità nei confronti della collettività e per sentirsi ulteriormente coinvolti nei temi della sostenibilità planetaria che il movimento dell'Economia del Bene Comune (EBC) mette a disposizione strumenti per valutare il contributo della collettività al bene comune.

Ma cosa c'entra il movimento dell'Economia del Bene Comune con i consumatori?

Il movimento dell'Economia del Bene Comune è un movimento internazionale che propone un nuovo modello economico che si basa su VALORI quelli che dovrebbero essere universalmente conosciuti e condivisi della DIGNITA' UMANA-DELLA SOLIDARIETA'-DELLA GIUSTIZIA, DELLA SOSTENIBILITA' ECOLOGICA-DELLA TRASPARENZA E DELLA CONDIVISIONE DELLE DECISIONI.

Su questi temi e sulla loro declinazione in pratica, il movimento afferma che la relazione tra uomo e ambiente diventa l'obiettivo dell'economia.

L'EBC rende possibili i passi da compiere per una trasformazione dell'economia, della politica e della società in linea con lo sviluppo sostenibile. EBC si pone come strumento al servizio dell'"EDUCAZIONE DEL CITTADINO", agendo verso e con le imprese in un'azione trasformativa che vede il profitto come strumento/mezzo e non come fine dell'azione dell'impresa. Il cambio di paradigma delle imprese, la comunicazione dei risultati delle stesse e di come raggiungono il bene comune attraverso l'autovalutazione della propria azione e la compilazione del Bilancio del Bene Comune (BBC) rappresentano lo strumento concreto di riflessione della trasformazione aziendale orientata allo sviluppo sostenibile e alla rendicontazione non finanziaria di dati utili proprio per i consumatori.

Qui allegata la matrice del bene comune che illustra come i valori sopra elencati si intersecano con i portatori di interesse dell'impresa stessa e di come l'impresa si debba interrogare per declinare nella propria azienda questi valori.

Come ci ha insegnato Adriano Olivetti è l'impresa che deve essere il motore trasformativo dell'economia!

Condurre un'impresa senza capire che la sua sopravvivenza nel tempo non dipende solo dalla quantità di profitto che produce, ma dalla qualità della sua azione e da quanta socialità riesce a veicolare, vuol dire non essere "un buon imprenditore". L'improvvisazione, la mancanza di strategia, di pianificazione, diventano responsabilità non solo per l'azienda, ma dell'intera collettività che dall'azione di quell'impresa viene coinvolta.

In tempi non sospetti Adriano Olivetti si rifaceva ai quei temi di responsabilità sociale dell'impresa poi ripresi solamente negli anni 2000 ed introdotti con una norma europea che obbliga alla Rendicontazione non finanziaria solo "grandi imprese".

Ma è proprio la rendicontazione non finanziaria

estesa a tutti gli imprenditori, operatori economici a tutti i livelli che può fare la differenza. L'imprenditore che riflette e rendiconta sui temi della sostenibilità e quindi dell'impatto sulla collettività della propria azione economica assume una posizione di fare e di orientamento per i consumATTORI. Perché l'economia, per essere trasformativa, deve essere reale e proporre alternative non solo sostenibili, ma vere, rodiate ai consumatori. In tal modo, i consumATTORI quindi potranno davvero fare la differenza con le loro scelte, potranno incidere sul mercato, perché conciliare le esigenze individuali e necessità collettive, globali è il punto chiave, la vera questione di questo nostro tempo.

I consumatori devono uscire dall'abitudine, dalla routine, che peraltro sono comportamenti intrinseci dell'umano, per fare della loro azione sul mercato una vera *lobby*.

Non si tratta di spendere di più o spendere diverso, si tratta di organizzare coscientemente la propria spesa, il proprio consumo.

L'acquisizione per il consumATTORE della consapevolezza che non è la disponibilità di denaro che fa la differenza nella possibilità di cambiare la rotta dei consumi, ma nell'essere parte e testimone di un cambiamento reale del mondo, è l'azione che EBC si propone anche per i consumatori. Infatti, partendo dalla consapevolezza che solo una circolarità effettiva - imprese, collettività, enti locali, organizzazioni - possa contribuire al Bene Comune e che ciascuno, ma insieme ed in maniera coordinata, cooperativa, può contribuire al raggiungimento del Bene Comune per il mondo intero, EBC propone anche un bilancio per gli individui e per le famiglie proprio per permettere la riflessione e l'autovalutazione dei propri consumi per adattarli a stili di vita sostenibili.

### MATRICE DEL BENE COMUNE 5.0

Temi ed aspetti nella Matrice 5.0



| Valore<br>Portatore d'interesse                | Dignità umana                                                                                                                                                                                                                                       | Solidarietà & giustizia                                                                                                                                                                                                                                                             | Sostenibilità ecologica                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Trasparenza & condivisione<br>delle decisioni                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A) Fornitori</b>                            | <b>A1 La dignità umana lungo la filiera</b><br>A1.1 Condizioni di lavoro e conseguenze sociali nella filiera<br>A1.2 (N) Violazione della dignità umana nella filiera                                                                               | <b>A2 Solidarietà e giustizia nella filiera</b><br>A2.1 Relazioni commerciali eque nei confronti dei fornitori diretti<br>A2.2 Influssi positivi sulla solidarietà e la giustizia lungo l'intera filiera<br>A2.3 (N) Sfruttamento del potere di mercato nei confronti dei fornitori | <b>A3 Sostenibilità ecologica nella filiera</b><br>A3.1 Conseguenze ambientali lungo la filiera<br>A3.2 (N) Conseguenze ambientali sproporzionatamente elevate lungo la filiera                                                                                                                                               | <b>A4 Trasparenza e condivisione delle decisioni lungo la filiera</b><br>A4.1 Trasparenza e diritti di condivisione delle decisioni per i fornitori<br>A4.2 Influssi positivi sulla trasparenza e la condivisione delle decisioni lungo l'intera filiera |
| <b>B) Proprietari &amp; partner finanziari</b> | <b>B1 Atteggiamento etico nell'impiego del denaro</b><br>B1.1 Autonomia finanziaria grazie all'autofinanziamento<br>B1.2 Finanziamento da altri orientato al bene comune<br>B1.3 L'approccio etico di finanziatori esterni                          | <b>B2 Atteggiamento sociale nell'impiego del denaro</b><br>B2.1 Impiego dei fondi solidale e orientato al bene comune<br>B2.2 (N) Distribuzione iniqua di fondi                                                                                                                     | <b>B3 Investimenti socio-ecologici e impiego del denaro</b><br>B3.1 Qualità ecologica degli investimenti<br>B3.2 Investimento orientato al bene comune<br>B3.3 (N) Dipendenza da risorse a rischio in termini ecologici                                                                                                       | <b>B4 Condivisione della proprietà e delle decisioni</b><br>B4.1 Struttura di proprietà orientata al bene comune<br>B4.2 (N) Scalata ostile                                                                                                              |
| <b>C) Collaboratori</b>                        | <b>C1 La dignità umana sul posto di lavoro</b><br>C1.1 Cultura aziendale orientata ai collaboratori<br>C1.2 Promozione della salute e protezione sul posto di lavoro<br>C1.3 Pari opportunità e diversità<br>C1.4 (N) Condizioni di lavoro disumane | <b>C2 Welfare aziendale, retribuzione e organizzazione del lavoro</b><br>C2.1 Struttura del guadagno<br>C2.2 Organizzazione dell'orario di lavoro<br>C2.3 Organizzazione del rapporto di lavoro e Work-Life-Balance<br>C2.4 (N) Struttura ingiusta dei contratti di lavoro          | <b>C3 Promozione del comportamento ecologico dei collaboratori</b><br>C3.1 Alimentazione durante l'orario di lavoro<br>C3.2 Mobilità sul posto di lavoro<br>C3.3 Cultura organizzativa, sensibilizzazione all'organizzazione ecologica dei processi<br>C3.4 (N) Guida allo spreco / Tolleranza di comportamenti non ecologici | <b>C4 Condivisione delle decisioni e trasparenza in azienda</b><br>C4.1 Trasparenza in azienda<br>C4.2 Legittimazione dei dirigenti<br>C4.3 Condivisione delle decisioni da parte dei collaboratori<br>C4.4 (N) Impedimento del consiglio aziendale      |
| <b>D) Clienti &amp; concorrenti</b>            | <b>D1 Relazioni etiche con la clientela</b><br>D1.1 Comunicazione dignitosa con i clienti<br>D1.2 Assenza di barriere<br>D1.3 (N) Misure pubblicitarie non etiche                                                                                   | <b>D2 Cooperazione e solidarietà con i concorrenti</b><br>D2.1 Cooperazione con i concorrenti<br>D2.2 La solidarietà con i concorrenti<br>D2.3 (N) Abuso del potere di mercato nei confronti dei concorrenti                                                                        | <b>D3 Impatto ecologico dell'utilizzo e dello smaltimento di prodotti e servizi</b><br>D3.1 Rapporto ecologico costi/benefici di prodotti e servizi (efficienza e consistenza)<br>D3.2 Utilizzo moderato di prodotti e servizi (sufficienza)<br>D3.3 (N) Accettazione consapevole di conseguenze ecologiche sproporzionate    | <b>D4: Partecipazione dei clienti e trasparenza dei prodotti</b><br>D4.1 Partecipazione dei clienti, sviluppo comune dei prodotti e ricerca di mercato<br>D4.2 Trasparenza dei prodotti<br>D4.3 (N) Mancata indicazione di sostanze pericolose           |
| <b>E) Contesto sociale</b>                     | <b>E1 Senso e impatto dei prodotti e servizi sulla società</b><br>E1.1 Prodotti e servizi coprono il fabbisogno di base e sono utili a una buona vita<br>E1.2 Impatto dei prodotti e servizi sulla società<br>E1.3 (N) Prodotti e servizi disumani  | <b>E2 Contributo per la collettività</b><br>E2.1 Imposte e oneri sociali<br>E2.2 Contributi volontari per rafforzare la collettività<br>E2.3 (N) Evasione fiscale illecita<br>E2.4 (N) Mancata prevenzione della corruzione                                                         | <b>E3 Riduzione dell'impatto ecologico</b><br>E3.1 Conseguenze assolute / Management & strategia<br>E3.2 Conseguenze relative<br>E3.3 (N) Violazioni dei requisiti ambientali e impatto inadeguato sull'ambiente                                                                                                              | <b>E4 Trasparenza e condivisione sociale delle decisioni</b><br>E4.1 Trasparenza<br>E4.2 Condivisione sociale delle decisioni<br>E4.3 (N) Promozione di poca trasparenza e informazioni consapevolmente errate                                           |

Descrizioni dettagliate degli indicatori si trovano nel "Manuale del bilancio del bene comune" presente sul sito [www.economia-del-bene-comune.it](http://www.economia-del-bene-comune.it). Si prega di far pervenire feedback ai responsabili dei singoli temi (i dati di contatto sono disponibili sul sito).

