



WE CHANGE: DOSSIER DIDATTICO SUL CONSUMO RESPONSABILE



WE



Il progetto "We like We share We change", di rilevanza nazionale, è finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2017.



COME USARE QUESTO DOSSIER

Il dossier è stato pensato come uno strumento agile a disposizione di insegnanti ed educatrici/educatori che vogliono portare in classe temi complessi e attuali come il caporalato, la contraffazione, l'obsolescenza programmata. Il linguaggio semplice e l'uso dei box, brevi riquadri che affrontano un argomento specifico, lo rendono fruibile anche da parte di studenti impegnati in una ricerca sui temi trattati.

Il dossier affronta 4 aree tematiche: **materie prime, produzione, filiere e consumi**. Per ogni area tematica sono presenti **approfondimenti, box e attività** da realizzare in classe o con il proprio gruppo e descritte "step by step".

Le note a piè di pagina permettono di attingere rapidamente alle fonti, mentre a fine testo sono presentati un'utile bibliografia e sitografia per approfondire ulteriormente gli argomenti trattati.

All'interno troverete dei link a video da usare in classe come utili spunti di lavoro (e anche un gioco!).

Infine, il "Pentalogo" e il Manifesto del Consumatore Responsabile forniscono una lista concreta di azioni da proporre, per provare a mettere in pratica quanto appreso.

Buon lavoro!

I testi sono a cura di:

Tiziano Avanzati - *Movimento Consumatori*

Irene Fisco - *Cies Onlus*

Immacolata Napoli - *Movimento Consumatori*

Alessia Romeo - *Cies Onlus*

Adriano Rossi - *Cies Onlus*

Ovidio Marzaioli - *Movimento Consumatori*

Per il contributo di *Fair Trade Italia* un ringraziamento a Benedetta Frare, responsabile comunicazione

Impaginazione a cura di *Idea Comunicazione*
con il coordinamento di Marco Dal Poz (*Movimento Consumatori*)

Movimento Consumatori e Cies Onlus sono i promotori di “We Like, We Share, We Change” percorsi di educazione e informazione al consumo, un progetto che nasce per contribuire alla promozione concreta di modelli economici sostenibili e responsabili, favorendo un reciproco esercizio di responsabilità, da parte di ogni consumatore e di ogni singola azienda.

Le attività del progetto si inseriscono come contributo nel raggiungimento degli Obiettivi dell’Agenda Onu 2030, Goal 12, “Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo”.

Il progetto ha come obiettivo generale quello di sensibilizzare la cittadinanza sui temi del consumo sostenibile, favorendo un cambio di abitudini di consumo, fornendo informazioni e monitorando l’assunzione di comportamenti virtuosi.

SOMMARIO



| | |
|---|----|
| 1. Area Tematica: Materie Prime | 6 |
| 1.1 Pomodoro | 6 |
| 1.1.1 Attività: “Storia di un Pomodoro” | 12 |
| 2. Area Tematica: Produzione | 15 |
| 2.1 Tessile | 15 |
| 2.1.1 Attività: 100% Cotone | 21 |
| 3. Area Tematica: Materie Prime | 25 |
| 3.1 Coltan | 25 |
| 3.1.1 Attività: Storia di un Cellulare | 31 |
| 4. Area Tematica: Filiere | 35 |
| 4.1 Contraffazione | 35 |
| 4.1.1 Attività: Memory della Contraffazione | 37 |
| 5. Area Tematica: Filiere | 39 |
| 5.1 Obsolescenza Programmata | 39 |
| 5.1.1 Attività in Classe | 43 |
| 6. Area Tematica: Filiere | 45 |
| 6.1 Riciclo | 45 |
| 6.1.1 Attività in Classe | 49 |
| 7. Area Tematica: Consumi | 51 |
| 7.1 Consumi | 51 |
| 7.1.1 Attività: Io è la Foresta Pluviale | 53 |
| 8. Area Tematica: Consumi | 58 |
| 8.1 Nuovi Modelli di Consumo Sostenibile | 58 |
| 8.1.1 Attività: Raduno di Supermercato | 65 |

| | |
|---|----|
| 9. Area Tematica: Consumi | 67 |
| 9.1 La Distorsione della Sovranità del Consumatore | 67 |
| 10. Un Approfondimento sulla Produzione - Fairtrade | 69 |
| 10.1.1 Attività: “L’etichetta che Vorrei” | 73 |
| 11. Area Tematica: Good News | 75 |
| 11.1 Funky Tomato | 75 |
| 11.2 Campagna Abiti Puliti | 76 |
| 11.3 Fairphone | 77 |
| 11.4 Pentalogo: Cosa puoi fare tu? | 79 |
| Bibliografia e pubblicazioni on line | 80 |
| Sitografia | 81 |



1. AREA TEMATICA: MATERIE PRIME

1.1 POMODORO

La produzione mondiale di pomodoro fresco è valutata intorno ai 180 milioni di tonnellate¹ (FAO 2018). Quasi un quarto di questa produzione è destinata ai soli processi produttivi industriali² e sono 40 milioni le tonnellate trattate e commercializzate ogni anno dalle maggiori marche del settore, facendo del pomodoro un vegetale molto utilizzati al mondo per processi produttivi.

Contrariamente a quanto avviene con gli stabilimenti di trasformazione, presenti in quasi tutte le parti del mondo, la produzione si è concentrata principalmente in dieci paesi del mondo tra i quali spiccano Usa (California), Italia e Cina che da sole soddisfano il 60% della produzione mondiale. La Cina, in particolare, è da anni il primo produttore mondiale con quasi 60 milioni di tonnellate prodotte all'anno (l'India, al secondo posto, ne produce 20 milioni). Un dato singolare se si considera che questo prodotto non fa parte della tradizione culinaria locale, e che la quasi totalità della produzione è quindi orientata all'esportazione³.

Ciò che i numeri non dicono è in che modo questo prodotto viene effettivamente coltivato, trasformato e distribuito, e quali sono i costi sociali e ambientali na-

¹ Fonte: <http://www.fao.org/faostat/>

² Fonte: <https://www.yara.it/nutrizionedellecolture/pomodoro/produzione-mondiale/>

³ Fonte: <https://www.internazionale.it/reportage/stefano-liberti/2017/04/08/pomodoro-cina-italia>

scosti sotto il prezzo – spesso eccessivamente basso – di una passata di pomodoro o di un sugo pronto acquistati al supermercato.

Casi di sfruttamento della manodopera e persino di lavoro infantile sono stati documentati presso alcuni di questi grandi produttori, come la Cina⁴, ma non solo: sono ormai numerosissime le inchieste che hanno portato alla luce anche in Italia l'esistenza di un esercito di "schiavi" impiegati da produttori e intermediari senza scrupoli nella raccolta dei pomodori.

Si tratta molto spesso di gruppi di manodopera immigrata che, per pochi euro al giorno, lavorano sui campi senza l'ausilio di alcun tipo di protezione, con temperature che nel periodo di raccolta possono toccare i 40°. La cronaca racconta storie come quella di Abdullah Mohamed, il 47enne morto d'infarto il 20 luglio del 2015 nei campi di Nardò, in Puglia, dopo una intera giornata a raccogliere pomodori, senza cappello, né guanti, né acqua e senza una tettoia sotto alla quale potersi riparare. Casi simili riguardano anche lavoratori italiani, come Paola Clemente, morta nelle campagne di Andria il 13 luglio del 2015 mentre lavorava nei campi raccogliendo uva.⁵ A questo sistema, infatti, "non importa il colore della pelle del lavoratore, [...] ma la sua fragilità sociale."⁶

IL RUOLO DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA (GDO)

Ma qual è in definitiva il "sistema" che produce queste condizioni? Una parte del problema risiede nei prezzi troppo bassi con cui alcune catene della grande distribuzione organizzata (GDO), mettono in vendita prodotti come la passata o i pelati di pomodoro. Potendo sfruttare la propria posizione dominante sul mercato, le grandi catene condizionano pesantemente anche i prezzi che i piccoli produttori possono ottenere per la loro materia prima.

⁴ ibidem

⁵ ibidem

⁶ Fonte: Relazione di Marco Omizzolo, marzo 2107, Corte di Cassazione https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEWiB_5mJmMjjAhUM16QKHcaFCnoQFjAAegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cortedicassazione.it%2Fcassazione-resources%2Fresources%2Fcms%2Fdocuments%2F22-24_MARZO_2017_RELAZIONE_OMIZZOLO.pdf&usg=AOvVaw07Un1aFPcMtuijL-Q4Q0wH

Il sistema utilizzato per tenere basso il prezzo è quello delle **aste elettroniche al doppio ribasso, portato all'attenzione dell'opinione pubblica da Stefano Liberti in un articolo pubblicato su Internazionale⁷ nel 2018. Di che si tratta?** È un sistema attraverso il quale alcune grandi catene di supermercati (in particolare, ma non soltanto, discount) invitano i produttori a presentare la loro offerta più bassa per aggiudicarsi il contratto di fornitura di un determinato prodotto trasformato, come la passata di pomodoro. Una volta ricevute le offerte via mail, il prezzo più basso offerto diventa la **base d'asta** della seconda e ultima gara, che avviene elettronicamente e si conclude in pochi minuti. Tramite questo sistema una nota catena di supermercati nel 2018 si è aggiudicata una fornitura di pelati per 0,31 centesimi alla bottiglia, un prezzo con il quale è di fatto impossibile coprire i costi di produzione (se non, ovviamente, in perdita). Questo metodo inquina l'intero mercato, creando un prezzo che fa comunque da riferimento per le altre catene di supermercati, anche quelle che non si servono di aste al doppio ribasso⁸.

Strette in questo meccanismo, le aziende trasformatrici (che producono passata in bottiglia o pelati, ad esempio) cercano di restare sul mercato acquistando la materia prima al più basso prezzo possibile: per poterla fornire a quel prezzo a loro volta i produttori agricoli si servono dei caporali, con le conseguenze già raccontate. Illuminanti sono, in tal senso, le parole di Yvan Sagnet, promotore del primo sciopero dei braccianti stranieri in Puglia: “Colpire i caporali e anche le aziende che se ne servono, per quanto necessario, incide solo sugli effetti e non sulle cause reali del caporalato. Le cause risiedono nel modello economico attuale, nei rapporti di forza fra grandi imprese multinazionali e lavoratori e consumatori. Anche le piccole e medie aziende agricole sono vittime di quella specie di “caporalato economico internazionale” che è la grande distribuzione organizzata ”⁹.

Una soluzione non è sicuramente facile, dal momento che i prodotti a basso prezzo incontrano il bisogno di famiglie sempre più impoverite. Come ha raccontato una consumatrice in risposta all'articolo di Liberti “Una cosa è certa: ho

⁷ Fonte: <https://www.internazionale.it/reportage/stefano-liberti/2018/07/25/passata-pomodoro-eurospin>

⁸ Fonte: Il grande carrello /Liberti, Cicone, 2019 ed. Gius Laterza e figli.

⁹ Fonte: <http://mafie.blogautore.repubblica.it/2018/03/27/1675/>

una nuova consapevolezza dei nostri comportamenti. E molta rabbia per il gioco sporco che mette soggetti economicamente deboli -produttori agricoli e consumatori poveri – uno contro l'altro"¹⁰.

Una speranza è offerta da esperienze come quella di Funky Tomato (vedi pag.), un'azienda che ha tentato, con successo, di riorganizzare una filiera ispirata ai principi della dignità, della partecipazione e della multiculturalità, producendo e imbottigliando pomodoro al di fuori della GDO e garantendo il rispetto dei diritti dei lavoratori.¹¹

BOX

1

CHI È YVAN SAGNET



(foto di Internazionale)

Jean Pierre Yvan Sagnet è un **sindacalista** camerunense. Giunto in Italia nel 2007 con un visto per studio (si è laureato al Politecnico di Torino in Ingegneria delle Telecomunicazioni) ha sperimentato sulla propria pelle le drammatiche condizioni dei lavoratori nei **campi di pomodoro pugliesi**. In seguito a quell'esperienza ha iniziato un'attività di sindacalista promuovendo, a Nardò, in Puglia, il **primo sciopero dei braccianti** contro il **caporalato**, nell'estate del **2011**.

Lo sciopero, durato un mese, è riuscito a coinvolgere lavoratori di diverse provenienze e a sensibilizzare l'opinione pubblica sul problema dello sfruttamento nel settore agricolo, in particolare della manodopera immigrata. Ha quindi fondato l'associazione NO CAP che lotta per sottrarre al caporalato i giovani lavoratori agricoli. Grazie al suo impegno contro lo sfruttamento e il caporalato, nel 2017 Sagnet è

¹⁰ Il grande carrello / Ciconte, Liberti, 2019 ed. Gius Laterza e figli

¹¹ https://www.huffingtonpost.it/2015/09/10/funky-tomato-no-caporalato_n_8118232.html



stato insignito del titolo di **Cavaliere dell'ordine al merito** della Repubblica Italiana. "I responsabili non sono i caporali ma i **datori di lavoro**. Oggi arresti un caporale e domani ne arriva un altro. È l'intero impianto normativo a non funzionare"¹² ha sostenuto.



BOX

2 COS'È E COME FUNZIONA IL CAPORALATO?

Si tratta di una pratica illegale di intermediazione del lavoro, diffusa soprattutto in agricoltura e nell'edilizia. I caporali reclutano per conto di un imprenditore agricolo (o edile) lavoratori disposti ad accettare paghe ridotte. Oltre ai reclutatori, sono ben distinti i compiti tra chi controlla il lavoro sui campi, chi impartisce punizioni (vere e proprie violenze sui braccianti impiegati) e chi si occupa dei trasporti (il "tassista"), richiedendo un pagamento extra per accompagnarli i braccianti sui campi e persino per portarli in ospedale quando hanno un malore. La manodopera reclutata è spesso immigrata e vulnerabile, anche quando fornita di documenti regolari. Una delle frequenti forme di vessazione nei confronti di questi lavoratori consiste infatti nel sottrarre loro i documenti fino alla fine della raccolta, così da rendere più difficile per loro ribellarsi o denunciare chi li sfrutta. Il guadagno del caporale è dato da un compenso corrisposto sia dal committente (il proprietario agricolo) che dal lavoratore¹³.

Le paghe corrisposte ai raccoglitori di pomodoro possono variare: di solito si tratta di 1-2 euro all'ora, oppure di 4-5 euro per ogni casone (da 375 kg!) con giornate di lavoro che possono arrivare alle 12-14 ore per un guadagno che di rado supera i 30 euro al giorno

¹² <https://www.terrelibere.org/4651-yvan-sagnet-se-arresti-un-caporale-ne-arriva-un-altro-il-problema-sono-le-aziende/>

¹³ Fonte: Studio Cataldi: <https://www.studiocataldi.it/articoli/31484-il-caporalato.asp>

(quasi sempre inferiore per le donne), un salario inferiore di circa il 50% rispetto a quanto previsto dal contratto nazionale¹⁴. Il reato di caporalato è ora sanzionato dalla **legge 199 del 2016** emanata in seguito al primo sciopero dei braccianti di Nardò. Caporalato e sfruttamento non riguardano solo la raccolta dei pomodori: come ha ampiamente documentato il giornalista Marco Omizzolo con le sue inchieste sull'agro pontino, si tratta di fenomeni diffusi in modo capillare in tutti i settori dell'agricoltura.¹⁵ A proposito di agro pontino, si ricorda che il 9 agosto 2019 la Regione Lazio ha emanato una normativa regionale, legge numero 18 del 14 agosto 2019, *"Disposizioni per contrastare il fenomeno del lavoro irregolare e dello sfruttamento dei lavoratori in agricoltura"* a contrasto del fenomeno con interessanti novità sulla formazione ai lavoratori.



