

I° EDIZIONE 2018

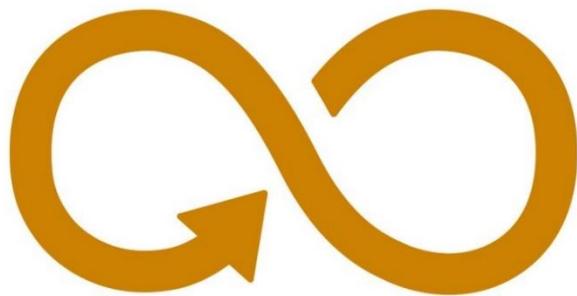
Position Paper Goal 12 Italia

FESTIVAL
DELLO
SVILUPPO
SOSTENIBILE
2018

PROMOSSO
DA



12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



asvis.it/goal12

Gruppo di Lavoro Goal 12
ASviS – Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile

[ACCADEMIA DEI GEORGOFILI](#)

[AISEC -ASSOCIAZIONE ITALIANA PER LO SVILUPPO
DELL'ECONOMIA CIRCOLARE](#)

[ANCC COOP](#)

[AIQUAV](#)

[ASK UNIVERSITA' BOCCONI](#)

[CENTRO DI CULTURA PER LO SVILUPPO G. LAZZATI](#)

[CONSUMER'S FORUM](#)

[ENEL FOUNDATION](#)

[EQUO GARANTITO](#)

[FEBAF – FEDERAZIONE BANCHE ASSICURAZIONI FINANZA](#)

[FEEM - FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI](#)

[FEDUF - FONDAZIONE PER L'EDUCAZIONE FINANZIARIA E
AL RISPARMIO](#)

[FONDAZIONE ECONOMIA TOR VERGATA](#)

[FONDAZIONE SODALITAS](#)

[FORUM PER LA FINANZA SOSTENIBILE](#)

[GBS – GRUPPO BILANCIO SOCIALE](#)

[IMPRONTA ETICA](#)

[IAI – ISTITUTO AFFARI INTERNAZIONALI](#)

[ISTITUTO ITALIANO DI TECNOLOGIA](#)

[LEGACOOOP](#)

[NEXT – NUOVA ECONOMIA PER TUTTI](#)

[PLEF – PLANET LIFE ECONOMY FOUNDATION](#)

[RJS – POLIBA](#)

[STATI GENERALI DELL'INNOVAZIONE](#)

[UIL – UNIONE ITALIANA DEL LAVORO](#)

[VIU - VENICE INTERNATIONAL UNIVERSITY](#)

[WWF ITALIA](#)

Esperti esterni

[CREA; MOVIMENTO CONSUMATORI;
FEDERCASSE-BCC](#)

INDICE

Premessa

pag. 3

Finanza Responsabile

pag. 4

Cos'è la finanza responsabile

Analisi di contesto

Normative di riferimento

Esperienze attivate

Proposte di sviluppo sostenibile

Produzione Responsabile

pag. 11

Cos'è la produzione responsabile

Analisi di contesto

Normative di riferimento

Esperienze attivate

Proposte di sviluppo sostenibile

Consumo Responsabile

pag. 17

Cos'è il consumo responsabile

Analisi di contesto

Normative di riferimento

Esperienze attivate

Proposte di sviluppo sostenibile

Organizzazioni del Goal 12

pag. 24

1 PREMESSA

1.1 L'ESPERIENZA DI ASVIS E IL GOAL 12

L'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile promuove e monitora l'impegno del Paese rispetto ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) che l'Italia si è impegnata in sede ONU a raggiungere entro il 2030.

Il Goal 12 - Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo, fornisce indicatori e target mirati per il raggiungimento di modelli di produzione e consumo responsabile, che sono tra loro speculari ed interdipendenti. Non si ha produzione duratura senza un consumo consapevole e critico, e nell'impegno verso processi di produzione responsabili si attende un premio di mercato in grado di valorizzare gli aspetti legati alla sostenibilità economica, sociale e ambientale. L'approccio premiale¹, non solo in grado di valorizzare le "imprese pioniere di sostenibilità" ma permette di fissare un benchmark nei confronti dei soggetti meno responsabili che se non vorranno perdere quote crescenti di mercato dovranno sempre di più inserire, tra i propri obiettivi, il rispetto dell'ambiente ed il rispetto delle persone lungo tutto il ciclo di vita produttivo.

Per quanto riguarda la dimensione ambientale la crescita di sensibilità e di attenzione in Italia, sta portando sia alla diminuzione dei consumi di energia e materiali (anche se in parte dovuta alla crisi economica), sia all'aumento della raccolta differenziata. Analoga sensibilità va sviluppata con riferimento alla dimensione sociale, e la pressione dal basso esercitata dai consumatori può sensibilizzare le aziende.