## MATRICE DEL BENE COMUNE 2.0 per comunità familiari e persone singole

Bozza del 09.02.2016 tradotta da Marina Bonometti, con l'aiuto di Ivana Comper, Bernhard Oberrauch e del gruppo territoriale EBC Trentino

**L'ECONOMIA  
DEL BENE COMUNE**  
Un modello economico che ha futuro

| Valore<br>Portatore d'interesse                                           | Dignità umana                                                                                                                                      | Solidarietà                                                                                                                                     | Giustizia                                                                                                                                           | Sostenibilità<br>ambientale                                                                                                                     | Democrazia,<br>trasparenza e co-<br>gestione                                                                                                                                 |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>A) Tu/voi come consumatore</b>                                         | A1: Dignità dei consumatori e lavoratori, dignità dell'uomo in altri paesi in collegamento con il nostro consumo                                   | A2: Diritti umani, giustizia del salario, impegno per una vita e morte degna degli animali dei quali utilizziamo prodotti                       | A3: Giusto compenso per la produzione/fornitura di un prodotto/servizio, commercio equo, sovvenzioni, tasse e ....                                  | A4: Impatto ambientale nella produzione, nel commercio e nello smaltimento, criteri per la decisione di acquisti, scelta del mezzo di trasporto | A5: Trasparenza e sincerità dei produttori e fornitori di servizi, ad es. riguardo a sostanze contenute, consumo delle risorse, pubblicità, allevamento e cura degli animali |
| <b>B) Tu/voi ed i soldi</b>                                               | B1: deposito di denaro tenendo in considerazione le condizioni dignitose dell'uomo, economia del denaro e economia reale                           | B2: Offerte e prestiti in denaro a persone in condizioni di bisogno, interessi delle banche a persone in condizioni di bisogno                  | B3: Giusto compenso, soddisfazione riguardo alla distribuzione delle entrate e del possesso di beni in casa/nella famiglia, differenze di stipendio | B4: Effetti ambientali del denaro depositato nelle banche                                                                                       | B5: Trasparenza nel mercato finanziario, possibilità di codicisione dei clienti degli istituti finanziari (ad es. banche)                                                    |
| <b>C) La tua/vostra comunità familiare</b>                                | C1: Rispetto di se stessi, rapporto rispettoso degli altri, equilibrio tra lavoro e tempo libero ("work life balance"), comunicazione non violenta | C2: Aiuto in situazioni impreviste, scambio di beni, soccorso ad animali in difficoltà                                                          | C3: Divisione dei compiti quotidiani e straordinari in casa e in giardino, cura dei bambini e delle persone inferme, paghetta                       | C4: Impatto ecologico, ecologia dei mezzi di trasporto, raccolta differenziata, risparmio energetico                                            | C5: Ricerca del consenso, decisioni democratiche in casa/ nella famiglia                                                                                                     |
| <b>D) Il tuo/vostro vicinato</b>                                          | D1: Rapporto rispettoso con le persone nel proprio contesto, assenza di mobbing, senso e contributo positivo del lavoro                            | D2: Scambio di oggetti e informazioni, aiuto nelle emergenze, coraggio civile, impegno per la tutela dei più deboli, e protezione degli animali | D3: Accesso senza barriere, stesso lavoro stessa paga, impegno del consiglio aziendale, partneriariati sociali                                      | D4: Repair café, gruppi di acquisto, giardino comunitario, riciclo e riuso, sostenibilità ecologica nell'azienda                                | D5: Possibilità di co-decisione nel contesto abitativo, nella ditta e nella scuola, busta paga trasparente                                                                   |
| <b>E) Tu/voi come parte della comunità, della società e dell'ambiente</b> | E1: Rapporti sociali positivi, tutela della dignità umana                                                                                          | E2: Supporto nelle catastrofi, aiuto a persone bisognose e svantaggiate, protezione degli animali                                               | E3: Giustizia nelle decisioni del comune e delle istituzioni verso i richiedenti, reddito di base, assenza di lavoro nero ed evasione fiscale       | E4: Promozione della sostenibilità ambientale nella e tramite la società/comune, raccolta differenziata, trasporto pubblico                     | E5: Trasparenza, attività, co-decisione, cultura del dialogo nelle associazioni, nei comitati, nella società e nel comune                                                    |

La matrice ed il manuale sono stati adattati in collaborazione con [Tavolo Res. Bilanci di Giustizia](#) e [Banca Etica](#). Descrizioni dettagliate degli indicatori si trovano nel "Manuale del bilancio del bene comune" presente sul sito [www.economia-del-bene-comune.it](http://www.economia-del-bene-comune.it). Si prega di far pervenire feedback ai responsabili dei singoli indicatori (i dati di contatto sono disponibili sul sito). Adesso avviene un ulteriore sviluppo includendo i gruppi di lavoro di Schaffhausen (CH, D), di Graz (A) e di Salzburg (A) attraverso il progetto "Gemeinwohlorientiertes Leben" (vita orientata al bene comune)

<https://www.economia-del-bene-comune.it/famiglie-e-persone/>

L'idea di predisporre uno strumento di autoanalisi anche per i singoli che poi diventano i consumatori delle attività di impresa, nasce dalla collaborazione, sin dal 2014, di EBC con la Campagna di Bilanci di Giustizia.

Bilanci di Giustizia è un movimento di PERSONE che si pone domande sui propri consumi, sulla necessità di questi consumi e sulla provenienza dei beni che acquista.

Il cosiddetto CONSUMO RESPONSABILE che fa la differenza con il consumo e basta, permette al singolo, alla famiglia di essere ORGOGLIOSA di essere attenta a come e cosa compra, di essere faro per nuovi stili di vita compatibili con i temi della sostenibilità e i 17 Obiettivi dello sviluppo sostenibile.

Non si tratta né di privazioni né di mancanza di disponibilità finanziarie: si tratta di acquisire la consapevolezza che il singolo sia un effettivo portatore di interesse per chi produce beni e servizi. Le parole di padre Alex Zanotelli che in maniera rivoluzionaria sosteneva già negli anni '80 che "tutte le volte che compro, voto", ripreso in toto in tempi recenti dal Prof. Leonardo Becchetti con il *Voto col Portafoglio*, e dal movimento NEXT (Nuova Economia X Tutti) si intuisce quanto potere è in mano ai cittadini, che sono parte di una comunità e che sono parte del mondo intero, al momento dell'acquisto. L'acquisto consapevole è finalizzato a sostenere imprese virtuose, inclusive, rispettose dei valori che EBC propugna e che, grazie appunto al consumo responsabile dei consumatori, mettono in circolo un virtuosismo che davvero trasforma il pianeta.

Il consumatore non può più essere uno spettatore soprattutto in un momento così difficile per tutti perché vige il leitmotiv che "non c'è più tempo"...

È vero, non c'è più tempo, ma se tutti PRIMA avessimo capito quanto sia importante rispettare l'umanità e l'ambiente in cui vive, se davvero, al di là del credo religioso di ciascuno di noi, avessimo pensato che siamo sulla terra non per consumare ma per custodire e quindi rispettare ogni essere vivente, non saremmo arrivati all'attuale punto di non ritorno.

Davvero non c'è più tempo, la riflessione non deve essere solo dei governanti, degli Stati che alle volte pensano ai propri interessi egoistici e anche di predominanza, prevaricazione degli altri Stati, ma di tutti noi: cambiamo lo stile della nostra vita!

Il pensiero diffuso che ciascuno nel suo piccolo non può fare nulla va cambiato. Cerchiamo di essere consapevoli che la bellezza del singolo umano risiede nel fatto di non essere solo, ma di essere parte di un tutto che armonicamente collabora per la vita del pianeta stesso. Essere felici di poter contribuire al bene comune per tutti che non è la sommatoria dei beni di ciascuno, ma una finalità, la relazione tra tutti gli esseri viventi, un ragionare plurale che porta a praticare la natura pubblica della felicità (Tommaso D'Aquino - *Summa Theologiae*). In Italia, il movimento dell'economia del bene comune è presente con la Federazione per l'Economia del Bene Comune, costituita nel 2014, che ha assunto la forma di associazione di promozione sociale proprio per diffondere, formare e creare una comunità di imprese e cittadini che credono fortemente che un nuovo modo di fare economia sia possibile.

A livello internazionale, è allo studio un'etichetta che sarà messa alla disposizione dei consumatori e delle parti interessate, attraverso un QR CODE, che posizionato sul prodotto stesso o sul sito internet dell'impresa darà accesso al

punteggio e al bilancio completo dell'azienda (trasparenza dei dati) che risponde ai criteri universali di sostenibilità e di EBC.

Mi auguro che in futuro la cooperazione con UNI si intensifichi e che si possano sviluppare insieme delle prassi di riferimento o delle linee guida per indicare ai consumatori come adottare comportamenti di consumo responsabili ma soprattutto come operare dei cambiamenti di stile di vita che possano determinare sia un buono stato di salute delle persone sia la preservazione delle risorse naturali del pianeta. Su questo punto c'è ancora molta strada da fare perché occorre liberarsi di abitudini incardinate nel nostro quotidiano a partire dal dopo guerra e la formazione è assolutamente necessaria per rompere questi schemi.



**Lidia Di Vece**  
Presidente della Federazione dell'Economia del Bene Comune in Italia - EBC



## Il diritto alla riparabilità

Il diritto alla riparabilità è strettamente connesso alla sostenibilità. Oggi l'80% dell'inquinamento ambientale e il 90% dei costi di produzione dipendono dalle decisioni che vengono prese dai produttori in fase di ideazione dei dispositivi. Per questo diventa fondamentale tenerne conto quando parliamo di essere *green*. L'Europa detiene infatti il triste primato in fatto di produzione di Ræe: secondo il report "Global E-waste Monitor 2020" delle Nazioni Unite, infatti, i consumatori europei producono mediamente 16,2 kg di rifiuti elettronici in un anno.

Per questo motivo, Altroconsumo ha considerato positivamente l'inserimento del diritto alla riparazione (o *Right to repair*) previsto dal Regolamento 2021/341 dell'Unione europea per allungare la vita dei prodotti ed impattare meno sull'ambiente, coerentemente con la strategia del *new Green Deal*. Le nuove norme infatti obbligano i produttori di apparecchi elettronici come lavatrici, lavastoviglie, frigoriferi e televisori a rispettare determinati criteri di progettazione e realizzazione, per fare in modo che risultino facili da riparare. Con il diritto alla riparazione, inoltre, i produttori sono obbligati a rendere disponibili i pezzi di ricambio e le relative istruzioni per la riparazione. I produttori dovranno quindi assicurare ai riparatori professionisti uno *stock* di ricambi per circa un decennio, in modo da allungare il ciclo di vita e di utilizzabilità di un oggetto, evitandone la sostituzione precoce. L'idea è quella di spingere perché venga creata una rete di tecnici indipendenti che abbiano realmente interesse a riparare un prodotto, contrariamente a quanto è avvenuto finora. Troppo spesso è stata suggerita la sostituzione di un prodotto a fronte di prodotti difficili da riparare o con costi di riparazione ritenuti troppo elevati. Inoltre, il diritto alla riparazione prevede la possibilità di aggiornare i componenti, ma anche i software dei prodotti, sempre con l'obiettivo di ritardarne il fine vita.

Secondo Altroconsumo insomma, la strada verso un approccio realmente ecosostenibile è ancora lunga, ma il diritto alla riparabilità è sicuramente un primo passo che va nella giusta direzione. Tra gli aspetti da migliorare vi è il fatto che, per esempio, le nuove norme al momento si applicano soltanto alle lavatrici, lavastoviglie, frigoriferi e agli schermi, inclusi i televisori, o il fatto che non sia ancora compresa l'estensione ad altre tipologie di dispositivi più soggette all'obsolescenza programmata (per esempio gli *smartphone* e i *computer* portatili). Inoltre, perché la riparazione sia realmente possibile bisognerebbe andare verso la standardizzazione di alcuni componenti, in modo da agevolare l'accessibilità dei riparatori indipendenti, che oggi hanno bisogno di diversi strumenti anche solo per smontare gli apparecchi e accedere alle parti da sostituire. Questo è certamente un ambito in cui potrebbero svilupparsi nuovi *standard* tecnici, capaci di favorire oltre che un *design* più sostenibile i processi di riparazione, possibilmente applicandoli a tutti i prodotti immessi sul mercato, non solo ai Ræe.