BOX 3

DA SAPERE

"In Italia si contano circa 80 distretti agricoli a rischio in cui il caporalato è pratica comune; di questi, 33 presentano condizioni di lavoro "indecenti" e in 22 vigono forme di grave sfruttamento lavorativo. Dei lavoratori stagionali migranti impiegati in agricoltura il 62% non ha accesso ai servizi agricoli essenziali, il 64% non ha accesso all'acqua corrente e il 72%, dopo le attività di raccolta, presenta malattie che non avevano prima di lavorare nei campi (osteomuscolari, cardiovascolari, polmonari, tumorali e di altra natura)."¹⁶



¹⁴ Fonte: http://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2018/08/06/braccianti-sfruttati-3-euro-per-un-cassone-da-370-kg_340d48bf-30c0-4a65-b594-0def6bd101df.html

¹⁵ Fonte: Relazione di Marco Omizzolo, marzo 2107, Corte di Cassazione https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&act=8&ved=2ahUKEwiB_5mJmMjjAhUM16QKHcaFCnoQFjAAegQIABAC&url=http%3A%2F%2Fwww.cortedicassazione.it%2Fcassazione-resources%2Fresources%2Fcms%2Fdocuments%2F22-24_MARZO_2017_RELAZIONE_OMIZZOLO.pdf&usq=AOvVaw07Un1aFPcMtuijL-Q4Q0wH

¹⁶ Tratto da elazione di Marco Omizzolo, marzo 2107. ibidem

1.1.1 ATTIVITÀ: "STORIA DI UN POMODORO"

| | |
|---------------------------------|--|
| Tipologia di attività | GIOCO DI RUOLO |
| Età | 12+ |
| Durata | 2h |
| Materie | Italiano, Diritto, Economia, Etica. Matematica |
| Riassunto delle attività | <p>Il gruppo svolgerà un gioco di ruolo interpretando i vari attori che gravitano attorno alla filiera di produzione del pomodoro. La classe verrà divisa in quattro gruppi che rappresenteranno rispettivamente la GDO, le industrie di produzione, i produttori agricoli e i braccianti, che dovranno affrontare una trattativa per definire il contratto annuale di fornitura di pomodori per il mercato nazionale. La trattativa si svolgerà in tre fasi e sarà mediata e supervisionata dal conduttore del gioco. Ad ogni gruppo verrà fornita una scheda ruolo, dove verranno specificate le possibilità di azione della categoria che viene rappresentata e gli obiettivi da raggiungere al termine della trattativa.</p> <p>Step by step</p> |
| Materiali | Schede Ruolo (GDO, Industria, Produttore, Braccianti) (in allegato) Fogli e Pennarelli Sedie in cerchio |

Fase 1

Ogni gruppo elegge un rappresentante che affronterà la trattativa con i rappresentanti degli altri gruppi. Prima che abbia inizio la trattativa ogni gruppo ha 15 minuti di tempo per decidere la strategia di azione per raggiungere il proprio obiettivo (scritto sulla scheda ruolo)

Fase 2

I rappresentanti formano un piccolo cerchio al centro della classe e ha inizio la trattativa. Da questo momento in avanti il resto del gruppo (seduto alle spalle del proprio rappresentante) può solamente ascoltare i rappresentanti senza intervenire. Durante questa fase, ogni gruppo ha la possibilità di agire solo in due modi: **TIME OUT** (il gruppo chiede una pausa di un minuto in cui si confronta con il proprio rappresentante mentre gli altri gruppi rimangono al loro posto) o **CAMBIO** (il gruppo ha 30 secondi per cambiare rappresentante).

N.B: una volta chiamato il cambio, il rappresentante dovrà **NECESSARIAMENTE** cambiare)

La durata della trattativa non può andare oltre i 30/40min, terminati i quali, il conduttore, se non è stato raggiunto un accordo di massima, dichiarerà fallita la trattativa.

Fase 3

La trattativa si è conclusa con un accordo di massima e si passa alla scrittura del contratto, da parte del gruppo GDO. Una volta scritto, verrà letto ai gruppi e firmato dalle parti in causa (qualora una parte non fosse d'accordo a firmare, le altre parti potranno decidere se escluderla dall'accordo)

Focus Pedagogico

La classe si ridispone in cerchio ed inizia la fase di restituzione. Il conduttore dovrà soffermarsi sia sugli aspetti tecnici ed informativi dell'attività (approfondire quali aspetti trattati siano realmente inerenti alla realtà, provare a far immaginare la difficoltà di affrontare una trattativa con strumenti differenti e potere contrattuale differente), ma anche soffermarsi sulle sensazioni provate durante il "Gioco di Ruolo" (es. Quanto è stato difficile far rispettare i propri diritti? Cosa hai provato a non avere margini di scelta? Quanto è complicato fare la cosa giusta avendo potere e libertà di fare quella più conveniente?).

Ovviamente per la riuscita dell'attività il conduttore dovrà avere piena conoscenza delle schede ruolo di ogni gruppo, sapendone obiettivi e caratteristiche.

Questo momento è fondamentale per permettere al gruppo di familiarizzare con i termini tecnici e le diverse fasi in cui si articola la filiera produttiva del pomodoro, anche acquisendo informazioni ulteriori al di là della necessaria semplificazione del gioco. È inoltre importante che sperimentino il grado di complessità raggiunto nell'organizzazione della filiera – dalla produzione alla

distribuzione - e che possano valutare in maniera critica quali sono le conseguenze di questa organizzazione. Il conduttore avrà anche il compito di presentare le alternative possibili (vedi approfondimenti del Kit), per aiutare il gruppo a superare l'eventuale senso di impotenza o frustrazione sperimentato durante la simulazione.



2. AREA TEMATICA: PRODUZIONE

2.1 TESSILE

Alla fine degli anni '80 del secolo scorso la produzione industriale del settore tessile si concentrava principalmente negli Stati Uniti e in Europa: i prodotti erano standardizzati e l'offerta poco varia. Con la predominanza della società dei consumi, offerta e qualità della produzione aumentano e diversificano. I maggiori scambi e la crescita del settore hanno però comportato la comparsa di nuove e pericolose tendenze che solo negli anni successivi avrebbero raggiunto livelli considerevoli. È infatti di questi primi anni l'idea, fattasi strada nei consigli amministrativi delle aziende di settore, che portare la produzione in paesi ricchi di manodopera a basso costo e dalla poca se non assente tutela legislativa potesse rappresentare un vantaggio competitivo.

In questo “nuovo mondo” così creatosi, hanno trovato posto solo due distinte ed opposte tipologie di produzione:

- ad alto valore aggiunto, tipiche delle economie sviluppate, caratterizzate dall'utilizzo di tecnologie altamente performanti e dall'impiego di personale altamente specializzato
- a basso valore, tipiche dei paesi del sud del mondo che, utilizzando il basso costo della manodopera e l'abbondanza di risorse naturali, hanno potuto specializzarsi nella produzione di massa.

Questa polarizzazione delle produzioni ha di fatto creato le premesse per un oligopolio dominato da poche multinazionali in grado di creare, in pochi anni, milioni di posti di lavoro spostando le produzioni nelle aree più depresse del pianeta.

È però importante comprendere come tali colossi, perseguendo l'interesse aziendale e sfruttando ogni possibilità per la massimizzazione del proprio profitto, siano state in grado non solo di determinare cosa produrre ma anche imporre il **come**.

A livello globale, il settore tessile ha un valore che nel 2013 si stimava superiore al trilione di dollari, rappresentando quasi il **2% del PIL mondiale**. Il 75% di questo mercato si concentra in Europa, Stati Uniti, Cina e Giappone. Sempre considerando il valore prodotto, circa il 44% riguarda il tessile per **l'abbigliamento** (fashion e sportivo).¹⁷

Se ci si sofferma al solo settore dell'abbigliamento, si scopre che le nazioni che "dominano" il mercato sono, dopo Cina ed EU (28), il Bangladesh, il Vietnam e l'India.

Queste statistiche ci aiutano a chiarire meglio un concetto chiave riguardante questo mercato: **le produzioni di massa si concentrano in paesi con manodopera a basso costo e sono vendute poi sui mercati con più alto reddito pro-capite**.

Sono molti i dati disponibili sul mercato del tessile che si potrebbero aggiungere, molti i report, le classifiche e gli studi di settore da poter citare, eppure nella maggior parte di esse non troveremmo alcuna informazione sulle condizioni di lavoro di chi concretamente produce gli abiti che indossiamo.

In assenza di tutele sindacali e/o legislative, in contesti caratterizzati da enormi disparità di reddito pro-capite, è facile trovare lavoratori disposti a fornire il proprio operato per pochi centesimi, senza la possibilità di pause, senza alcun diritto e in ambienti insalubri se non addirittura pericolosi¹⁸. Uno tra gli esempi, forse più tristemente noti, è il caso del Rana Plaza a Savar in Bangladesh. L'edificio di 8 piani ospitava stabilimenti tessili che rifornivano prestigiosi marchi occidentali di abbigliamento, ma crollò su stesso il 24 aprile del 2013, in seguito a un cedimento strutturale, causando la morte di 1.134 persone e il ferimento grave di più di 2.000. Molti erano operai ai quali era stato chiesto di rientrare al lavoro dopo

¹⁷ Fonte: <https://www.widemagazine.net/industria-tessile-stato-dellarte/>

¹⁸ Fonte: <https://www.internazionale.it/reportage/2016/01/23/sri-lanka-industria-tessile-sfruttamento>

essere stati evacuati per la comparsa delle prime crepe¹⁹. I sopravvissuti, raccontando l'accaduto, hanno poi testimoniato di condizioni di lavoro disumane, di strutture inagibili e di sistemi di sicurezza inesistenti.

In risposta all'immane tragedia e all'eco suscitato in tutto il mondo, è stato possibile definire e sottoscrivere il cd. *Accordo per la prevenzione degli incendi e sulla sicurezza degli edifici in Bangladesh* che, introducendo la possibilità di ispezioni indipendenti e la formazione dei lavoratori su argomenti di sicurezza, ha contribuito in maniera significativa al miglioramento delle condizioni di sicurezza nelle fabbriche del Bangladesh. Alla prima stesura, emanata nel maggio 2013, altre ne sono seguite e grazie al coinvolgimento di più di **140 marchi internazionali** ed attraverso l'opera di informazione di più di **due milioni di lavoratori in 1.300 fabbriche**, il testo si prefigge dichiaratamente l'obiettivo di aumentare costantemente il numero di operai coinvolti e rappresentare un punto di riferimento per l'intero mondo tessile.

Purtroppo il problema delle condizioni di lavoro degli operai nel settore tessile non si esaurisce con la messa in sicurezza delle fabbriche: quello che manca è ancora un reale impegno dei grandi brand della moda a pretendere dai propri fornitori un salario "vivibile" (vedi box 1) ai propri lavoratori.

La "Clean Clothes Campaign" e la sua omologa italiana "Campagna Abiti Puliti" sono impegnate da anni nell'informare e sensibilizzare l'opinione pubblica sulle reali condizioni di chi produce i nostri abiti, e contemporaneamente portano avanti un'azione di pressione sui grandi brand perché diano garanzie sul rispetto dei diritti nella filiera produttiva. Purtroppo i risultati delle ultime indagini (2014 e 2019, che hanno coinvolto 20 grandi brand internazionali) mostrano che **aldilà delle dichiarazioni di principio, nessun reale passo in avanti è stato fatto nel garantire ai lavoratori del tessile un salario dignitoso**. Parte del problema risiede nel fatto che per le grandi aziende è sufficiente che i fornitori paghino il salario minimo stabilito dai contratti collettivi nazionali. Questi purtroppo nella maggior parte dei Paesi presi in esame (India, Indonesia, Cambogia, Cina, Turchia, Bangladesh) sono molto al di sotto di un salario vivibile. Secondo il rapporto di Clean Clothes, questo succede principalmente perché i governi – sotto la pressione delle aziende locali - tendono

¹⁹ Fonte: <https://www.avvenire.it/attualita/pagine/abiti-puliti-cinque-anni-dopo-il-crollo-del-rana-plaza-tra-progressi-e-griffe-sorde>

a rallentare i processi di adeguamento dei salari di base per la paura (fondata) che le grosse multinazionali si rivolgano ad altri paesi. “Il modello di affari dominante mette un paese contro l’altro, e un fornitore in competizione con l’altro, in una corsa globale al ribasso”.²⁰

Per fortuna gli studi sembrano mostrare che tragedie come quella del Rana Plaza e la maggiore disponibilità di informazioni sulle condizioni dei lavoratori del tessile hanno aumentato la consapevolezza dei consumatori, come sembra mostrare una recente indagine di Ipsos Mori²¹, che certifica quanto i consumatori italiani siano sensibili a questi temi.

Nell’indagine si attesta come solo due italiani su dieci (22%) ritengano di essere adeguatamente informati riguardo all’impatto produttivo sull’ambiente e sulla popolazione del comparto tessile, mentre otto su dieci (82%) ritengono necessario che i marchi forniscano informazioni sulle misure adottate per ridurre l’inquinamento. Secondo il sondaggio, inoltre, due italiani su tre (64%) dichiarano di non essere disposti a comprare articoli di abbigliamento da marchi la cui produzione sia associata all’inquinamento e addirittura il 72% (i tre quarti degli italiani) ritiene che i marchi di abbigliamento debbano assumersi la responsabilità di ciò che avviene nelle loro catene di produzione e distribuzione.

Per quel che riguarda le condizioni di lavoro e di salario poi, ben otto italiani su dieci (78%) considera fondamentale l’obbligo, da parte dei marchi dell’abbigliamento, di dichiarare in maniera trasparente la congruità degli stipendi dei dipendenti che lavorano nelle rispettive filiere dichiarando la volontà (58%) di cambiare brand in caso contrario. L’indagine perciò fotografa un’Italia assolutamente attenta a tali questioni tanto da pretendere, da parte dei produttori, una netta assunzione di responsabilità per ciò che avviene all’interno delle rispettive filiere produttive, chiedendo maggiore trasparenza sia per quanto riguarda le condizioni di lavoro sia per quanto attiene il rispetto dell’ambiente.

²⁰ Fonte: Tailored Wages 2019: <http://www.abitipuliti.org/wp-content/uploads/2017/08/Salari-su-misura-Rapporto-completo.pdf>

²¹ Fonte: Sustainable Fashion Survey, IPSOS MORI , Novembre 2018
http://changingmarkets.org/wp-content/uploads/2019/01/IPSOS_MORI_summary_survey_results.pdf

1 IL SETTORE DELL'ABBIGLIAMENTO, IN CIFRE

Il settore tessile ha un valore che supera il trilione di dollari e ammonta al 2% del PIL globale (dati del 2013). Più del 70% dei prodotti tessili e di abbigliamento importati in Europa provengono dai Paesi Asiatici. In 5 su 6 principali produttori (India, Cambogia, Pakistan, Bangladesh e Turchia) il salario minimo è solo un terzo del salario vivibile stimato. Il 72% degli italiani (secondo il sondaggio di IPSOS mori) ritiene che i marchi di abbigliamento debbano assumersi la responsabilità di ciò che avviene nelle loro catene di produzione e distribuzione.

WE



2 UN SALARIO "VIVIBILE" PER I LAVORATORI DEL TESSILE

Dal rapporto "Tailored Wages 2019 – the state of pay in the global garment industry/ Clean Clothes Campaign"

Che cos'è il salario vivibile? È quel salario che permette a chi lavora di soddisfare i bisogni di base propri e della propria famiglia, e di fornire del reddito extra per altre spese. In particolare questo salario:

- si applica a tutti i lavoratori e le lavoratrici
- deve essere guadagnato in una settimana lavorativa standard, che non superi le 48 ore
- è il salario di base, al netto delle tasse e (quando sono applicabili) degli altri bonus, extra o agevolazioni
- copre i bisogni di base di una lavoratrice o un lavoratore e delle loro famiglie (per l'Asia si può definire come 3 unità di consumo, considerando l'adulto pari a 1 e il minore a 0,5. In altre regioni si calcolano famiglie di dimensioni e bisogni di spesa differenti).
- deve coprire i costi relativi a **cibo, cure mediche, istruzione, trasporti, affitto, abbigliamento**.- include un 10% aggiuntivo – oltre ai costi per i bisogni di base – come reddito discrezionale.



Nel rapporto "Tailored Wages 2019" si legge: "Nessun marchio intervistato per questo studio è stato in grado di dimostrare che i lavoratori in Asia, Africa, America Centrale o Europa Orientale ricevono un salario vivibile"



BOX 3

LA TUTELA DEL CONSUMATORE QUALCHE INFO SULL'ETICHETTA

Per i prodotti tessili l'etichettatura è lo strumento che conferisce trasparenza alle scelte produttive dell'azienda e favorisce gli scambi commerciali grazie all'applicazione uniforme delle regole europee. L'indicazione in etichetta della composizione fibrosa dei prodotti tessili, soddisfa inoltre l'esigenza di garantire ai consumatori un'informazione trasparente e chiara sulle caratteristiche del prodotto.