Infine, la produzione ed il consumo si intendono tanto di beni e servizi, quanto per i servizi finanziari: i cittadini sono tanto consumatori quanto risparmiatori. Essendo la finanza uno dei principali problemi e freni alla sostenibilità, se intesa come spinta al massimo profitto nel minore tempo possibile e a ogni costo, il tema di come garantire un modello di finanza sostenibile, responsabile ed etica è stato il terzo indicatore preso in esame, insieme ai modelli di produzione e consumo responsabile, dal lavoro di redazione del Position Paper del Goal 12. Infatti in una visione sistemica e integrata tutti e tre gli aspetti risultano essere essenziali per costruire una società più equa, inclusiva e che sia in grado di garantire una crescente qualità della vita.

1.2 OBIETTIVI DEL POSITION PAPER DEL GOAL 12

Il Position Paper elaborato dal Gruppo di Lavoro (GdL) del Goal 12 di ASviS ha l'obiettivo generale di fornire un quadro di riferimento condiviso sui temi della Finanza, Produzione e Consumo Responsabile, partendo da una sintesi di normative ed esperienze per giungere a formulare proposte operative per il contesto italiano. Una "guida" in continuo aggiornamento² per enti finanziari, imprese, organizzazioni e cittadini per declinare i target presenti nel Goal 12 con un linguaggio e delle strategie comuni, evidenziando le aree di priorità e le scelte operative e di comunicazione delle organizzazioni componenti del GdL del GOAL 12 di ASviS.

¹ Trattato delle virtù e dei premi" di Giacinto Dragonetti

² Il Position Paper del Goal 12 sarà caricato sul sito dell'ASviS in formato multimediale, aperto ai contributi di esperti e cittadini per integrare e aggiornare costantemente le aree di Finanza, Produzione e Consumo Responsabile

2. FINANZA RESPONSABILE

“Una strategia di investimento orientata al medio-lungo periodo che, nella valutazione di imprese e istituzioni, integra l’analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo, al fine di creare valore per l’investitore e per la società nel suo complesso.”³

2.1 COS’E’ LA FINANZA RESPONSABILE

La definizione di **Finanza Sostenibile (responsabile ed etica)** si fonda su 3 punti chiave:

- il riferimento all’orientamento di medio-lungo periodo;
- l’integrazione dell’analisi finanziaria con quella ambientale, sociale e di buon governo (i cosiddetti criteri **ESG - Environmental, Social and Governance**) nella valutazione dei titoli in cui investire;
- la creazione di valore per l’investitore e per la società nel suo complesso.

L’industria finanziaria gioca un ruolo rilevante nell’incentivare produzione e consumo sostenibili, sia attraverso azioni di disinvestimento e di engagement delle aziende che danneggiano ambiente e lavoratori, sia premiando nelle proprie scelte di investimento le organizzazioni più virtuose.

A livello internazionale la finanza sostenibile viene comunemente indicata con l’acronimo SRI - Sustainable and Responsible Investment (Investimento Sostenibile e Responsabile).

Questa tipologia di investimenti comprende una grande varietà di metodi e di approcci che si richiamano a principi di sostenibilità ambientale e sociale dell’Agenda 2030.

In quest’ottica, assume particolare rilevanza l’iniziativa della Commissione Europea, che nel Piano d’Azione sulla finanza sostenibile pubblicato l’8 marzo 2018 si è impegnata a introdurre una “tassonomia” dell’UE per la finanza sostenibile, ossia un sistema condiviso di definizione e classificazione dei prodotti e dei servizi che rientrano nella categoria SRI.

Gli investimenti sostenibili e responsabili possono essere declinati secondo varie strategie. Riportiamo di seguito le sei utilizzate nel mercato italiano:

- **ESCLUSIONI.** Approccio che prevede l’esclusione esplicita di singoli emittenti o settori o Paesi dall’universo investibile, sulla base di determinati principi e valori. Tra i criteri più utilizzati: le armi, la pornografia, il tabacco, l’azzardo, i test su animali, ecc.
- **CONVENZIONI INTERNAZIONALI.** Selezione degli investimenti basata sul rispetto di norme e standard internazionali. Gli standard più utilizzati sono quelli definiti in sede OCSE, ONU o dalle Agenzie ONU

³ Definizione elaborata tra il 2013 e il 2014 da un Gruppo di Lavoro multi-stakeholder promosso dal Forum per la Finanza Sostenibile e che ha visto il coinvolgimento dei Soci e, in generale, dei principali attori della finanza sostenibile in Italia. Per approfondimento visitare il sito www.finanzasostenibile.it

(tra cui ILO, UNEP, UNICEF, UNHCR): ad esempio, il Global Compact, le Linee Guida dell'OCSE sulle multinazionali, le Convenzioni dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

