



CONFCONSUMATORI

CONFEDERAZIONE
GENERALE DEI
CONSUMATORI

NOTIZIE

Dicembre 2021
n.4

SVILUPPO SOSTENIBILE?

CONSUMATORI PROTAGONISTI, MA NON LO SANNO



Raramente le associazioni dei consumatori parlano a una voce sola. Nel 2021 è accaduto: quando è nata la **“Carta del Consumo Circolare”**, frutto del lavoro corale delle associazioni dei consumatori riconosciute dal Ministero dello Sviluppo Economico che, dopo un lungo percorso di confronto e riflessione con i docenti della Scuola Superiore Sant’Anna di Pisa nell’ambito del Circular Lab, hanno elaborato questa sorta di Manifesto per promuovere il passaggio dalla cultura dello scarto e dello spreco alla cultura del riciclo e del riuso. Il documento si rivolge a cittadini, imprese, al mondo della produzione di beni e servizi, alle Istituzioni, per la promozione di nuovi modelli produttivi e politiche che favoriscano lo sviluppo sostenibile.

Ho avuto l’onore in più occasioni di presentare i contenuti della Carta, a nome di tutte le associazioni, e spero di avere nuove opportunità per fare apprezzare la qualità e la forza delle nostre proposte (brevemente sintetizzate in questo numero del nostro periodico), che desideriamo trasformare da subito in azioni concrete e progetti compiuti.

Abbiamo dialogato con il mondo politico, con le Autorità e con il mondo produttivo, ma è soprattutto a voi lettori, i consumatori, che occorre rivolgere attenzione ora. I cittadini sono il car-

dine, l’elemento decisivo di ogni scelta politica o economica orientata alla sostenibilità. I consumatori sono, effettivamente, i protagonisti di ogni transizione (verde o digitale), ma, spesso, non ne hanno consapevolezza. **Dobbiamo anzitutto prendere coscienza che le nostre scelte di acquisto e di consumo, le nostre idee, i nostri comportamenti e pure le azioni mancate hanno un impatto**, ed è quello che incide di più sul futuro del pianeta. Per dirne una: in Italia lo spreco di cibo avviene 4 volte su 5 in casa (ne parliamo in questo numero con Too Good To Go). Veniamo da una civiltà contadina che ha sempre cercato il modo di utilizzare al 100% i prodotti e le risorse disponibili, con cura e con rispetto. Una logica ben più sostenibile e resiliente della nostra economia lineare che ci ha abituato all’usa e getta tipico della società dei consumi. Se vogliamo costruire le fondamenta dell’Economia e del Consumo circolare, dobbiamo investire molto sull’informazione e la formazione del cittadino, consumatore finale (End User) di qualsiasi prodotto: **comprendere i processi produttivi e scegliere di acquistare riconoscendo e premiando la sostenibilità (quella vera) è il primo fondamentale passo per invertire la rotta**. E se intorno a questo primo step si raccoglieranno le forze (e gli sforzi) di tutti i soggetti e le entità coinvolti, potremo davvero costruire un futuro più sostenibile per il nostro pianeta.

Mara Colla
presidente Confconsumatori

Periodico di informazione ai consumatori
Direttore Responsabile: Antonio Bertoncini
Registro Stampa Tribunale di Parma, n. 3 del 14/03/2000
Questa testata usufruisce di contributi a sostegno dell’editoria speciale periodica a tutela dei consumatori e degli utenti ai sensi del d.lgs. 15 maggio 2017, n. 70.
Realizzazione grafica e stampa: Graphital Parma

- **Sviluppo sostenibile?** Consumatori protagonisti, ma non lo sanno
- **La Carta del Consumo Circolare**
- **Too Good To Go:** come fermare lo spreco alimentare
- **Energia:** le proposte per superare la crisi dei costi e climatica

in questo numero

Verso un consumo più sostenibile

news

LA CARTA DEL CONSUMO CIRCOLARE

La Carta del Consumo Circolare vuole essere un invito a tutti gli altri attori del sistema: un invito ad aderirvi per trasformare, insieme con le Associazioni dei consumatori, le proposte in azioni concrete e progetti compiuti. **La Carta contiene 11 principi del consumo circolare e 7 azioni specifiche necessarie per i cittadini-consumatori.**

