

# COSA COMPRIAMO?

Checklist



# MONITORAGGIO DEGLI ACQUISTI RECENTI

Tenete traccia delle vostre spese recenti nelle categorie chiave utilizzando una semplice checklist stampabile.

Questa checklist vi guiderà a documentare cosa e dove avete acquistato negli ultimi due mesi in quattro categorie essenziali:

- Cibo
- Abbigliamento
- Mobili
- Energia

Vi aiuterà a:

- Organizzare e analizzare le vostre abitudini di spesa
- Identificare gli acquisti frequenti e la loro categoria

Comparative Research Network:  
**CONSCIOUS CONSUMPTION**  
Checklist

What and where did you buy in the last ... days/weeks/months?

**FOOD**  
What: \_\_\_\_\_ Where: \_\_\_\_\_

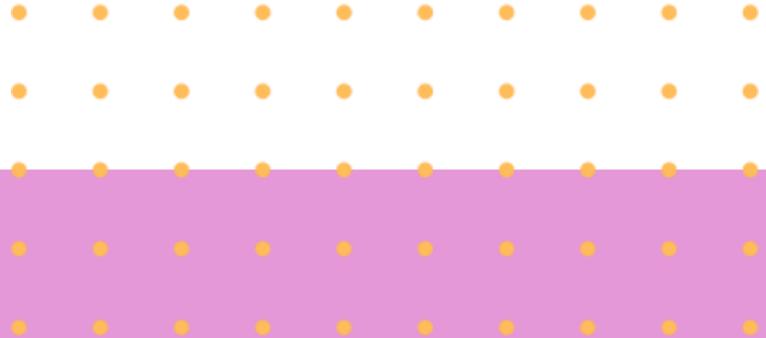
**HOME**  
What: \_\_\_\_\_ Where: \_\_\_\_\_

**WEAR**  
What: \_\_\_\_\_ Where: \_\_\_\_\_

**ENERGY**  
What: \_\_\_\_\_ Where: \_\_\_\_\_

\*A seconda della quantità di articoli, è possibile regolare il tempo di ciascuna categoria.





# CHE COS'È IL CONSUMO CONSAPEVOLE?

Un'introduzione



**01.** CONSUMO CONSAPEVOLE

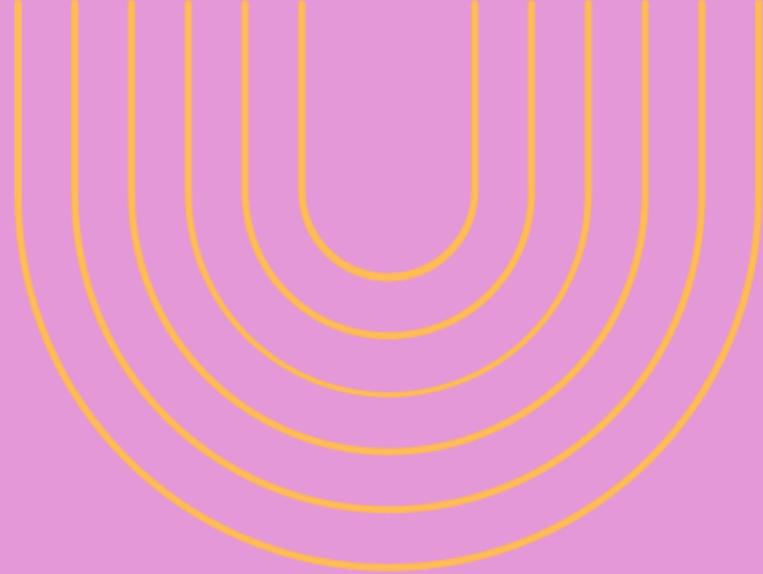
**02.** 1,5 DEGREE LIFESTYLE

**03.** SPAZI DI CONSUMO EQUO

**04.** AFFRONTIAMO IL PROBLEMA



TABELLA DEI  
CONTENUTI



# CONSUMO

# CONSAPEVOLE

Definizione



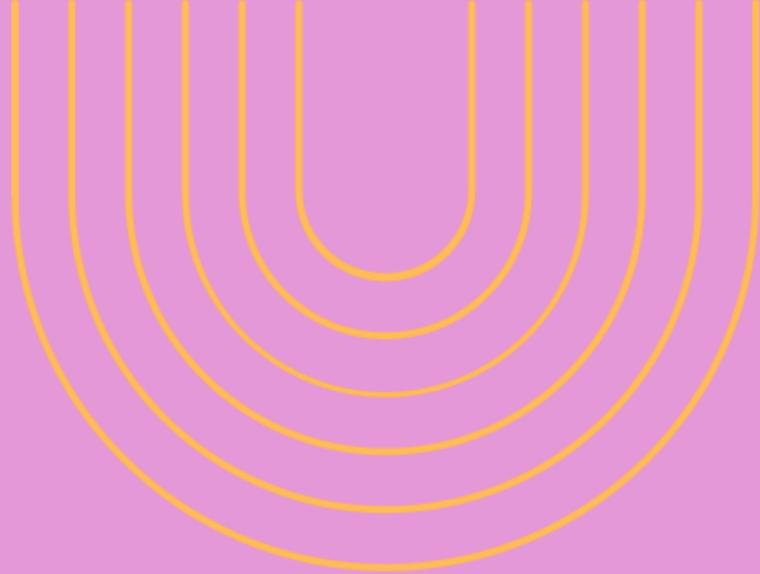
# CHE COS'È IL CONSUMO CONSAPEVOLE?

**Il progetto CoCo** si propone di educare e aiutare le persone a fare scelte più consapevoli e sostenibili nei consumi quotidiani. Vogliamo spostare l'attenzione da discussioni teoriche o astratte sulle questioni ambientali ad attività pratiche e coinvolgenti legate alle pratiche di consumo quotidiane.

Vogliamo offrire alternative facili e convenienti da implementare nella vostra vita, aiutandovi non solo a fare qualcosa contro il cambiamento climatico, ma anche a risparmiare denaro e a migliorare la vostra salute.

In un mondo in cui le abitudini di consumo hanno un impatto significativo sull'ambiente e sulla società, la capacità di fare scelte consapevoli è fondamentale. Partecipando a questa lezione sul consumo consapevole, potrete capire come le vostre decisioni quotidiane possano contribuire alla sostenibilità ambientale, alla responsabilità sociale e al benessere personale. La comprensione dei principi del consumo consapevole non solo è utile a voi come individui, ma svolge anche un ruolo vitale nel plasmare un futuro più sostenibile per le nostre comunità e per il pianeta.





# 1,5 DEGREE

# LIFESTYLE

what is it and what has it to do with me?



## 1,5 DEGREE LIFESTYLE

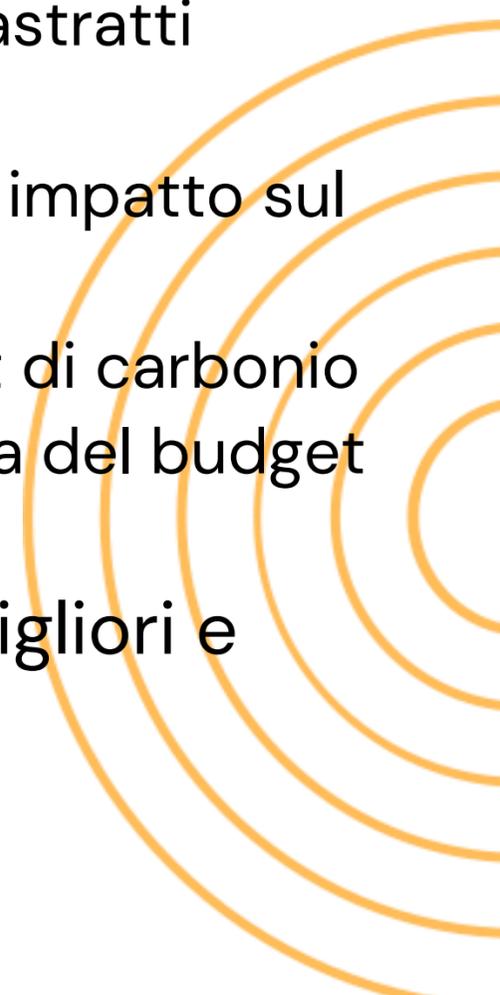
Il concetto di **1,5 degree lifestyle** consiste nel modificare le nostre abitudini e i nostri comportamenti quotidiani per ridurre l'impatto sul cambiamento climatico. Suggestisce che cambiando il modo in cui consumiamo cibo e utilizziamo abitazioni, trasporti, attività ricreative e beni di consumo, possiamo contribuire a mantenere l'aumento della temperatura globale al di sotto di 1,5 gradi Celsius.

Questo approccio sottolinea l'importanza delle pratiche di vita sostenibili per affrontare efficacemente le sfide climatiche.



# 1,5 DEGREE LIFESTYLE VS. IMPRONTA DI CARBONIO

Rispetto alla sola impronta di carbonio, l'approccio dello stile di vita a 1,5 gradi offre diversi vantaggi chiave.