Significativa anche la riformulazione relativa a contenere i tentativi di elusione delle norme: se-

condo il nuovo Regolamento 341/2021 Il fabbricante, l'importatore o il mandatario non può immettere sul mercato prodotti progettati per essere in grado di rilevare il fatto di essere sottoposti a prova (ad esempio riconoscendo le condizioni o il ciclo di prova) e reagire in modo specifico alterando automaticamente le loro prestazioni durante la prova allo scopo di raggiungere un livello più favorevole per qualsiasi parametro riportato nella documentazione tecnica.

D'altra parte la riparabilità dei prodotti in presenza di un difetto di conformità, durante il periodo della garanzia legale, rientra già nella gerarchia dei rimedi: viene infatti riconosciuto al consumatore, in primo luogo, la riparazione o la sostituzione del bene (rimedi primari) per ottenere il "ripristino della conformità" senza spese; in alternativa, se ciò non è possibile in quanto i due rimedi primari non risultano praticabili, il consumatore può richiedere la riduzione del prezzo o la risoluzione del contratto (rimedi secondari). Preme inoltre ricordare che il Codice Civile stabilisce, all'art. 1490, che il venditore è tenuto a garantire che la cosa venduta sia immune da vizi che la rendano inidonea all'uso a cui è destinata o ne diminuiscano in modo apprezzabile il valore. Mentre tale garanzia può essere derogata contrattualmente, la protezione offerta al consumatore dall'art 130 del Codice del Consumo non può essere in alcun modo ridotta dalla volontà delle parti.

Il venditore risponde quindi per qualsiasi difetto di conformità esistente al momento della consegna del bene che si prescrive in 24 mesi, pertanto, il consumatore deve sempre e comunque rivolgersi al venditore, che è l'unico soggetto con il quale ha un rapporto contrattuale. Il produttore dovrà rispondere in prima battuta dell'eventuale non conformità del bene consegnato al consumatore soltanto nella misura in cui eserciti forme dirette di vendita al consumo. In realtà, chi scrive ha sempre sostenuto ci dovesse essere una responsabilità in solido di venditori e produttori, soprattutto la normativa non esime alcuni produttori dal rispondere ad un'esigenza di progettazione ecosostenibile, che consenta la riparabilità dei prodotti, assicurando anche la produzione di pezzi di ricambio. Questa almeno è l'aspettativa dei consumatori, corroborata dalle numerose segnalazioni arrivate alla nostra organizzazione di consumatori negli anni.

Anche un importante progetto di ricerca finanziato dall'Unione europea in corso, PROMPT <https://prompt-project.eu/>, ha l'ambizione di aiutare a estendere la vita dei propri prodotti attraverso un monitoraggio continuo dei tentativi di riparazione, per combattere l'obsolescenza precoce. Dai primi dati preliminari è emerso che non è stato effettuato alcun tentativo di riparazione per circa 1/3 di tutti i prodotti segnalati, indipendentemente dal fatto che i prodotti fossero o meno ancora coperti da una garanzia legale. Preconcetti su prezzo e accessibilità sembrerebbero tra i principali fattori che ostacolano la riparazione, principalmente la mancanza di conoscenza su quali siano le opzioni a disposizione per far riparare un prodotto. La scelta della sostituzione ri-

spetto alla riparazione è troppo spesso guidata dal prezzo tra la riparazione e l'acquisto di un nuovo prodotto senza troppa considerazione per le esternalità negative. Inoltre, più probabile che i consumatori cerchino di riparare i grandi elettrodomestici rispetto ai piccoli elettrodomestici o all'elettronica di consumo.

L'obsolescenza prematura delle apparecchiature elettriche ed elettroniche si conferma quindi uno dei principali fattori che determinano la generazione di rifiuti da questa categoria di prodotti. Essendo il risultato di un *mix* di molti elementi tecnici e non, questo fenomeno è tanto complesso quanto importante.

Il progetto PROMPT (*Premature Obsolescence Multi-stakeholder Product Testing Program*) mira per questa ragione a ridurre le asimmetrie informative tra produttori e consumatori rendendo misurabile l'obsolescenza. Nell'ambito delle sue attività, le organizzazioni dei consumatori in sette paesi europei (Belgio, Francia, Germania, Italia, Portogallo, Spagna e Paesi Bassi) hanno iniziato a raccogliere dati comparabili sulle esperienze dei consumatori con prodotti non riusciti. In cinque di questi Paesi è stata lanciata una piattaforma online sempre disponibile, che consente ai consumatori di segnalare i prodotti di cui si aspettavano un uso più lungo.

Nel gennaio 2021, la Francia ha introdotto un indice di riparabilità per cinque gruppi di prodotti (legge n° 2020-105). La stessa Legge prevede inoltre che entro il 2024 l'indice un indice di durabilità comprensivo di criteri aggiuntivi, come l'affidabilità del prodotto. Recentemente, l'Agenzia francese per l'ambiente (ADEME) ha pubblicato uno studio preparatorio per la costruzione di tale indice. In Italia, ci sono state alcune proposte di iniziativa parlamentare durante la corrente legislatura che non hanno tuttavia fatto molto strada. In questo quadro, la conclusione è l'auspicio è che tutti gli attori del mercato facciano la propria parte nello sviluppare *design* e processi ecosostenibili, ma soprattutto sia incentivata - se serve anche con nuovi *standard* che certifichino le competenze - una nuova cultura della riparazione, perché questo significa contribuire all'economia circolare creando verosimilmente nuovi posti di lavoro e fornendo un servizio utile ai consumatori e all'ambiente.



Luisa Crisigiovanni  
Segretario Generale Altroconsumo

## Per avere una maggiore riparabilità, le norme devono fare la loro parte

Ora è più chiaro che mai - non possiamo riciclare la nostra via d'uscita dal problema dei rifiuti e dell'inquinamento. Con solo il 35 per cento dei rifiuti elettronici raccolti e trattati correttamente nell'UE, gli effetti negativi della nostra cultura dello scarto sono innegabili. È tempo di cambiare i nostri prodotti di tutti i giorni e fare della sostenibilità la norma. Questo può essere raggiunto solamente se ognuno fa la sua parte - abbiamo bisogno di politiche innovative, di norme lungimiranti che le sostengano e di strumenti adeguati per informare e guidare i consumatori verso scelte migliori.

### La norma come abilitatore per la sostenibilità

Alcuni studi hanno dimostrato che la grande maggioranza dei consumatori dell'UE preferirebbe riparare i propri beni piuttosto che comprarne di nuovi. È giunto il momento di garantire che i prodotti immessi sul mercato dell'UE siano progettati per essere durevoli e possano essere riparati in caso di rottura.

In realtà, l'UE è sul punto di sviluppare politiche di prodotto ambiziose, come l'Iniziativa per Prodotti Sostenibili, che potrebbe essere un punto di svolta per tutti i prodotti quotidiani. Tali politiche, tuttavia, devono essere sostenute da un'ampia gamma di norme tecniche, che contribuiscano a mettere in pratica le disposizioni giuridiche.

Già nel 2015, nell'ambito del Piano d'Azione del Pacchetto sull'Economia Circolare, la Commissione Europea ha richiesto lo sviluppo di una serie di metodologie generali che affrontino gli aspetti di efficienza del materiale dei prodotti connessi all'energia. In altre parole, le nuove norme dovevano esaminare la durata del prodotto, la riparabilità, la riutilizzabilità, la rigenerabilità, la riciclabilità e il contenuto riciclato. Questo lavoro è stato completato nel 2020, con la pubblicazione della serie di norme EN 4555X, che intende supportare l'introduzione di requisiti di progettazione sull'efficienza dei materiali per una serie di prodotti, tra cui frigoriferi, lavastoviglie e lavatrici.

Le norme sono state elaborate nell'ambito del CEN-CENELEC Joint TC10 "Material efficiency aspects for products in scope of ecodesign legislation", con la partecipazione attiva dell'ECOS, che rappresenta le ONG ambientali europee e garantisce che il risultato finale abbia funzionato per l'ambiente e i consumatori. Abbiamo contribuito alla stesura delle norme e abbiamo convocato il gruppo di lavoro per sviluppare la metodologia per determinare quanto sia facile riparare, riutilizzare o aggiornare i prodotti. Questo lavoro ha portato alla pubblicazione della norma EN 45554:2020, che segna un passo importante verso una migliore progettazione e riduzione degli sprechi.

### Etichettatura dei prodotti - il modo più semplice per chiarire le cose

Politiche e norme ambiziose sono fondamentali per rendere i prodotti più sostenibili, ma è anche fondamentale che i consumatori siano fortificati nelle loro scelte quotidiane.



#### Le persone hanno informazioni affidabili

Le etichette forniscono informazioni ambientali chiare e comparabili, facilitando la ricerca dei prodotti più sostenibili dal punto di vista ambientale.

Ti piace l'idea? Non è ancora un dato. L'UE deve prima concordare un'ambiziosa Iniziativa per Prodotti Sostenibili



#### I prodotti sono fatti per durare e facile da riparare

I prodotti sono progettati per una vita lunga e una facile riparazione, mentre gli articoli monouso sono completamente eliminati.

Ti piace l'idea? Non è ancora un dato. L'UE deve prima concordare un'ambiziosa Iniziativa per Prodotti Sostenibili.

Grazie alla norma EN 45554:2020, sarà possibile aggregare tutti i criteri rilevanti in un unico punteggio di riparabilità, che potrà poi essere visualizzato sull'etichetta del prodotto. Che cosa significa in pratica? Quando si acquista un nuovo televisore, un consumatore potrebbe confrontare non solo l'efficienza energetica di diverse marche e modelli, ma anche quanto è facile da riparare o quanto dura generalmente.

Queste informazioni supplementari, a loro volta, guiderebbero i clienti verso prodotti realmente efficienti e durevoli. La ben nota etichetta energetica lo ha fatto per anni, contribuendo a ridurre le bollette energetiche - ma è ora di fare un passo avanti e classificare i prodotti anche in base al loro livello di riparabilità, in modo che gli acquirenti possano evitare le ITC e l'elettronica che tendono a rompersi troppo spesso.

### Entriamo nel futuro - la sostenibilità potrebbe essere la norma per i nostri prodotti di tutti i giorni

Nel 2021 l'Unione Europea si trova di fronte a un'opportunità unica per rendere i prodotti veramente sostenibili. A dicembre, la Commissione intende annunciare i dettagli della sua Sustainable Products Initiative (SPI), una serie di fascicoli legislativi volti a promuovere la circolarità del mercato unico dell'UE.

L'SPI determinerà i requisiti che i prodotti devono soddisfare per poter essere autorizzati nell'UE, sulla base del successo delle politiche esistenti in materia di progettazione ecocompatibile ed etichettatura energetica, che si stima portino a un risparmio energetico di circa 230 Mtep (milioni di tonnellate equivalente di petrolio) entro il 2030. Come? Una combinazione di meccanismi *push and pull* fornisce incentivi per allontanare i peggiori esecutori dal mercato, premiando i prodotti più efficienti con etichette energetiche di alta classe. La SPI dovrebbe estendere i requisiti minimi a tutta una nuova gamma di settori (come il tessile o l'edilizia), e assicurarsi che i prodotti non siano solo efficienti sotto il profilo energetico, ma anche

riparabili, durevoli, riciclabili e privi di sostanze chimiche pericolose. Farà anche in modo che i consumatori sappiano esattamente quale prodotto scegliere, grazie a etichette ambiziose, che forniranno tutte le informazioni necessarie, compreso un punteggio di riparabilità per gli apparecchi comuni. Inutile dire che anche la serie di norme EN 4555X svolgerà un ruolo chiave.