I PRINCIPI

- 1) **Un consumo educato e consapevole.** L'educazione è il propellente che accende interesse, desiderio di conoscenza e voglia di cambiamento, particolarmente nei giovani. La Scuola sarà il nostro primo interlocutore.
- 2) **Un consumo trasparente.** Il prodotto deve "parlare" della propria circolarità attraverso etichette omogenee e veritiere, superando l'asimmetria informativa fra produttore e consumatore.
- 3) **Un consumo correttamente informato.** Le informazioni sulle prestazioni dei prodotti devono essere chiare (comprensibili), accurate (concrete) e rilevanti (con riferimento agli aspetti ambientali e circolari). Centrale la verifica/certificazione di un soggetto terzo.
- 4) **Un consumo sempre comparativo.** Chiediamo la standardizzazione delle metodologie adottate per il calcolo delle performance ambientali e la definizione di benchmark pubblicamente consultabili. Anche dimensioni etiche e sociali dovrebbero essere comprese.
- 5) **Un consumo equilibrato.** Le caratteristiche del prodotto (di qualità, economiche, sociali e ambientali) dovrebbero essere in equilibrio con i prezzi allo scaffale e riflettere i costi e i benefici ambientali connessi al processo produttivo, applicando il principio che "chi inquina paga".
- 6) **Un consumo "lungo molte vite".** Chiediamo l'impegno concreto a tutti gli attori della filiera di improntare il proprio operato sul concetto di progettazione eco-compatibile.
- 7) **Un consumo condiviso e collaborativo.** La cultura della condivisione va promossa per valorizzare il possesso momentaneo rispetto alla proprietà esclusiva individuale, riducendo lo sfruttamento inefficiente delle risorse e la generazione di rifiuti.
- 8) **Un consumo sempre più digitale.** La digitalizzazione è una grande opportunità per combattere l'isolamento e l'esclusione ed è funzionale alla disseminazione di consapevolezza del significato di "transizione ecologica".
- 9) **Un consumo inclusivo e sostenibile.** La salute del Pianeta coniugata con il benessere degli individui e la dignità dei lavoratori deve essere uno degli obiettivi da raggiungere.
- 10) **Un consumo accessibile.** La disponibilità di prodotti e servizi deve essere garantita a tutti i consumatori, senza discriminazione alcuna.
- 11) **Consumo sobrio e antispreco.** Educare all'acquisto di ciò che è effettivamente necessario per non creare rifiuti o spreco per qualunque settore merceologico e, in particolare, per quello alimentare.

Gli undici principi fungono da cornice alle proposte di azione delle Associazioni di consumatori:

- 1) **Percorsi di educazione circolare.** Progettare e realizzare percorsi educativi e di sensibilizzazione sull'economia circolare rivolti a diversi target: scuole, adulti, formatori/educatori. Una solida campagna di comunicazione assicurerà la diffusione della conoscenza e dei comportamenti da adottare.



- 2) **Vademecum delle etichette.** Il vademecum servirà a rendere “familiari” le numerose etichette ambientali già esistenti, rendendone più chiaro il significato. Dovrà essere fruibile attraverso vari canali e contribuirà a orientare il consumatore.
- 3) **Scheda del prodotto circolare.** Occorre superare l’asimmetria informativa del consumatore mettendolo in condizione di accedere alle informazioni sul prodotto mediante QR-code o barcode presenti sulla confezione.
- 4) **Incentivazione circolare.** La progettazione di meccanismi incentivanti, sia per il produttore, sia per il consumatore, favorirebbe l’acquisto o lo sharing di prodotti e di servizi con determinate qualità. Ad esempio una “circular card” che preveda bonus e sconti sui prodotti e servizi pensati in modo circolare e con ridotta impronta ambientale.
- 5) **Piattaforme fisiche.** È molto importante individuare spazi fisici (come ambienti in disuso) allo scopo di favorire l’incontro e lo scambio di idee, esperienze e stili di vita circolari fra persone giovani, adulte e anziane (ad esempio: antichi mestieri).
- 6) **Piattaforma digitale.** La trasformazione digitale dovrebbe andare di pari passo con la transizione ecologica: una piattaforma virtuale potrebbe garantire l’accessibilità a maggiori informazioni ambientali sui prodotti e coinvolgere il consumatore in azioni e stili di vita circolari.
- 7) **Monitoraggio e disseminazione.** Un Osservatorio permanente sull’economia circolare potrebbe raccogliere esperienze di condivisione e promozione di buone pratiche e di strategie.

TOO GOOD TO GO: COME FERMARE LO SPRECO ALIMENTARE



La presidente di Confconsumatori Mara Colla consegna a Too Good To Go il premio del contest “Make it circular”

Too Good To Go è un’app per smartphone che contrasta lo spreco alimentare consentendo ai negozianti di proporre a fine giornata le “Magic Box” con una selezione di prodotti freschi rimasti invenduti e “troppo buoni per essere buttati”. I consumatori hanno, così, l’opportunità di acquistare alimenti ancora ottimi a un terzo del prezzo originale. L’app si è diffusa in 15 Paesi europei, negli Stati Uniti e in Canada. In Italia è attiva dal 2019, conta 20 mila negozi aderenti in più di 600 comuni e 5 milioni di utenti, oltre a circa sei milioni di box salvate, che equivalgono a più di 10.000 tonnellate di CO2 non emesse nell’ambiente.

Lo scorso ottobre la presidente di Confconsumatori, Mara Colla, a nome di tutte le associazioni dei consumatori del CNCU ha consegnato a Too Good To Go il primo premio del contest “Make it circular”, ispirato alla Carta del consumo circolare.

1) La maggior parte dello spreco alimentare in Italia avviene tra le mura domestiche, ma i con-

sumatori spesso non sono consapevoli del loro ruolo cruciale: come fare a “risvegliare le coscienze”? E quali suggerimenti concreti possiamo dare a chi vuole combattere lo spreco in casa?