- Lo stile di vita di 1,5 gradi non si limita a considerare le emissioni. Prende in considerazione l'intero stile di vita, fornendo un quadro più completo di ciò che deve cambiare.
  - Utilizzando il concetto di budget di carbonio residuo (la quantità totale che possiamo emettere per rimanere entro 1,5°C di riscaldamento), si comunica chiaramente l'urgenza di agire immediatamente. Questo è più motivante e più facile da capire rispetto ai numeri astratti dell'impronta di carbonio.
  - Identifica i "punti caldi", ovvero le aree del nostro stile di vita che hanno il maggiore impatto sul clima. Questo aiuta a dare priorità ai cambiamenti, rendendo gli sforzi più efficienti.
  - L'approccio stabilisce obiettivi di riduzione equi, distribuendo equamente il budget di carbonio rimanente tra la popolazione globale. Ciò significa che tutti ricevono una parte equa del budget per le emissioni di carbonio.
  - Sostiene l'adozione di stili di vita a basse emissioni di carbonio, tra cui prodotti migliori e cambiamenti nelle abitudini di consumo.
- 

# PERCORSO VERSO STILI DI VITA A 1,5 GRADI ENTRO IL 2030

Cambiereste la vostra auto con una ibrida?

O la carne importata con il pesce nazionale?

Che ne dite di trasferirvi in un appartamento più piccolo?

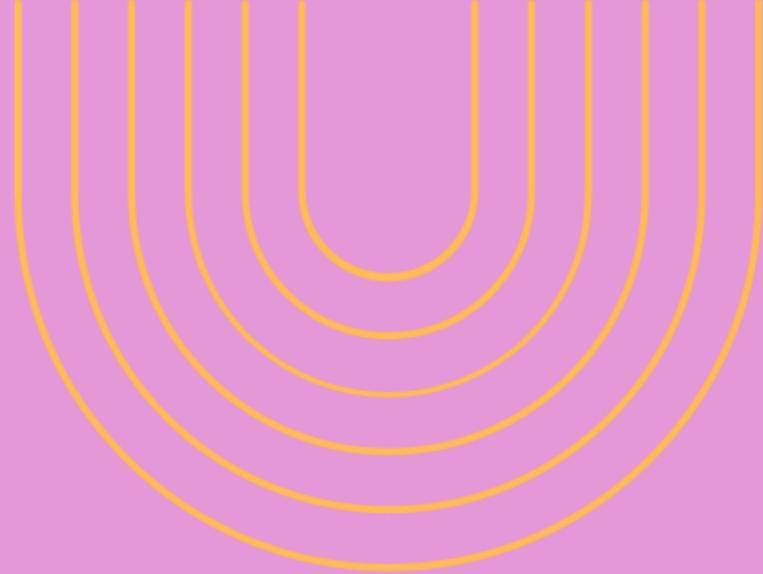
Ci sono molti percorsi per raggiungere uno stile di vita a 1,5 gradi.

Potete seguire alcune persone qui: <https://www.sitra.fi/en/publications/pathways-to-1-5-degree-lifestyles-by-2030/#hilmas-pathway-by-2030>

Fate il vostro test qui: <https://www.lifestyletest.eu/>

Domanda: Quali sono gli aspetti del vostro consumo che potete immaginare di cambiare?

Riferimenti: [https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot\\_or\\_Cool\\_1\\_5\\_lifestyles\\_FULL\\_REPORT\\_AND\\_ANNEX\\_B.pdf](https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf)



# SPAZI DI CONSUMO EQUO

Quali sono e come possiamo raggiungerli?



# SPAZI DI CONSUMO EQUO



Immaginate una stanza con un soffitto e un pavimento. Il soffitto rappresenta la quantità massima di risorse e di impatto ambientale che possiamo permetterci senza causare danni al pianeta (come il consumo eccessivo di combustibili fossili). Il pavimento rappresenta il livello minimo di consumo di risorse necessario per una vita dignitosa e decorosa (come i bisogni primari di alloggio, cibo e assistenza sanitaria).

Se qualcuno consuma troppo, lascia meno risorse agli altri e causa danni all'ambiente. D'altro canto, se qualcuno consuma troppo poco, potrebbe non avere abbastanza per soddisfare i propri bisogni fondamentali.

Lo spazio di consumo equo consiste nel garantire che tutti abbiano ciò di cui hanno bisogno, senza prendere più di quanto il pianeta possa gestire. Si tratta di un approccio globale: i Paesi ricchi devono ridurre drasticamente il loro consumo di risorse, mentre i Paesi più poveri potrebbero avere bisogno di consumare di più per migliorare le condizioni di vita. Mantenendo i consumi all'interno di questo spazio equo, possiamo ottenere una distribuzione equilibrata e giusta delle risorse.

# SPAZI DI CONSUMO EQUO

Il consumo consapevole può contribuire a creare spazi di consumo equi, utilizzando le risorse in modo ecologico e garantendo a tutti l'accesso alle stesse. Ecco alcuni modi in cui i consumatori europei possono adattarsi a questo concetto:

Uno spazio di consumo equo è uno spazio ecologicamente sano che garantisce a tutti l'accesso alle risorse per soddisfare i propri bisogni fondamentali. Significa equilibrare i consumi per evitare il sovraconsumo, che causa danni ambientali, e il sottoconsumo, che causa problemi sociali.

## **Gli argomenti chiave sono:**

**Limiti:** Tutti dobbiamo rimanere entro i limiti ecologici, poiché il nostro pianeta può produrre solo una certa quantità di risorse.

**Equità:** Garantire che le risorse siano accessibili a tutti. I Paesi non ancora sviluppati hanno il diritto di consumare di più, mentre il mondo sviluppato deve ripensare i propri consumi.

**Benessere:** Ottimizzare l'uso delle risorse per migliorare il benessere di tutti. Molti prodotti sono fatti per durare poco o utilizzano ingredienti che ci rendono poco sani; dovremmo invece privilegiare alternative più utili o di lunga durata.

# COME IL CONSUMO CONSAPEVOLE AIUTA

I consumatori possono impegnarsi a modificare le proprie scelte alimentari eliminando i prodotti non sostenibili:

- È possibile scegliere prodotti realizzati con materiali sostenibili, ad esempio optando per abiti in cotone biologico o alimenti prodotti localmente e biologici.
- I rivenditori possono essere indotti a eliminare i prodotti ad alto impatto ambientale, come la plastica monouso o i prodotti ad alta intensità di combustibili fossili. Ad esempio, molti Paesi europei hanno introdotto divieti o tasse sui sacchetti di plastica, incoraggiando i consumatori a utilizzare borse riutilizzabili.

## **Ridurre il consumo eccessivo**

È possibile adottare abitudini che riducano il consumo eccessivo.

- Adattare una dieta a base vegetale o ridurre l'assunzione di carne può ridurre significativamente l'impronta di carbonio. Alcuni studi hanno dimostrato che le diete sostenibili sono collegate a un minor rischio di malattie cardiache e diabete.
- Ridurre l'uso dell'auto privata a favore dei trasporti pubblici, della bicicletta o degli spostamenti a piedi può ridurre le emissioni di gas serra.

# COME IL CONSUMO CONSAPEVOLE AIUTA

## **Sostenere le innovazioni sociali**

I consumatori possono partecipare alle innovazioni sociali che promuovono la sostenibilità:

- Impegnarsi nell'agricoltura sostenuta dalla comunità: Abbonandosi alle aziende agricole locali per acquistare prodotti freschi, i consumatori sostengono le economie locali e riducono l'impronta di carbonio associata al trasporto di cibo su lunghe distanze. Lo stesso vale per gli orti urbani o per la coltivazione del proprio cibo sui balconi.
- Partecipare a iniziative di economia condivisa: L'utilizzo di servizi condivisi come il car-sharing o le biblioteche di strumenti riduce la necessità di proprietà individuale e minimizza l'uso delle risorse.
- Condividere le conoscenze nella propria comunità. Iniziative come i repair café o i tutorial di bricolage su youtube aiutano a riparare i prodotti, invece di acquistarli nuovi. Gli scambi di libri o di stoffe, tra amici, a scuola o nei mercatini dell'usato, contribuiscono ad aumentare ulteriormente lo spazio per il consumo equo.

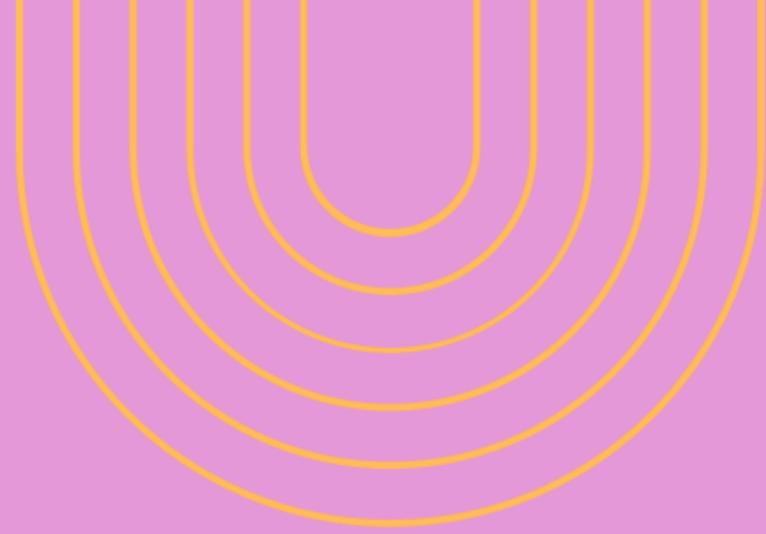
# COME IL CONSUMO CONSAPEVOLE AIUTA

## **Riflettete sui vostri consumi.**

- Fate già delle cose che contribuiscono a creare uno spazio di consumo equo?
- Scrivetele.
- Pensate alla vostra lista della spesa. Quali cambiamenti potete applicare facilmente per sostenere il percorso di creazione di uno spazio di consumo equo?

