

IL «CASH MOB ETICO» IN 37 PUNTI VENDITA COOP

Una spesa sensibile ai diritti dei lavoratori

ANGELA FERRO

■ ■ ■ Una filiera etica del consumo si costruisce a partire dalla mobilitazione dei consumatori. La pratica, ispirata ai principi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, è stata definita «cash mob etico» e ha l'obiettivo di distribuire prodotti sostenibili la cui produzione sia rispettosa dei diritti dei lavoratori, del territorio e dell'ambiente, oltre che della trasparenza. Nella terza edizione dell'iniziativa, organizzata nel Festival dello Sviluppo Sostenibile dell'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) in collaborazione con l'associazione Next, il «cash mob etico» è stato diffuso in 37

punti vendita Coop e ha coinvolto sei cooperative di consumatori (Ancc-Coop). Gli allestimenti dei negozi sono stati modificati mettendo in evidenza i prodotti che rispondono ai requisiti di sostenibilità ambientale, economica e sociale. Sono stati diffusi 2.071 questionari che hanno raggiunto all'incirca 10 mila persone. Dai questionari è emerso che il 54,4% si è dichiarato disponibile a spendere di più per un prodotto rispettoso dei diritti sociali dei dipendenti. Nel 57,5% casi si è disposti ad acquistare un prodotto realizzato a partire da materie prime italiane. Il 55,9% si è detto sensibile ai marchi che sono radicati sul territorio. Il 94,2% dei consumatori

coinvolti nell'indagine si ritiene abbastanza o molto responsabile, anche se riconosce che non sempre è facile esserlo: lo impedisce la ricerca del risparmio (53%), l'inconsapevolezza (14%), la superficialità (18,4%).

L'indagine, presentata ieri alla città dell'altra economia di Roma, ha attestato un aumento del 17,6% delle vendite dei prodotti. Ad avviso dei promotori questo dimostra che le persone hanno acquistato i prodotti «sostenibili» lo hanno fatto in sostituzione di quelli convenzionali e non «in aggiunta a». Il dato dimostra che potrebbero cambiare le loro scelte di acquisto favorendo in maniera continuativa i prodotti sostenibili.