Per il legislatore comunitario non vi sono altri obblighi di informazione oltre a quello di indicare in etichetta la composizione fibrosa dei prodotti tessili, come ad esempio le taglie dei capi di abbigliamento, le istruzioni per la cura dei capi, il paese di origine. Altre informazioni possono essere previste dagli Stati membri. Quando una informazione non è obbligatoria, ad esempio il paese d'origine, gli operatori economici possono divulgare informazioni su base volontaria a condizione che le stesse non siano false o ingannevoli per i consumatori.



2.1.1 ATTIVITÀ: 100% COTONE

| | |
|---------------------------------|--|
| Tipologia di attività | Lezione basata sulla visione di un documentario |
| Età | 14+ |
| Durata | 45 minuti |
| Materie | Biologia, Chimica, Studi sociali, Economia, Lavoro |
| Riassunto delle attività | <p>Attraverso la visione di un documentario che racconta la vita dei coltivatori di cotone, gli studenti imparano nuove cose sulla produzione di questo tessuto, le minacce dei pesticidi e il circolo vizioso del debito. La discussione a margine del film può stimolare un dibattito sulle responsabilità che abbiamo come consumatori e sulla nostra capacità di influenzare il mercato globale dei vestiti.</p> |
| Materiali | <p>Step by step</p> <p>proiettore schermo lavagna o lavagna a fogli mobili gessi o pennarelli post-it (3 per ciascuno studente) documentario “100% cotone” disponibile online qui (parte 1 e parte 2)</p> |

Step 1. PRIMA DELLA PROIEZIONE

Introduci il film agli studenti, dicendo loro che impareranno qualcosa di più sulla coltivazione e la lavorazione del cotone. L'autrice è una regista tedesca, Inge Altemeier, che ha girato numerosi documentari su temi legati alla globalizzazione economica. Le riprese hanno avuto luogo in India e Germania nel 2003.

Informa gli studenti che metterai in pausa il film in certi momenti e che dovranno provare a indovinare come continua. Decidi se affidare la produzione delle ipotesi a una discussione o se far scrivere agli studenti le loro idee. L'ultima alternativa è più veloce ma è necessario fare una valutazione intorno ai due terzi del documentario (Le tue ipotesi erano corrette? In cosa non lo erano? Nel caso in cui le tue ipotesi siano state sempre giuste, che cosa può significare questo? Pensi che sia un argomento già noto?). Poni queste domande durante la SINTESI (vedi sotto).

Step 2. DURANTE LA PROIEZIONE

Metti il film in pausa dopo le seguenti frasi:

“L’anno scorso, due terzi del raccolto sono stati distrutti dai vermi” (minuto: 00:02:35:06)

Chiedi agli studenti: Cosa pensate che farà Anand?

“I vermi si sono abituati al pesticida e sono sopravvissuti” (minuto: 00:02:44:14)

Chiedi agli studenti: Cos’altro può fare Anand? Cosa potrebbe funzionare?

“I suoi fornitori sono felici per la grassa provvigione che ricevono dalla Bayer” (minuto: 00:12:04:11)

Chiedi agli studenti: Cosa è successo? (Anand ha comprato un pesticida ancora più forte e si ritrova più indebitato di prima). Cosa pensi che succeda dopo? Il suo investimento si rivelerà vantaggioso?

“E così le donne raccolgono il cotone - veleno per l’Europa” (minuto: 00:14:26:16)

Chiedi loro: Dove sta andando Anand?

“Ci sono molti altri agricoltori come lui” (minuto: 00:15:06:14)

Poni la seguente domanda: Pensi che avrà successo?

“Mette in tasca solo 20 euro. Il risultato di sei mesi di duro lavoro nei campi.” (minuto: 00:17:31:00)

È giunto il momento della SINTESI. Fai le seguenti domande:

Quanto costava una bottiglia di pesticida? Quanto guadagnava Anand per il suo cotone? Era tutto il cotone che aveva raccolto? L’investimento in pesticidi è stato

vantaggioso in termini di lotta ai parassiti? È stato vantaggioso in termini economici? Puoi prevedere la futura situazione di Anand? Cosa può aiutarlo a migliorarla?

Cosa, al contrario, può peggiorarla? Cosa significa il concetto “circolo vizioso di pesticidi e indebitamento”?

Puoi realizzare una rappresentazione grafica del fenomeno? (Gli studenti possono disegnare individualmente su un quaderno o insieme alla lavagna. Se il tempo a disposizione non è sufficiente, puoi anche tralasciare questa attività. Per guardare il documentario fino alla fine ed elaborare le ultime domande ti servono almeno 15 minuti. Se a questo punto dovesse scaturire una discussione, puoi interrompere la proiezione qui.)

Comunica alla classe che da questo momento in poi guarderete il documentario fino alla fine. Nella seconda parte, appaiono diversi rappresentanti di marchi di abbigliamento. Chiedi agli studenti di prendere appunti su quello che viene loro in mente durante la proiezione e sulle domande che vorrebbero porre a queste persone o agli autori del film.

Step 3. RIFLESSIONE (10 minuti)

Alla fine del film, lascia spazio alle prime impressioni: Che ne dite? Avete mai visto un documentario simile prima? Di chi è il problema anzitutto?

Consegna a ciascuno studente tre post-it e chiedi loro di scrivere delle domande rivolte a 1) un rappresentante di H&M, 2) un rappresentante di OTTO e 3) agli autori del film.

Lascia 3-5 minuti per scrivere e poi chiedi di appendere i fogli sotto alle rispettive etichette alla lavagna (segna tre etichette abbastanza larghe con le scritte H&M, OTTO, autori del film). Gli studenti leggono le domande suggerite dai compagni ed eventualmente le commentano. Prendi nota delle domande ripetute o di quelle che appaiono una sola volta – se lo desiderano, gli studenti che le hanno elaborate possono fare ulteriori commenti su di esse.

Se resta ancora del tempo, puoi chiedere se gli studenti hanno già visto capi d'abbigliamento fatti con cotone biologico nei negozi ed eventualmente dove e quanto costano.

Focus pedagogico

Gli studenti si fanno un'immagine visiva della coltivazione del cotone.

Osservano e predicono il destino di un contadino intrappolato nel circolo vizioso dei debiti. In questo modo, sono in grado di descrivere e spiegare graficamente questo fenomeno.

Gli studenti promuovono il pensiero critico e acquisiscono una maggiore consapevolezza delle ingiustizie ambientali che il nostro stile di vita causa in altre parti del mondo.

Questa attività è tratta da [SAME World Edu-kit](#) ed è stata realizzata dall'associazione slovena Humanitas.



3. AREA TEMATICA: MATERIE PRIME

3.1 COLTAN

5 miliardi di persone, è questa la dimensione del mercato delle comunicazioni ad oggi e che le stime indicano destinata ad aumentare, fino ad arrivare al numero record di 5.9 miliardi di persone nel 2022, pari al 71% della popolazione mondiale²². Solo per avere un indicazione delle implicazioni economiche che queste cifre comportano, basti pensare che nel solo 2017 le tecnologie mobili e i servizi ad essi collegati hanno generato il 4.5% del PIL mondiale prevedendo nel 2022 di raggiungere il 5%. Nel solo mercato della telefonia sono impiegati, in modo più o meno diretto, circa 29 milioni di lavoratori che, attraverso la semplice tassazione da reddito, generano un gettito erariale di circa 500 miliardi di dollari. Si calcola infine che negli ultimi cinque anni, le aziende e le banche d'investimento di tutto il mondo abbiamo investito una cifra vicina ai mille e duecento miliardi di dollari per finanziare start-up e compagnie emergenti del settore.

Se si analizzano però i dati con più attenzione è possibile vedere come, nonostante l'ininterrotta crescita, questo settore si stia lentamente saturando. Si è infatti passati in quattro anni da 4 a 5 miliardi di utenti, per poi impiegare ben otto anni per passare da 5 a 6 miliardi. Nonostante tale rallentamento, le stime indicano come nei prossimi anni India e Cina avranno rispettivamente 200 e 70 milioni di nuovi utenti mentre

²² Fonte: "The mobile Economy 2018" GSM Association (*Global System for Mobile Communications, ente commerciale che rappresenta gli interessi degli operatori di reti mobili in tutto il mondo*)

l'area Sub Sahariana, l'America Latina e tre dei maggiori paesi Asiatici (Pakistan, Indonesia e Bangladesh) genereranno nel complesso più di 350 milioni di nuovi utenti.

Dietro a questi impressionanti numeri ve ne sono altri che, come abbiamo avuto modo di vedere in altri casi, sono completamente ignorati dai più e che forse, in quanto consumatori, sarebbe opportuno prendere in considerazione.

È necessario ricordare che per ognuno dei 5 miliardi di attuali possessori di telefonia mobile in giro per il mondo, sono necessarie altrettante batterie.

Alla base della produzione delle batterie telefoniche vi è il Cobalto che, per più del 50%, viene estratto da miniere situate in Congo. Il paese, uno tra i più poveri e martoriati del mondo, ha visto nella sua storia decenni di guerre civili e l'alternanza di governi molto corrotti. L'importanza del Cobalto, inizialmente relegato a sottoprodotto nell'estrazione del rame, è oggi legata all'evoluzione del mercato tecnologico; componente infatti fondamentale per la telefonica ha visto in pochi anni aumentare esponenzialmente il proprio valore. Il minerale, che si trova generalmente sotto forma di roccia grigio scura, denominata heterogenite, è anche estraibile da altri materiali grezzi se adeguatamente trattati. La maggioranza di queste materie prime viene però venduta e trasformata in enormi raffinerie cinesi che le utilizzano per una varietà infinita di sottoprodotti venduti poi in tutto il mondo. Quello che però è quasi completamente sconosciuto sono le modalità e la composizione della forza lavoro che quotidianamente estrae, in condizioni di assoluto pericolo, tale materiale grezzo.

Nel gennaio 2016 Amnesty international, nel suo report "This is What We Die For", ha denunciato, nella quasi totale indifferenza dell'opinione pubblica, come l'estrazione di questo prezioso materiale porti con sé l'onta dello sfruttamento del lavoro minorile così come la sistematica violazione dei più elementari diritti umani. Nella Democratica Repubblica del Congo infatti, i diritti sulle attività legate al Cobalto sono monopolio dello stato che, a sua discrezione, determina i siti, i tempi e le modalità per la sua estrazione. L'estrema povertà del paese unita alla scarsità dei siti "regolari" ha determinato nel tempo una condizione nella quali i più, al fine di poter sopravvivere, hanno improvvisato miniere che, come testimonia il report di Amnesty International, in più occasioni sono soggette a crolli e ad incidenti. In queste aree "law-free", estraendo i minerali a mani nude, centinaia di uomini, donne e bambini lottano quotidianamente per la vita. Oltre alle inevitabili malattie respiratorie causate dalla prolungata esposizione alle polveri, dolori articolari e traumi degli arti sono, a causa delle massacranti giornate di lavoro, i

danni più comuni tra la popolazione. I minori sono certamente la fascia più esposta al pericolo. Con turni medi di 12 ore in miniere illegali, senza nessun tipo di protezione e sotto la costante minaccia di estorsione da parte delle forze dell'ordine, sono spesso vittime di incidenti mortali. Anche i più fortunati, che possono permettersi di pagare le costosissime rette e frequentare la scuola, sono spinti al precoce lavoro in miniera prima e dopo le lezioni oltre che nei week end, con turni che possono arrivare alle 24 ore per arrivare a guadagnare cifre spesso poco superiori ai 2 dollari.²³ Non a caso il lavoro in miniera è elencato tra le “peggiori forme di lavoro minorile”, e l'invito da parte di organizzazioni come Amnesty International è che le **compagnie che producono dispositivi mobili assumano parte della responsabilità delle gravi violazioni dei diritti umani che avvengono in questa filiera.**

Il problema tuttavia, secondo Amnesty, è che allo stato attuale non esistono norme che impongano a queste compagnie di **tracciare la loro filiera di approvvigionamento** delle materie prime (compreso il cobalto) e infatti molte di quelle coinvolte nella ricerca hanno negato di comprare il cobalto congolese, senza, però, spiegare dove si riforniscono in alternativa.

Anche il processo di assemblaggio presenta molte ombre, come sintetizza efficacemente il video di EDEOS²⁴, un'associazione tedesca impegnata nell'educazione e sensibilizzazione tramite le arti visuali. La maggior parte delle fabbriche di assemblaggio si trovano in India e in Cina, e appartengono a poche e influenti compagnie, che a loro volta forniscono i principali marchi di smartphone e altri dispositivi mobili. Orari di lavoro prolungati, turni serrati e alta precarietà sono stati segnalati in molti casi.

Quando il prodotto finito arriva al consumatore finale, la sua vita è – probabilmente – assai breve. I modelli di smartphone oggi in commercio sono pensati per non potere essere riparati autonomamente e diventano rapidamente obsoleti, dato che le aziende rilasciano un nuovo modello in media ogni 1-2 anni, e anche le nuove app vengono implementate per adattarsi ai modelli più recenti. In breve,

²³ Hfonte “This is What we die for” Amensty International 2013
<https://www.amnesty.org/download/Documents/AFR6231832016ENGLISH.PDF>

²⁴ Fonte : Edeos – Digital Education
<https://www.youtube.com/watch?v=8EqXQ42QAaY>

uno smartphone venduto oggi ha alte probabilità di trasformarsi in breve tempo in un rifiuto elettronico, parte del milione e 800 tonnellate di rifiuti elettronici smaltiti ogni anno nel mondo.

Allo scopo di dare un'alternativa etica a questo sistema, nasce nel 2013 **Fairphone**, società olandese impegnata a garantire una produzione di smartphone improntata alla trasparenza, alla tracciabilità della filiera e al rispetto delle condizioni dei lavoratori. L'azienda punta a distribuire cellulari capaci di durare nel tempo, che possano essere riparati il più possibile autonomamente dagli acquirenti, nella convinzione che il più etico degli smartphone "è quello che possiedi già".

BOX

1

NON SOLO COBALTO: IL COLTAN

Si presenta sotto forma di sabbia nera e comprende due minerali, la **columbite** e il **tantalio**: è quest'ultimo, utilissimo per realizzare i condensatori per i cellulari, che interessa maggiormente. Il tantalio è infatti un metallo raro e molto utile per aumentare la potenza degli apparecchi elettronici. È grazie al tantalio che si è potuto ridurre così tanto la dimensione dei cellulari (il suo sostituto, la ceramica, richiedeva infatti necessariamente dimensioni maggiori).

L'80% delle riserve mondiali di Coltan si trova in Africa, e di queste l'80% nelle miniere del Congo, dove per il controllo dei territori da sfruttare si fronteggiano bande armate, riducendo di fatto in schiavitù le popolazioni locali perchè estraggano il prezioso minerale²⁵. Il coltan è infatti uno dei principali "conflict minerals".²⁶ Anche la recente situazione di instabilità in Venezuela è stata ricollegata alla scoperta nel Paese di importanti giacimenti di coltan²⁷.



²⁵ Fonte: <https://www.greenme.it/tecnocellulari/scandalo-coltan/>

²⁶ Fonte: <https://www.unimondo.org/Notizie/Dal-coltan-del-Congo-ai-nostri-smartphone-il-lato-oscuro-della-tecnologia-150274>

²⁷ Fonte: <https://thevision.com/attualita/petrolio-coltan-venezuela/>

BOX 2

COSA SONO I "CONFLICT MINERALS"

Sono quattro secondo l'UE: oro, stagno, tungsteno e tantalio (3TG, dalle loro iniziali in inglese). Sono definiti in questo modo perchè si presentano in grosse quantità – con concentrazioni maggiori rispetto a qualsiasi altro Paese- in territori segnati da forte instabilità politica e guerre civili. Di conseguenza, il mix tra alto valore della materia prima e fragile situazione interna li rende oggetto degli interessi di gruppi armati, in un circolo vizioso che alimenta sfruttamento (del suolo e della manodopera locale, spesso infantile) e violenza.