- **BEST IN CLASS.** Approccio che seleziona o pesa gli emittenti in portafoglio secondo criteri ESG, privilegiando gli emittenti migliori all'interno di un universo, una categoria o una classe di attivo.
- **INVESTIMENTI TEMATICI.** Approccio che seleziona gli emittenti in portafoglio secondo criteri ESG, focalizzandosi su uno o più temi. Alcuni esempi: i cambiamenti climatici, l'efficienza energetica, la salute.
- **ENGAGEMENT.** Attività che si sostanzia nel dialogo con l'impresa su questioni di sostenibilità e nell'esercizio dei diritti di voto connessi alla partecipazione al capitale azionario. Si tratta di un processo di lungo periodo, finalizzato ad influenzare positivamente i comportamenti dell'impresa e ad aumentare il grado di trasparenza.
- **IMPACT INVESTING.** Dalla definizione del Global Impact Investing Network - GIIN Investimenti in imprese, organizzazioni o fondi con l'intenzione di realizzare un impatto ambientale e/o sociale positivo, assieme ad un ritorno finanziario. Può essere realizzato sia in Paesi emergenti sia sviluppati. Alcuni esempi: investimenti in microfinanza, social housing, energie rinnovabili, ecc.

Anche se sono gli investitori istituzionali a guidare il mercato SRI italiano, cresce l'importanza dei risparmiatori retail, che sempre più spesso scelgono prodotti finanziari coerenti con obiettivi di sostenibilità. Da un'indagine condotta nel 2017 dal Forum per la Finanza Sostenibile e da Doxa⁴ è emerso che i risparmiatori italiani ritengono importante incentivare gli investimenti sostenibili e responsabili.

2.2 ANALISI DI CONTESTO

La Review 2016 del Global Sustainable Investment Alliance⁵ fornisce il quadro più aggiornato sulla diffusione della finanza sostenibile. A inizio 2016, i capitali investiti a livello globale secondo le strategie SRI ammontano a 22,9 mila miliardi di dollari, equivalente al 26% di tutti gli asset gestiti. In termini assoluti, questa cifra è aumentata del 25% tra il 2014 e il 2016 e ci si attende una crescita ulteriore nel biennio 2016-2018. Secondo il rapporto, le strategie SRI più diffuse sono le esclusioni, l'integrazione dei fattori ESG nelle analisi finanziarie e l'engagement; la strategia con il maggior tasso di crescita è *l'impact investing*.

La diffusione delle strategie SRI sembra essere motivata dalla crescente consapevolezza tra gli operatori del mercato che esse rispondono all'esigenza di una migliore gestione dei rischi finanziari. Al contempo, ci sono sempre più evidenze che dimostrano che gli investimenti sostenibili e responsabili garantiscono rendimenti pari o superiori rispetto agli investimenti tradizionali, a parità di rischio⁶. Gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite e l'Accordo di Parigi del 2015, per citare due esempi, evidenziano come le questioni sociali e ambientali siano oggi una priorità nelle agende politiche. I governi invocano il contributo del settore

⁴ www.ffinanzasostenibile.it/eventi/risparmiatore-responsabile-italia/

⁵ La Global Sustainable Investment Alliance (GSIA) – un'organizzazione internazionale che mira ad aumentare l'impatto e la visibilità degli investimenti sostenibili su scala mondiale

⁶ Clark, G.L., Feiner, A., Viehs, M., 2015. From the Stockholder to the Stakeholder: How Sustainability Can Drive Financial Outperformance. Crifo, P., Forget, V., 2013. Think Global, Invest Responsible: Why the Private Equity Industry Goes Green. J. Bus. Ethics 116, 21–48.

finanziario con un numero crescente di iniziative e regolamentazioni volte a riformare la finanza per allinearla alle esigenze di tali ambiziosi traguardi, come testimonia la recente pubblicazione del Piano d'Azione per la finanza sostenibile della Commissione Europea.

È significativo il caso dei rischi climatici, che hanno ripercussioni dirette (impatti fisici) e indirette (misure di mitigazione e adattamento) su diversi settori industriali, e di riflesso, sul settore finanziario. Si stima che l'esposizione dei principali investitori istituzionali europei al deprezzamento del capitale connesso ai settori dell'energia fossile sia superiore ai mille miliardi di euro⁷. Un rischio non solo per i proprietari di capitali direttamente coinvolti, ma che potrebbe propagarsi all'intera economia, specialmente in un periodo di ripresa ancora vulnerabile.

L'adozione di strategie SRI risulta dunque la soluzione per adeguare le scelte di investimento a un contesto in rapida evoluzione e ridurre rischi regolamentari, di reputazione e di mercato, la cui percezione è ormai materiale⁸.