Fonti:

[https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot\\_or\\_Cool\\_1\\_5\\_lifestyles\\_FULL\\_REPORT\\_AND\\_ANNEX\\_B.pdf](https://hotorcool.org/wp-content/uploads/2021/10/Hot_or_Cool_1_5_lifestyles_FULL_REPORT_AND_ANNEX_B.pdf)



# AFFRONTIAMO IL PROBLEMA!

Giochiamo al gioco del clima



# AFFRONTIAMO IL PROBLEMA

Volete cambiare la vostra comunità?

Vi invitiamo a utilizzare il **Gioco del Clima**, che vi aiuterà a capire l'interconnessione tra le vostre azioni e il più ampio impatto ambientale. Il gioco vi incoraggia a riflettere sui vostri modelli di consumo. È possibile scaricarlo gratuitamente qui:

[https://climatefresk.org/wp-content/uploads/2020/01/Self-training\\_EN.pdf](https://climatefresk.org/wp-content/uploads/2020/01/Self-training_EN.pdf)

Nel gioco si collabora per mettere insieme le relazioni di causa ed effetto del cambiamento climatico.

L'ambientazione di gruppo del gioco consente l'apprendimento sociale e la discussione di soluzioni sostenibili.

Dopo il gioco, i facilitatori possono guidare i partecipanti a identificare cambiamenti specifici e attuabili nella loro vita. Ad esempio, ridurre il consumo di carne, ridurre al minimo i viaggi in aereo, scegliere i mezzi di trasporto pubblici e risparmiare energia in casa.



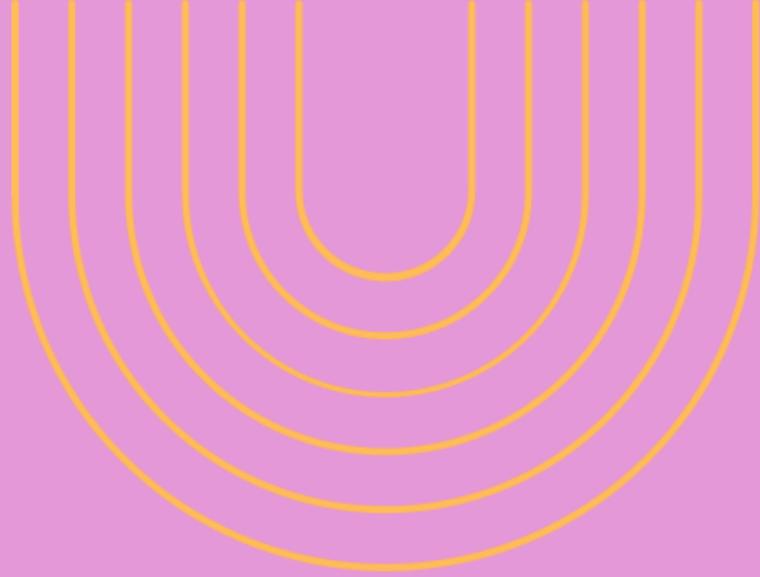
CONTROLLO DELLE  
ETICHETTE:  
QUALI SONO PRESENTI SUI  
VOSTRI ACQUISTI?



- 
- 01. CAPIRE LE ETICHETTE**
  - 02. CERTIFICAZIONI ALIMENTARI**
  - 03. ETICHETTE PER ABBIGLIAMENTO**
  - 04. PRODOTTI FORESTALI**
  - 05. CONSUMO ENERGETICO DEI DISPOSITIVI**



**TABELLA DEI  
CONTENUTI**



# CAPIRE LE ETICHETTE



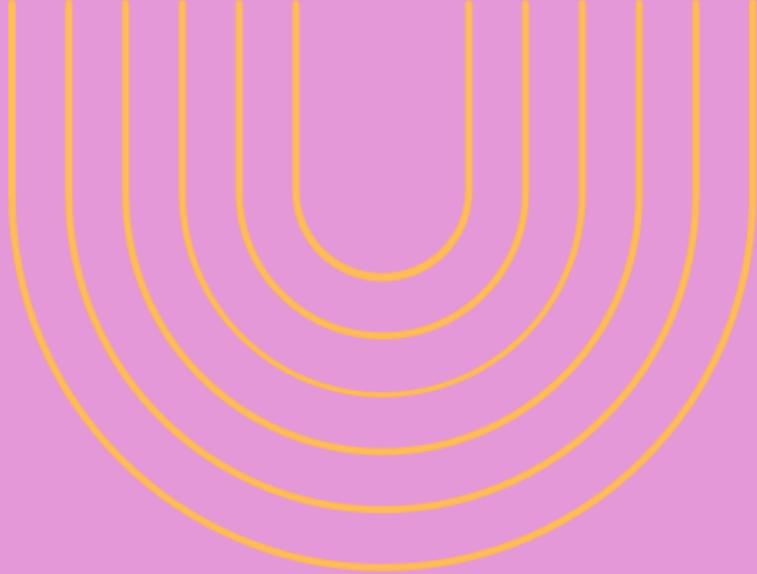
# CAPIRE LE ETICHETTE

I prodotti, soprattutto quelli contenuti nelle confezioni che si trovano sugli scaffali dei negozi, sono etichettati. Oltre al nome o agli ingredienti, spesso sulla confezione è presente un'etichetta o una scritta aggiuntiva. Queste possono attirare l'attenzione. È comune vedere etichette come "eco", "naturale", "biologico", "consapevole", "bio", "vegano", "sostenibile" o "non tossico".

Pensiamo che queste etichette forniscano informazioni aggiuntive agli acquirenti e ai consumatori. Ed è vero. Purtroppo, però, alcuni produttori, spinti dal desiderio di ottenere maggiori profitti, aggiungono etichette che possono essere fuorvianti.

Questa pratica è nota come greenwashing e avviene quando le aziende ingannano i consumatori con affermazioni false o fuorvianti. L'obiettivo del greenwashing è spesso quello di distogliere l'attenzione dei consumatori da altre aree delle operazioni dell'azienda che sono dannose per l'ambiente.





# ESISTONO CERTIFICAZIONI?



## ESISTONO CERTIFICAZIONI?

Le certificazioni, note anche come etichette o marchi, sono rilasciate da organizzazioni di certificazione competenti che confermano che un prodotto soddisfa determinati criteri sociali ed ecologici, o almeno uno di questi. È fondamentale che queste organizzazioni siano indipendenti dalle imprese per garantire la credibilità e l'imparzialità delle certificazioni.

# ESISTONO CERTIFICAZIONI?

## Sono noti diversi approcci alla certificazione:

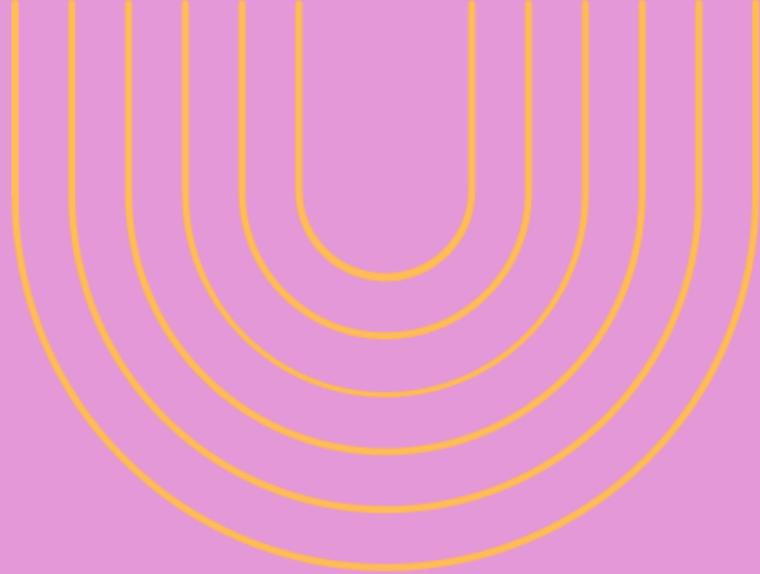
Il più diffuso è la certificazione di prodotto. Dopo aver soddisfatto i criteri necessari, l'azienda ottiene il diritto di utilizzare un marchio sul prodotto finale, visibile ai consumatori.

Un altro approccio è la certificazione di fabbrica – in questo caso, i criteri devono essere soddisfatti da singoli impianti di produzione, che vengono controllati e certificati per la conformità a determinati standard. La certificazione non è visibile sul prodotto finale.

Un approccio completamente diverso caratterizza **iniziative multilaterali** che riuniscono organizzazioni sociali indipendenti, sindacati e aziende. Le aziende che vogliono diventare membri di un'iniziativa di questo tipo devono aderire a un codice di condotta comune. Spesso le aziende informano della loro adesione a tali iniziative nel loro materiale informativo e talvolta anche sui loro prodotti.

Un altro concetto completamente diverso riguarda le iniziative che assegnano un cosiddetto codice prodotto . Ogni prodotto di questo sistema riceve un codice che consente ai consumatori di tracciare tutte le fasi della produzione. Questa etichettatura promuove una maggiore trasparenza nella catena di approvvigionamento, fornendo ai consumatori un quadro completo dell'origine del prodotto.

Gruppi diversi di prodotti ricevono certificazioni diverse.