Per porre un argine a questa situazione, l'UE ha previsto l'entrata in vigore nel 2021 del "Conflict Minerals Regulation", per imporre alle aziende che importano questi minerali di rifornirsi solo da fornitori sostenibili in zone non coinvolte in conflitti, e che rispettino gli standard internazionali in materia di diritti umani. Lo scopo di questo regolamento è di tutelare le comunità locali e ridurre il finanziamento indiretto dei conflitti locali.²⁸



BOX 3

QUALCHE INFORMAZIONE SULLA TUTELA DEL CONSUMATORE

La diffusione di internet e la penetrazione dei device mobili sta rivoluzionando il tradizionale rapporto tra impresa e consumatore, non solo ridisegnando la fase di ricerca delle informazioni, prodromica all'acquisto di beni e/o servizi, così come alla gestione della relazione post vendita. È riconosciuto che il profilo di ogni singolo consumatore ha un valore non soltanto per un'impresa, ma anche per l'utente stesso. Il legislatore comunitario chiede tramite la nuova normativa l'adozione degli approcci di "privacy by design", che richiederanno



²⁸ Fonte: <http://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/conflict-minerals-regulation/regulation-explained/>

alle imprese di dimostrare in modo documentale l'adozione di misure volte a garantire la conformità alla normativa privacy e l'adozione di misure di sicurezza adeguate agli eventuali rischi per tutto il ciclo di vita dei loro prodotti/servizi. La privacy by design può essere definita la nuova dimensione della privacy che trae le sue origini dall'innovazione tecnologica. Si tratta di un approccio che mette al centro del "sistema privacy" il consumatore, che diventa il punto di partenza per sviluppare qualsiasi progetto che va realizzato considerando la progettazione (appunto by design), la riservatezza e la protezione dei dati personali.

WE



3.1.1 ATTIVITÀ: STORIA DI UN CELLULARE

| | |
|---------------------------------|--|
| Tipologia di attività | Laboratorio |
| Età | 14+ |
| Durata | 45 min |
| Materie | Economia, Geografia, Lavoro |
| Riassunto delle attività | <p>Tramite questa attività, gli studenti possono conoscere il ciclo di vita dei loro telefoni cellulari e sapere quali sono le loro responsabilità come consumatori nell'influencare uno dei più grandi crimini ambientali commessi dall'occidente: l'estrazione del prezioso Coltan utilizzato nella produzione di microchip per svariati dispositivi e lo smaltimento di rifiuti elettronici in Africa e Asia.</p> |
| Download material | <p>Allegato 1: Tabella Il mio telefono cellulare Allegato 2: Fotografie Allegato 3: Di cosa è fatto il tuo telefono cellulare? Allegato 4: Ciclo di vita di un telefono cellulare</p> |
| Materiali | <p>Step by step</p> <ul style="list-style-type: none">1 tabella per ciascuno studente (Allegato1)6 fotografie (estrazione, uso dei cellulari e rifiuti elettronici) (Allegato 2)3 testi sul ciclo di vita di un telefono cellulare per ciascuno studente (Allegato 3)fasi del ciclo di vita di un telefono cellulare (Allegato 4) |

Step 1. PREPARAZIONE:

Numera o segna con un simbolo ciascun set di tre testi (Allegato 3) in modo che lo stesso numero o simbolo indichi le tre diverse parti di un testo completo.

Step 2. EVOCAZIONE 15 minuti

Chiedi agli studenti di tirare fuori i loro cellulari e di metterli su un tavolo. Si formerà così un cumulo di telefonini. Chiedi quali sono le loro impressioni spontanee: Che cosa vi viene in mente? Puoi scrivere le loro libere associazioni mentali su un grande foglio di carta – sul quale avrai messo i cellulari – oppure alla lavagna. Lascia i telefoni in quella posizione per l'intera durata dell'attività.

Distribuisci la tabella (Allegato 1). In coppie, gli studenti si consultano sulle risposte e le scrivono nella tabella. Se lo ritieni appropriato, puoi ricapitolare le idee con la classe scrivendole alla lavagna. Chiedi agli studenti di tenere la tabella per sé al momento.

Distribuisci le immagini che raffigurano le miniere, l'uso dei cellulari e il viaggio dei rifiuti elettronici intorno al mondo (Allegato 2) sul pavimento attorno al cumulo di telefoni. Ogni studente deve scegliere la foto che trova più interessante. I gruppi che si formano attorno a ciascuna immagine discutono che cosa succede in essa e dove può essere stata scattata. Ciascun gruppo condivide le sue osservazioni con un altro gruppo. È anche possibile far condividere le osservazioni di ciascun gruppo con l'intera classe. Scrivi tutte le osservazioni interessanti alla lavagna in modo da poter tornare su di esse durante la lezione.

Step 3. COMPRESIONE DEL SIGNIFICATO 10 minuti

Adesso passa ai testi (Allegato 3). Gli studenti si dividono in tre gruppi secondo le parti di testo a cui appartengono le foto scelte (1. Estrazione e produzione, 2. Consumo, 3. Rifiuti). Distribuisci i testi corrispondenti. Dai agli studenti il tempo necessario a leggerli. Si formano dei gruppi da tre – corrispondenti al simbolo raffigurato sul testo – in cui sono presenti studenti che hanno letto tutte e tre le parti di testo. Il compito di questi terzetti è di riprendere in mano le tabelle (Allegato 1) per inserire le nuove informazioni in una di esse basandosi sui testi letti. Se hai la possibilità di avere una traduzione dal tedesco esiste un ottimo poster sul viaggio di uno smartphone che puoi mostrare agli studenti (http://www2.weed-online.org/uploads/karte_diereiseeinessmpartphone.pdf).

Step 4. RIFLESSIONE 25 minuti

Ora che hanno ricavato informazioni dalle tabelle e dai testi studiati, gli studenti spiegano il ciclo di vita di un telefono cellulare. Spiega il compito che dovranno

svolgere e distribuisce il foglio lavoro su cui sono disegnate le fasi del ciclo di vita di un cellulare (Allegato 4). Il loro compito è dare un nome alle singole fasi e spiegare i rischi che ciascuna di esse comporta per le persone e per l'ambiente. Se il tempo a disposizione lo consente, gli studenti possono condividere il proprio lavoro girando per la classe come se fosse una piazza e fermandosi a parlare con almeno altri tre compagni sulle conclusioni raggiunte. In alternativa, fa' in modo che un certo numero di idee elaborate in ciascuna fase vengano espresse davanti alla classe.

Fai le seguenti domande: Secondo te, qual è il rischio più serio? Come lo si può prevenire? Conosci qualche caso in cui ciò sta avvenendo?

Puoi dar vita a una discussione riguardo una delle seguenti domande:

Gli impatti negativi associati ai prodotti in genere non colpiscono coloro che li comprano. Chi ne è colpito nel caso dei telefoni cellulari? Perché questi impatti non si riflettono sul prezzo?

Che cosa si può fare per costringere le aziende a fabbricare prodotti con impatti negativi più limitati sull'ambiente e le persone?

Se comprassimo meno beni, la qualità della nostra vita peggiorerebbe? Se sì, come esattamente? In quali altri modi (non) cambierebbe?

Se ti resta ancora tempo, fai le seguenti domande: Come vi siete sentiti senza i vostri cellulari per 45 minuti? Potreste vivere nella società moderna senza un cellulare? Dai agli studenti il tempo per pensare alle risposte. Crea due partiti all'interno della classe – uno A FAVORE e uno CONTRO. Gli studenti si distribuiscono secondo le risposte date. Chiedi agli studenti di motivare le proprie posizioni.

Alla fine, chiedi loro di mettere nuovamente i cellulari su un cumulo come all'inizio. Invitali a ricordarsi di cosa è successo nel corso della lezione e cosa hanno imparato. Adesso ciascuno nomina la cosa più importante che gli viene in mente mentre guarda il cumulo.

Fonti per i testi:

Programma di riciclaggio dei telefoni cellulari, disponibile qui <https://www.fair-phone.com/en/project/reducing-electronic-waste/> (2015)

Areskog Bjurling. Kristina et al. From Congo with (no) blood: Recent developments relating to the sourcing of conflict-free minerals from the Democratic Republic of Congo (2012), disponibile qui

<https://www.somo.nl/from-congo-with-no-blood-2/>

Greenpeace: Greener Electronics, disponibile qui

<https://www.greenpeace.org/archive-international/en/campaigns/climate-change/cool-it/Campaign-analysis/Guide-to-Greener-Electronics/> (2015)

Focus pedagogico

Gli studenti analizzano il ciclo vitale di un telefono cellulare, valutano gli impatti positivi e negativi delle singole fasi del ciclo e cercano un modo per ridurre gli impatti negativi.

Questa attività è tratta da [SAME World Edu-kit](#) ed è stata realizzata dall'associazione slovena Humanitas.



4. AREA TEMATICA: FILIERE

4.1 CONTRAFFAZIONE

Con il termine “contraffare” si intende la riproduzione di un bene in modo tale che venga scambiato per l’originale. La contraffazione si verifica infatti quando segni distintivi o marchi già registrati e attribuiti a determinati prodotti vengono apposti, da soggetti terzi e non autorizzati su prodotti nuovi, o soltanto similari, o anche diversi da quelli legittimamente commercializzati dal titolare del marchio in questione.

In tal maniera il consumatore viene tratto in inganno sulla reale provenienza dei prodotti.

La contraffazione realizza quindi un **danno** tanto per il consumatore quanto per il sistema produttivo Italiano e rappresenta una **seria minaccia** per la vita di ogni singolo cittadino come di ciascuna famiglia:

Minor sicurezza sui prodotti – Acquistare un prodotto a un prezzo molto più basso, nonostante possa sembrare un affare, è quasi sempre indice di scarsa qualità. Cercando di risparmiare sul prezzo di listino infatti, si rischia di acquistare prodotti la cui aspettativa di vita media di utilizzo è inferiore all’originale e il cui prezzo è pertanto, in termini relativi, enormemente superiore a quanto dovuto. Acquistare cuffie per il nuovo telefonino a 5€ invece che 30€ è certamente conveniente, se non fosse che spesso i fili sono saldati male e che la qualità audio sia generalmentemedio bassa. A questo va aggiunto che, in quanto acquisto illegale, non esiste nessun tipo di garanzia né di rimborso in caso di guasto tecnico;

Maggiori rischi per la salute – I prodotti contraffatti possono mettere seriamente a rischio la salute di chi li usa in quanto, non seguendo alcun protocollo di sicurezza nella loro realizzazione, espongono il consumatore a

rischi che, nei casi peggiori, possono risultare mortali. Basti pensare alle conseguenze derivanti dalla somministrazione, a malati bisognosi di cure specifiche, di medicine prive del principio attivo necessario o alle conseguenze, specialmente dermatologiche, del contatto della nostra pelle con capi di vestiario tinti o conciati con prodotti tossici;

Minore occupazione - L'industria del falso non solo rappresenta un pericolo per la salute della comunità ma produce distorsioni pericolosissime nel mercato, soprattutto del lavoro. L'industria della contraffazione infatti, realizzando una concorrenza sleale, danneggia le imprese sane del nostro tessuto economico con una perdita secca quantificata, per ogni italiano, neonati inclusi, pari a Euro 142 annue e la perdita di circa 53mila posti di lavoro a tempo indeterminato per mancata produzione;

Maggiore criminalità – L'attività di contraffazione, i cui ricavi sono secondi solo a quelli derivanti dal traffico di stupefacenti, è gestita sempre più spesso da associazioni criminali che, reinvestendo i proventi in attività quali abusivismo edilizio, droga e traffico d'armi, vedono aumentare esponenzialmente la loro forza e la loro capacità di infiltrazione a tutti i livelli della società, nella quasi totale indifferenza degli acquirenti - consumatori;

Danni per la comunità – Chi produce merce contraffatta inoltre non paga né l'IVA né altre imposte sui redditi. Utilizzando infatti canali di commercializzazione paralleli a quelli convenzionali, gli evasori hanno la capacità di eludere in maniera totale e sistematica il versamento delle imposte con dirette conseguenze sull'intera comunità. Una strategia criminale come questa crea infatti non solo una perdita di miliardi di euro per le casse dello Stato, ma soprattutto genera un taglio nei servizi offerti alla comunità, come scuole, ospedali o servizi di assistenza, di importo pari proprio a quanto non versato.

La contraffazione è perciò pericolosa e va combattuta in ogni sede e in ogni sua forma e chi ritenesse di essere stato vittima o comunque di aver assistito a un caso di contraffazione può:

- Inviare un e-mail all'indirizzo anticontraffazione@mise.gov.it
- Mandare un fax al numero +39 06 4705 5750
- Rivolgersi sempre alle Forze dell'ordine

4.1.1 ATTIVITÀ: MEMORY DELLA CONTRAFFAZIONE

Tipologia di attività

Età

Durata

Materie

**Riassunto
delle attività**

Gioco e discussione guidata

14+

2 ore

Educazione civica, Letteratura

Gli studenti, a partire da un gioco di memoria, saranno guidati in una riflessione sul tema della contraffazione.

Step by step

Step 1

L'insegnante, dopo avere stampato le carte memory, organizzerà un mini torneo tra gli studenti. Ogni mazzo di carte ha due carte identiche e una molto simile alle altre due, per rendere più difficile la sfida tra gli studenti e cominciare a riflettere sul tema contraffazione. Gli studenti dovranno trovare le due carte identiche e scartare tutte quelle simili/contraffatte.

Step 2

L'insegnante, dopo una breve introduzione sul tema della contraffazione, comincerà a fare alcune affermazioni, chiedendo agli studenti di posizionarsi a destra o a sinistra di una linea immaginaria, in base al loro accordo o disaccordo con quanto enunciato.

In elenco alcune possibili affermazioni:

- 1 Mi è capitato di vedere in vendita articoli contraffatti
- 2 Sono stato tentato dall'acquisto di questi prodotti
- 3 Credo che sia giusto acquistarli perché gli originali hanno costi molto elevati
- 4 C'è una differenza reale di qualità tra i prodotti contraffatti e non contraffatti

Dopo ogni schieramento l'insegnante potrà porre ai singoli studenti domande più specifiche in merito alle loro reazioni e dare a tutto il gruppo classe elementi teorici sul tema.

Da fare:

Trovare online immagini raffiguranti scarpe, borse, orologi, sciarpe, telefonini, olio di oliva, parmigiano, profumi. Sceglierne una per tipologia e stamparla in due copie. Modificare un solo dettaglio per ciascuna immagine e stamparne una copia per ogni oggetto.

Focus pedagogico

Gli studenti saranno messi di fronte ad un "dilemma etico" circa il possibile acquisto di prodotti contraffatti. Il dilemma offrirà un'occasione per sviluppare il senso critico e la capacità di formulare argomentazioni a sostegno delle proprie scelte e convinzioni.

Ideazione: Alessia Romeo



5. AREA TEMATICA: FILIERE

5.1 OBSOLESCENZA PROGRAMMATA

L'obsolescenza programmata può essere definita come quella *pratica industriale in forza della quale un prodotto tecnologico di qualsiasi natura è deliberatamente progettato dal produttore in modo da poter durare solo per un determinato periodo, al fine di imporne la sostituzione con un nuovo prodotto, più efficiente e funzionale, la cui carica innovativa viene pianificata in precedenza.*

In altre parole i prodotti oggi realizzati, soprattutto se tecnologici, sono progettati al fine di deteriorarsi nel momento immediatamente successivo al termine della scadenza della garanzia. In tal modo i produttori, assicurandosi una continuità nella produzione, realizzano guadagni sempre crescenti a discapito dei consumatori, dell'ambiente e delle risorse naturali con l'unico effetto di generare un numero sempre maggiore di rifiuti non riciclabili.

Anche se oggi ha raggiunto dimensioni endemiche, il fenomeno dell'obsolescenza non è certo nuovo. Basti pensare che il primo caso accertato risale al 1923 relativamente alla produzione della lampadina ad incandescenza. Grazie infatti alla creazione di un cartello tra le principali aziende produttrici del tempo (tra cui Osram, Philips, General Electric) si decise, in **modo assolutamente arbitrario**, che la durata delle lampadine non dovesse superare le mille ore a fronte di una capacità di 2500. Così facendo il "cartello Phoebus", segnando indelebilmente la storia moderna, si garantiva un ricambio costante con oggetti di ultima generazione ed introduceva l'obsolescenza programmata come vera e propria strategia industriale. Nel 1933 l'obsolescenza programmata fu persino oggetto di una proposta di legge da parte dell'immobiliarista americano Bernard London che, al fine di uscire dal pantano della Depressione, la presentò come strategia percorribile per stimolare i consumi.

