Giornata mondiale dell’alimentazione.

IL CONSUMO RESPONSABILE CONTRIBUISCE AD UNO SVILUPPO SOSTENIBILE

Movimento Consumatori rilancia il “Manifesto per il consumatore socialmente responsabile” e comunica risultati indagine conoscitiva.

In occasione della celebrazione della giornata mondiale dell’alimentazione della FAO, “Cambiamo il futuro delle migrazioni. Investiamo nella sicurezza alimentare e nello sviluppo rurale”, Movimento Consumatori pone l’accento sull’importanza che può rivestire il coinvolgimento di ogni singolo cittadino, sulla responsabilità sociale di consumo al fine di contribuire ad uno sviluppo che sia sostenibile.

Fino a poco tempo fa, la politica europea in materia di sicurezza alimentare era basata principalmente sul controllo della qualità degli alimenti, ora si inserisce nel contesto di sfide di ampia portata, come l’impoverimento globale, i cambiamenti climatici, i fenomeni migratori che richiedono un radicale cambiamento del modello economico, a partire dallo sviluppo agricolo.

Il primo apporto di MC per il raggiungimento, entro il 2030, dei 17 obiettivi delineati dall’**Agenda globale per lo sviluppo sostenibile,** approvata dalle Nazioni Unite è stato la realizzazione e diffusione di un **“Manifesto per il consumatore socialmente responsabile”** (attuato nell’ambito del progetto We like, il consumo che ci piace). Uno di questi obiettivi, infatti, è proprio quello di garantire modelli di produzione e

di consumo sostenibili.

Il Manifesto è un decalogo per rendere consapevoli i cittadini della loro facoltà di incidere sul cambiamento dei modelli produttivi e economici, grazie alle loro scelte d'acquisto. Il consumatore può scegliere quale modello economico sostenere tramite una rinnovata presa di coscienza e un'assunzione di responsabilità nei confronti della collettività.

Prima dell'elaborazione del Manifesto, per sondare il grado di consapevolezza dei consumatori, è stata realizzata **un'indagine su un campione di mille persone maggiorenni** residenti in Italia, da cui è emersa – oltre ad una sostanziale pigrizia dei cittadini a portare avanti nel tempo scelte di consumo responsabile e un'attenzione particolare di quasi la metà degli intervistati solo alla qualità del prodotto e al suo prezzo – che le considerazioni etiche nella selezione dei prodotti e dei servizi da acquistare contano molto poco, tanto che solo il 18% del campione dichiara di tenerne conto. Questo nonostante l'opinione diffusa tra gli intervistati che attraverso le proprie scelte di consumo si possano condizionare i comportamenti delle aziende, spingendole verso una dimensione più etica (72%). In un'ipotetica scala, secondo il campione è più difficile far cambiare comportamento alla politica che a una multinazionale (52%), mentre le imprese più facilmente condizionabili sono le piccole aziende (76%). Interessante anche l'analisi di quali siano le componenti etiche prese in considerazione dai consumatori nella valutazione delle imprese e dei loro prodotti: il concetto di responsabilità aziendale si concentra innanzitutto nella responsabilità nei confronti dei lavoratori e, in particolare, nel fatto che si dia loro un giusto e regolare stipendio (56% su risposte multiple). Al secondo posto, a pari merito (39% su risposte multiple) nella responsabilità nei confronti dei consumatori (producendo prodotti di qualità) e dell'ambiente (non inquinando). In quarta abbattuta nell'attenzione al rispetto dei diritti di chi acquista (33% su risposte

multiple).

In questo quadro generale di principi condivisi dai cittadini, ma poi poco perseguiti nelle loro scelte quotidiane si inserisce il Manifesto che ha l'obiettivo – attraverso la sua conoscenza, adesione e condivisione – di rendere **partecipi e mobilitare i cittadini**, con un impegno che per essere realmente efficace sia costante nel tempo. "Essere consumatori socialmente responsabili non vuol dire essere intransigenti o moralisti – **spiega Alessandro Mostaccio, segretario generale MC** – né supereroi che rispettano tutte le 'regole'. Basta intraprendere un percorso verso la strada della consapevolezza di quanto possano essere determinanti le nostre scelte quotidiane di consumo, per innescare il mutamento da una società dei consumi a una società dei consumatori; certo non è un percorso facile, ma oggi siamo convinti che un concreto cambiamento sia più possibile rispetto al passato".