Una maggiore riparabilità e riutilizzabilità potrebbe diventare una realtà e portare a prodotti più duraturi, meno rifiuti e grandi risparmi di materiali ed energia. Va da sé che le norme tecniche potrebbero svolgere un ruolo chiave in questa transizione. Come spesso accade con le norme, tuttavia, il diavolo è nei dettagli: esse supporteranno la sostenibilità solo finché saranno sviluppate tenendo conto delle esigenze del pianeta.



**Nerea Ruiz Fuente**  
Policy Director  
ECOS - Environmental Coalition on Standards



## Normazione ISO: strategie e sfide per i consumatori

Intervista a Annunziata Serena Pandarola, componente dell'Ufficio di Presidenza di ACU, rappresentante del CNCU nell'ISO/COPOLCO



**È stata appena nominata rappresentante del CNCU nell'ISO/COPOLCO, ci può raccontare qualcosa di Lei e della Sua esperienza nella tutela dei consumatori? Quali aspettative ha rispetto ai lavori dell'ISO/COPOLCO?**

ACU, l'Associazione Consumatori Utenti, è membro effettivo del CNCU (Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti), di cui fanno parte il Presidente Nazionale di ACU, dott. Gianni Cavinato e membro supplente avv. Giovanni Santovito. Lavoro a stretto contatto con loro, facendo parte dell'Ufficio di Presidenza di ACU. Quando mi è giunta la notizia di essere stata candidata a rappresentare il CNCU in ISO/COPOLCO ho subito accolto con entusiasmo questa notizia e poi ho avuto la conferma di essere stata nominata quale nuova rappresentante dei consumatori italiani presso il Comitato internazionale dell'ISO per la tutela dei consumatori nella normazione. Questa nomina di fatto risulta essere, in una visione di insieme, la naturale prosecuzione delle attività che attualmente svolgo, in seno al CNCU, quale membro della Commissione Politiche Europee e quale membro supplente presso l'ANEC.

Questo incarico rappresenta, altresì, un'ulteriore occasione di approfondimento circa tematiche professionali di ampio respiro internazionale, che ho avuto modo di esaminare negli ultimi sette anni, partecipando alle riunioni degli esperti della UNCTAD, Organismo dell'ONU deputato, tra l'altro, allo studio in materia di tutela del consumatore e della concorrenza.

Con l'ingresso in questa ulteriore realtà internazionale dell'ISO-COPOLCO, mi propongo di suggerire ulteriori iniziative volte a riportare l'essere umano e il pianeta terra, entrambi portatori di bisogni e fragilità peculiari, al centro delle riflessioni a cui attingere per lo sviluppo della normazione tecnica volontaria. Ciò al fine, non solo di garantire un supporto indispensabile al raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, ma anche di favorire il ritorno ad un mercato ove le regole adottate siano trasparenti e garantiscano il pluralismo effettivo dell'offerta e della domanda.

**Quale ruolo può avere secondo lei, la normazione tecnica volontaria a supporto della tutela del consumatore? In quali ambiti la normazione può**

**contribuire ad aumentare la consapevolezza del consumatore in un contesto di grandi cambiamenti come quello che stiamo vivendo?**

Nell'era della globalizzazione, non solo dei consumi ma anche delle problematiche, la normazione tecnica volontaria è supporto indispensabile per colmare il divario esistente tra il mondo delle leggi e quello della società che si evolve in maniera molto più rapida, di quanto non facciano le regole cogenti. Inoltre, la normazione tecnica volontaria, in quanto tale, può consentire alle imprese di essere fautrici della riduzione delle asimmetrie informative esistenti tra consumatori e operatori professionali del mercato, al fine di ottenere, come conseguenza diretta, quella di rendere i consumatori soggetti consapevoli delle loro scelte e di accrescere il rapporto fiduciario tra chi fa impresa e chi acquista sul mercato (tradizionale e/o digitale) prodotti e servizi.

L'importanza di una maggiore consapevolezza risulta, oggi, di conclamata evidenza proprio nei settori come l'e-commerce e l'economia digitale, dove, se da un lato assistiamo a un ruolo sempre più interattivo da parte degli utenti non professionali, dall'altro gli stessi spesso sono incapaci di raggiungere un livello di consapevolezza adeguato, rispetto alle scelte che sono chiamati ad effettuare, perché vittime di asimmetrie di strumenti interpretativi tra domanda e offerta.

Nel mondo digitale, questo avviene per un verso a causa delle grandi piattaforme e dei social network, per l'altro, per ragioni legate al sistema degli algoritmi. Le prime, infatti, condizionano, spesso agendo a livello subconscio, le scelte economiche e sociali del consumatore; il secondo crea, invece, nuove disuguaglianze sociali ed economiche a scapito di singoli o gruppi sociali. Entrambi i fenomeni rischiano di determinare una nuova forma di oscurantismo medievale nell'era digitale, dove la conoscenza ed il potere socio-economico è riservato a pochissimi eletti (cfr. *Big five del tech*).

**Quali temi pensa siano di importanza fondamentale per il consumatore italiano e come questi**

**potranno secondo Lei essere trasferiti al contesto della normazione ISO?**

In questa nostra era, caratterizzata dalla interconnessione e da un nuovo modo di intendere il concetto di comunità, a mio parere alcuni dei temi d'importanza fondamentale per i consumatori italiani, e non solo, sono quelli legati alla *privacy* - anche alla luce delle restrizioni imposte nell'epoca post COVID, alla cessione di dati personali e al valore economico da attribuire a questi stessi dati, in cambio dell'accesso a contenuti digitali. In particolare, il consumatore italiano sconta un tasso di analfabetismo digitale molto alto che lo rende soggetto inconsapevole, quindi ancora più fragile, rispetto all'era digitale in cui, suo malgrado, agisce.

Spostando il nostro punto di osservazione, altri temi di fondamentale importanza sono quelli legati alla nuova figura del *prosumer*, al consumo etico nel rispetto dell'ambiente e delle generazioni future, alla necessità di creare delle norme in grado di rispondere a nuove esigenze e sensibilità; mi riferisco, ad esempio, alla finanza etica, all'economia circolare e alla disciplina delle nuove professioni. Tutte le tematiche sopra indicate hanno in comune il fatto che per essere comprese, e quindi divenire strumenti per migliorare la condizione del consumatore, necessitano della sinergia di tutti gli *stakeholder* coinvolti.

Credo, infatti, alla luce delle considerazioni susposte, che la normazione tecnica volontaria possa svolgere il nobile ruolo, oggi più di ieri, di ispirare e di indirizzare non solo le imprese e con esse i consumatori - quali diretti interlocutori delle prime - ma anche gli Stati, le istituzioni europee e quelle internazionali.

Questi ultimi, pertanto, potranno attingere dall'esperienza maturata in seno alla normazione tecnica per dare vita a quei sistemi di "*soft law*" in grado di interagire con il sistema economico-finanziario in modo efficace e celere, al fine di rieducare i mercati ed i suoi protagonisti a "funzionare" in modo non solo efficiente, ma anche etico nell'interesse delle persone e del pianeta terra.



## ISO/COPOLCO E LE STRATEGIE DI NORMAZIONE PER I CONSUMATORI

L'ISO/COPOLCO è l'organo che nel contesto ISO opera a supporto delle strategie di normazione per la tutela dei consumatori.

In particolare:

- **studia gli strumenti** per aiutare i consumatori a beneficiare della normazione volontaria, e per migliorare la partecipazione dei consumatori alle attività di nella normazione nazionale ed internazionale
- **rappresenta** un forum per lo scambio di informazioni sulle esperienze dei consumatori nello sviluppo ed implementazione di norme e su altre questioni di loro interesse nei contesti della normazione nazionale ed internazionale
- **ha funzione consultiva** per il Consiglio ISO per quanto riguarda le tematiche di interesse dei consumatori in merito all'attività di normazione e a quelle correlate alla valutazione di conformità agli *standard*
- **raccomanda** al Consiglio ISO azioni o politiche dedicate per rispondere ai bisogni dei consumatori

Partecipano alle diverse attività dell'ISO/COPOLCO 129 Paesi tra partecipanti effettivi e osservatori.

- Sono state sviluppate sotto la diretta responsabilità dell'ISO/COPOLCO le seguenti Guide ISO:
- ISO/IEC GUIDE 14:2018 *Products and related services - Information for consumers*
- ISO/IEC GUIDE 37:2012 *Instructions for use of products by consumers*
- ISO/IEC GUIDE 41:2018 *Packaging - Recommendations for addressing consumer needs*
- ISO/IEC GUIDE 46:2017 *Comparative testing of consumer products and related services - General principles*
- ISO/IEC GUIDE 50:2014 *Safety aspects - Guidelines for child safety in standards and other specifications*
- ISO/IEC GUIDE 51:2014 *Safety aspects - Guidelines for their inclusion in standards*
- ISO/IEC GUIDE 74:2004 *Graphical symbols - Technical guidelines for the consideration of consumers' needs*
- ISO/IEC GUIDE 76:2020 *Development of service standards - Recommendations for addressing consumer issues*

## I CONSUMATORI NELLA PRESIDENZA ITALIANA DEL G20

### Consapevolezza e protezione dei consumatori nell'economia digitale globale

Dal 2017, i Ministri del G20 hanno prestato attenzione alla protezione dei consumatori nell'economia digitale e nel 2018 in Argentina è stato lanciato il *Toolkit* per la protezione dei consumatori digitali.

Una maggiore e migliore trasparenza nei mercati digitali dovrebbe affrontare non solo le asimmetrie nelle transazioni individuali, ma anche promuovere la consapevolezza e il potenziamento delle capacità (*empowerment*) dei consumatori, al fine di far svolgere ai consumatori un ruolo attivo nel plasmare lo sviluppo economico sostenibile.

Facendo tesoro dei precedenti risultati del G20 e dato il forte aumento delle transazioni online e del commercio elettronico durante la pandemia, ci impegniamo ad agire per incrementare la sensibilità, le capacità e l'educazione dei consumatori, anche attraverso programmi di alfabetizzazione digitale, con l'obiettivo di prevenire i danni ai consumatori e garantire la protezione dei consumatori per quanto riguarda la qualità e la sicurezza dei prodotti, la *privacy* e la protezione dei dati personali, e le pratiche commerciali sleali, con particolare attenzione ai consumatori vulnerabili.

Riconosciamo l'importanza della ricerca e dell'intervento nel campo della protezione dei consumatori nell'economia digitale al fine di prevenire le implicazioni dannose dello sviluppo tecnologico per i cittadini e per stare al passo con l'evoluzione tecnologica.

Promuoviamo una più forte cooperazione internazionale tra le autorità di protezione dei consumatori e iniziative di impegno e coordinamento *multistakeholder* e riconosciamo il valore degli sforzi internazionali in corso come il *Global Recalls Portal* dell'OCSE e altri strumenti e linee guida esistenti per proteggere i consumatori.