Accanto a ragioni storiche, ve ne sono altre più prettamente tecniche che “spieghino la *necessità*” di un’obsolescenza programmata. Grazie infatti a miglioramenti tecnologici costanti si sono raggiunti, in un lasso di tempo relativamente breve, standard produttivi inimmaginabili, sia in termini di qualità che di quantità. Proprio queste capacità hanno rappresentato però nel tempo la ragione fondante dell’obsolescenza programmata. A tal riguardo, caso emblematico è rappresentato dall’invenzione del nylon. Superiore infatti sia per resistenza che durevolezza ai prodotti fino a quel momento utilizzati, il Nylon si impose sulla scena mondiale come fattore insostituibile per alcune produzioni come quelle delle calze da donna. Le sue caratteristiche di resistenza si rivelarono però talmente efficaci che i produttori, dovendo gestire prodotti tendenzialmente indistruttibili, capacità produttive potenzialmente globali e una domanda spesso troppo limitata, furono costretti ad **indebolire** le fibre nella produzione dei collant al solo fine di poter sostenere una produzione che, diversamente, avrebbe incontrato forti ridimensionamenti.

Lungi dall’essere un *unicum*, il nylon ha rappresentato solo il primo di una lunga serie di prodotti e produzioni che, a causa della loro durevolezza, mal si adattavano ad appetiti di dividendi crescenti. Non devono perciò sorprendere le conclusioni di un interessante studio realizzato in Germania del 2013, commissionato dal gruppo parlamentare tedesco Verdi-Bündnis90 e realizzato da Stefan Schridde (esperto in Business Administration) e Christian Kreiss (docente di Business Management all’Università di Aalen), che prendendo in esame elettrodomestici ed oggetti di uso quotidiano, hanno dimostrato quanto diffusa e capillare sia oramai divenuta questa tecnica. I due esperti, esaminando oltre 20 prodotti definiti “di massa”, hanno analizzato le varie strategie attraverso le quali i produttori hanno pianificato a tavolino questa obsolescenza “precoce”.

Tra gli elettrodomestici presi in considerazione vi sono, ad esempio, le stampanti a getto di inchiostro. Si è scoperto infatti che dopo aver effettuato un numero prestabilito di pagine, sul display della stampante compariva la scritta indicante la “necessità” di una riparazione, mentre in realtà, riuscendo ad azzerare il “contatore” che leggeva il numero di pagine stampate, l’apparecchio ritornava a funzionare perfettamente.

Esaminando invece le lavatrici gli studiosi hanno scoperto che, nella maggior parte dei casi, le case produttrici selezionano, per le barre di riscaldamento degli apparecchi, le leghe e/o metalli che con maggior facilità sono

soggette a fenomeni di deterioramento e ruggine. Questo, unito a costi di riparazione estremamente elevati, ha comportato una sostanziale convenienza alla sostituzione rispetto alla riparazione.

E poi ci sono gli spazzolini da denti a batteria con pila sigillata all'interno o capi d'abbigliamento con chiusure lampo "pronte" a rompersi, per non parlare di alcuni modelli di scarpe che, avendo solo soles incollate, sono maggiormente soggette a fenomeni di "scollamento". Secondo gli autori quindi, le aziende utilizzerebbero intenzionalmente e su vasta scala materiali scadenti inserendo intenzionalmente una serie di "punti deboli" col fine ultimo di accorciare, in modo scientifico, la vita utile dei prodotti venduti. Il livello del fenomeno ha raggiunto una diffusione tale da renderlo, per bocca degli stessi autori, esso stesso "un fenomeno di massa". Proprio in virtù di questo l'obsolescenza programmata è da considerarsi uno tra i maggiori e più pericolosi responsabili nella creazione e nell'accumulo di rifiuti non riciclabili attualmente in giro per il pianeta.

A questo punto è doveroso chiedersi cosa stiano facendo le diverse amministrazioni a tutela dei consumatori. Fra i Paesi europei maggiormente impegnati nella lotta al fenomeno c'è certamente la Francia che, grazie alla sua corrente ecologista al Senato, ha approvato nel luglio 2015 la prima legge anti obsolescenza programmata al mondo. Tra i capisaldi della norma vi sono l'estensione del periodo di garanzia da 2 a 5 anni e il divieto di progettare e produrre dispositivi destinati a rompersi dopo pochi anni d'utilizzo. I produttori che non si allineano al nuovo dettame legislativo rischiano sanzioni fino a 2 anni di reclusione e una multa fino a 300 mila euro (o equivalente al 5% del fatturato dell'azienda in Francia). Come rilevato da molti commentatori però, la legge francese pecca non definendo con precisione cosa si debba intendere per obsolescenza programmata, lasciando quindi ampio spazio ad interpretazioni.

Proprio grazie alla legge del 2015 Apple è finita, nel 2018, nel mirino della giustizia francese con l'accusa di "truffa" e "obsolescenza programmata" per aver ridotto deliberatamente la durata dei propri iPhone. L'azienda di Cupertino ha pertanto riconosciuto di rallentare temporaneamente i vecchi modelli di smartphone in relazione al deterioramento della batteria, anche se ha sempre negato di aver fatto qualcosa per accorciare la vita dei suoi dispositivi.

Contro la pratica degli aggiornamenti "selvaggi" di sistema è intervenuta anche l'Antitrust italiana che, con una multa di 10 milioni di euro a Apple e di 5 milioni a Samsung, ha per la prima volta condannato una multinazionale per tale pratica.

All'attività dei singoli stati si affianca poi quella della Commissione Europea che, proprio su una così delicata materia, ha deliberato la direttiva 2005/32/CE sull'ecodesign - recepita in Italia nel 2016 - che chiede ai produttori di implementare le strategie di eco progettazione con azioni che favoriscano sia l'aumento della vita media dei prodotti che le operazioni di riparazione.

Difendersi da fenomeni di così ampia portata non è certo facile e troppo spesso il Consumatore non ritiene di avere strumenti adeguati per opporre un'adeguata risposta. In realtà, come spesso accade, la prima difesa è culturale. Conoscere queste pratiche è già un primo passo per essere più critici nel selezionare con rigore i nuovi acquisti.

A questo si aggiungono altri strumenti che, con l'insorgere dell'obsolescenza tecnica, possono entrare in gioco a tutela dei Consumatori previdenti. È questo il caso della garanzia che, estesa per cinque o più anni, può metterci al riparo da guasti e problemi di maggior entità.

BOX

1

LA RISOLUZIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO 4 LUGLIO 2017

Nel 2017, il Parlamento europeo ha approvato una risoluzione che invita gli stati membri a scoraggiare l'obsolescenza programmata. In particolare la risoluzione invita a definire una durata ragionevole di utilizzo, a fornire informazioni circa le conseguenze dell'installazione di nuovi software sugli apparecchi e la loro compatibilità. Gli euro-deputati hanno anche proposto alla Commissione europea di prendere in esame "un'etichetta europea volontaria che indichi, in particolare: la durabilità, la progettazione ecocompatibile, le possibilità di modulazione dei componenti per accompagnare il progresso del prodotto e la riparabilità"²⁹



²⁹ FONTE: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0287_IT.html?redirect

5.1.1 Attività in Classe

| | |
|---------------------------------|---|
| Tipologia di attività | Gioco di gruppo |
| Età | 10+ |
| Durata | 1h e ½ |
| Materie | Scienze, Italiano, Storia |
| Riassunto delle attività | <p>La classe affronterà il tema dell'obsolescenza programmata applicando su due linee temporali le foto di alcuni prodotti elettronici ed elettrodomestici che nel tempo hanno abitato le nostre case, riflettendo su quanto la loro resistenza e durata sia variata nel tempo.</p> |
| Materiali | <p>Step by step</p> <p>15 foto elettrodomestici (vd allegato 1) 15 Schede Elettrodomestici (per il conduttore) (vd. allegato 2)</p> |

Step 1

In questa fase la classe, divisa in gruppi, dovrà posizionare una serie di foto, rappresentanti varie tipologie di elettrodomestici, su una linea del tempo. Ad ogni indicazione temporale può essere assegnata un'UNICA foto. Ogni gruppo (4/5) avrà 4 foto da dover posizionare. 15/20 min

Step 2

Una volta posizionate tutte le foto, il conduttore rivelerà SOLO la data esatta su cui i vari strumenti/elettrodomestici devono essere posizionati. A questo punto offrirà agli stessi gruppi una seconda linea del tempo, dove posizionare le stesse foto. 10 min

Step 3

La seconda linea del tempo riporterà invece il tempo stimato di durata degli elettrodomestici rappresentati nelle foto (gli stessi della prima linea del tempo). Gli stessi gruppi, confrontandosi, dovranno di nuovo posizionare le foto sulla nuova linea del tempo, anche in questo caso solo una foto per indicazione temporale. Al termine dell'attività i gruppi osserveranno le due linee del tempo prima di rimettersi in cerchio. 20 min

Focus Pedagogico

L'attività serve a stimolare la riflessione su quanto il nostro attuale sistema economico sia meno incentrato rispetto al passato verso il benessere del consumatore, quanto sul consumo dello stesso. Il conduttore dovrà introdurre il tema dell'obsolescenza programmata attraverso domande come ad esempio "Perché una volta i prodotti duravano così tanto? Secondo voi non c'è modo di costruire elettrodomestici più resistenti? Chi ci guadagnerebbe? Chi ci perderebbe? A voi sta bene?"



6. AREA TEMATICA: FILIERE

6.1 RICICLO

I rifiuti, secondo l'articolo 3 paragrafo 1 della direttiva 2008/98/CE, sono "qualsiasi sostanza od oggetto di cui il detentore si disfi o abbia l'intenzione o l'obbligo di disfarsi". In base a tale definizione, i 28-EU hanno definito stringenti misure al fine di ridurre l'impatto dei rifiuti sull'ambiente e sulla salute, promuovendo al contempo un uso più efficiente delle risorse a disposizione.

Secondo l'ultimo rapporto dell'International Solid Waste Association (l'associazione mondiale che riunisce gli operatori del settore trattamento e smaltimento rifiuti - <https://www.iswa.org/>) nel mondo attualmente vengono prodotti circa 4 miliardi di tonnellate di rifiuti all'anno. La metà è rappresentata da rifiuti urbani (famiglie), mentre l'altra metà riguarda i rifiuti cosiddetti speciali, provenienti cioè da attività industriali e produttive. Anche se non esistono stime univoche, complici la crescita della popolazione mondiale e lo sviluppo economico, nel giro dei prossimi 10-15 anni si potrebbe arrivare a un aumento di questa produzione anche del 50%, cioè dire oltre 6 miliardi di tonnellate. La situazione appare ancor più preoccupante alla luce del fatto che, sempre secondo stime ISWA, circa la metà della popolazione mondiale (3,5 miliardi di persone) non ha accesso ai più elementari servizi di gestione rifiuti, ragion per cui ogni anno quantitativi inimmaginabili di rifiuti vengono prodotti e abbandonati con immaginabili danni per l'ambiente e per la salute. Secondo stime della Banca Mondiale (<http://www.worldbank.org/>), lo smaltimento dei rifiuti urbani attualmente costa alle comunità circa 205 miliardi di dollari all'anno una cifra che, sempre nel giro di 10-15 anni, potrebbe addirittura raddoppiare. L'appello lanciato da più parti è dunque scontato, occorre infatti correre ai ripari con seri piani di riduzione, riciclo e recupero dei rifiuti, favorendo la raccolta differenziata e scoraggiando chi non l'adotta. In questo

senso l'Europa, grazie all'adozione della Direttiva sui rifiuti del 2008, si è fatta portavoce ed apripista in questa materia adottando misure tra le più rigorose al mondo. Per meglio comprendere la portata di quanto introdotto, basterà passare in rassegna tre tra le tipologie di rifiuti più comunemente diffuse che nello specifico riguarderanno:

- Rifiuti Urbani Biodegradabili (RUB)
- RAEE
- Tessile

Per **Rifiuti Urbani Biodegradabili** si intende il rifiuto che per natura subisce processi di decomposizione aerobica o anaerobica, quali, ad esempio, rifiuti di alimenti, rifiuti dei giardini, rifiuti di carta e cartone, nonché legno e tessili.

Dopo quasi 20 anni dall' applicazione della Direttiva Comunitaria 31/1999, a maggio del 2018 è stato definitivamente approvato il nuovo Pacchetto Europeo sull'Economia Circolare (PEEC) che regolerà d'ora in poi l'intera filiera del recupero dei rifiuti organici, introducendo inoltre importanti modifiche rispetto al testo precedente. La nuova disciplina, la cui obbligatorietà decorrerà dall'estate del 2020, imporrà agli stati membri standard ancor più alti di quelli precedenti. Nello specifico si stabilisce che:

- La raccolta differenziata del rifiuto organico è obbligatoria entro il 2023;
- Dal 2027 solo il rifiuto organico proveniente dalla raccolta differenziata potrà entrare nel calcolo del riciclaggio - procedura già assodata in Italia;
- L' obiettivo "per la preparazione per il riutilizzo e il riciclaggio" dei rifiuti solidi urbani fissato al 65% entro il 2035, con due obiettivi intermedi, 55% al 2025 e 60% al 2030 – Per l'Italia questo comporterà una riformulazione degli attuali "target" contenuti nel D.Lgs. 152/2006 e s.m.i.;
- Un tetto pari a massimo il 10% dei rifiuti conferiti in discarica entro il 2035.

Con la sigla **RAEE** si indicano invece i Rifiuti da Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche ossia tutto ciò che rimane di apparecchiature che per un corretto funzionamento hanno avuto bisogno di correnti elettriche o di campi elettromagnetici e che sono state progettate per essere usate con una tensione non superiore a 1.000 volt per la corrente alternata e a 1.500 volt per la corrente continua. I RAEE si dividono in domestici e professionali a seconda che siano originati da nuclei domestici o da attività commerciali, industriali, istituzionali e di altro tipo.

Per definizione, secondo la Norma UNI 5955/86 e nel D.L. 22/05/1999 n.194, (attuazione della direttiva 95/74/CE) una **FIBRA TESSILE** è “un elemento caratterizzato da flessibilità, finezza ed elevato rapporto tra lunghezza e dimensioni trasversali e da un orientamento preferenziale delle molecole in direzione longitudinale”.

Anche in questo caso la disciplina in materia è affidata al Pacchetto rifiuti europeo sull’Economia circolare. Tutti gli Stati membri saranno infatti obbligati entro il 2025 a rendere obbligatoria la raccolta differenziata della frazione tessile dei rifiuti urbani. Questa novità porterà due conseguenze importanti:

- Necessità di organizzare, tramite un apposito decreto, l’intera filiera secondo il criterio della **Responsabilità Estesa del Produttore**;
- Aumento delle raccolte in tutta Europa con un conseguente crollo dei prezzi spuntati, se non addirittura una difficoltà a collocare le maggiori quantità raccolte sul mercato del riuso.

Al momento in Italia, in linea con i *trend* internazionali, viene riutilizzata una percentuale che si aggira tra il 65% e il 68%. Oltre alla destinazione verso le numerose aziende nazionali situate storicamente nei due poli di Napoli e Prato, il principale sbocco degli abiti usati raccolti in Italia (come per gli altri Paesi europei) è l’esportazione, principalmente verso l’Est europeo, il Nord Africa e l’Africa Subsahariana. L’esportazione di abiti usati è però soggetta a consistenti restrizioni o a un veri e propri divieti soprattutto in alcuni Paesi (ad esempio Cina, India, Sud Africa, Brasile) a causa di politiche protezionistiche in difesa delle locali industrie tessile e dell’abbigliamento. Basti pensare che l’India, che costituisce su scala mondiale il principale mercato di rilavorazione di stracci e abiti usati, impone da anni la “mutilazione” degli abiti usati per bloccarne la vendita nel mercato interno. Da un punto di vista tecnico invece ogni rifiuto tessile, prima di poter essere venduto o riutilizzato, è selezionato secondo una procedura oramai consolidata che prevede:

I° selezione: Consiste nell’apertura dei sacchetti e in una prima cernita per tipologia di capo (giacche, pantaloni, uomo, donna, etc). Qui vengono separati gli indumenti tra quelli avviati al riutilizzo da quelli che vengono avviati a riciclaggio (pezzame e/o sfilacciatura);

II° selezione: Separazione per qualità di indumenti

III° Igienizzazione: Trattamenti adatti a garantire il raggiungimento delle specifiche microbiologiche indicate dalla legge.