Impact investing è la strategia che cresce più rapidamente in Europa⁹: gli asset in gestione sono cresciuti del 385% nel biennio monitorato 2013-2015 passando da € 20 a € 98 miliardi con particolare concentrazione sui *green bond*. Anche in Italia crescono le masse gestite secondo questa strategia che passano da € 2 a € 2,9 miliardi, investimenti indirizzati soprattutto al *social housing*. Questa strategia presenta notevoli potenzialità nel nostro Paese non solo con riferimento a organizzazioni del Terzo Settore, peraltro volano dello sviluppo dei territori (basti pensare alla loro operatività nell'assistenza sociale, nella sanità, nella tutela ambientale, nell'inclusione sociale oltre che nell'housing sociale), ma anche ad imprese *for profit* con obiettivi di impatto, ivi comprese le istituzioni di microcredito e le iniziative imprenditoriali nell'ambito della Cooperazione allo Sviluppo dei Paesi emergenti. Il Rapporto italiano al G8 stima che gli investimenti ad impatto sociale possano crescere tra il 2015 e il 2020, ad un valore di circa € 30 miliardi nell'arco del quinquennio, valore significativo ancorché di nicchia se confrontato con gli attivi gestiti.

Secondo la definizione del GIIN, l'impact investing è costituito di tre componenti: impatto socio-ambientale, livello di rendimento e livello di rischio in capo all'investitore.

Nell'**Investment Spectrum**¹⁰, questa strategia è classificata *Impact first*, ancorché con gradazioni diverse secondo il diverso grado di equilibrio delle tre componenti, dato che il driver primario è quello dell'impatto, cioè, del cambiamento positivo e misurabile prodotto in capo alle persone ed alle comunità.

Tutte le altre strategie SRI sono classificabili *Financial first* in quanto, seppur con diverse declinazioni, il driver principale è la creazione di valore finanziario.

Un'altra caratteristica saliente dell'impact investing è la misurabilità dell'impatto ambientale e sociale generato e la rendicontazione degli impatti generati attraverso la pubblicazione di una reportistica dedicata (report d'impatto).

⁷ Green European Foundation – European Parliament, *The Price of Doing Too Little Too Late* (2014)

⁸ UNEP, 2015. *THE FINANCIAL SYSTEM WE NEED* The UNEP Inquiry Report *ALIGNING THE FINANCIAL SYSTEM WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Kauffmann, C., Teichmann, D., Tébar Less, C., 2012. *Corporate Greenhouse Gas Emission Reporting* (OECD Working Papers on International Investment No. 2012/01)

⁹ Studio Eurosif, edizione 2016

¹⁰ J. Kingston, *Venturesome*, p. 18 *Quaderno Sodalitas "Introduzione alla Finanza Sociale, 2015"*

2.3 NORMATIVE DI RIFERIMENTO

Italia

- **Riforma del Terzo Settore** che introduce l'espressione Finanza Sociale ed agevoli fiscalmente strumenti finanziari quali i Social Bond, i Social Lending e i Titoli di solidarietà.
- **Legge 11 dicembre 2016, n. 232 Art. 111-bis** con cui è stata introdotta nel nostro ordinamento giuridico la figura dell'operatore bancario di finanza etica e sostenibile.
- **D. Lgs. 252/2005, art. 6, comma 13, lettera c:** La norma prescrive alle forme pensionistiche complementari di esporre nel rendiconto annuale e nelle comunicazioni periodiche agli iscritti se e in quale misura prendono in considerazione i criteri ESG nelle proprie attività.
- **Disegno di legge: "Misure per contrastare il finanziamento delle imprese produttrici di mine anti-persona, di munizioni e sub-munizioni a grappolo"** (Atto Senato n. 57). La norma vieta alle istituzioni finanziarie – nello specifico, a intermediari finanziari e creditizi, a fondazioni e a fondi pensione – di finanziare società che, direttamente o tramite controllate o collegate, sono coinvolte nella filiera di produzione delle munizioni a grappolo e delle mine anti-persona. Approvato dalla Camera dei Deputati il 3 ottobre 2017, il disegno di legge è stato rinviato alle Camere dal Presidente della Repubblica Sergio Mattarella per "profili di illegittimità costituzionale".
- **Fondo di garanzia per la casa:** Il Decreto legge del 28 agosto 2013 (convertito con legge n. 147 del 27 dicembre 2013) ha istituito un Fondo di garanzia per i mutui, contro-garantito dallo Stato che prevede il rilascio di garanzie a copertura del 50 per cento della quota capitale dei mutui ipotecari (fino a 250 mila euro) erogati per l'acquisto, o la ristrutturazione per l'accrescimento dell'efficienza energetica, degli immobili adibiti a prima casa con priorità di accesso per le giovani coppie o ai nuclei familiari monogenitoriali con figli minori, nonché di giovani con contratti di lavoro atipico con età inferiore a 35 anni.¹¹

Europa

- **Dir. UE 2017/828** (da recepire nell'ordinamento italiano) sull'incoraggiamento dell'impegno a lungo termine degli azionisti. Tra le misure introdotte: il diritto di "say on pay" – ovvero, nelle società quotate gli azionisti avranno il potere di votare sulla politica aziendale dei compensi - e nuovi requisiti di trasparenza sulle politiche di investimento adottate da investitori istituzionali e asset manager.
- **Dir. UE 2016/2341** (IORP II) sulle attività e sulla vigilanza degli enti pensionistici aziendali o professionali. La norma vincola i fondi pensione europei a rendicontare le modalità di integrazione delle tematiche ESG nella gestione finanziaria e nell'analisi dei rischi di investimento.
- **Dir. UE 2014/95/UE** sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte delle imprese di grandi dimensioni. La norma è stata recepita in Italia con il Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254, in vigore dal 1 gennaio 2017. Secondo il provvedimento le società saranno tenute a rendere pubbliche le informazioni sulle politiche adottate e i risultati ottenuti in materia ambientale e sociale, nonché quelle attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, sia attiva sia passiva. La norma si applica agli Enti di Interesse Pubblico o EIP – per esempio le società quotate sui mercati regolamentati, gli enti creditizi o le compagnie assicurative – con numero di dipendenti superiore a 500.