Accogliamo con favore il *Forum multistakeholder sulla consapevolezza dei consumatori, la protezione e la blockchain per la tracciabilità nell'economia digitale*, tenutosi a maggio 2021, e l'invito a promuovere una crescente cooperazione internazionale e lo scambio di pratiche, per far avanzare la protezione dei consumatori come mezzo per sostenere la crescita dell'economia digitale. Speriamo che simili opportunità di consultazione ampia e aperta in questo campo continuino regolarmente nei prossimi anni.

*La Blockchain nelle catene globali del valore: Raccolta G20 di Pratiche ed Esempi*, sviluppata dalla Presidenza come esito del Forum, ha indicato che l'uso delle tecnologie di registro distribuito (DLT), come la *blockchain*, nelle catene globali del valore, ha la possibilità di offrire maggiore trasparenza e responsabilità per i consumatori. Tuttavia, le aziende, soprattutto le PMI, devono affrontare particolari ostacoli nell'adozione di soluzioni basate sulle DLT. L'analisi in oggetto ha identificato le opportunità offerte, così come le sfide esistenti nell'uso delle DLT, in particolare nei paesi in via di sviluppo, e può contribuire a far luce sulle esperienze e le pratiche di paesi del G20, OI, imprese e altri *stakeholder*.

### Estratto della Dichiarazione dei Ministri del Digitale del G20

**"Sfruttare la digitalizzazione per una ripresa resiliente, forte, sostenibile e inclusiva" - Trieste, 5 agosto 2021**

## Un progresso fatto di regole: come la normazione volontaria può migliorare la salute delle persone con la dieta mediterranea

I nuovi modelli alimentari, in continua evoluzione, per rispondere sempre più ad una pluralità di esigenze del consumatore, danno continuamente vita ad un vastissimo assortimento dei prodotti.

Questa tendenza - che ha assunto caratteri strutturali - sta obbligando, i diversi operatori della filiera agroalimentare e agroindustriale, ad adottare comportamenti strategici capaci di coniugare la competitività con una domanda più consapevole del consumatore. Si sta altresì evidenziando, sempre di più, il fenomeno della localizzazione, che non si limita più agli aspetti produttivi ma si allarga anche alle modalità distributive. Con la Legge di orientamento (228 del 18/5/2001) si è realizzata una rivoluzione copernicana nel settore agricolo che mette l'imprenditore agricolo nelle condizioni di produrre, trasformare e vendere i suoi prodotti divenendo così imprenditore e "proprietario" (non solo possessore) del proprio prodotto. Un fenomeno straordinario che ha messo in evidenza quanto il territorio riesca a distinguersi attraverso il contatto diretto con il consumatore e il senso di appartenenza territoriale che rappresentano fattori di competitività ineludibili nel contesto di un sistema globale. Si sono rivalutati i singoli territori da cui è possibile attingere tutte le risorse materiali e immateriali che ne costituiscono il patrimonio.

La localizzazione, così intesa, rappresenta una strategia necessaria per guadagnare nuovi spazi economici e fruttuose posizioni nella globalizzazione dei mercati. La tendenza - da parte di tutte le filiere - a produrre alimenti che hanno radici salde nel territorio ma allo stesso tempo hanno forti potenzialità per raggiungere mercati distanti, trova puntuale coincidenza con una pressante domanda del consumatore, sempre più consapevole, che finisce col modificare tutti i segmenti delle varie filiere. Perciò l'impegno a favore della competitività, deve essere innanzitutto rispettoso dei diritti e degli interessi di ognuno e deve essere finalizzato essenzialmente alla realizzazione di una nuova qualità della produzione, del lavoro e della vita delle persone, nel rispetto dell'ambiente e del territorio. In altre parole, si tratta di coniugare etica e competitività per uno sviluppo sostenibile. Lo studio *"EY Future Consumer Index"* di Ernst & Young Italia, giunto alla settima edizione e pubblicato nel giugno scorso, conferma questa tendenza generalizzata e mette in evidenza che:

- il 74% della popolazione è attenta all'impatto ambientale;
- il 66% all'impatto sociale;
- l'82% alla produzione sostenibile.

Tale studio sottolinea inoltre che i cittadini sono disposti a pagare di più per la qualità, il 48% per il prodotto locale, il 42%, per la salute e il 36% per la sostenibilità. Un altro dato interessante che vale la pena sottolineare, è rappresentato dagli atteggiamenti degli italiani verso la sostenibilità, che sono di gran lunga migliori rispetto alla media globale: 74% Italia e 51% a livello globale.

Lo spaccato di una realtà così interessante, fa il paio con quanto rilevato dal *panel* consumatori GfK EURISCO/DNV.





L'80% delle imprese ritiene che un sistema di gestione ambientale, basata su standard UNI EN ISO14001 è una certificazione che genera valore aggiunto per il *business* e, in generale, la certificazione è un aiuto importante per la conformità alle normative per il 77% e rappresenta un miglioramento delle performance per il 72% degli intervistati. Questa presa di coscienza della società e del mondo imprenditoriale, si pone come monito per far acquisire la consapevolezza da parte di qualsivoglia livello istituzionale, che una visione più oculata e attenta alle Politiche di sviluppo, non può non tenere conto dei bisogni della società e del rispetto nei confronti del grande "Contenitore" che la contiene. Senza volermi spingere oltre, credo si possa affermare con il supporto di questi dati, che la parola, "crescita" - termine usato spesso ancora oggi quando si parla dell'aumento del PIL con enfasi - non possa più essere rappresentata come elemento positivo di sviluppo a prescindere, perché tale definizione non contempla l'etica, l'ambiente, la cultura, i valori che rappresentano i driver ineludibili per un progresso degno di tale nome.

Il PIL considerato come unico riferimento di sviluppo, non è esaustivo dei requisiti necessari per considerare tale uno sviluppo sostenibile.

Emblematico il discorso sul PIL di Robert Kennedy: il PIL è un indicatore inadeguato del benessere delle Nazioni economicamente sviluppate: misura tutto in breve, eccetto ciò che rende la vita veramente degna di essere vissuta.

La novità importante in tale contesto è rappresentata dall'avvio di un profondo cambio di passo, tracciato nel contenuto della legge 163 del 4/8/2016, che riforma il bilancio dello Stato introducendo il BES (Benessere Equo Sostenibile) come indicatore di sviluppo sostenibile, capace di mitigare la "dittatura" del PIL. Salute, ambiente, relazioni sociali, patrimonio culturale, legalità sono solo alcuni dei 12 indicatori che determineranno le scelte politiche utili alla vita quotidiana delle persone. Nella relazione BES 2021 inviata al Parlamento nel mese di marzo e allegata al DEF approvato il 15/4/21, si estendono le previsioni del 2021/23 al 2024. Altro dato interessante è rappresentato dal secondo capitolo della relazione, che effettua una valutazione qualitativa, sulla base dei 12 indicatori BES, nelle singole misure (investimenti e risorse), previste nel PNRR. Questo nuovo processo, già avvia-

to negli anni precedenti, teso a creare condizioni di vero sviluppo sostenibile, oltre ad essere recepito nei documenti ufficiali, si auspica venga concretamente "percepito" dall'intero sistema socioeconomico del nostro Paese. In tale ottica deve essere letta la visione e il grande impegno profuso dall'UNI, nell'aver pubblicato la UNI/PdR 25:2016 "Dieta Mediterranea patrimonio immateriale UNESCO - Linee guida per la promozione di uno stile di vita e di una cultura favorevole allo sviluppo sostenibile" contenente le linee guida per la promozione di uno stile di vita e di una cultura favorevole allo sviluppo sostenibile, nel novembre 2016. Tale Prassi di Riferimento può essere considerata senza dubbio un saggio, e come tale rappresenta uno strumento formidabile per intraprendere un processo vero di valorizzazione e di definizione dei principi fondanti della Dieta Mediterranea che trovano il loro fulcro nella sostenibilità. Il percorso posto in essere è altresì coerente con quanto sancito nell'agenda ONU 2030.

Si tratta in definitiva, di costruire una Infrastruttura Sociale che nell'ottemperare ai principi e ai valori sanciti dall'Unesco, offra ai cittadini consumatori l'opportunità di aderire con consapevolezza a un modello alimentare e a uno stile di vita sano, capaci di migliorare la qualità della vita.

La Dieta Mediterranea, considerata come il miglior modello alimentare al mondo dall'OMS e dalla FAO, è per il quinto anno consecutivo, in vetta alla classifica redatta dal *U.S. News & World Reports* su 35 modelli alimentari nel mondo. L'implementazio-

ne della UNI/PdR 25:2016 all'interno del Pianeta scuola, nel sistema agroalimentare e agroindustriale, nelle mense scolastiche e pubbliche, nella ristorazione collettiva, nel sistema alberghiero e agriturismo, rappresenta senza dubbio l'opportunità offerta alla società e al sistema imprenditoriale, per un cambio di passo coerente con l'avvio di un rinnovato processo di sviluppo sostenibile.

Questo modello operativo grazie a UNI, ha l'ambizione di fornire le "Regole" e le modalità operative utili ad aumentare la consapevolezza del cittadino consumatore, mettendolo nelle condizioni ottimali per esercitare la libertà di decidere e di scegliere.



**Vito Amendolara**  
*Presidente Osservatorio Dieta Mediterranea*

#### L'OSSERVATORIO DIETA MEDITERRANEA

L'Osservatorio nasce con lo scopo di diffondere, promuovere un modello di sviluppo durevole basato sulla Dieta Mediterranea, valorizzandone gli aspetti nutrizionali, sociali, economici e storico culturali e per trasmetterli alle giovani generazioni, attraverso la prassi di riferimento di UNI, da condividere con Enti, Istituzioni, scuole, imprese e singoli cittadini. L'Osservatorio - costituito da UNI, Università Parthenope di Napoli, Ordine Nazionale dei Biologi, Ciheam e OCSE - ha realizzato convenzioni con L'Associazione Nazionale Cuochi, la Direzione Scolastica Regionale della Campania, Istituto Scienze Alimentari CNR, con l'obiettivo di:

- diffondere UNI/PdR 25:2016 "Dieta Mediterranea patrimonio immateriale UNESCO - Linee guida per la promozione di uno stile di vita e di una cultura favorevole allo sviluppo sostenibile";
- svolgere azioni di implementazione e monitoraggio dell'adozione del Modello Dieta Mediterranea;
- promuovere la formazione e sperimentare nuove modalità idonee a definire nuovi profili professionali;
- realizzare reti e sinergie con il tessuto socio economico e culturale per rispondere alla forte esigenza di innovazione del mondo produttivo;
- sviluppare attività di studio e ricerca scientifica in un contesto di collaborazione e sviluppo di sinergie con imprese, università, centri di ricerca pubblici e privati, etc;
- facilitare la condivisione delle conoscenze e il lavoro in rete attraverso seminari, convegni, scambi e altre iniziative.



## Pregi e limiti della normazione consensuale e volontaria per tutelare i giovanissimi consumatori

Intervista a Rocco Scopelliti, Regulatory Affairs Specialist, Assogiocattoli



### Ci racconta in breve cos'è Assogiocattoli e come si relaziona con UNI?

Assogiocattoli è l'Associazione Italiana fondata nel 1947 che rappresenta, con circa 200 iscritti, una grossa fetta delle imprese che operano nei settori giochi e giocattoli, prodotti di prima infanzia, festività e party. Ad Assogiocattoli aderiscono aziende che producono, importano, distribuiscono o rappresentano beni appartenenti ad una o più delle categorie merceologiche rappresentate. Nel suo ruolo istituzionale, l'associazione ha regolari rapporti e contatti con diverse Istituzioni nazionali e internazionali quali: Ministeri, Sindacati di Categoria, Unioncamere, Agenzia delle Dogane, Guardia di Finanza, Enti Fieristici, Laboratori accreditati, CEN, TIE (Associazione Europea industrie del giocattolo), ENPC (Confederazione Europea Produttori articoli di puericultura), CNAC (Consiglio Nazionale Anticontraffazione). Direttamente o tramite i tecnici delle aziende associate siamo presenti all'interno delle commissioni tecniche UNI/CT 042/GL 12 "Sicurezza del giocattolo" e UNI/CT 042/GL 13 "Articoli per puericultura".