# CERTIFICAZIONE ALIMENTARE



# CERTIFICAZIONE ALIMENTARE

## **Fairtrade:**

è un movimento creato da organizzazioni non governative, attivisti e volontari, consumatori e aziende per sostenere lo sviluppo di piccole comunità di produttori, soprattutto del Sud del mondo (Africa, America Latina, Caraibi, Asia e Oceania).



Il principio del commercio equo e solidale è il prezzo equo che i produttori ricevono per i loro prodotti. I prezzi devono sempre essere stabiliti tenendo conto delle condizioni locali, coinvolgendo i produttori e le altre parti interessate. Il compenso per i produttori dovrebbe coprire i costi di una produzione ecologica e sociale sostenibile. L'etichetta si trova spesso su prodotti come frutta, verdura, caffè, cioccolato, cacao, zucchero, ma anche biscotti o olio d'oliva. Il certificato Fairtrade è utilizzato per diversi gruppi di prodotti, tra cui il cotone e le attrezzature sportive.

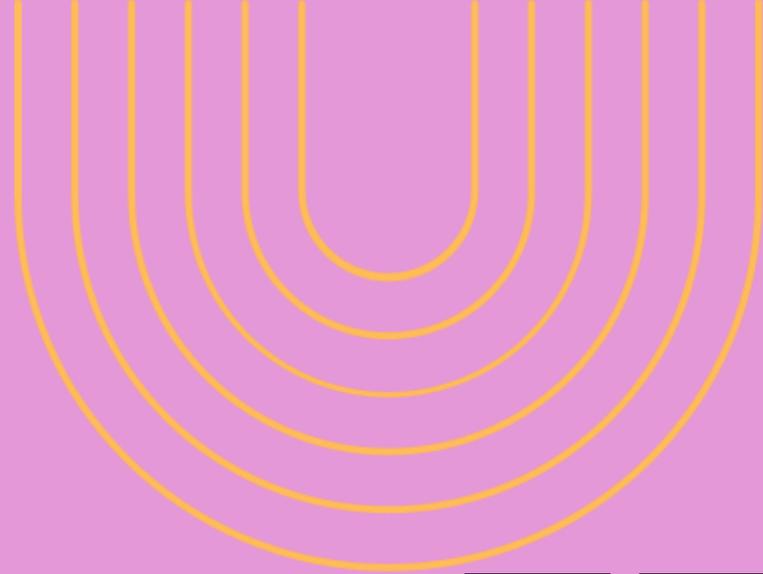
# CERTIFICAZIONE ALIMENTARE

## **Unione Europea per l'Agricoltura Biologica:**

Questa certificazione combina due simboli:  
la bandiera europea e una foglia che  
simboleggia la natura e lo sviluppo sostenibile.



Il logo di produzione biologica dell'UE aiuta i consumatori a riconoscere i prodotti biologici e aiuta gli agricoltori a commercializzarli in tutta l'UE. Questo certificato dà ai consumatori fiducia nell'origine e nella qualità biologica degli alimenti e delle bevande che acquistano, e la sua presenza su un prodotto significa che è conforme ai regolamenti sulla produzione biologica, cioè che è un prodotto biologico. Può essere utilizzato solo per i prodotti che hanno ottenuto un certificato rilasciato da un ente certificatore autorizzato e tali prodotti devono soddisfare condizioni rigorose per quanto riguarda i metodi di produzione, lavorazione, trasporto e conservazione.



# ETICHETTE PER ABBIGLIAMENTO



# ETICHETTE PER ABBIGLIAMENTO

## **GOTS (Global Organic Textile Standard):**

Questo certificato si trova sui prodotti tessili in fibre naturali come il cotone, la seta, il lino o la canapa e il lino o canapa.



I materiali con questo certificato contengono per lo più materie prime provenienti da agricoltura biologica (senza l'uso di fertilizzanti artificiali, pesticidi o semi geneticamente modificati).

## ETICHETTE PER ABBIGLIAMENTO

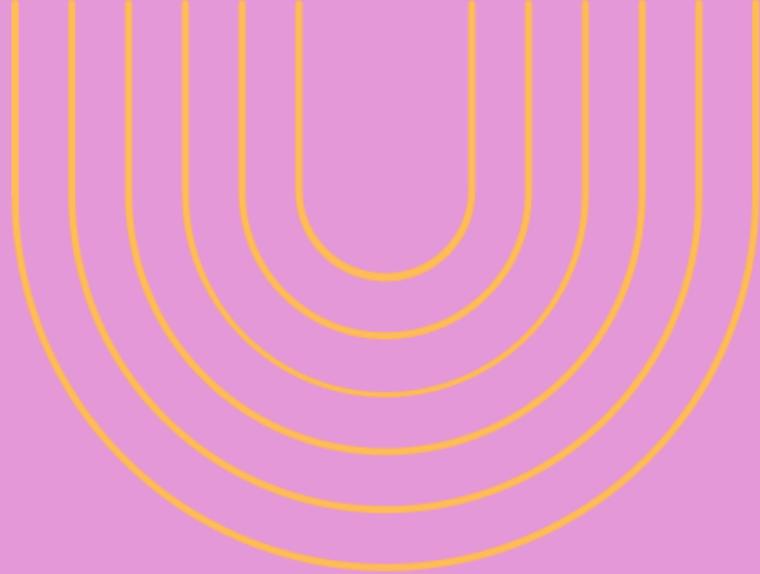
### **OEKO-TEX:**

"Tessuti degni di fiducia".



Tali prodotti non possono contenere (o solo in quantità minime) molte sostanze dannose per la salute, come coloranti cancerogeni o allergeni.

Il certificato si applica ai prodotti finiti, il che significa che durante la produzione possono essere state utilizzate sostanze pericolose. I tessuti sono testati per verificare la presenza di sostanze nocive.



# PRODOTTI FORESTALI



## PRODOTTI FORESTALI

### **FSC – Forest Stewardship Council:**

Un consiglio internazionale che opera in 89 paesi e riconosciuto in tutto il mondo, è un'organizzazione no-profit che sostiene la gestione sostenibile delle foreste.



Rilascia certificati che attestano che il legno è stato acquistato in modo responsabile. Dato che circa la metà del legno utilizzato nel commercio mondiale è destinato alla produzione di carta, la certificazione è molto importante per il benessere delle persone e della natura. L'FSC garantisce la verifica dell'origine del prodotto legnoso rilasciando un certificato CoC (Chain of Custody), che copre l'intera catena di fornitura dalla produzione al consumatore finale.

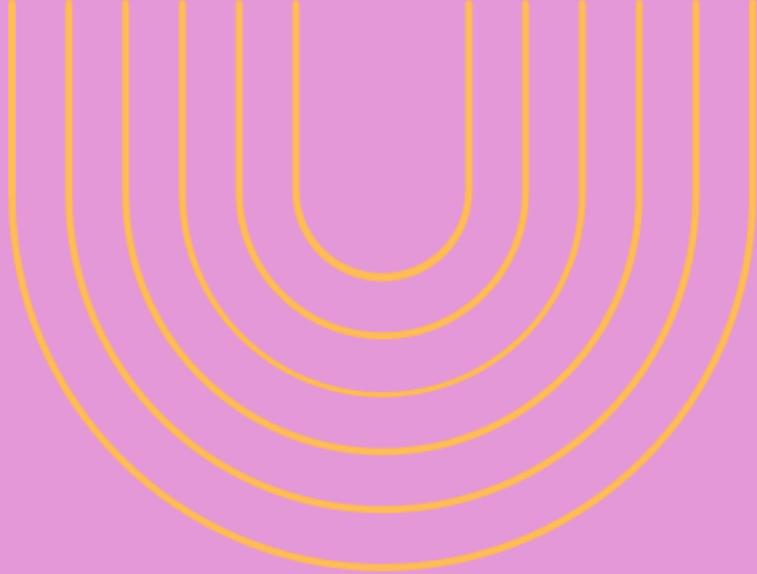
# PRODOTTI FORESTALI



## **Rainforest Alliance:**

Questa certificazione viene assegnata a vari gruppi di prodotti, come legno, carta, banane, tè, caffè, cacao, olio di palma, fiori recisi e felci, nonché i prodotti a più ingredienti (ad esempio il cioccolato) e persino l'allevamento di bestiame, le aziende agricole rispettose del clima e il turismo sostenibile.

Per i prodotti in legno e carta, il campo di applicazione del certificato copre solo la prima fase della catena di produzione – l'approvvigionamento delle materie prime. Il processo di certificazione Rainforest Alliance Certified per i prodotti forestali è simile a quello dell'FSC: gli audit, compresi quelli sul campo, vengono condotti annualmente. Gli auditor di SmartWood cercano opinioni sociali sulle attività del candidato attraverso commenti pubblici, sondaggi, interviste individuali e incontri pubblici. Le parti interessate possono presentare ricorsi o reclami relativi ad azioni che ritengono non conformi agli standard certificati FSC/Rainforest Alliance.



# CONSUMO ENERGETICO DEI DISPOSITIVI



# CONSUMO ENERGETICO DEI DISPOSITIVI

## Etichetta energetica:

Questa etichetta fornisce informazioni sulla classe energetica e sui parametri fondamentali di un dispositivo, come il consumo energetico e il livello di rumore.