¹¹ www.notariato.it/sites/default/files/Guida_Leasing_Immobiliare.pdf

In particolare in Francia

- Loi de la Transition Énergétique pour la Croissance Verte (Art.173) Introdotta in Francia nel 2015, la norma vincola gli investitori istituzionali a misurare e dichiarare la propria esposizione ai rischi connessi al cambiamento climatico, nonché di dimostrare di aver preso delle misure adeguate per ridurla, secondo l'approccio del "comply or explain": le società che non si allineano alla normativa sono tenute a fornire le motivazioni alla base di tale scelta.

Ulteriori linee guida e raccomandazioni

- Piano d'Azione della Commissione Europea sulla finanza sostenibile Pubblicato l'8 marzo 2018, il Piano d'Azione sulla finanza sostenibile illustra le misure che la Commissione Europea intende adottare per orientare il mercato dei capitali verso un modello di sviluppo sostenibile, inclusivo e in linea con gli impegni assunti nell'ambito dell'Accordo di Parigi sul clima. Il documento è stato presentato a Bruxelles il 22 marzo e recepisce gran parte delle raccomandazioni dell'High-Level Expert Group on Sustainable Finance, il gruppo di esperti costituito nel dicembre del 2016 dalla Commissione UE. Le misure introdotte con l'Action Plan puntano a: orientare i flussi di capitale verso investimenti sostenibili; gestire in modo più efficace i rischi finanziari che derivano dal cambiamento climatico, dal consumo di risorse, dal degrado ambientale e dalle disuguaglianze sociali; migliorare la trasparenza e incoraggiare un approccio di lungo periodo delle attività economico-finanziarie.
- Raccomandazioni della Task Force on Climate-related Financial Disclosures sulla rendicontazione dei rischi legati al cambiamento climatico. La Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) è stata costituita nel 2015 dal Financial Stability Board (FSB) – l'organismo che promuove e monitora la stabilità del sistema finanziario mondiale – con il compito di elaborare una serie di raccomandazioni sulla rendicontazione dei rischi legati al cambiamento climatico. Il 29 giugno 2017 la Task Force ha pubblicato un Final Report con 11 raccomandazioni articolate in quattro aree tematiche: governance, strategia, gestione dei rischi, metriche e target. Le raccomandazioni sono state sottoscritte da circa 240 organizzazioni in tutto il mondo.
- Guida al reporting ESG per le società quotate di London Stock Exchange Group e Borsa Italiana A febbraio del 2017 London Stock Exchange Group e Borsa Italiana hanno presentato una guida al reporting per le società quotate. Il documento si propone di attivare flussi di dati più completi e di promuovere un maggior dialogo tra emittenti e investitori.
- Rapporto Italiano della Social Impact Investment Task Force in ambito G8 A settembre 2014 è stato presentato il documento "La finanza che include: gli investimenti ad impatto sociale per una nuova economia". Il documento si prefigge di individuare concretamente le modalità migliori per creare, anche in Italia, un ecosistema capace di sviluppare la forza generativa dell'Impact Investing e si conclude con 40 raccomandazioni per promuovere domanda e offerta di capitali.
- European SRI Transparency Code II. Codice Europeo per la Trasparenza degli Investimenti Sostenibili e Responsabili (European SRI Transparency Code) è stato lanciato da Eurosif nel 2008 e si applica ai fondi di investimento retail. I sottoscrittori si impegnano a fornire informazioni accurate, pertinenti e aggiornate sull'integrazione dei criteri di sostenibilità ambientale, sociale e di governance nelle politiche di gestione dei fondi, nell'ottica di una maggiore trasparenza nei confronti dei soggetti interessati e, in particolare, dei clienti. Dopo tre precedenti aggiornamenti, il 19 febbraio 2018 è stata lanciata la quarta versione del Codice

2.4 ESPERIENZE ATTIVATE

Le esperienze citate non sono esaustive delle esperienze attivate dai componenti del Goal 12 di ASviS o da altre organizzazioni sul tema e saranno integrate/approfondite nella sezione asvis.it/goal12