Quanto destinato al riuso viene avviato alla commercializzazione mentre quanto scartato dalla selezione viene selezionato per tipo di materiale ed indirizzato alla produzione di pezzame a uso industriale per la pulizia e la manutenzione in ambito metalmeccanico, tipografico e per la protezione di pavimenti (stracci e strofinacci assorbenti e di lavaggio) oppure alla triturazione e allo sfilacciamento delle fibre, procedura finalizzata quindi al reimpiego delle fibre tessili come riempimenti e come isolanti acustici o termici. In tal senso i dati ci dicono che, in Italia, si stima una percentuale pari al 68% di riutilizzo, una pari al 29% di riciclo e solo un 3% di smaltimento.

BOX 1

LA RESPONSABILITÀ ESTESA DEL PRODUTTORE

La responsabilità estesa del produttore è quel principio – strumento di policy in base al quale il produttore di un dato manufatto non può disinteressarsi, ma al contrario deve occuparsi, anche del fine vita di tale prodotto. L'obiettivo è quello di fare in modo che i produttori internalizzino i costi ambientali generati a fine vita dai propri manufatti (per la raccolta, la selezione, lo smaltimento in discarica, la termovalorizzazione o l'avvio a riciclo³), incentivandoli così ad optare per prodotti più virtuosi che a fine vita generino minori costi (in quanto ad es. riutilizzabili in tutto o in parte, ovvero riciclabili).



6.1.1 Attività in Classe

| | |
|---------------------------------|--|
| Tipologia di attività | Gioco online |
| Età | + 11 |
| Durata | dai 10 min alle 3h |
| Materie | Storia, Inglese, Italiano, Scienze, Matematica, Etica |
| Riassunto delle attività | <p>Il gioco “ (IM)perfect future” lancia la sfida a salvare il pianeta dalla minaccia della distruzione a causa dell’inquinamento e del cambiamento climatico. Con l’aiuto di un gruppo di scienziati, il giocatore tornerà indietro nel tempo e visiterà luoghi diversi, per evitare che vengano compiute azioni dannose per il pianeta e ingiuste per le persone. L’attività è breve e divertente, e farà da spunto a una discussione con l’aiuto di altri video e materiali online.</p> |
| Come giocare | <p>Basta collegarsi a questo LINK e seguire dei semplici passaggi http://game.sameworld.eu/ Il livello riguardante la raccolta differenziata è quello che si svolge nella città di New York, che va selezionata nella schermata iniziale.</p> <p>Step by Step</p> |

Chi conduce introduce il gioco online e il livello numero 5, facendo giocare il gruppo individualmente o in sottogruppi. Il gioco è molto semplice, e può fare da spunto per una riflessione più articolata sulle modalità della raccolta differenziata e il mondo in cui è vissuta a casa e in famiglia. Chi conduce può f. Ecco alcune domande da porre per il debriefing:

- è stato difficile riconoscere i diversi tipi di materiali e contenitori?
- nella realtà fai fatica a capire dove gettare un rifiuto? Ti poni il problema? E a casa?
- se ti trovi in una città diversa poni attenzione sul diverso metodo di rac-

colta di rifiuti? La suddivisione dei rifiuti nel gioco era la stessa che nella tua città? Se no, in cosa differiva?

Una volta esaurita la prima parte di debriefing, chi conduce mostrerà (interamente o in parte) [questo video di corepla](#) che mostra come vengono differenziati e riciclati i rifiuti plastici. Dopo la visione si può proseguire con altre domande:

- che effetto ti ha fatto vedere il video?
- ti aspettavi che il funzionamento della raccolta e del riciclaggio fosse così? Cosa ti ha colpito maggiormente?

Invitate il gruppo, diviso in sottogruppi, a osservare per mezz'ora la pagina facebook di SRA – Sviluppo Risorse Ambiente e osservare il video o leggere l'articolo che attira di più la loro attenzione. Ultimo debriefing: cosa avete imparato? Pensate di condividere queste informazioni?

Focus Pedagogico

L'attenzione delle ragazze e dei ragazzi è stimolata in modi diversi, attraverso il gioco, la visione di video e la libera ricerca dei contenuti che attirano di più la loro attenzione. Il senso critico viene stimolato dalle domande poste da chi conduce, e il successivo invito alla condivisione è uno stimolo a passare dall'informazione all'azione.



7. AREA TEMATICA: CONSUMI

7.1 CONSUMI

Il consumo di cibo influisce sull'ambiente?

Il cibo viene dalla terra (o dalle acque dei fiumi, dei laghi e del mare). La sua produzione è legata alla produttività dei suoli e alla disponibilità di acqua. Ogni territorio ha una propria vocazione agricola, che dipende dalle caratteristiche pedologiche, orografiche e climatiche, ma anche da tradizioni consolidate in migliaia di anni.

La fertilità dei suoli agricoli va curata. I modi tradizionali per mantenerla sono stati, per millenni, la rotazione delle colture; la concimazione con deiezioni animali, in un felice connubio tra agricoltura e allevamento; la salvaguardia idrogeologica del suolo con un'alberatura che ne impedisse il dilavamento; la presenza di "corridoi di biodiversità" (<http://conservationcorridor.org/2015/05/corridors-as-the-solution-to-maintaining-urban-biodiversity/>) per garantire la riproduzione dei predatori naturali dei parassiti e, ovviamente, l'irrigazione, dove la disponibilità di acqua la permette. Anche le sementi hanno un ruolo centrale nella produzione del cibo. Per millenni, in ogni territorio, sono state selezionati e riprodotti i semi che rispondevano meglio alle caratteristiche del suolo e del clima e offrivano maggiore resistenza all'attacco dei parassiti.

L'agricoltura industriale ha cercato di forzare questo equilibrio tra natura e cultura ricorrendo a quattro ingredienti: i concimi e i pesticidi sintetici per forzare la crescita della pianta ed eliminare essenze infestanti e parassiti; l'utilizzo di grandi quantità di acqua per l'irrigazione; il ricorso a sementi selezionate e riprodotte in laboratorio per aumentarne la resa e una motorizzazione spinta (macchine grandi e costosissime) che richiede grandi estensioni di terreno.

È la rivoluzione verde lanciata in tutto il mondo intorno alla metà del secolo scorso che ha visto aumentare drasticamente la produttività, soprattutto dei cereali, alimento base di quasi tutti gli abitanti della terra. L'illusione creata da questa rivoluzione è durata mezzo secolo e ormai mostra molti limiti: i suoli, sottoposti a trattamenti sempre più intensi di fertilizzanti e pesticidi hanno perso gran parte della sostanza organica all'origine della loro fertilità naturale; per questo le dosi di fertilizzanti devono aumentare continuamente. Ciò, insieme all'eradicamento delle essenze estranee, per facilitare il lavoro delle macchine, ha accresciuto il dilavamento dei suoli. Anche la disponibilità di acqua è diminuita perché spesso i prelievi superano il ricarica naturale delle falde. Di fatto la resa dei suoli sottoposti a questi trattamenti ha cominciato a diminuire ed oggi è in molti casi inferiore a quella delle coltivazioni biologiche condotte valorizzando al meglio i progressi della scienza e della tecnica. Inoltre, l'acquisto di sementi e macchinari ha costretto milioni di contadini a indebitarsi e poi ad abbandonare i campi (e spesso a suicidarsi), mentre l'utilizzo di pesticidi e diserbanti ha favorito lo sviluppo di forme di vita sempre più resistenti.

L'introduzione di colture transgeniche (OGM) (<http://www.legambiente.it/temi/agricoltura/ogm>) capaci di resistere a certi parassiti o di non essere danneggiate dall'utilizzo di pesticidi anche molto dannosi per la salute umana è una conseguenza diretta del fallimento della lotta chimica. Ma è ormai universalmente riconosciuto che la fame che colpisce più di un miliardo di abitanti della Terra non è dovuta a mancanza di cibo (se ne produce quasi una volta e mezza quello necessario a sfamare tutti), ma a una distorta distribuzione del reddito che impedisce a molti di acquistare ciò di cui avrebbero bisogno, mentre altrove il cibo si spreca.

Testo di [Guido Viale](#), Economista

7.1.1 ATTIVITÀ: IO E LA FORESTA PLUVIALE

Tipologia di attività

Età

Durata

Materie

Introduzione
al contenuto

Riassunto
dell'attività

Creatività, ricerca e creazione di poster

+9

2-3 ore

Geografia, Scienze, Etica, Economia, Politica

In un'economia come la nostra, basata sulla crescita, i consumi (vedi [consumo](#)) aumentano costantemente. Allo stesso tempo, i consumi sono una delle più importanti forze trainanti della crescita economica. Nel settore alimentare, i beni devono essere economici e abbondanti. Questi bisogni sono garantiti dall'industria agricola. A causa della crescente domanda mondiale di carne, in molte parti del mondo le foreste pluviali vengono distrutte per piantare soia, con la quale si nutre il bestiame. Questo fenomeno non causa soltanto la distruzione di preziosi [ecosistemi](#), ma conduce allo spostamento forzato delle popolazioni (vedi [migrazione forzata](#)) che vivono nella foresta pluviale, principalmente ad opera di grandi aziende internazionali in cerca di terreni su cui coltivare la soia. Non solo i piccoli agricoltori e le popolazioni indigene vengono espropriati delle terre, ma queste ultime sono spesso contaminate dai pesticidi impiegati nell'agricoltura monocolturale. In questo modo, è impossibile per gli abitanti del posto continuare a vivere nei loro luoghi d'origine.

Testo di: [ARCHENOVA](#) e.V.

Divisi in piccoli gruppi, gli studenti fanno una ricerca sui rapporti tra la [deforestazione](#) e i loro modelli di consumo. I risultati vengono presentati su dei poster. Nella fase finale, ciascun gruppo presenta il proprio poster al resto della classe.

Step by step

Studenti di età 9-12 anni

Step 1

L'insegnante divide la classe in piccoli gruppi e dà a ogni gruppo una copia del testo e i compiti da svolgere.

Step 2

I gruppi leggono il testo e rispondono alle domande, prendendo appunti su un foglio a parte.

Step 3

Ciascun gruppo realizza un poster che presenta in modo creativo le informazioni ricavate dal testo e dalle domande a cui ha risposto. Gli studenti possono disegnare e usare cartone, carta e matite colorate. L'insegnante fornisce ai gruppi immagini di una palma da olio e di una pianta di soia o di piantagioni di palme e soia. Sarebbe inoltre utile avere a disposizione un planisfero, affinché gli studenti possano individuare i Paesi coinvolti dal fenomeno.

Step 4

I gruppi presentano i propri poster al resto della classe. L'insegnante condurrà una discussione finale su cosa si può fare per cambiare i modelli di consumo individuali.

Testo:

Al supermercato puoi comprare diversi tipi di carne, come ad esempio maiale, manzo o pollo. Poiché la carne piace a molte persone nel mondo, quella che compri al supermercato proviene da allevamenti intensivi. Che cosa vuol dire? La maggior parte della carne industriale, per esempio, non proviene da animali di fattoria che pascolano in piccole mandrie su prati verdi; è più probabile che essi siano schiacciati l'uno contro l'altro a centinaia dentro grossi capannoni.

Adesso guardiamo da vicino il bestiame che ci fornisce la carne che mangiamo.

Che cosa mangiano gli animali? Oltre al fieno e ai cereali, vengono nutriti con mangimi concentrati composti principalmente da soia, una pianta che cresce soprattutto in Brasile, dove viene coltivata in grande quantità per alimentare le

masse di bestiame da cui si ricava la carne che tutti noi mangiamo. Per piantare la soia, grandi porzioni di foresta pluviale in Brasile sono state deforestatae per far spazio alle piantagioni. Di conseguenza, molte persone e animali che vivevano in quelle aree della foresta pluviale hanno perso le loro terre e le loro case. Esistono molte grandi aziende che tagliano alberi e piante e cacciano le persone dai loro luoghi d'origine per acquisire nuovi terreni su cui coltivare la soia.

Domande:

- 1 Perché il bestiame viene tenuto in allevamenti intensivi? Vi piace questa cosa?
- 2 Che cos'è la soia e perché il bestiame ne ha bisogno?
- 3 Dov'è il Brasile? Trovatelo sulla mappa.
- 4 Perché la foresta pluviale viene deforestata? Che rapporto c'è con la carne che mangiamo?
- 5 Quali sono le conseguenze della deforestazione sulle persone che vivono in queste aree e sull'ambiente? Che cosa ne pensate?
- 6 Avete qualche idea su come fermare la deforestazione della foresta pluviale? C'è qualcosa che potete fare personalmente?

Studenti di età superiore ai 13 anni

Step 1

L'insegnante divide la classe in piccoli gruppi e dà a ogni gruppo una copia del compito da svolgere. Ci sono due temi: la carne e l'olio di palma. Ciascun tema deve essere trattato da almeno due gruppi.

Step 2

I gruppi devono avere accesso a internet per poter cercare le informazioni di cui hanno bisogno per svolgere il compito.

Step 3

Ciascun gruppo realizza un poster che presenta le informazioni trovate su internet

in modo creativo. I gruppi possono stampare o disegnare immagini, usare cartone, carta e matite colorate.

Step 4

I gruppi presentano i propri poster al resto della classe. L'insegnante condurrà una discussione finale su cosa si può fare per cambiare i modelli di consumo individuali.

Compiti del "Gruppo carne":

- 1 Che relazione c'è tra l'allevamento del bestiame e la foresta pluviale?
- 2 Perché gli animali hanno bisogno della soia e che ruolo giocano le piantagioni di soia nella deforestazione della foresta pluviale?
- 3 Quali sono le conseguenze della coltivazione di soia sull'ambiente e sulle persone che vivono nella foresta pluviale?
- 4 Che rapporto c'è tra l'allevamento del bestiame e la coltivazione della soia? Che rapporto c'è tra le mucche e il metano? Esiste una relazione tra il metano e il cambiamento climatico?
- 5 Che cosa si può fare per evitare la deforestazione della foresta pluviale? Avete delle idee?
- 6 Realizzate un poster che include tutte le informazioni che avete raccolto e presentatelo al resto della classe.

Compiti del "Gruppo olio di palma":

- 1 Che cos'è l'olio di palma? Quali prodotti lo contengono?
- 2 Che rapporto c'è tra l'olio di palma e la foresta pluviale?
- 3 Che impatto ha la produzione di olio di palma sull'ambiente e sulle persone che vivono nella foresta pluviale?
- 4 Che impatto ha la produzione di olio di palma sul clima?
- 5 Che cosa si può fare per evitare la deforestazione della foresta pluviale? Avete delle idee?
- 6 Realizzate un poster che include tutte le informazioni che avete raccolto e presentatelo al resto della classe.

Focus pedagogico

Gli studenti più grandi cercano le informazioni su internet da soli: fanno ricerche, analizzano e verificano dati e testi. In questo modo si stimola il pensiero critico. Ciascun gruppo deve presentare le informazioni raccolte in modo creativo per conquistare l'interesse del resto della classe. Di conseguenza, gli studenti esercitano anche la loro capacità espositiva.

Gli studenti più piccoli esercitano le loro abilità di analisi e sintesi di testi informativi. Devono inoltre usare la propria creatività per presentare i risultati in maniera interessante per il resto della classe.

Questa attività è tratta da [SAME World Edu-kit](#) ed è stata realizzata dall'associazione tedesca arche Nova.



8. AREA TEMATICA: CONSUMI

8.1 Nuovi modelli di consumo sostenibile

Il sistema economico attuale, ormai diffuso, con la globalizzazione in quasi tutti i paesi del mondo, si basa su due meccanismi tra loro strettamente legati: la competizione e l'individualismo. La competizione spinge le imprese a produrre sempre di più per battere la concorrenza: più produzione uguale più **consumo** di **risorse** e di energia e più generazione di rifiuti e di emissioni nocive: per questo la **capacità di carico** (carrying capacity) del pianeta Terra è stata da tempo raggiunta e superata. Di qui la crisi ambientale che diventerà presto irreversibile, a meno di una inversione di rotta.