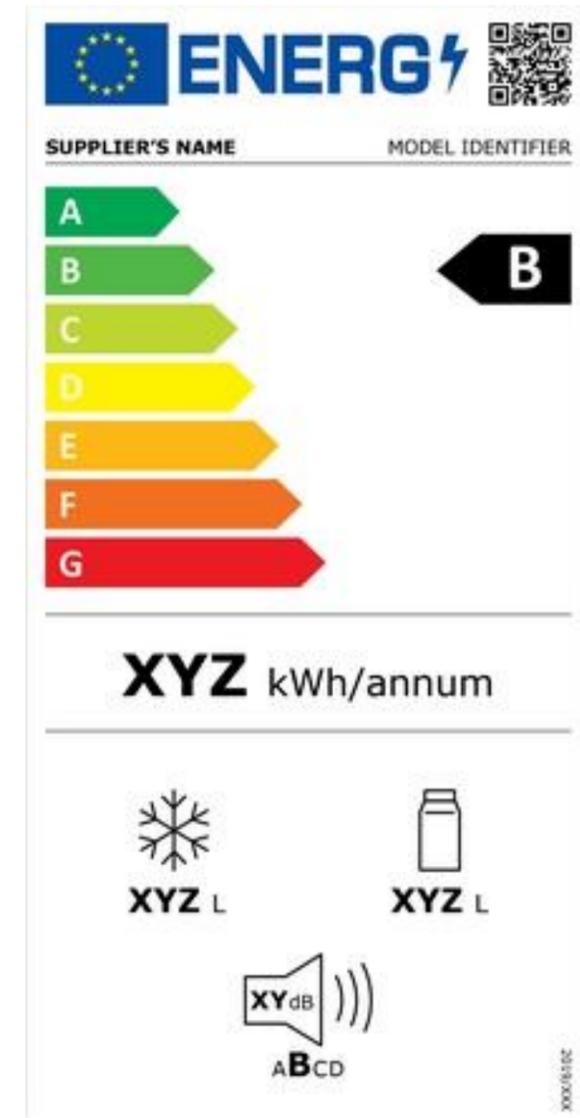
Nell'Unione Europea, gli elettrodomestici e le sorgenti luminose devono riportare questa etichetta. In questo modo i consumatori possono confrontare i diversi dispositivi. Queste informazioni sono anche una preziosa fonte di conoscenza per i consumatori, in particolare perché la presentazione grafica informa i consumatori in maniera in modo accessibile sui potenziali costi operativi del dispositivo.

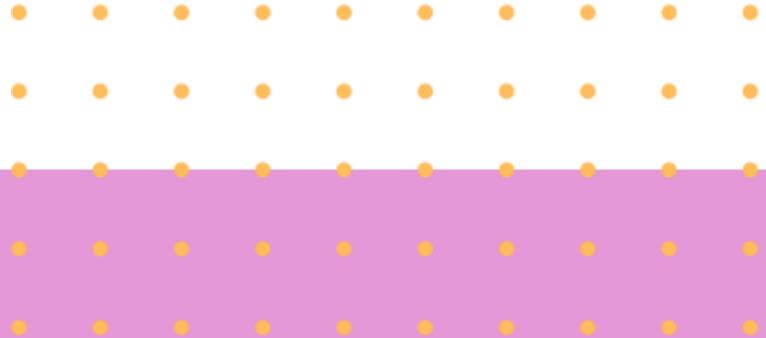
Le classi di efficienza energetica sono assegnate su una scala da A a G, dove la classe A, contrassegnata da una barra verde, indica il dispositivo più efficiente, e la classe G, contrassegnata da una barra rossa, è la meno efficiente. Queste classi sono determinate dal rapporto tra il consumo energetico annuo del dispositivo e il consumo energetico standard per tali dispositivi.

consumo energetico annuo del dispositivo rispetto al consumo energetico standard per tali dispositivi definito dalle normative vigenti.

## Indice delle etichette:

<https://www.ecolabelindex.com/ecolabels/>





IO E LA

PUBBLICITA'





**01.**    **INTRODUZIONE**

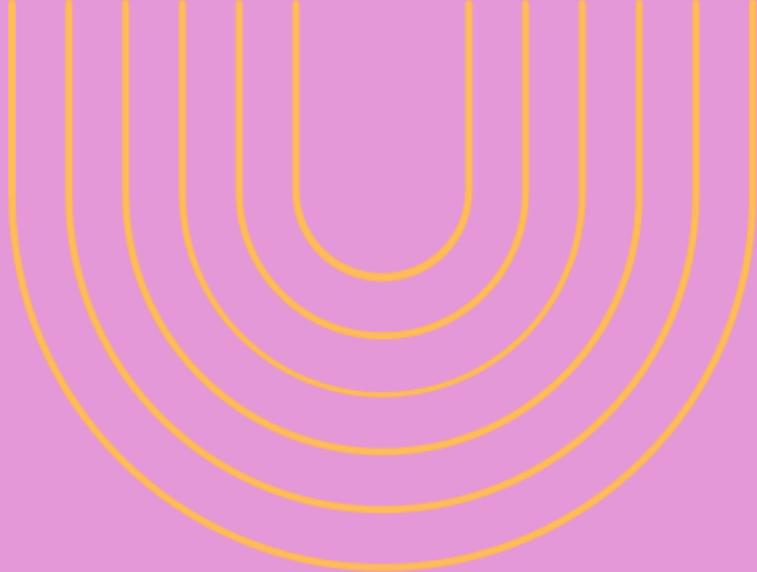
**02.**    **COME SIAMO MOTIVATI ALL'ACQUISTO?**

**03.**    **CHE COS'È IL GREENWASHING?**

**04.**    **CERTIFICATI**



**TABELLA DEI  
CONTENUTO**



# INTRODUZIONE



# INTRODUZIONE

Le aziende spesso presentano i loro prodotti come ecologici, ma queste affermazioni possono essere fuorvianti. In questo modulo analizziamo le tattiche di greenwashing, esaminiamo esempi reali e impariamo a valutare criticamente le affermazioni ambientali nella pubblicità e nei media.

[https://environment.Ec.Europa.Eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/consumers\\_en](https://environment.Ec.Europa.Eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home/consumers_en)



# INTRODUZIONE

Il greenwashing e il suo impatto sul processo decisionale dei consumatori: è fondamentale coprire una serie di prospettive che stimolino il pensiero critico e mettano le persone in condizione di fare scelte informate. Ecco alcune prospettive chiave su cui riflettere:

- **Comprendere le tattiche di greenwashing:** esplorare le varie tattiche e strategie utilizzate nel greenwashing, come il linguaggio vago, l'immagine ingannevole e le false dichiarazioni di sostenibilità. Analizzare esempi reali per dimostrare come le aziende manipolino le percezioni per apparire responsabili nei confronti dell'ambiente.
- **Psicologia dei consumatori:** approfondite la psicologia alla base del processo decisionale dei consumatori e come il marketing influenza le percezioni e i comportamenti. Discutere concetti come il consumismo verde, in cui gli individui cercano prodotti ecologici ma possono essere suscettibili di tattiche di greenwashing a causa di pregiudizi cognitivi o appelli emotivi.



# INTRODUZIONE

- **Responsabilità aziendale:** esaminare il ruolo delle aziende nel promuovere la sostenibilità e le pratiche etiche. Discutere le implicazioni etiche del greenwashing, compresi i potenziali danni ai consumatori, all'ambiente e alla fiducia nella responsabilità aziendale.
- **Quadri normativi:** indagare il paesaggio normativo che circola il marketing e la pubblicità verde. Discutere il ruolo delle agenzie governative e degli standard industriali nel monitoraggio e nell'applicazione delle leggi sulla verità nella pubblicità, nonché le sfide della regolamentazione delle pratiche ingannevoli in un mercato in evoluzione.



# INTRODUZIONE

- **Media literacy:** FORNIRE COMPETENZE DI MEDIA LITERACY PER AIUTARE GLI INDIVIDUALI A VALUTARE CRITICAMENTE LE DICHIARAZIONI AMBIENTALI IN PUBBLICITÀ E NEI MEDIA. Insegnare tecniche per individuare il greenwashing, come la ricerca di certificazioni di terze parti, la verifica delle affermazioni con fonti credibili e la considerazione degli impatti dell'intero ciclo di vita dei prodotti.
- **Consumo sostenibile:** incoraggiare le discussioni sul concetto di consumo sostenibile e di consumismo responsabile. Esplorare approcci alternativi alle decisioni di acquisto, come la riduzione dei consumi, la scelta di prodotti di seconda mano o ecologici e il sostegno ad aziende trasparenti ed etiche.





# INTRODUZIONE

- **Empowerment dei cittadini:** Mettere gli individui in condizione di agire come cittadini e consumatori informati. Discutere i modi per sostenere la trasparenza e la responsabilità nelle pratiche aziendali, sostenere le politiche che regolano il greenwashing e partecipare alle iniziative che promuovono la sostenibilità e la gestione dell'ambiente.

Grazie alla trattazione di queste prospettive nel materiale del corso, gli studenti possono sviluppare una comprensione olistica del greenwashing, delle sue implicazioni per il processo decisionale dei consumatori e di come navigare nelle complessità del mercato come cittadini responsabili.



COME SIAMO

MOTIVATI

ALL'ACQUISTO?



# COME SIAMO MOTIVATI ALL'ACQUISTO?

Ogni giorno, una persona media è esposta a circa 300–350 pubblicità. Le pubblicità sono un ottimo metodo per attirare l'attenzione su prodotti, cause e altri argomenti.