Istituzioni

- Nel 2016, il Ministero dell’Ambiente italiano, in cooperazione con UNEP-Inquiry, ha avviato un [Dialogo Nazionale sulla Finanza Sostenibile](#) coinvolgendo ministeri, banche, assicurazioni, investitori istituzionali, autorità di regolazione e vigilanza. Nel dicembre 2016 è stato pubblicato “Finanziare il Futuro: Rapporto del Dialogo Nazionale dell’Italia per la finanza sostenibile”, che contiene 18 proposte e raccomandazioni per la finanza verde e sostenibile. In seguito, è stato avviato un l’Osservatorio Italiano sulla Finanza Sostenibile (OIFS) per sviluppare le azioni proposte.
- Audizione in Parlamento sulla Risoluzione n. 7-01191 del 21 febbraio 2017 “Interventi in materia fiscale, assicurativa e finanziaria sulle tematiche ambientali”: ipotesi di introdurre misure premianti (di natura fiscale) per le aziende coinvolte dalla direttiva non financial con emissione di green bond.

Organizzazioni, imprese e cittadini

- Secondo dati Morningstar, nel 2017 in Europa sono stati lanciati 154 fondi e 12 ETF SRI, di cui 23 sul mercato italiano.¹²
- A settembre 2017 è stata sottoscritta da 15 rappresentanti di centri finanziari di tutto il mondo la “Dichiarazione d’intenti di Casablanca sui centri finanziari per la sostenibilità” per la costituzione di un network internazionale di centri finanziari con l’obiettivo di promuovere un’azione coordinata della finanza a sostegno di un modello di sviluppo sostenibile e di contrasto ai cambiamenti climatici. Il 12 aprile 2018, Milano ha ospitato il meeting inaugurale del network al Salone del Risparmio.
- Nell’autunno 2017 sono divenute operative la Fondazione Social Venture G. Dell’Amore promossa da Fondazione Cariplo nell’ambito del progetto intersettoriale Cariplo Social Innovation¹³ e la piattaforma di investimento Social Impact Italia promossa da CDP-FEI.
- Intesa S. Paolo e di Unicredit hanno annunciato iniziative di social impact banking, rispettivamente a febbraio 2018 e dicembre 2017.¹⁴
- A marzo 2018 Bnp Paribas esplicita la propria visione organica del ruolo sociale della banca e il suo impegno per lo sviluppo economico sostenibile, per la difesa dell’ambiente e del territorio e per le iniziative a favore dell’inclusione sociale. A queste iniziative sarà destinato un miliardo di euro (di cui un decimo in Italia)¹⁵
- A ottobre 2017 è stato attivato il primo master in Italia sulla finanza sostenibile “Finanza: strumenti, mercati e sostenibilità”, ideato dall’Alta Scuola Impresa e Società (ALTIS) dell’Università Cattolica del Sacro Cuore, in partnership con Anima SGR, Banco BPM, Etica SGR, Forum per la Finanza Sostenibile.

¹² www.morningstar.it/it/news/164418/166-nuovi-prodotti-esg-nel-2017.aspx

¹³ www.fondazionecariplo.it/it/progetti/intersettoriali/cariplo-social-innovation.html

¹⁴ www.group.intesasanpaolo.com/script/sir0/si09/contentData/view/content-ref?id=CNT-05-00000004FBACA

www.unicreditgroup.eu/it/press-media/press-releases/2017/social-impact-banking--unicredit-lancia-un-nuovo-programma-per-s.html.

¹⁵ www.corriere.it/economia/18_marzo_25/sire-bnpparibas-gli-interessi-giu-se-l-impresa-ha-obiettivi-sociali-a56882cc-3001-11e8-95a5-089b7e9581a1.shtml

- La Settimana dell'Investimento Sostenibile e Responsabile (Settimana SRI) promossa e organizzata dal Forum per la Finanza Sostenibile dal 2012, è la più importante iniziativa in Italia dedicata agli investimenti sostenibili. Consiste in una serie di eventi e conferenze gratuiti e aperti al pubblico con lo scopo di promuovere e diffondere la pratica dell'SRI. L'edizione 2017 ha visto la partecipazione di oltre 1.000 persone. La settima edizione si svolgerà nel novembre 2018.
- Social Bond emessi dalle Banche di Credito Cooperativo, esempi della BCC del Garda e della BCC di Manzano

2.5 PROPOSTE DI SVILUPPO SOSTENIBILE

verso Istituzioni locali ed enti finanziari

Istituzioni

- Attivare un sistema di tasse/sussidi volto a premiare i risparmiatori responsabili e disincentivare gli investimenti non responsabili.
- Promuovere l'educazione finanziaria sui temi della finanza sostenibile a tutti i livelli, a cominciare dalle scuole e dalle organizzazioni del Terzo Settore;
- Inserire e applicare la formula "comply or explain" nella normativa sugli operatori previdenziali (Cfr: D. Lgs. 252/2005, art. 6, comma 13, lettera c);
- Ampliare il campo di applicazione della norma italiana che recepisce la Direttiva UE sulla rendicontazione non finanziaria includendo società dei settori della distribuzione e delle utility e partecipate dallo Stato, imprese di medie dimensioni (da 250 dipendenti), società attive in settori ad alto impatto ambientale.
- Canalizzare verso le PMI i risparmi dei Piani individuale di risparmio (Pir), valutando le caratteristiche sociali e ambientali delle aziende.
- Rafforzare i criteri di sostenibilità ambientale e sociale nel Codice dei contratti in riferimento alle proposte realizzate dal [Comitato Organizzatore delle Settimane Sociali della Chiesa di Cagliari 2017](#).