**La sicurezza dei giocattoli nell'Unione Europea è una priorità. Per commercializzare i giocattoli in questa vasta area, sono disponibili due tipologie di valutazione della conformità. Il produttore può ricorrere all'autocertificazione utilizzando le norme tecniche volontarie armonizzate oppure ricorrere al sistema di verifica da terze parti attraverso un organismo notificato. Inoltre, tutti i giocattoli venduti nell'Area Economica Europea devono portare il marchio CE; questo significa che tutti i prodotti sono stati valutati per essere conformi ai requisiti di sicurezza, salute e protezione dell'ambiente.**

**Il sistema europeo così come è stato concepito riesce a garantire la sicurezza dei bambini? I produttori sono soddisfatti? Ci sono delle lacune nel sistema e come si potrebbero risolvere?**

L'UE ha la legislazione più completa al mondo in tema di sicurezza dei giocattoli. Questa tipologia di prodotto deve rispondere a norme molto più stringenti rispetto ad altri prodotti di consumo

utilizzati ugualmente, o anche più frequentemente, dai bambini (come ad esempio articoli di abbigliamento, lenzuola, arredi, ecc.).

La soluzione al problema dei giocattoli non sicuri non può quindi provenire dalla continua introduzione di requisiti tecnici sempre più stringenti, ma probabilmente dall'implementazione di ciò che è già in vigore e dalla sorveglianza più mirata e selettiva dei canali di distribuzione. Dall'ultimo rapporto del TIE (*Toy Industries of Europe*), infatti, si è chiaramente capito che esiste un lato effettivamente debole nel sistema di controllo ed è quello relativo ai giocattoli venduti online.

La sicurezza dei bambini è messa a rischio da un alto numero di giocattoli non sicuri proposti da operatori extra europei che, pur non presenti fisicamente sul territorio comunitario, lo raggiungono facilmente attraverso il canale online. Le piattaforme digitali ospitano questi operatori come parte del loro modello di *business*, ma non hanno ad oggi alcuna responsabilità reale nel valutare, anche sommariamente, la sicurezza dei prodotti che mettono a disposizione del consumatore dell'UE.

### Come intendono organizzarsi i produttori di giocattoli per rispettare la transizione in atto che prevede il ri-uso delle componenti del giocattolo guasto e la riparabilità quando possibile? Qual è la posizione dell'Associazione rispetto al concetto di riparabilità?

I giocattoli hanno una vita media di 15 anni. Dopo l'uso, molti giocattoli sono donati ad amici e parenti, conservati per ricordo o per le generazioni future. Il tema della sostenibilità è una sfida particolare per i produttori di giocattoli. Il riuso e la riparazione rappresentano iniziative importanti nel campo della sostenibilità ma si deve essere in grado di garantire gli stessi livelli di sicurezza e conformità che sono propri dei prodotti nuovi. Potrebbe quindi esistere anche una questione di costi legati ad eventuali obblighi di ri-certificazio-

ne (e conseguenti responsabilità che ne derivano) da cui non si può prescindere, perché le regole di sicurezza del prodotto non sono mai oggetto di compromesso. La domanda tocca una questione dalle molte sfaccettature che va valutata con attenzione nella sua complessità.

### A suo avviso cosa manca ancora per garantire la sicurezza dei bambini quando giocano; quali sono i temi ancora da approfondire? Come difendere il mercato europeo dalle importazioni di giocattoli non conformi alle norme di sicurezza in vigore?

Il settore del giocattolo non è estraneo alla contraffazione. I falsari cercano di guadagnare dalla violazione dei diritti di proprietà intellettuale ma anche aggirando le norme in materia sicurezza; di questo elemento il consumatore deve avere chiara consapevolezza.

L'attività degli uffici doganali e delle altre autorità di controllo presenti sul territorio è encomiabile se guardiamo alla lotta ai giocattoli contraffatti, tuttavia con la diffusione dell'e-commerce, accelerata dalla pandemia COVID, questi sforzi non sono più sufficienti. Negli ultimi anni, il mondo della contraffazione si è spostato dagli angoli delle strade ad internet sfruttando l'incapacità dei consumatori (che a volte è non curanza) di esaminare correttamente i prodotti prima dell'acquisto. Un secondo e nuovo tema da approfondire è sicuramente quello legato ai giocattoli connessi. La connettività apre un mondo di possibilità per il gioco; offre nuove opportunità di intrattenimento, apprendimento, scoperta, conversazione, creatività e altro ancora. I giocattoli sono sempre più un ponte tra mondo reale e virtuale. L'obiettivo è di mettere in sicurezza il giocattolo connesso e garantire un ambiente online sicuro per i bambini perché esiste il rischio che un predatore online rilevi le vulnerabilità in alcuni tipi di giocattolo connesso per comunicare con un bambino o esporlo a contenuti osceni od offensivi.



## Il progetto SpreK.O. - Una rete nazionale per la lotta allo spreco e la promozione del consumo responsabile

Risultati dell'indagine condotta sui consumatori durante la pandemia

Al fine di far fronte ai propri fabbisogni, la società, le imprese e i singoli individui non possono prescindere dalle risorse naturali, le quali, tuttavia, sono gravemente minacciate dagli attuali sistemi socio-economici ecologicamente non sostenibili. L'unica soluzione possibile per garantire la sopravvivenza dell'uomo nel lungo periodo risiede nella trasformazione delle abituali modalità di produzione e consumo al fine di supportare la transizione verso un'economia circolare, ossia un'economia rigenerativa e ristorativa per intenzione e design. In un'ottica di economia circolare - dove i prodotti possono essere facilmente riutilizzati, riparati o riciclati e le risorse utilizzate vengono mantenute il più a lungo possibile nel ciclo economico riducendo drasticamente perdita di biodiversità, stress idrico ed emissioni inquinanti - i comportamenti individuali assumono un ruolo cruciale.

Ad esempio, cittadini responsabilizzati e correttamente informati possono, da un lato, convincere efficacemente le imprese a sviluppare offerte più sostenibili attraverso la richiesta crescente di prodotti green, dall'altro, adottare modalità di consumo in grado di ridurre significativamente l'impatto ambientale dei prodotti attraverso un utilizzo efficiente, una regolare manutenzione e un corretto smaltimento a fine vita.

A fronte di ciò, l'Istituto di Management della Scuola Sant'Anna ha condotto un'indagine per conto di Cittadinanzattiva con il principale obiettivo di investigare le attuali e le future tendenze di consumo orientate a (e coerenti con) l'economia circolare, con particolare attenzione all'identificazione e alla quantificazione della Generazione SpreK.O. L'indagine ha voluto sondare non solo i comportamenti adottati dai consumatori lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti ma anche il ruolo dei cittadini nel prevenire gli sprechi attraverso abitudini virtuose, sia in ambito domestico sia fuori casa, e il loro attivismo all'interno della comunità.

# generazione SPREK.O.

Un questionario è stato somministrato a un campione di **1029 persone** di età compresa tra i 18 anni ed i 75 anni, rappresentativo della popolazione italiana. In particolare, gli intervistati hanno espresso la frequenza con cui adottano molteplici comportamenti in relazione a:

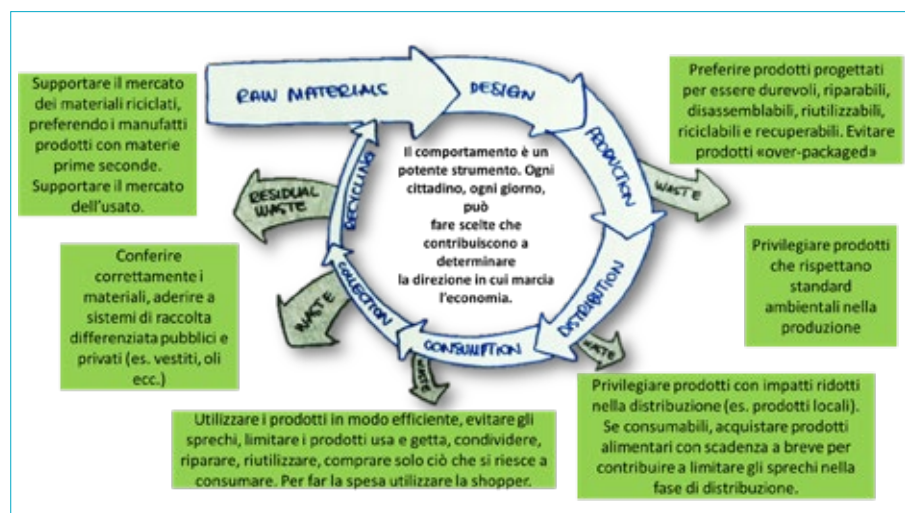
- il **consumo domestico** in termini di utilizzo efficiente delle risorse idriche ed energetiche e i piccoli comportamenti quotidiani che ne conseguono (ad es., ricordarsi di spegnere le luci o preferire la doccia alla vasca da bagno);
- il **momento dell'acquisto**, driver essenziale per il processo di transizione dell'economia. Dall'analisi è emerso che più dell'80% degli intervistati acquista sempre o spesso prodotti ad alta efficienza energetica o beni durevoli longevi mentre solo il 46% acquista prodotti composti da materiali riciclati. Confrontando gli attuali risultati con quelli ottenuti dalle indagini svolte nel 2020 e 2019, i trend relativi all'acquisto di prodotti e packaging sostenibili appaiono in miglioramento (fino a +50%);
- i **nuovi modelli di acquisto e consumo** (ad es., sharing economy, noleggio e mercato dell'usato), i quali risultano avere un livello di utilizzo ancora basso (tra 15% e il 25% dei rispondenti li utilizza);
- la **fase di consumo**. L'utilizzo efficiente dei prodotti, la corretta manutenzione e la riduzione degli sprechi sono comportamenti mediamente frequenti: il 65 - 75% dei rispondenti li adotta regolarmente;
- le **scelte alimentari** di acquisto e consumo. Alcuni comportamenti sono ancora limitatamente adottati, come l'acquisto di prodotti con data di scadenza vicina o l'osservanza di un

regime vegetariano (o simile) al fine di ridurre l'impatto sull'ambiente;

- le pratiche di **riutilizzo e upcycling** che permettono di allungare la vita utile dei prodotti;
- le **modalità di smaltimento** dei prodotti per contribuire alla chiusura dei cicli conferendo correttamente i materiali e aderendo ai sistemi di raccolta differenziata pubblici e privati. I comportamenti di riciclo meno diffusi riguardano il conferimento di oli vegetali esausti e di capi di abbigliamento (rispettivamente il 59% e il 42% degli intervistati ha dichiarato di adottarli spesso o sempre) rispetto all'ormai ben più diffusa raccolta differenziata (a cui aderisce correttamente tra il 70 e l'80%).