[Come le pubblicità influenzano la nostra vita quotidiana | The Business Standard \(tbsnews.net\)](#)

Un elenco etico per i marketer digitali:

<https://blogs.oregonstate.edu/digitalmarketing/2019/11/08/how-advertising-affects-society-and-our-life/>

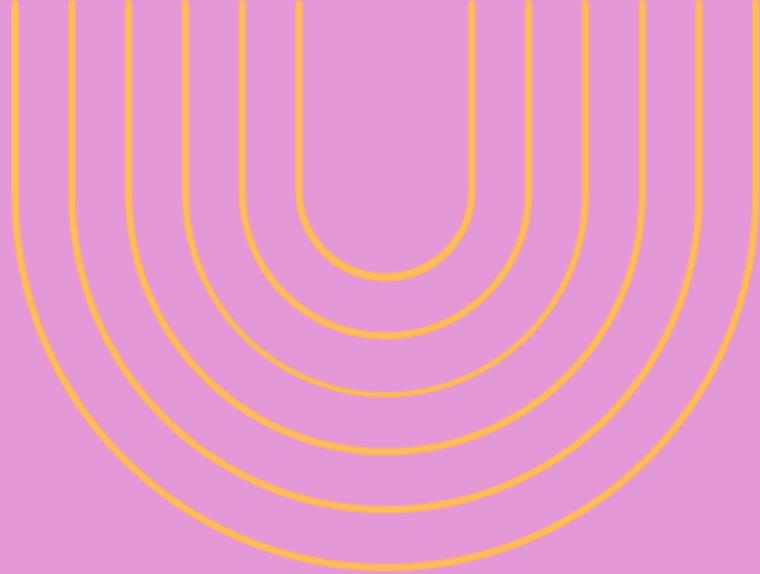
## PUBBLICITÀ

Effetti positivi e negativi della pubblicità sui giovani:

<https://studymasscom.com/advertising/positive-and-negative-effects-of-advertising-on-youth/>

Pensare e sentire: La psicologia della pubblicità:

[Pensiero e sentimento: Psicologia della pubblicità | USC MAPP Online](#)



# CHE COS'È IL GREENWASHING?



## CHE COS'È IL GREENWASHING?

"Il greenwashing si verifica quando le aziende presentano falsamente i loro prodotti o le loro pratiche come rispettosi dell'ambiente. Ciò può comportare l'utilizzo di immagini verdi o la formulazione di affermazioni vaghe sulla sostenibilità senza alcuna prova. Questo confonde i consumatori e mina i veri sforzi ambientali".

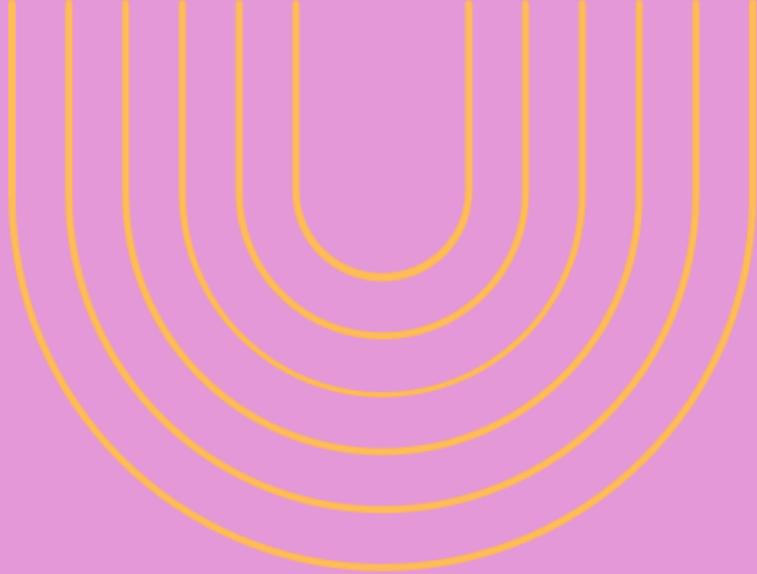
[L'UE adotta una nuova legge che vieta il greenwashing e le informazioni ingannevoli sui prodotti | Euronews](#)

## COME RICONOSCERE IL GREENWASHING?

- Attenzione al linguaggio vago o ai termini privi di significato specifico, come eco-friendly, sostenibile, non tossico. Non offrono alcuna prova concreta.
- Non innamoratevi delle immagini a tema naturalistico. Come esseri umani, reagiamo emotivamente alle immagini. Fate attenzione anche ai loghi verdi.
- Considerate se le affermazioni sono pertinenti e chiedete se sono supportate da prove.
- Prestate attenzione alle certificazioni. Le certificazioni indipendenti e di terze parti possono essere utili indicatori di sostenibilità.
- Considerate ciò che non vi viene detto. Una comunicazione selettiva sulle iniziative verdi può distrarre dalla verità.
- Utilizzate le risorse per fare ricerche sulle aziende, ad esempio:
  - [Home - Greenwash](#)
  - [talking-trash.com](http://talking-trash.com)

## COME POSSO RISPONDERE?

- Imparate a riconoscere il greenwashing.
- Informatevi sulle aziende da cui acquistate.
- Fate sentire la vostra voce quando notate il greenwashing, fate domande e cercate le prove.
- Cercate imballaggi minimi o riciclabili.
- Sostenete la legislazione e la creazione di guide ecologiche. Considerate questi temi, ad esempio, quando votate alle elezioni.
- La ricerca ci dice che anche solo essere consapevoli del greenwashing vi aiuterà a fare scelte più consapevoli.



# CERTIFICATI



## CERTIFICATI DA TENERE D'OCCHIO

Come già detto, i certificati sono importanti per verificare se l'azienda è davvero sostenibile come dichiara. Con queste risorse potete fare ricerche sulle aziende, sui marchi e sui prodotti per i quali spendete il vostro denaro.

### **LEED (Leadership in Energy and Environmental Design)**

è il sistema di valutazione degli edifici verdi più diffuso al mondo. Disponibile per quasi tutti i tipi di edifici, LEED fornisce un quadro di riferimento per la realizzazione di edifici verdi sani, efficienti e a basso costo. La certificazione LEED è un simbolo riconosciuto a livello mondiale dei risultati e della leadership in materia di sostenibilità.



<https://support.usgbc.org/hc/en-us/articles/4404406912403-What-is-LEED-certification>

## CERTIFICATI DA TENERE D'OCCHIO

**B Corporation**, noto anche come B Corp, è un movimento globale che mira a ridefinire il successo negli affari richiedendo legalmente alle aziende di rispettare rigorosi standard sociali e ambientali. La certificazione B Corp è disponibile sia per le aziende che per gli individui.



<https://global-standard.org/> Moda sostenibile, abbigliamento etico, produzione equa hanno molti significati. Il **Global Organic Textile Standard (GOTS)** ha una serie di criteri chiaramente definiti ed è trasparente. Il GOTS è lo standard leader a livello mondiale per la lavorazione delle fibre biologiche, che include criteri ecologici e sociali, supportati da una certificazione indipendente dell'intera filiera tessile. I prodotti finali certificati GOTS possono includere prodotti in fibra, filati, tessuti, abiti, tessuti per la casa, materassi, prodotti per l'igiene personale, nonché prodotti tessili destinati al contatto con gli alimenti e altro ancora.



# CERTIFICATI DA TENERE D'OCCHIO

<https://www.oeko-tex.com/en/> certifica prodotti tessili (casa, abbigliamento, calzature) e pelletteria. Offre diverse certificazioni, tra cui lo **STANDARD 100**, che garantisce che tutti i componenti siano testati per le sostanze nocive. Il **LEATHER STANDARD** si applica ai prodotti in pelle.

[https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel-home_en) Il **Ecolabel UE** aiuta i consumatori, i rivenditori e le aziende a fare scelte veramente sostenibili.



LEATHER  
STANDARD



# COMPITO: CONTROLLO DELLE ETICHETTE

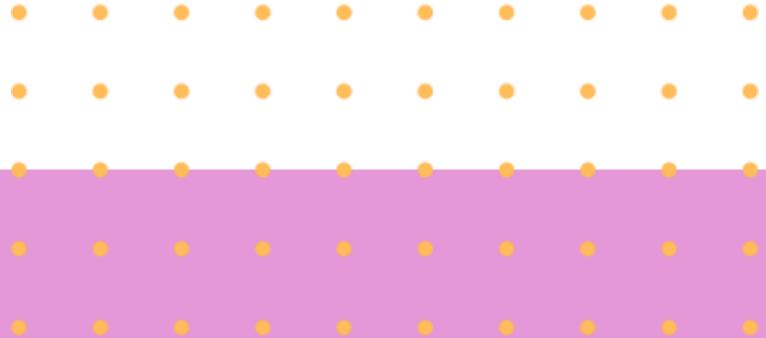


ISPEZIONATE LE ETICHETTE DI ALCUNI VESTITI CHE  
POSSEDETE.

QUALI INFORMAZIONI POTETE TROVARE SU DI ESSI?