Enti finanziari e privati

- Promuovere una maggior formazione dei consulenti finanziari sui temi della finanza sostenibile, affinché siano in grado di fornire informazioni corrette e complete ai clienti e di considerare le loro preferenze in materia di sostenibilità nell'attività di consulenza;
- Informare e mobilitare i cittadini nel loro ruolo di risparmiatori/investitori, sensibilizzandoli sul grande potere che possono esprimere orientando i propri investimenti in prodotti e servizi responsabili, etici e sostenibili;
- Informare sulla convenienza dell'investimento responsabile, mostrando tanto i rischi che presentano le imprese non attente alla sostenibilità, quanto i rendimenti interessanti che possono presentare i fondi sostenibili.
- Adozione di un modello del processo di Generative Wellbeing Participatory Bond (GWPB) in grado di prendere in considerazione la multidimensionalità del benessere. Le valutazioni dovranno essere fatte sulla base del ritorno dell'investimento in termini di miglioramento del benessere multidimensionale (WeROI -WeROI_BES e/o WeROI_SDGs)

3. PRODUZIONE RESPONSABILE

“La produzione responsabile consiste nella realizzazione di prodotti e servizi con modalità che siano socialmente vantaggiose, economicamente sostenibili ed ambientalmente compatibili durante tutto l’intero ciclo di vita.”¹⁶

10

3.1 COS’E’ LA PRODUZIONE RESPONSABILE

PRODUZIONE RESPONSABILE

La Produzione Responsabile si riferisce alle modalità attraverso cui le organizzazioni economiche (di seguito chiamate anche aziende) producono beni e servizi. In tal senso sono organizzazioni economiche che realizzano una Produzione Responsabile, quelle che - oltre a garantire il rispetto continuo delle leggi nello svolgimento delle loro attività – si impegnano concretamente e in modo continuativo a:

- **Progettare prodotti/servizi e processi produttivi in modo da minimizzare e, ove possibile, eliminare gli impatti di natura sociale e ambientale** lungo l’intero ciclo di vita (estrazione e trattamento delle materie prime, fabbricazione, trasporto, distribuzione, uso, eventuale riuso/riciclo e smaltimento finale), rendendo tracciabile e trasparente ciò che avviene in ciascuna fase;
- **Innovare il sistema di governance aziendale** sviluppando le strategie di business, con riferimento particolare a quanto concerne alla sostenibilità, tenendo conto delle istanze degli stakeholder aziendali;
- **Favorire la transizione verso l’economia circolare** eventualmente riconsiderando anche a tal fine il proprio modello di business;
- **Rafforzare la visione strategica del sistema di filiera**, rilevante sia nel contesto italiano e internazionale;
- **Privilegiare l’adozione di processi di produzione innovativi** capaci di ridurre l’impatto ambientale e sociale;
- **Applicare modalità di approvvigionamento responsabile**, selezionando e monitorando i propri fornitori in funzione anche della performance ambientali e sociali. Attuare politiche di acquisto i cui impatti ambientali, sociali ed economici siano il più positivi possibile per tutta la durata del ciclo di vita e tendano a ridurre il più possibile gli impatti negativi.
- **Favorire la creazione di un clima collaborativo e partecipativo** con tutte le categorie di stakeholder dell’azienda, coinvolgendo gli stessi in percorsi di sensibilizzazione e impegno verso un nuovo modello di produzione sostenibile;
- **Comunicare al cliente in modo chiaro e trasparente** tutte le informazioni relative al corretto utilizzo prodotto/ servizio offerto¹⁷, assicurando una adeguata assistenza post vendita¹⁸;

¹⁶ Elsevier “Sustainable Production and Consumption www.journals.elsevier.com/sustainable-production-and-consumption/

¹⁷ Nell’ambito di una comunicazione trasparente, è anche necessario che le aziende garantiscano:

- La completezza, comprensibilità e leggibilità reale dell’informazione commerciale, contenendo al contempo l’invasività pubblicitaria e applicando il diritto all’oblio.
- Una etichettatura veridica e completa, soprattutto rispetto ai rischi per la salute, garantendo chiarezza terminologica su scadenze e termini di consumo degli alimentari, dei farmaci e dei prodotti cosmetici e sulla loro sostenibilità.

Infine, appare altresì fondamentale che nella comunicazione commerciale le aziende non alimentino fobie né sottovalutino i rischi.