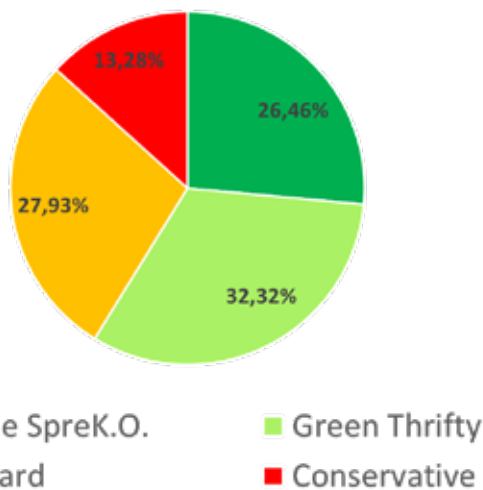
È stata, poi, realizzata una **analisi dei cluster** che ha visto emergere **4 profili di comportamento** rispetto alle azioni che il singolo cittadino può mettere in campo per ridurre gli sprechi e sostenere un'economia circolare:

1. **Generazione SpreK.O., che rappresenta il 26% degli intervistati:** caratterizzata da comportamenti virtuosi volti alla tutela ambientale lungo tutto il ciclo di vita dei prodotti. La generazione SpreK.O. è progressista, utilizza modelli di acquisto e consumo sostenibili e innovativi (sharing, usato) e adotta abitualmente comportamenti eco-sostenibili.
2. **Green Thrifty, che rappresenta il 32% degli intervistati:** cluster contraddistinto da comportamenti volti all'acquisto e all'utilizzo sostenibile dei prodotti e al consumo efficiente delle risorse energetiche e idriche per ragioni sia ambientali sia di risparmio economico. Utilizzano raramente modelli di acquisto e consumo innovativi e adottano meno frequentemente comportamenti a favore dell'eco-sostenibilità.
3. **Green Laggard, che rappresenta il 28% degli intervistati:** caratterizzati da comportamenti saltuari volti all'acquisto di prodotti circolari ma elevata attenzione all'avvio al riciclo dei rifiuti. Hanno una scarsa attenzione verso l'uso efficiente delle risorse energetiche e idriche e utilizzano raramente modelli di acquisto e consumo innovativi (sharing, usato).
4. **Indifferenti, che rappresenta il 13% degli intervistati:** contraddistinti da un basso impegno verso la tutela ambientale e da comportamenti poco virtuosi, soprattutto in relazione alla fase di acquisto. Mostrano una maggiore attenzione verso il riciclo e il consumo efficiente delle risorse energetiche e idriche. Sono indifferenti verso i nuovi modelli di consumo e verso l'agire eco-sostenibile.



Fonte: Il Ruolo del Cittadino - Prof. Francesco Testa - Sustainability Management (SuM) - Istituto di Management - Scuola Superiore Sant'Anna





Infine, mediante l'**analisi della varianza**, sono state confrontate le caratteristiche della Generazione SpreK.O. con quelle della restante parte della popolazione al fine di evidenziare la presenza di fattori caratterizzanti su cui, ad esempio, focalizzare interventi volti ad accrescere la numerosità di tale cluster. In particolare, possiamo distinguere 3 ambiti di analisi: caratteristiche socio-demografiche, convinzioni e fattori individuali e fattori del contesto. A livello di **caratteristiche socio-demografiche**, la Generazione SpreK.O. in particolare si contraddistingue da una maggiore presenza di donne, persone adulte, con un elevato titolo di studio, di reddito medio alto e appartenenti a nuclei numerosi.

**Il comportamento è un potente strumento. Ogni cittadino, ogni giorno, può fare scelte che contribuiscono a determinare la direzione in cui marcia l'economia.**  
Prof. Francesco Testa

A livello individuale, emerge che la Generazione SpreK.O. è caratterizzata da una maggiore attitu-

dine alla circolarità ossia ritiene maggiormente importante ridurre il consumo di risorse, fare sacrifici per la raccolta differenziata, dare nuova vita a beni dismessi e far sì che i prodotti durino a lungo nel tempo. Inoltre, i membri della Generazione SpreK.O. sono maggiormente convinti che l'**azione individuale** possa efficacemente influenzare l'ambiente e la società, e tale convinzione rappresenta un fattore cruciale per attivare comportamenti virtuosi.

I componenti di questo gruppo sono soliti **ricercare informazioni** sull'impatto ambientale dei prodotti, su come mantenerli, sul loro corretto utilizzo e avvio al riciclo; inoltre, si **confrontano** con gli altri membri della comunità. Per la Generazione SpreK.O. sono molto importanti anche le **informazioni sui propri consumi**, anche per monitorare l'efficacia degli interventi di miglioramento.

Le informazioni possono essere efficaci quando queste sono considerate affidabili e veritiere dai cittadini. In particolare la fiducia verso le autodichiarazioni ambientali associate ai prodotti è un fattore determinante per orientare le scelte di acquisto e premiare l'impegno delle aziende. E la

fiducia verso i **green claim** rappresenta una caratteristica distintiva della Generazione SpreK.O. Per quanto riguarda il **contesto** in cui si vive, l'indagine ha evidenziato che le caratteristiche del contesto esterno possono incidere sulla probabilità che i cittadini adottino comportamenti virtuosi.

Ad esempio, nei luoghi dove vi è la presenza di incentivi economici per fare correttamente la raccolta differenziata aumenta la probabilità di adottare i comportamenti che caratterizzano la **Generazione SpreK.O.**

Anche la presenza di servizi pubblici di qualità, quali quelli connessi alla gestione dei rifiuti, della risorsa idrica e della mobilità locale, nonché la presenza di forme di partecipazione attiva dei cittadini, offrono un contesto idoneo, rendendo più semplici e convenienti l'adozione di comportamenti virtuosi. Infine, i membri di questo gruppo si distinguono per essere **cittadini attivi** che supportano la transizione ecologica attraverso il voto politico, la collaborazione e la partecipazione ad occasioni di dibattito pubblico.

In sintesi, la Generazione SpreK.O. esiste e rappresenta una quota importante della popolazione italiana. Vi sono margini di incremento di tale quota realizzando azioni volte a stimolare driver personali e di contesto come ad esempio:

- azioni volte a stimolare la convinzione che l'economia circolare sia necessaria e che le azioni individuali idonee a supportare la transizione;
- fornendo informazioni chiare sulle prestazioni ambientali dei prodotti e sull'efficacia delle azioni nonché strumenti per la raccolta di tali informazioni;
- coltivando la fiducia verso le imprese e le loro auto-asserzioni ambientali (ruolo delle etichette ma attenzione che siano chiare);
- investendo sulla qualità del SPL, dalla mobilità, alla gestione del servizio idrico, rifiuti etc.
- favorendo forme di partecipazione attiva dei cittadini.

Il **progetto SpreK.O.** è stato realizzato durante 24 mesi in partnership tra Cittadinanzattiva (capofila) e AICS ed è stato finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Il progetto si colloca nell'ambito del goal 12 dell'agenda 2030 dell'Onu: "Consumo e produzioni responsabili - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo", individuando 3 specifiche aree di intervento:

- promozione della conoscenza dei vantaggi sociali, ambientali ed economici del consumo sostenibile e responsabile;
- supporto al corretto riutilizzo, riciclo, conferimento dei beni a fine vita;
- sviluppo della cultura del volontariato e della cittadinanza attiva, in particolare tra i giovani.

Per maggiori informazioni sul progetto, visitare il sito ad esso dedicato [www.generazionespreko.it](http://www.generazionespreko.it)

L'indagine è stata curata dal Prof. Francesco Testa - Sustainability Management (SuM) - Istituto di Management - Scuola Superiore Sant'Anna

## Il futuro delle politiche ambientali tra buone intenzioni e reali necessità

L'esigenza di introdurre politiche ambientali per ridurre gli effetti delle attività antropiche è andata crescendo nel tempo sia nei Paesi sviluppati sia in quelli in via di sviluppo.

Facendo una rapida disamina storica, con particolare attenzione all'Italia e all'EU, successivamente alla seconda guerra mondiale si è data priorità alla soddisfazione dei bisogni di base e alla riduzione della povertà, attraverso l'aumento del reddito (pro capite ed aggregato) e dell'occupazione, insieme alla costruzione di nuove infrastrutture per esigenze di ammodernamento. Questo ha certamente permesso alla maggior parte della popolazione di aumentare il proprio benessere ed uscire da condizioni di indigenza, ma allo stesso tempo ha fatto emergere in modo chiaro il conflitto tra crescita economica e riduzione della qualità ambientale.

Negli anni '70 è iniziato, tanto a livello istituzionale quanto accademico, un percorso di consapevolezza della necessità di coniugare e riconciliare economia e ambiente<sup>1</sup>. In assenza, si è iniziato a mostrare che i limiti entro cui il Pianeta poteva sopportare il peso delle attività umane potevano essere superati, con retroazioni ed effetti negativi ben più importanti dei benefici economici di una crescita incontrollata<sup>2</sup>.

Per questa ragione, anche alla luce dei primi casi importanti di approvvigionamento di risorse<sup>3</sup> e incidenti ambientali<sup>4</sup>, negli anni '80 e '90 si è iniziato ad intervenire con le cosiddette politiche di comando e controllo (C&C), ovvero tesse a definire regole, limiti, divieti, *standard* in merito alle emissioni nocive in aria e acqua ed allo smaltimento di rifiuti. In quel periodo (1986) si colloca anche l'istituzione in Italia del Ministero dell'Ambiente<sup>5</sup>, contemporaneo peraltro allo storico referendum sulla rinuncia alla produzione di energia nucleare (nonostante abbiamo continuato ad importarla e usarla).

Negli ultimi 20 anni, agli strumenti C&C si è iniziato ad associare l'uso di strumenti economici (MBI -

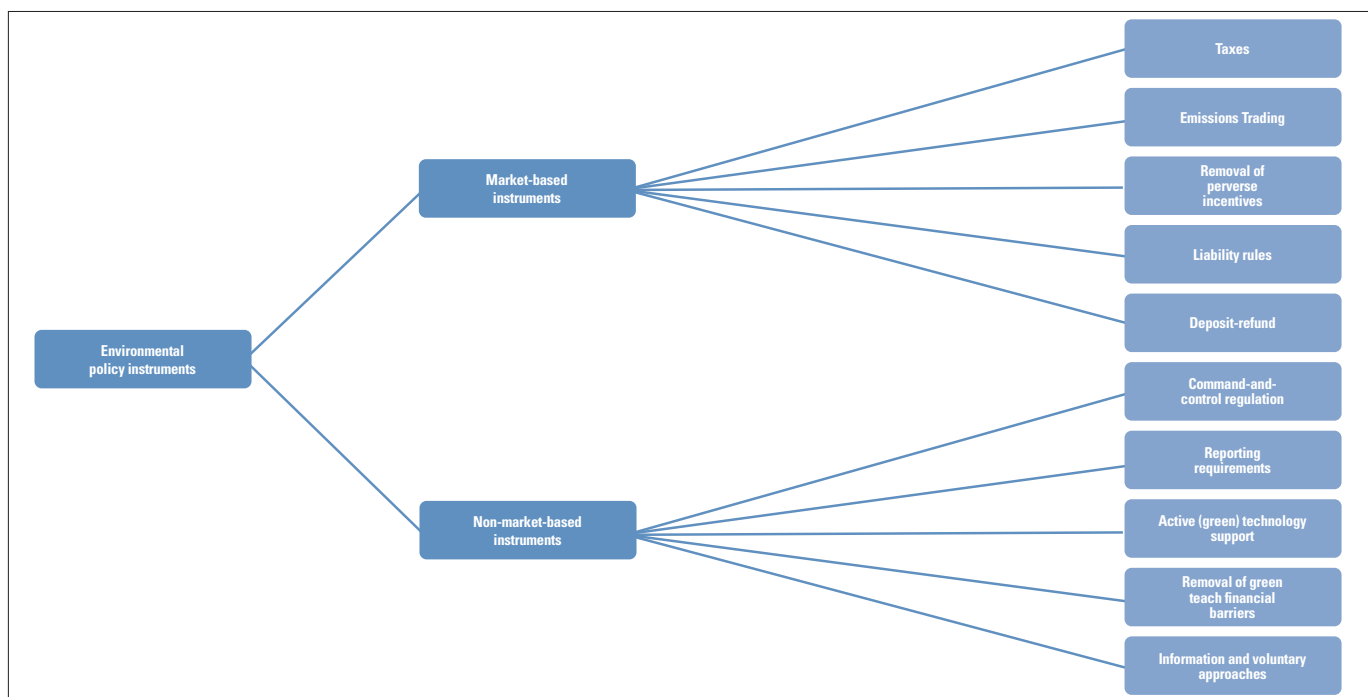
*Market-Based Instruments*). A differenza dei primi che fissano dei vincoli da rispettare, i MBI danno un segnale economico per muoversi nella direzione dei prefissati obiettivi ambientali.<sup>6</sup> In altre parole, danno un prezzo all'esternalità negativa che si genera dai processi di produzione o di consumo. Il raggiungimento degli obiettivi ambientali non è garantito, a meno che il prezzo dell'esternalità non sia perfettamente calibrato e che la risposta di produttori e consumatori sia effettivamente quello previsto.<sup>7</sup> Associare C&C e MBI, ovvero fissare un obiettivo da raggiungere attraverso idonei incentivi economici, è il sistema più costo-efficiente, dato che permette di raggiungere l'obiettivo ambientale al costo più basso, ad esempio attraverso lo scambio di permessi di emissione.