Sicuramente puntando sulla sensibilizzazione e l’informazione: non tutti sono consapevoli che con qualche piccolo trucco e accortezza, come ad esempio non disdegnare la frutta e la verdura con imperfezioni o imparare a preparare ricette “di recupero” con gli avanzi rimasti in frigorifero, possiamo avere un grande impatto sullo spreco alimentare nelle cucine di casa e quindi sullo spreco alimentare in generale. Non dimentichiamo che il 53% dello spreco alimentare a livello europeo è infatti imputabile all’ambiente domestico: ogni nostra azione conta.

2) Confconsumatori ha aderito al “Patto contro lo spreco” lanciato da Too Good To Go, nell’ambito del quale è stata realizzata nel 2021 la campagna #spessobuonoltre (<https://toogoodto.go.it/it/campaign/best-before>) sull’importanza di interpretare correttamente la scadenza in etichetta. Quali saranno i prossimi passi?

Dopo l’ottimo riscontro che abbiamo avuto nel 2021, sicuramente intensificheremo le nostre azioni, insieme a tutti i partner, per avere un impatto ancora maggiore, sia in termini di cibo salvato e donato ai più bisognosi, che di consumatori sensibilizzati. Anche nel 2022 punteremo molto sulla campagna Etichetta Consapevole - #spessobuonoltre: saper interpretare correttamente il termine minimo di conservazione – che non è una data di scadenza, ma un indicatore di qualità relativo alle proprietà organolettiche degli alimenti – può evitare il 10% di spreco alimentare domestico a livello europeo.

CARO BOLLETTE E SOSTENIBILITÀ: SERVE UNA NUOVA STRATEGIA ENERGETICA

CONFCONSUMATORI

Il 2021 si chiude con la stangata sui costi di luce e gas: nel 2022 le bollette delle famiglie aumenteranno, fino addirittura a raddoppiare. Una variazione che colpirà certamente chi è ancora nel Mercato Tutelato, dove i costi della materia prima sono determinati da ARERA (Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente). Chi ha sottoscritto un contratto nel Mercato Libero vedrà, invece, il prezzo della materia prima bloccato fino alla scadenza dell'offerta scelta, ma è prevedibile che anche qui gli aumenti si facciano sentire più avanti. All'origine c'è, infatti, un problema cronico di approvvigionamento energetico, a livello italiano ed europeo, di non semplice soluzione. **Le 20 Associazioni dei consumatori riconosciute dal**

Ministero dello Sviluppo economico, tra cui anche Confconsumatori, si sono espresse coralmente per fare proposte concrete al Governo relative sia alla transizione verde sia al contenimento del caro bollette. È emerso un documento importante, di cui ci parla l'avvocato Franco Conte, responsabile Energia & Utenze per Confconsumatori.



L'avvocato Franco Conte

• Cosa c'entra la sostenibilità energetica con l'aumento delle bollette?

La crisi dei prezzi energetici dimostra che il nostro modello di sviluppo, eccessivamente energivoro, non è più sostenibile. Il rincaro delle bollette deve spingere a riflettere anche sull'impatto energetico – e quindi ambientale – delle nostre azioni: si sta delineando, infatti, una gravissima situazione energetica e climatica non solo in Italia ma a livello globale. La direzione da seguire, come indicato dagli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU, è quella di investire sempre più in fonti energetiche rinnovabili e alternative, come il solare, l'eolico, il geotermico, l'idroelettrico e i gas rinnovabili, svincolandosi progressivamente dai combustibili fossili inquinanti, destinati a esaurirsi e controllati da pochi paesi, in grado di decidere l'andamento dei mercati.

• Quali proposte concrete hanno avanzato al Governo le Associazioni dei consumatori per attenuare gli effetti del caro bollette?

Le proposte sono molte e articolate, difficile fare sintesi. Oltre a richiedere una decisa accelerazione della transizione green, per i motivi sopra esposti, abbiamo proposto di intervenire sugli Oneri Generali di Sistema. Sarebbe, infatti, opportuno che venissero spostati dalle bollette alla fiscalità generale, per ragioni sia di equità contributiva, sia di trasparenza in bolletta. La stessa cosa dovrebbe valere per accise e addizionali regionali che, se trasferite nella fiscalità generale, consentirebbero una riduzione significativa dei costi a carico degli utenti. Un'altra proposta riguarda l'aliquota Iva della bolletta del gas, che vorremmo agevolata al 10% sull'intero consumo – come avviene per l'energia elettrica. Abbiamo proposto, infine, azioni sul fronte della povertà, della vulnerabilità energetica, e della morosità incolpevole. In questa fase, le Associazioni dei consumatori possono affiancare l'azione del Governo mettendo a disposizione un importante patrimonio di competenze e professionalità per garantire la tutela degli utenti, ma anche la loro educazione al risparmio e al contenimento degli sprechi domestici.

CONTATTACI

cerca le nostre sedi nell'area "Dove siamo" del sito

<https://www.confconsumatori.it/gli-sportelli-di-confconsumatori/>

COME SOSTENERCI

iscriviti o dona il 5xmille a **Confconsumatori 80025080344**

per saperne di più <https://www.confconsumatori.it/sostienici/>