<https://www.oeko-tex.com/en/label-check>





# COSA POSSIAMO FARE?



**01. INTRODUZIONE**

**02. RIUSARE**

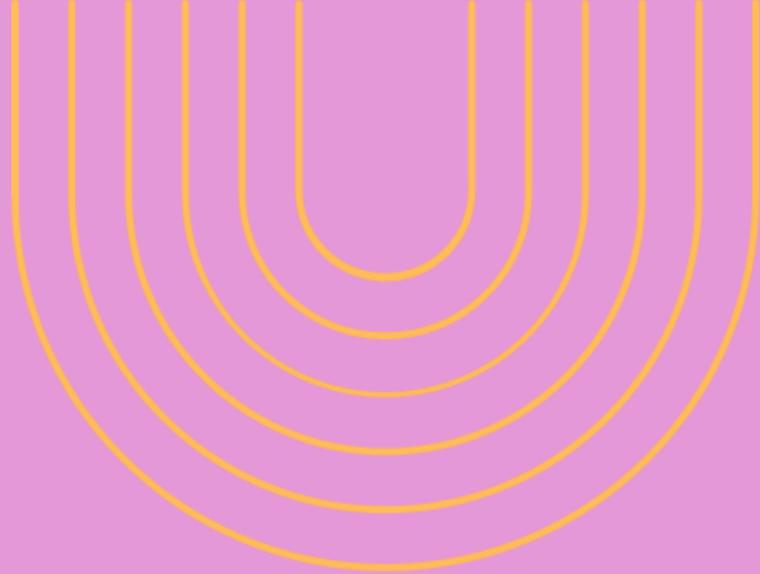
**03. RIDURRE**

**04. RICICLARE**

**05. CONDIVIDERE**



# TABELLA DEI CONTENUTI

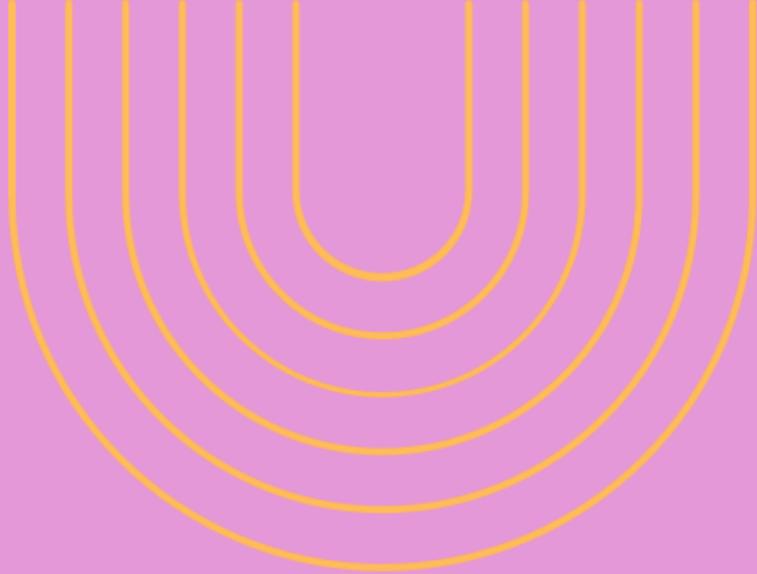


# INTRODUZIONE



# INTRODUCTIO





# RIUSARE



# RIUSARE

- Il riutilizzo si riferisce alla pratica di prolungare la vita dei prodotti utilizzandoli più volte invece di gettarli dopo un solo uso. Ciò può comportare la riparazione, il reimpiego o la donazione di articoli per ridurre i rifiuti e conservare le risorse.
- Il riutilizzo incoraggia uno stile di vita più sostenibile, riducendo al minimo la necessità di nuovi prodotti e diminuendo l'impatto ambientale.



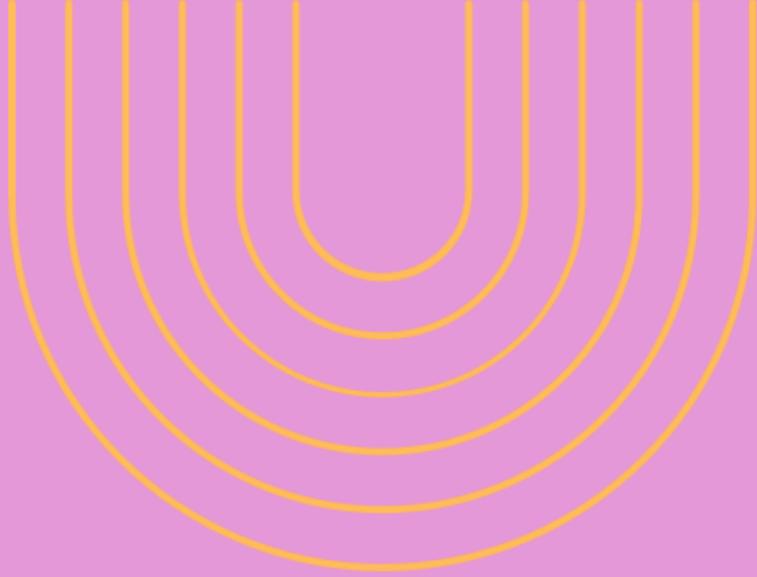
# RIUSARE

Esempio di riutilizzo: **Riutilizzare gli oggetti di uso quotidiano**

Pensate ai vostri oggetti di uso quotidiano: come potete riutilizzarli? Quali modi creativi riuscite a immaginare per riutilizzare i vecchi oggetti? Ad esempio, lattine di metallo, sacchetti di plastica, stivali di gomma, libri, giocattoli, vestiti, rotoli di carta igienica...

- [60+ Examples of Things You Can Reuse – Soapboxie](#)
- [Reuse – Knowledge Bank – Solar Schools](#)





# RIDURRE





## RIDURRE

- Ridurre significa minimizzare la quantità di rifiuti e di risorse utilizzate scegliendo di consumare meno e optando per prodotti con imballaggi minimi o con una durata di vita più lunga.
- Si tratta di prendere decisioni di acquisto intenzionali per ridurre il consumo complessivo e l'impronta ambientale.
- Riducendo, possiamo diminuire significativamente il nostro impatto sul pianeta e promuovere la sostenibilità.

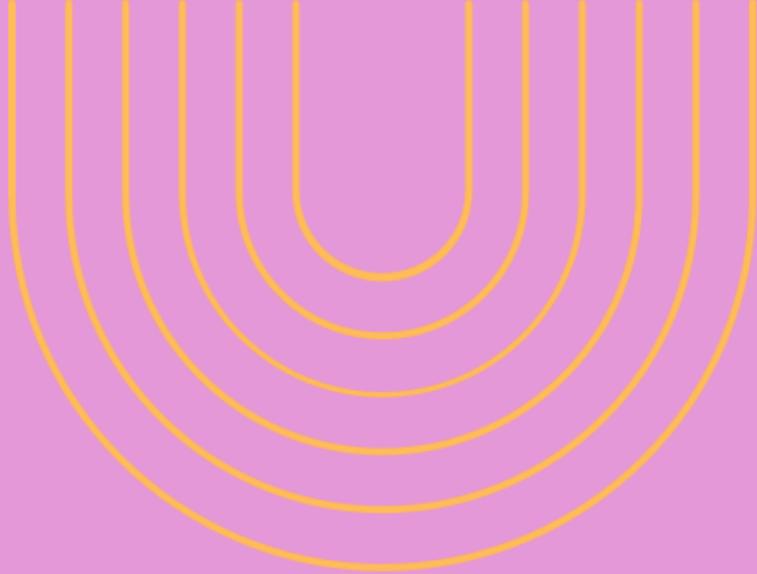
# RIDURRE



Esempio di riduzione: **Regola del 5**

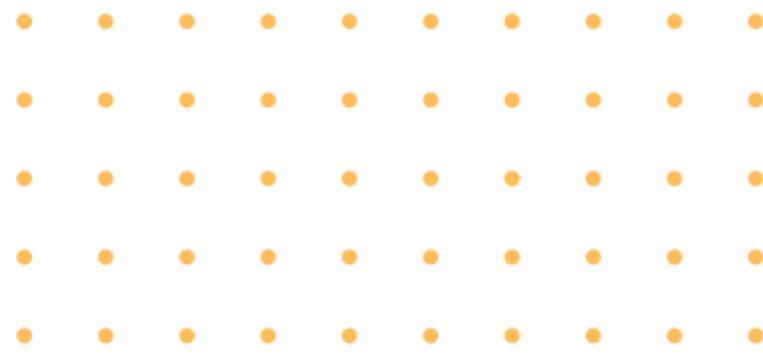
Un esempio di riduzione è la sfida "Regola del 5". In questa sfida si possono acquistare solo 5 nuovi capi di moda all'anno. Quanti ne avete già comprati quest'anno? Accettare questa sfida ridurrebbe i vostri consumi?

[Rule of 5: How It Works – by Tiffanie Darke – Rule of Five \(substack.com\)](#)



# RICICLARE





# RICICLARE

- Il riciclaggio si riferisce al processo di conversione dei materiali di scarto in nuovi prodotti riutilizzabili per evitare che finiscano in discarica.
- Si tratta di selezionare e trattare materiali riciclabili come carta, plastica, vetro e metallo per creare nuovi articoli.
- Il riciclaggio aiuta a conservare le risorse naturali, a ridurre l'inquinamento e a sostenere l'economia circolare, dando una nuova vita ai vecchi prodotti.