Il caso più famoso è il cosiddetto EU - ETS (*Emission Trading System*)<sup>8</sup>, che per alcune cause (obiettivo ambientale poco ambizioso, rilascio gratuito dei permessi anziché con meccanismo d'asta, con conseguente prezzo dell'unità inquinante - la tonnellata equivalente di carbonio - molto basso) non

ha prodotto i risultati sperati. O meglio, da un punto di vista macroeconomico, è difficile comprendere quanta parte della riduzione complessiva delle emissioni osservata può essere attribuita a questo sistema, piuttosto che a concomitanti eventi quali le crisi finanziarie, il trasferimento delle parti più inquinanti della produzione all'estero (*leakage*) e altri tipi di freni (si veda in ultimo il *lockdown*) ad un normale funzionamento dell'economia reale (il cosiddetto *business-as-usual*).

Tuttavia, da un punto di vista microeconomico, a livello di singola tecnologia o prodotto, è indubitabile riconoscere che l'EU-ETS, associato in varie forme ad altri strumenti quali tasse sul carbonio e incentivi alle fonti rinnovabili, ha sicuramente contribuito al raggiungimento della competitività economica (level-playing field) di queste ultime rispetto alle fonti tradizionali basate sui combustibili fossili.

Per quanto l'esempio riportato è applicato alle fonti energetiche e dunque forse relativamente più semplice per le caratteristiche stesse del bene energia, l'introduzione e la diffusione dei MBI in







altri ambiti è decisamente auspicabile. In particolare per l'economia circolare, dove ancora la competitività tra prodotti/processi lineari e circolari non è ancora raggiunta. Partendo da misure relativamente semplici e che potrebbero incidere fortemente sul comportamento dei consumatori, come ad esempio il sistema di deposito su cauzione, per il quale si osserva un forte divario di implementazione tra Nord e Sud Europa<sup>9</sup>. Continuare ad usare prevalentemente strumenti C&C (divieti di smaltimento in discarica oltre una certa soglia, minimo contenuto di materiale riciclato, ecc.) ha la sua validità ma non si innesta nella logica economica con cui opera il sistema imprenditoriale<sup>10</sup>, con il rischio di esportare altre produzioni (ed occupazione) all'estero, nei Paesi dove la legislazione ambientale è meno attenta. Il discorso si è complicato a causa del Covid-19. Proprio nel momento in cui stava iniziando una fase decisiva di profondo ripensamento dell'impatto ambientale del genere umano sul Pianeta, con nuovi paradigmi quali l'indissolubile legame tra salute degli ecosistemi e salute umana (*One Planet, One Health*), la decade del restauro degli ecosistemi<sup>11</sup> ed a livello europeo l'*European Green Deal*, siamo stati colti (troppo) di sorpresa dalla pandemia. Anzi, l'emergenza sanitaria, causata anche dalla estrema vulnerabilità verso tali eventi, ha reso necessario l'uso di strumenti dannosi per l'ambiente, come il mantenimento a prezzi "politici" e l'IVA agevolata per i dispositivi di protezione individuale mono-uso, con crescita vertiginosa proprio di quelle plastiche mono-uso che sono in via di prescrizione assoluta<sup>12</sup>. La sfida è ora per il futuro. Al di là delle intenzioni, a volte si può aver l'impressione di esser tornati alla fase del dopo-guerra, dove l'obiettivo è la crescita del PIL, dell'occupazione, delle nuove grandi opere, nonostante lo stesso PNRR riconosca le peculiarità e le differenze con quel periodo. La crescita (lo sviluppo?) è fondamentale. Ma dobbiamo/dovremmo imparare dagli errori del passato. Ad esempio, si parla di finanza sostenibile, come se potesse ancora esserci finanza insostenibile. Per evitare di essere nuovamente flagellati, con un senso di ineluttabilità, dagli eventi avversi che trovano le cause proprio nelle errate impostazioni dello sviluppo, dobbiamo declinare concetti quali *Build Back Better* (ripartire/ricostruire meglio) o *New Normal* (nuova normalità) evitando che inve-

stimenti fatti oggi, nella fretta di raggiungere risultati di breve periodo, non abbiano ripercussioni estremamente pericolose nel lungo periodo (principio di precauzione). Ecco una breve lista di indicazioni per rendere effettiva il futuro percorso verso la transizione ecologica:

- evitare contraddizioni, effetti perversi (*rebound*), trasferimento del carico ambientale ad altri comparti ambientali o all'estero, in particolar modo nel perseguire le pressoché uniche politiche ambientali all'attenzione oggi dei decisori pubblici e privati, ovvero quelle per l'energia ed il clima, a scapito di altri temi per i quali forse non c'è ancora consapevolezza della tragicità di un loro ulteriore rimando (sovr-estrazione delle risorse naturali, perdita di biodiversità, consumo di suolo, degrado degli ecosistemi marini/fluviali/lacustri);
- incentivare le sinergie derivanti da politiche ed azioni che abbiano rilevanti co-benefici e quindi si possano adottare senza ripensamenti (*no-regret options*); ad esempio, nel perseguire la lotta ai cambiamenti climatici, pensare all'intero ciclo di vita dei prodotti e dei processi (*Life Cycle Thinking*) con particolare attenzione al recupero dei materiali elettrici ed elettronici contenuti nelle batterie dei veicoli elettrici o nei pannelli solari (evitando di spostare la dipendenza dall'estero dai combustibili fossili alle materie prime critiche); oppure, puntare alle soluzioni basate sulla natura per ridurre le variazioni di temperatura su scala urbana (piuttosto che riempire le nostre case degli energivori condizionatori), in modo da catturare anidride carbonica e

- dare anche nuove opportunità ricreative<sup>13</sup>;
- concepire e realizzare in modo condiviso un sistema di meccanismi fiscali di aggiustamento al confine (*Border Adjustment Mechanism*)<sup>14</sup>: le politiche unilaterali sono poco efficaci dal punto di vista ambientale e sono facilmente vanificabili, dal punto di vista dei consumatori/clienti, importando prodotti dall'estero, magari con un impatto ambientale ancora maggiore; hanno invece effetti sostanzialmente negativi su competitività economica e occupazione domestica. Senza voler invocare nuove forme di protezionismo, sono invece auspicabili accordi bilaterali o multilaterali con regole uguali e basate su sistemi di monitoraggio trasparenti sui processi produttivi (anche mutuando il sistema di certificazione UNI/ISO);
- rimuovere gli incentivi distortivi: tra questi rientrano i sussidi ambientalmente dannosi<sup>15</sup>; per quanto consolidati nel sistema fiscale, se protratti nel tempo continueranno ad arrecare danni all'ambiente i cui costi superano i benefici di mantenerli, peraltro riducendo la spinta a trovare sostituti più eco-compatibili;
- utilizzare i maggiori introiti fiscali e le minori spese pubbliche (dalla riduzione/eliminazione dei sussidi dannosi) per rafforzare la capacità innovativa del sistema imprenditoriale verso lo sviluppo e la commercializzazione di prodotti e processi sostenibili; inoltre, per riqualificare infrastrutture e occupati delle imprese che si vanno a dismettere perché incompatibili con un reale sviluppo sostenibile, in modo da non lasciare nessuno escluso dai benefici della transizione.



**Fabio Eboli**  
 Ricercatore ENEA  
 Dipartimento Sostenibilità dei Sistemi  
 Produttivi e Territoriali  
 Sezione Supporto Tecnico e Strategico

#### Note

- <sup>1</sup> <https://www.un.org/en/conferences/environment/stockholm1972>
- <sup>2</sup> <https://www.clubofrome.org/publication/the-limits-to-growth/>; [http://arachnid.biosci.utexas.edu/courses/THOC/Readings/Boulding\\_SpaceShipEarth.pdf](http://arachnid.biosci.utexas.edu/courses/THOC/Readings/Boulding_SpaceShipEarth.pdf); [https://pages.mtu.edu/~asmayer/rural\\_sustain/governance/Hardin%201968.pdf](https://pages.mtu.edu/~asmayer/rural_sustain/governance/Hardin%201968.pdf)
- <sup>3</sup> <https://energyhistory.yale.edu/units/oil-shocks-1970s>
- <sup>4</sup> <https://www.epa.gov/emergency-response/exxon-valdez-spill-profile>
- <sup>5</sup> [https://www.mite.gov.it/sites/default/files/legge\\_08\\_07\\_1986\\_349.pdf](https://www.mite.gov.it/sites/default/files/legge_08_07_1986_349.pdf)
- <sup>6</sup> <https://climatepolicyinfohub.eu/issues/eu-climate-policy.html>
- <sup>7</sup> <https://www.cambridge.org/core/books/theory-of-environmental-policy/E8FE3C8AB6D8D6982E5B65CC95FA1478>
- <sup>8</sup> [https://ec.europa.eu/clima/policies/ets\\_it](https://ec.europa.eu/clima/policies/ets_it)
- <sup>9</sup> A parere di chi scrive ha poco senso contestare il perseguimento del profitto in quanto tale da parte delle imprese; piuttosto occorre modificare gli elementi in gioco, rendendo più costosi i fattori produttivi più inquinanti.
- <sup>10</sup> <https://www.decadeonrestoration.org/>
- <sup>11</sup> <https://www.eea.europa.eu/highlights/covid19-in-europe-increased-pollution>
- <sup>12</sup> <https://www.eea.europa.eu/publications/healthy-environment-healthy-lives>
- <sup>13</sup> [https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/green-taxation-0/carbon-border-adjustment-mechanism\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/green-taxation-0/carbon-border-adjustment-mechanism_en)
- <sup>14</sup> <https://www.mite.gov.it/pagina/catalogo-dei-sussidi-ambientalmente-dannosi-e-dei-sussidi-ambientalmente-favorevoli>