Ma si produce per vendere; per questo è necessario che una schiera sempre più ampia di consumatori siano spinti a comprare tutto quello che l'impresa produce fino a saturare le sue capacità di spendere e anche oltre: cioè indebitandosi. Anche il consumo è un meccanismo basato sulla competizione: si è spinti a comprare molto di più di ciò di cui si ha bisogno per non "rimanere indietro" rispetto al proprio vicino: le imprese alimentano in ogni modo questo meccanismo, che è indispensabile per garantire uno sbocco alla propria posizione, con la pubblicità, che ormai invade ogni angolo del mondo dell'informazione. La pubblicità serve a creare in ciascuno di noi un senso di inferiorità se non ci mettiamo in grado di raggiungere i modelli di vita che ci vengono proposti.

Questa competizione tra consumatori, per mantenere o migliorare la propria posizione – il proprio status – nei confronti del resto della società; o per evitare di regredire, perdendo posizioni, alimenta l'individualismo più sfrenato: ciascuno è solo e in lotta contro tutto il resto del mondo: la collettività, o la società, come diceva Margareth Thatcher, non esiste (più); esistono solo gli individui e (al massimo) le loro famiglie.

Se vogliamo evitare che il mondo in cui dovranno vivere i nostri figli e nipoti precipiti in una crisi ambientale senza ritorno occorre cambiare non solo il modello produttivo, riducendo l'aggressione alle risorse e la produzione di rifiuti, ma anche il modello di consumo: il nostro stile di vita. E non in modo marginale, ma radicale.

Il modello di consumo attuale è basato su competizione e individualismo; il modello alternativo che occorre adottare e promuovere si basa su cooperazione e condivisione. Che cosa vuol dire? Condividendo i nostri bisogni e i nostri interessi con altri si può calibrare meglio i nostri acquisti, riportandoli al livello di ciò che effettivamente ci serve: perché viene meno la molla della competizione. Una vita più sobria in termini di consumi non è necessariamente più povera. Anzi, in molti casi è più ricca. Ma ci si può anche organizzare per procurarsi quello che un sistema fondato sulla competizione non fornisce. Come?

Innanzitutto promuovendo forme di cooperazione diretta tra consumatori o utilizzatori e produttori: si concorda in anticipo quantità, qualità, tempi e prezzo di quel che si vuole comperare: è il modello dei [Gruppi di Acquisto Solidale](https://www.ilsole24ore.com/art/SoleOnline4/Economia%20e%20Lavoro/2009/03/cosa-sono-gruppi-acquisto.shtml?refresh_ce=1) italiani (https://www.ilsole24ore.com/art/SoleOnline4/Economia%20e%20Lavoro/2009/03/cosa-sono-gruppi-acquisto.shtml?refresh_ce=1), o dei community market anglosassoni. In secondo luogo educandoci a vicenda: scambiando le nostre conoscenze per orientare i nostri acquisti verso prodotti che facciano meno male a noi, ma anche a chi li produce, all'ambiente, alla Terra tutta. In terzo luogo scoprendo forme di ricchezza, come quella delle relazioni personali, che l'individualismo tende a sopprimere per fare spazio ai consumi. Ma anche, sostituendo poco per volta forme di aiuto reciproco, mettendo a disposizione di una rete o di una comunità quello che ciascuno sa fare, in sostituzione dei rapporti di mercato, cioè di prestazioni che oggi si pagano. È il principio delle [banche del tempo](http://www.associazionenazionalebdit.it/cosa-sono-le-banche-del-tempo/) (<http://www.associazionenazionalebdit.it/cosa-sono-le-banche-del-tempo/>).

Testo di [Guido Viale](#), Sociologo ed economista, tratto da [SAME World Edu-kit](#)

1 IL MANIFESTO DEL CONSUMATORE SOCIALMENTE RESPONSABILE A CURA DI MOVIMENTO CONSUMATORI ANNO 2017

1. Il consumatore socialmente responsabile vive con spirito critico e curioso il suo tempo, avendo poche certezze che mette in discussione per rivedere i propri parametri a seconda dell'evoluzione del contesto sociale, politico ed economico. Cerca di interpretare la propria scelta di consumo, non solo come una mera transazione economica, ma come un "atto morale". Effettua la propria scelta di consumo non subendo i dettami di mode esterne, non in maniera compulsiva o compensativa. La scelta nasce da bisogni personali, talvolta anche edonistici. Attribuisce un giusto e misurato valore al possesso di oggetti, non realizzandosi attraverso l'atto consumistico. Si interroga sull'uso dei propri risparmi e sulle ricadute non economiche delle azioni economiche.

Considera la consapevolezza un valore

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

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

Considera la legalità un valore

Azione: Consulta banche dati come Iperico





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

Considera la dignità del lavoro un valore

Azione: Consulta banche dati internazionali sulle vertenze sindacali

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

Considera la salvaguardia del pianeta un valore

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





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

Considera la tutela dei propri diritti un valore

Azione: Reclama

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

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

Considera l'informazione un valore

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





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

Considera la condivisione un valore

Azione: Utilizza i social network in maniera responsabile e costruttiva

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

Considera la mobilitazione un valore.

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

9. Il consumatore socialmente responsabile partecipa con le proprie azioni al cambiamento. Promuove battaglie politiche sulla difesa il principio del pluralismo informativo e della neutralità della rete, anche per superare la solitudine dell'atto di consumo e costruire "comunità di consumatori" promuovendo petizioni e mobilitazioni. Partecipa a reti o associazioni per conoscenza dei diritti fondamentali del con-





sumatore disciplinati nel Codice del Consumo e si adopera per rafforzare l'applicazione delle norme esistenti.

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

Considera "associarsi" un valore

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

10. Il consumatore socialmente responsabile è consapevole dei propri limiti, non è un super-eroe, ma è capace di sorridere dei propri errori e delle proprie contraddizioni.

Considera l'ironia un valore

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

WE



8.1.1 ATTIVITÀ: RADUNO AL SUPERMERCATO

| | |
|----------------------------------|--|
| Tipologia di attività | Raduno |
| Età | 11+ |
| Durata | 2 ore |
| Materie | Geografia, Scienze, Economia, Etica |
| Introduzione al contenuto | <p>La globalizzazione e la crescita dell'economia fanno aumentare la domanda di risorse, energia e terre. Ma le risorse naturali sono limitate; il cambiamento climatico e il land grabbing minacciano la vita di molte persone. La crescita economica promette ricchezza. Che significa la ricchezza in termini di qualità della vita? Il consumo è uno dei principali fattori trainanti della crescita economica. Nuovi prodotti si affacciano sul mercato ogni giorno e, allo stesso tempo, il loro ciclo di vita si accorcia sempre di più. Abbiamo davvero bisogno di tutti questi beni? Testo di: ARCHENOVA e.V.</p> |
| Riassunto dell'attività | <p>Gli studenti vanno in uno o più supermercati per fare un'indagine sui prodotti. Esercizi specifici li stimolano a guardarli più da vicino e a comunicare le loro scoperte ad altre persone.</p> <p>Step by step</p> |

Step 1

Fai una copia del questionario (vedi sotto) per ciascun gruppo.

Step 2

Dividi la classe in piccoli gruppi di circa 4 studenti. Il compito consiste nell'andare al supermercato vicino la scuola per studiarne i prodotti. Per prima cosa, ciascun gruppo riceve un questionario contenente una serie di domande ed esercizi.

Step 3

Dopo circa un'ora (a seconda della distanza tra la scuola e il supermercato), gli

studenti tornano per presentare i loro risultati e quello che hanno scoperto durante la loro esplorazione.

Step 4

L'insegnante modera la discussione finale, da intendere come una riflessione sulla consapevolezza del consumatore: "Che cosa vi ha sorpreso?", "Andate mai a fare la spesa da soli?", "Avete mai guardato i prodotti in questo modo?", ecc. La discussione finale può toccare diversi argomenti che la collegano al curriculum scolastico.

Possibili domande/esercizi:

- Quanti e quali tipi di prodotti del commercio equo ci sono?
- Quanti e quali prodotti biologici si possono trovare?
- Trovate tre prodotti regionali.
- Trovate il prodotto che subisce il trasporto più lungo.
- Trovate i prodotti con la confezione a più alto e a più basso contenuto di plastica.
- Trovate i cibi con più e con meno ingredienti.
- Trovate il prodotto più caro e quello più economico.
- Da quale Paese provengono principalmente i vestiti?
- Da quale Paese provengono principalmente le verdure?
- Quanto sono soddisfatti del loro lavoro i dipendenti del supermercato?
- Dove butta la spazzatura il supermercato? Quanta ne produce al giorno? È possibile accedere al contenitore dei rifiuti? Se sì, cosa ci si trova dentro? Il supermercato dona i suoi avanzi/"rifiuti" a qualche progetto sociale?
- Quanti prodotti offre il supermercato?

Focus pedagogico

L'attività richiede agli studenti di assumere un atteggiamento particolarmente attivo. Coinvolge tutti e dà loro la possibilità di fare indagini per conto proprio. I contenuti, che sono stati argomento di discussione in classe in precedenza, adesso li coinvolgono in modo personale. Gli studenti sviluppano le loro abilità investigative in modo divertente e vengono sfidati a spiegare, per esempio, il concetto di "commercio equo" agli adulti che lavorano al supermercato.

Questa attività è tratta da [SAME World Edu-kit](#) ed è stata realizzata dall'associazione tedesca [arche Nova](#).



9. AREA TEMATICA: CONSUMI

9.1 LA DISTORSIONE DELLA SOVRANITÀ DEL CONSUMATORE

Uno degli inconvenienti maggiori del sistema economico globale in cui viviamo è la distorsione del **consumo**.

Oltre un miliardo di abitanti della terra non ha di che mangiare (<http://www.fao.org/publications/sofi/2014/en/>). Un pugno di ricchi lo è talmente tanto che non sa come spendere quello che guadagna.

In mezzo a loro, milioni di persone come noi spendono gran parte di quello che guadagnano in consumi superflui, la cui produzione e il cui **smaltimento** a fine vita danneggiano molto l'ambiente, ricavandone una soddisfazione minima, spesso a spese di una vita più ricca di relazioni interessanti.

Il paradigma dominante nell'economia di mercato è la **sovranià del consumatore**: si produce solo quello che il consumatore richiede e, attraverso l'aggiustamento tra domanda e offerta, solo nelle quantità richieste dai consumatori solvibili: quelli in grado di pagare. Se le cose stessero così, non ci sarebbero mai crisi di **sovra-produzione**. Ma non è così: i consumatori, anche se sono solvibili, possono comprare solo quello che il mercato offre; produzione e **canali distributivi** si orientano sempre e solo verso quei prodotti che offrono maggiori possibilità di guadagno e lavorano continuamente per creare bisogni nuovi e fittizi.

Per i consumatori, la possibilità di limitare la produzione di beni che inquinano è molto limitata; quella di evitare gli sprechi, ancora di più. Un consumo veramente responsabile non può essere solo il frutto di scelte individuali, perché di fronte al mercato il singolo è impotente; deve essere il frutto di scelte consapevoli, che possono essere raggiunte solo con un processo di autoeducazione e la condivisione delle pratiche e delle conoscenze necessarie. Queste conoscenze si acquistano ricostruendo, per quanto è possibile, il **ciclo di vita dei beni** che

utilizziamo: dalla culla alla tomba. Dall'estrazione delle materie prime allo smaltimento, o a una rinascita attraverso il [riciclo](#).

Un esempio importante, in campo alimentare, di condivisione delle pratiche è il Gruppo di Acquisto Solidale cioè un rapporto diretto tra produttori e consumatori in cui si decidono insieme le quantità e la qualità (e quindi anche le modalità del processo produttivo, per evitare il ricorso a sostanze inquinanti o tossiche, o a processi produttivi basati su un eccessivo sfruttamento dei lavoratori o dei suoli).

Un rapporto del genere può essere esteso in tutto o in parte (e in diversi casi lo è) anche ad altri settori: quelli dell'energia (<http://www.fonti-rinnovabili.it/index.php?c=gruppo-acquisto-solare>), dell'abitazione, dell'abbigliamento, della mobilità.

Una vera politica di limitazione dei consumi superflui e di promozione di un accesso ai beni primari per tutti non può far capo che a governi e amministrazioni locali. Ma le regole e i comportamenti che possono spingere i sistemi politici ad adottarli devono essere innanzitutto patrimonio dei cittadini e venir elaborati e promossi dalle loro organizzazioni di base (vedi [organizzazione di base](#)).

Testo di [Guido Viale](#), Sociologo ed economista, tratto da [SAME World Edu-kit](#)



10. UN APPROFONDIMENTO SULLA PRODUZIONE - FAIRTRADE

Fairtrade significa commercio equo

Quasi ogni giorno, al supermercato, compriamo un prodotto che viene coltivato dai contadini di diverse parti del mondo, soprattutto nei Paesi in via di sviluppo. Sostanzialmente, dipendiamo da loro per il caffè, per il tè, per le banane, per il cioccolato che tanto piace a grandi e piccini. E anche per molti altri prodotti a cui non pensiamo, come l'abbigliamento, l'oro, le spezie, lo zucchero... Molta parte del cibo che consumiamo dipende inoltre da piccoli produttori che possiedono in media due ettari di terra.

Le sfide da affrontare

Tra loro coltivatori e noi che acquistiamo, ci sono tanti passaggi: aziende che comprano, che trasformano, che esportano. E poi, le grandi multinazionali del cibo, i supermercati, il mercato all'ingrosso. Così, dentro questo enorme giro d'affari, chi riceve meno è proprio il contadino che spesso non guadagna abbastanza nemmeno per ripagare nemmeno i costi di produzione. Oggi, oltre a comprare le sementi, i prodotti che servono alla coltivazione, gli attrezzi, gli agricoltori devono affrontare anche altre sfide più grandi di loro: il cambiamento climatico, ad esempio, che minaccia la stessa sopravvivenza del caffè o del cacao e che interviene con eventi spesso catastrofici e imprevedibili con conseguenze irreparabili; oppure la speculazione finanziaria che provoca la fluttuazione dei prezzi sui mercati mondiali e che aggrava ulteriormente la situazione. I piccoli produttori lavorano in condizioni difficili, dove non esistono reti di protezione sociale, le



Figura 1: Washington è un produttore di Acopagro (Perù) e coltiva cacao biologico certificato Fairtrade. Copyright Fairtrade Italia

strade sono inadeguate al trasporto delle merci e non possono ricevere formazione adeguata per migliorare i raccolti e uscire dalla povertà. Comprando un prodotto piuttosto di un altro, possiamo indirettamente contribuire a questo meccanismo di sfruttamento.



Figura 2: Lavoratori di Asoguabo (Ecuador). Copyright CLAC producers network

Fairtrade in difesa dei piccoli produttori e dei lavoratori

Acquistando i prodotti con la certificazione Fairtrade (che significa “Commercio equo”) possiamo essere certi di non alimentare questo meccanismo.

Fairtrade è un’organizzazione internazionale che lavora per migliorare le condizioni dei **produttori agricoli dei Paesi in via di sviluppo** (<https://www.fairtrade.it/produttori/>). Lo fa attraverso precisi Standard (<https://www.fairtrade.it/marchi/come-funziona-fairtrade/gli-standard-fairtrade/>) che permettono agli agricoltori e ai lavoratori di poter contare su un reddito più stabile e di guardare con fiducia al loro futuro. Mette in contatto aziende che vogliono importare a condizioni giuste i prodotti dai paesi in via di sviluppo e organizzazioni di produttori agricoli che vogliono lavorare attraverso precisi standard sociali e ambientali. https://www.youtube.com/watch?v=m09lw_MYgrw&t=16s



Figura 3: Le donne di Norandino (Perù), impegnate in un progetto di riforestazione attivato grazie al Premio Fairtrade per i coltivatori di cacao e zucchero. Copyright Danielle Villasana

I pilastri su cui si basa la certificazione Fairtrade sono:

Il Prezzo Minimo

(<https://www.fairtrade.it/marchi/come-funziona-fairtrade/perche-fairtrade-e-diverso/>): è il prezzo che gli agricoltori ricevono per i loro prodotti, che non scende mai al di sotto del prezzo di mercato e non dipende dalle speculazioni in

borsa. Viene calcolato da Fairtrade insieme agli stessi produttori agricoli in modo da **coprire i costi** necessari per una produzione sostenibile. Le aziende che comprano da organizzazioni certificate sono obbligate a pagare il Prezzo Minimo per quasi tutte le categorie di prodotti certificati.