# RICILARE

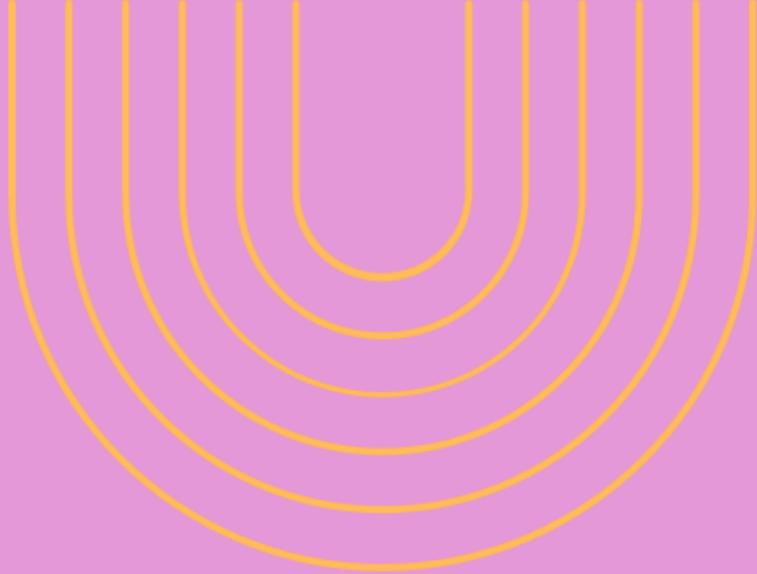
## Esempio di riciclaggio: **Cosa si può riciclare?**

I materiali che possono essere riciclati possono essere diversi nei vari Paesi o regioni d'Europa. Cosa si può riciclare nella propria regione o quartiere?

Gli articoli riciclati più comuni sono:

- Cartone
- Metallo
- Carta
- Bottiglie di vetro
- Plastica
- Rifiuti organici
- Batterie





# CONDIVIDERE



# CONDIVIDERE



- La condivisione si riferisce alla pratica di utilizzare le risorse in modo collaborativo per massimizzarne l'uso e ridurre il consumo individuale.
- Ciò può comportare la condivisione di oggetti come strumenti, vestiti o veicoli all'interno di una comunità o attraverso piattaforme che facilitano il prestito e la concessione di beni.
- La condivisione promuove la sostenibilità diminuendo la necessità di possedere tutti gli stessi oggetti, riducendo così l'uso complessivo delle risorse e i rifiuti.

# CONDIVIDERE



## Esempio di condivisione: **Economia della condivisione**

L'economia della condivisione è un tema in crescita negli ultimi anni. Esistono diverse piattaforme e servizi, alcuni dei quali sono utilizzati in tutto il mondo. Che tipo di oggetti avete condiviso o quali servizi di condivisione avete utilizzato? Avete usato Airbnb, noleggiato una bicicletta, uno scooter o un altro veicolo? Avete condiviso i vestiti con i vostri amici? Cos'altro potreste condividere per consumare meno?

[Sharing economy – Wikipedia](#)

Sitra: A fair share e-book: [A fair share \(eBook\) – Sitra](#)



# COME MODIFICARE LA NOSTRA LISTA DELLA SPESA



## 1.PIANIFICATE CON ANTICIPO

- Prima di andare a fare la spesa, fate un inventario della vostra dispensa, del frigorifero e del congelatore per valutare quali articoli avete già a portata di mano.
- Create un piano dei pasti per la settimana successiva in base alle vostre preferenze alimentari, alle ricette previste e alle esigenze della famiglia.



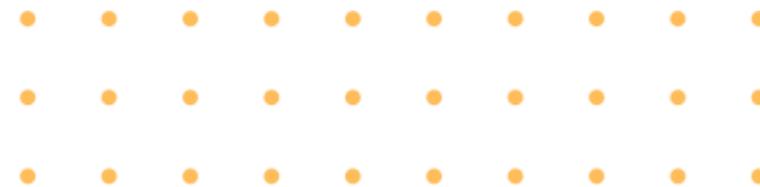
## 2. COMPRATE MENO, COMPRATE MEGLIO:

- Privilegiate la qualità rispetto alla quantità nella scelta degli alimenti, optando per ingredienti freschi e integrali quando possibile.
- Considerate il valore nutrizionale e la sostenibilità dei prodotti prima di prendere decisioni di acquisto, scegliendo opzioni di provenienza locale, biologiche o prodotte in modo etico, se disponibili.



### 3. RIDUCETE AL MINIMO GLI SPRECHI ALIMENTARI:

- Fate attenzione alle dimensioni delle porzioni ed evitate di acquistare prodotti deperibili che potrebbero rovinarsi prima di essere consumati.
- Optate per prodotti che si conservano più a lungo o che possono essere utilizzati in modo versatile per ridurre al minimo il rischio di sprechi alimentari.
- Utilizzate gli avanzi in modo creativo incorporandoli in pasti futuri o congelandoli per un uso successivo.



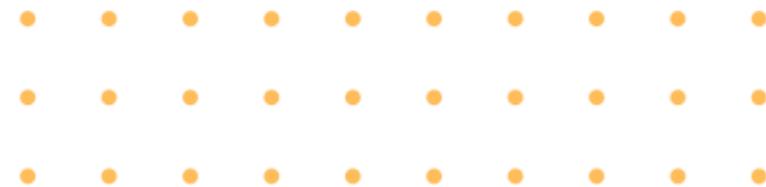
## 4. COSIDERATE LE OPZIONI VEGETALI

- Inserite nella vostra lista della spesa più alimenti di origine vegetale, come frutta, verdura, legumi e cereali integrali, per diversificare la vostra dieta e ridurre l'impatto ambientale.
- Sperimentate alternative come carni vegetali, latte senza latticini e sostituti delle uova, per scoprire nuovi sapori e consistenze.



## 5. RIDUCETE I RIFIUTI DI IMBALLAGGIO:

- Scegliete prodotti con un imballaggio minimo o optate per articoli sfusi per ridurre i rifiuti di plastica e carta.
- Considerate alternative riutilizzabili, come sacchetti di stoffa e contenitori di vetro, per imballare e conservare la spesa in modo sostenibile.



## 6. ORGANIZZATEVI

- Keep your shopping list organized by categorizing items according to their location in the store or by meal category to streamline your shopping experience.
- Use digital apps or grocery list templates to keep track of your shopping needs and avoid impulse purchases.



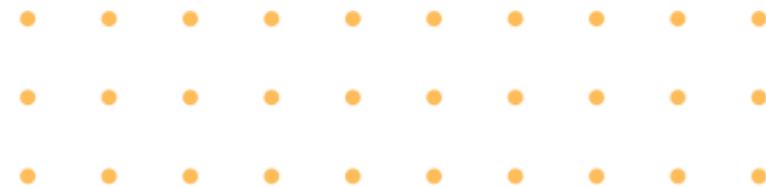
## 7. REVISIONATE REGOLARMENTE:

- Rivedete periodicamente la lista della spesa e il piano dei pasti per individuare le aree da migliorare e ottimizzare.
- Adattate le proprie abitudini di spesa in base al feedback delle esperienze, delle preferenze e delle mutate esigenze alimentari.



## 8. ACQUISTATE PRODOTTI DISPONIBILI IN OGNI STAGIONE:

- A seconda del luogo in cui vivete, prendete in considerazione l'idea di acquistare verdura e frutta di stagione.
- Preparate un elenco di frutta e verdura locale.



## 9. PREFERITE PRODOTTI DEL TERRITORIO:

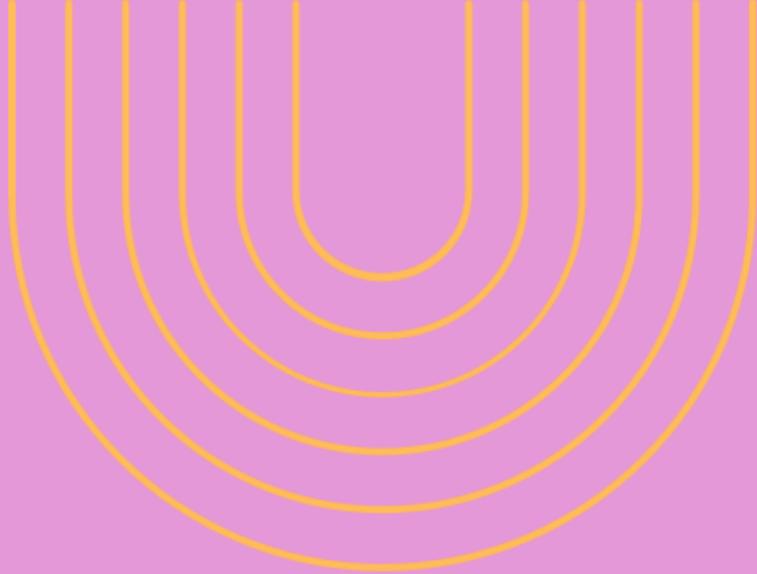
- Acquistate prodotti locali. Una buona soluzione per il nostro pianeta è ridurre al minimo il trasporto dei prodotti di uso quotidiano. Se possibile, scegliete prodotti coltivati (ad esempio verdure, piante) o prodotti (ad esempio pane, dolci) il più vicino possibile al luogo in cui vivete.



## 10. LO AVETE GIÀ NELL'ARMADIO:

- Se avete intenzione di acquistare nuovi capi di abbigliamento, controllate innanzitutto cosa avete già nel vostro guardaroba. Siate creativi e trovate nuove configurazioni per i vostri vecchi abiti.





Seguendo queste linee guida, potrete riformare la vostra lista della spesa dando priorità alla salute, alla sostenibilità e all'efficienza, facendo scelte più consapevoli e intenzionali, in linea con i vostri valori e il vostro stile di vita.