Il Premio Fairtrade

(<https://www.fairtrade.it/marchi/come-funziona-fairtrade/perche-fairtrade-e-diverso/>): è una somma di denaro ricevuta **in aggiunta al Prezzo minimo**, che gli stessi agricoltori e i lavoratori decidono come spendere. Possono scegliere di migliorare le **tecniche produttive**, costruire **strade e infrastrutture**. Oppure di garantire un'**istruzione** ai loro figli, costruire **ambulatori** medici, **pozzi** per l'acqua potabile a beneficio delle loro comunità. Anche il Premio deve essere versato obbligatoriamente dall'azienda che acquista materie prime certificate.

Ecco alcuni esempi di impiego del Premio Fairtrade:

https://www.youtube.com/watch?v=VbV5X_gzBFg

<https://www.youtube.com/watch?v=N52c12iByps>

<https://www.youtube.com/watch?v=gX4PHYJ940M>

All'interno degli Standard sono contenute **precise regole che riguardano gli aspetti sociali** (divieto di discriminazione di genere, lavoro minorile, sfruttamento dei lavoratori, tra i principali), sia quelli **ambientali** (no OGM, divieto di utilizzo di sostanze tossiche e pesticidi dannosi per la salute dei lavoratori, rispetto della biodiversità e degli ecosistemi locali).

10.1.1 ATTIVITA': "L'ETICHETTA CHE VORREI"

| | |
|------------------------------|---|
| Tipologia di attività | Gioco di gruppo/ disegno creativo |
| Età | +11 |
| Durata | 60 min |
| Materie | Italiano, Disegno, Economia, Etica |
| Descrizione attività | <p>Attività creativa di gruppo con lo scopo di stimolare una riflessione sulle informazioni concernenti un prodotto a disposizione del consumatore e di mettere in pratica conoscenze acquisite.</p> <p>La consegna sarà di immaginare e realizzare un'etichetta "FAC_SIMILE", che rappresenti e indichi quali sono le informazioni che vorremmo trovare a descrizione dei prodotti che acquistiamo.</p> <p>Sarà possibile realizzare le etichette sia seguendo un principio di realtà (raccontando i meccanismi della filiera produttiva, citando le catene di sfruttamento, la scarsa qualità dei prodotti, la retribuzione dei lavoratori etc), che immaginando la miglior forma possibile di una catena produttiva (descrivendo tutte le migliori caratteristiche che un prodotto dovrebbe avere).</p> <p>Step by Step</p> |

Step 1

La classe viene divisa in gruppi di 3/4 persone. Ogni gruppo riceve un cartoncino A5 sul quale dovrà disegnare la propria etichetta. I materiali per la realizzazione delle etichette saranno a disposizione dei gruppi, che dovranno gestirli e gestirli autonomamente.

Step 2

I gruppi avranno 30/40 minuti di tempo per confrontarsi sul prodotto che vorrebbero descrivere nell'etichetta, decidere in che modo realizzare l'etichetta, che informazioni scrivere ed eventuali illustrazioni/foto ed infine realizzare l'etichetta

Step 3

Al termine dell'attività si ricompone un grande cerchio e a turno ogni gruppo illustrerà il suo lavoro, spiegando il percorso che li ha portati a scegliere un determinato prodotto, il perché sono presenti alcuni elementi nell'etichetta.

È utile in questa fase prestare attenzione sia all'aspetto tecnico e teorico (notare se le informazioni contenute nelle etichette sono coerenti o sensate con il percorso svolto, puntualizzare eventuali sbavature o incomprensioni) sia all'aspetto pedagogico (approfondire le dinamiche sviluppatasi all'interno del gruppo di lavoro, stimolando un confronto tramite domande: "Come avete scelto? Qualcuno non era d'accordo? Come avete risolto i dissensi? Etc



11. AREA TEMATICA: GOOD NEWS

11.1 FUNKY TOMATO

Funky Tomato nasce dall'idea che le fratture sociali si possano curare con l'arte, la cultura e la bellezza attraverso un nuovo disegno delle relazioni economiche e produttive. Un disegno efficace e replicabile.

Sostenibili e rispettosi dell'ambiente, questa "nuova" e giovane realtà del Sud ha capovolto i paradigmi degli attuali dogmi in materia di produzione agricola, ha sfidato apertamente le idee dominanti su cosa debba essere un efficace rapporto con la grande distribuzione ed è stata premiata, non senza enormi sacrifici, dal pubblico consumatore.

La novità principale introdotta da Funky tomato è stata, come spesso accade per le grandi evoluzioni, semplice e dirompente, concentrarsi su lavoro e su persone.

Ecco pertanto che, partendo dalle criticità e dai problemi del funzionamento della attuale filiera di produzione del pomodoro, Funky Tomato sia riuscita a riorganizzarla dandole una struttura ispirata ai principi della dignità, della partecipazione e della multiculturalità, sanciti da un disciplinare di produzione di garanzia che ogni produttore collegato al marchio deve osservare.

Nata dalla mente di un gruppo di agricoltori e artisti meridionali, insieme agli organizzatori della manifestazione Fuori dal Ghetto, evento a sostegno dei migranti nel cuore di Venosa, in provincia di Potenza, Funky Tomato rappresenta oggi una vincente realtà che raduna coltivatori, raccoglitori e imbottiglieri di pomodori del Sud Italia impegnati quotidianamente a garantire a tutti un contratto regolare, prodotti di qualità e una filiera rispettosa dell'ambiente.

Grazie al duro lavoro, ad una filiera trasparente e multietnica, Funky Tomato è riuscita ad attrarre collaborazioni importanti e prestigiose, come La Fiammante – Azienda produttrice di conserve alimentari e pomodori nella provincia di Napoli – o dell’associazione Cooperativa (R)esistenza - realtà nata nel marzo 2008 con la volontà di restituire dignità al quartiere napoletano di Scampia, che ne rafforzano l’immagine e ne garantiscono una sempre maggiore sostenibilità economica.

11.2 CAMPAGNA ABITI PULITI

La Campagna Abiti Puliti, sezione italiana della Clean Clothes Campaign (CCC), è una rete di più 250 partner che mira al miglioramento delle condizioni di lavoro e al rafforzamento dei diritti dei lavoratori dell’industria della moda globale.

Potendo contare su coalizioni attive in 17 paesi europei e in collaborazione con le organizzazioni di diritti del lavoro in Canada, Stati Uniti e Australia, CCC ha la possibilità di lavorare su diversi livelli: dall’attività di sensibilizzazione e coinvolgimento dei consumatori, alla pressione verso imprese e governi affinché assicurino il rispetto dei diritti dei lavoratori dell’industria dell’abbigliamento e delle calzature.

Fin dal 1989, anno della sua fondazione, la Campagna Abiti Puliti (CCC) ha lavorato per assicurare i diritti fondamentali dei lavoratori attraverso azioni di educazione e mobilitazione dei consumatori e di lobby, coinvolgendo quelle compagnie e quelle amministrazioni maggiormente sensibili a questi temi.

Gli strumenti utilizzati sono la realizzazione di campagne su tematiche specifiche (salario dignitoso, salute e sicurezza, trasparenza, lavoro migrante) e il lancio di azioni urgenti che possano favorire la consapevolezza e mobilitare le persone sia individualmente che collettivamente e sostenere le richieste di assistenza e solidarietà dei partner internazionali per la risoluzione di casi di violazione nei paesi di produzione.

Campagna “Change your shoes”

Change your shoes è una iniziativa di 15 organizzazioni europee e 3 asiatiche che promuove una diversa filiera delle calzature più etica, sostenibile e trasparente. Visti gli abusi nei processi di produzione dell’industria della pelletteria e delle calzature, ampiamente sconosciuti ma spesso ignorati, nasce la campagna Change your shoes, una campagna volta a richiamare l’attenzione sulle condizioni am-

bientali e di lavoro per i lavoratori che producono scarpe in cuoio, per elaborare proposte che eliminino le violazioni dei diritti umani, per sostenere le battaglie di sindacati e gruppi di difesa per il miglioramento delle condizioni di lavoro nei paesi di produzione.

Campagna Trasparenza

La Campagna per la trasparenza mostra l'impegno dei marchi tessili e delle calzature per una maggiore trasparenza nella propria catena di fornitura. L'impegno per una maggiore trasparenza rende possibile all'azienda stessa di collaborare con le società civile nell'identificare, valutare ed evitare potenziali o reali impatti negativi per i diritti umani. Ogni azienda che aderisce all'iniziativa si impegna entro il 31 dicembre 2017 a pubblicare a scadenze regolari sul proprio sito internet una lista di tutti i siti produttivi dove vengono realizzati i capi, secondo questo schema:

1. Nome completo di tutte le unità di produzione e degli impianti di trasformazione autorizzati.
2. Gli indirizzi dei siti produttivi
3. La società madre dell'azienda in quel sito
4. Tipologie di prodotti realizzati.
5. Numero di lavoratori per ogni sito.

11.3 FAIRPHONE

Trasparenza, equità nelle condizioni dei lavoratori, riciclo sono solo alcuni dei valori di una bella esperienza di successo olandese il cui nome è già di per se un manifesto: Fairphone

Questa giovane società, con sede ad Amsterdam, si distingue certamente per avere un approccio nuovo e provocatorio nello spietato mondo delle telecomunicazioni mobile. Con un controllo a 360° del ciclo produttivo dei propri smartphone, l'azienda si propone come provider di smartphone che puntano a durare nel tempo, grazie alla possibilità di sostituire ogni sua componentistica, che garantiscano la tracciabilità di ogni materiale coinvolto nella propria produzione, come delle condizioni della sua estrazione, che garantiscano buone condizioni di lavoro e che incentivino una più sana economia circolare dei materiali.

Design di lunga durata

Capovolgendo la tradizionale impostazione, Fairphone ha puntato su un prodotto che, diversamente dall'attuale offerta di mercato, ha la possibilità di essere riparato sostituendo ognuno dei sei moduli nel quale il telefono è composto. Le sostituzioni, rapide e veloci da eseguire, sono facilmente alla portata di chiunque, questo se da un lato permette di ridurre drasticamente l'impatto ambientale delle produzioni, dall'altro permette al consumatore medio di modificare, riparare e capire pienamente come poter utilizzare al meglio e per periodi più lunghi, i dispositivi acquistati.

Materiali "fair"

Consapevoli che dietro l'estrazione dei minerali alla base della produzione di qualunque cellulare si nascondono inaudite ingiustizie soprattutto nei paesi estrattivi, Fairphone ha deciso di imporre un set di controlli tra i più stringenti del mondo. Dall'inquinamento allo sfruttamento minorile, passando per le condizioni di lavoro estremamente pericolose, sono moltissimi gli aspetti del settore minerario che sono tenuti sotto controllo. A questo però l'azienda olandese affianca una precisa policy a sostegno di modalità estrattive più responsabili come all'utilizzo di materiali riciclati.

Buone condizioni di lavoro

La quasi totalità degli smartphone prodotti nel mondo proviene dalla Cina questo, grazie ai bassi costi e alla velocità di produzione, si traduce molto spesso in minor diritti per i lavoratori come degli standard di sicurezza e salute. Fairphone, in controtendenza allo status quo, si impegna quotidianamente al miglioramento delle condizioni di lavoro dei propri partner industriali, richiedendo alti standard di salute e sicurezza, introducendo, anche in Cina, elementi innovativi come i rappresentanti dei lavoratori e gli orari di lavoro definiti.

Economia circolare

La maggior parte dei telefoni cellulari non sono costruiti per durare, spesso anzi le maggiori imprese del settore incoraggiano colpevolmente ad un acquisto continuo di dispositivi che, in nome di obsolescenze più o meno indotte, generano ogni anno milioni di tonnellate di rifiuti RAEE che solo in alcuni casi vengono riciclati correttamente, mentre nel restante dei casi finisce nelle discariche di tutto

il mondo. Nel tentativo di contrastare questa deriva, Fairphone mette a disposizione diversi tutorial per la riparazione *at home* del proprio telefono nel tentativo di allungare il più possibile la vita utile del proprio prodotto. A questo affianca un programma pensato specificatamente per il ritiro e il riuso e/o del riciclaggio dei vecchi telefoni.

11.4 PENTALOGO: COSA PUOI FARE TU?

Evitare di comprare prodotti troppo economici

Un prezzo troppo basso può essere indice di condizioni di sfruttamento che, nel settore della telefonia mobile, si traduce in forme di semi schiavitù dei lavoratori nelle miniere di estrazione delle materie prime.

Accertarsi sempre che i beni e i prodotti acquistati non provengano da filiere produttive illegali

Acquistare da filiere illegali fortifica e aiuta quelle realtà che rubano risorse alla collettività, non permettono la crescita e mortificano i territori.

Acquistare solo prodotti di aziende che prestano attenzione all'impatto sull'ambiente delle proprie produzioni

Comprare quindi prodotti confezionati con imballaggi riutilizzabili e certificati al fine di ridurre gli sprechi e salvare le risorse naturali.

Conservare sempre lo scontrino fiscale del prodotto acquistato

Conservare lo scontrino fiscale permette di rivalersi, nei confronti del venditore, di rotture e/o difetti di produzione che, alternativamente, saranno a carico del consumatore.

Condividere le proprie informazioni dopo aver acquistato un prodotto, consapevole che questo avrà un effetto sugli altri

Condividere (per esempio - Facebook, Instagram, Twitter) che un prodotto aiuta l'ambiente, non sfrutta i lavoratori ed è di qualità, aiuterà altri individui nella loro scelta di consumo e così facendo si sosterranno aziende sane e virtuose a discapito di quelle che non lo sono.

BIBLIOGRAFIA E PUBBLICAZIONI ON LINE



I signori del cibo: viaggio nell'industria alimentare che sta distruggendo il pianeta / Stefano Liberti. - Roma : Minimum fax, 2016. - 327 p.; 21 cm.

Il grande carrello: chi decide cosa mangiamo / Fabio Ciconte, Stefano Liberti. - Bari- Roma: Gius. Laterza e figli, 2019. - 118 p.

Uomini e caporali. Viaggio tra I nuovi schiavi nelle campagne del sud/ Alessandro Leogrande – Milano : Mondadori, 2008. - 252 p.

The mobile economy 2018– GSMA, 2018 -
<https://www.gsma.com/r/mobileeconomy/>

Salari su misura 2019 – Lo stato delle retribuzioni nell'industria globale dell'abbigliamento /Clean Clothes Campaign 8 p. ; <http://www.abitipuliti.org/wp-content/uploads/2017/08/Salari-su-misura-2019.pdf>

Tailored Wages 2019 – the state of pay in the global garment industry/ Clean Clothes Campaign 78 p.; <http://www.abitipuliti.org/wp-content/uploads/2017/08/Salari-su-misura-Rapporto-completo.pdf>

Sfruttati a tempo indeterminato - Storie di un collaudato sistema di sfruttamento lavorativo dei braccianti agricoli nell'agro pontino. 2014, a cura di InMigrazione; https://www.inmigrazione.it/UserFiles/File/Documents/109_SFRUTTATI%20A%20TEMPO%20INDETERMINATO.pdf

From Congo with (no) blood: Recent developments relating to the sourcing of conflict-free minerals from the Democratic Republic of Congo – Finnwatch, Swedwatch (capitolo 4). 2012
<https://www.somo.nl/from-congo-with-no-blood-2/>

SITOGRAFIA



- Riciclo prodotto: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Waste_statistics/it
- 2017 Digital yearbook: <https://es.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-southern-europe>
- Fairphone: <https://www.fairphone.com/it/i-nostri-obiettivi/>
- funkytomato: <http://www.funkytomato.it/>
- Campagna Abiti puliti: <http://www.abitipuliti.org/>
- Obsolescenza programmata:
http://www.ilcambiamento.it/articoli/difendersi_obsolescenza_programmata_consumismo
http://www.ilcambiamento.it/articoli/obsolescenza_programmata_elettrodomestici
- Pomodoro: <http://www.italiafruit.net/DettaglioNews/38348/la-categoria-del-mese/pomodoro-confezionato-piace-di-piu>
<https://www.tpi.it/2018/08/06/caporalato-italia-cirio-mutti/>
<https://www.internazionale.it/reportage/stefano-liberti/2017/04/08/pomodoro-cina-italia>
<http://www.europarl.europa.eu/EPRS/140841REV1-Workers-conditions-in-the-textile-and-clothing-sector-just-an-Asian-affair-FINAL.pdf>



INSIEME
PER IL CONSUMO
SOSTENIBILE

www.movimentoconsumatori.it
www.cies.it

 [welikesharechange](#)
[#sottoilcosto](#)