¹⁸ Questo aspetto si declina anche:

- **Evitare l'elusione fiscale**, secondo un principio di equità e responsabilità fiscale negli ambiti/territori in cui si opera;
- **Rendere conto dell'attività svolta in maniera chiara e trasparente ai propri stakeholder** redigendo il report di sostenibilità, soffermandosi sulla discussione degli aspetti che, insieme agli stakeholder, sono stati definiti "importanti".

L'adozione dei principi di produzione responsabile non solo determina minori esternalità negative sull'ambiente e sulla società, ma può determinare un significativo impatto positivo per la comunità e il territorio.

3.2 ANALISI DI CONTESTO

Produrre in modo responsabile richiede all'azienda l'adozione di un approccio di business orientato al dialogo e alla condivisione delle strategie aziendali con tutti i portatori di interesse. Ed inoltre implica una prospettiva di lungo periodo con obiettivi e piani aziendali pluriennali, capaci di avere uno sguardo verso i cambiamenti futuri. Ciò comporta non solo l'individuazione di risposte adeguate ai bisogni sociali espressi, eventualmente attraverso co-progettazione di prodotti e servizi, ma anche la creazione di soluzioni innovative per rispondere ai problemi sociali e ambientali del territorio (attuali ed in divenire), promuovendo l'occupazione di qualità (economica e sociale), collaborando con altre imprese o soggetti locali per realizzare la propria mission in logica di rete, riducendo l'impronta ecologica, migliorando l'efficienza di utilizzo delle risorse naturali, smaltendo in modo appropriato i rifiuti.

E' vitale l'attenzione del sistema produttivo verso il territorio, non solo ai fini della tutela ambientale, ma soprattutto per assicurare l'equilibrio e la crescita della comunità locale. Peraltro, attivare modalità di produzione rispettose della persona e della comunità locale migliora la buona reputazione delle aziende presso i clienti, con indubbie ricadute positive sui suoi prodotti e servizi. Le modalità di produzione messe in campo e il proprio impatto economico, sociale e ambientale devono essere comunicate al territorio e a tutti gli stakeholder aziendali adottando forme di rendicontazione di sostenibilità e integrate.

Una particolare attenzione va dedicata alle fasce svantaggiate e alle diversità (culturali, genere, età, ecc.) dei lavoratori, alla crescita professionale, alla compatibilità con le esigenze di vita e alle forme di welfare integrativo che esprimono la sensibilità dell'azienda nei confronti dell'intera società civile.

Tra i principali portatori di interesse, una particolare attenzione va dedicata ai lavoratori e ai fornitori.

Per quanto riguarda i lavoratori, l'azienda responsabile non solo dovrà impegnarsi nel rispetto dei diritti umani ma prevedere nuovi meccanismi di partecipazione, condivisione e collaborazione con i lavoratori nel quadro di un clima lavorativo positivo e di rispetto, capace di coinvolgere sulle strategie e le decisioni organizzative.

-
- Considerando già nelle scelte di progettazione, dimensionamento e di packaging dei prodotti il problema dello smaltimento e la possibilità del riuso dandone notizia al consumatore e promuovendo standard produttivi volti a fare crescere e consolidare il ruolo della normazione anche per favorire il riuso ed il multiuso;
 - Rifiutando logiche speculative nell'obsolescenza programmata di prodotti e apparecchiature, rinunciando alla sovrastima del valore della firma e del marchio e di posizioni dominanti ed impedendo la rarefazione e contenere i prezzi di prodotti e farmaci essenziali;
 - Dimostrando responsabilità verso il consumatore per violazioni della concorrenza e agendo con l'obiettivo sia di contenere il numero dei contenziosi sia di accettare procedure di composizione bonaria delle controversie di consumo.

Per quanto riguarda i fornitori, l'azienda responsabile ha il dovere di conoscere la propria filiera verificando le prestazioni dei propri fornitori sotto il profilo del rispetto dei lavoratori e più in generale sull'adempimento della legislazione in materia di lavoro, salute e sicurezza, ambiente. Le aziende responsabili predispongono una procedura per l'approvvigionamento responsabile, nella quale identificano i criteri per la qualifica dei fornitori, non limitandosi ad aspetti di prezzo/qualità ma estendendo l'analisi anche alle prestazioni socio-ambientali. Le aziende virtuose effettuano una mappatura della propria catena di fornitura, non limitandosi ai fornitori diretti, ma comprendendo anche i sub-fornitori: tale mappatura è il primo passo per condurre poi una valutazione del rischio sociale/ambientale lungo la filiera. Una volta evidenziati i fornitori a rischio (ad esempio, per caratteristiche del processo produttivo, settore merceologico, ubicazione geografica, dimensioni etc.) è auspicabile identificare modalità di monitoraggio (ad esempio, questionari di dettaglio o in alcuni casi, audit) sui fornitori più a rischio.

Per quanto riguarda l'ambiente, le azioni di riciclo e di riduzione degli sprechi devono essere attivate secondo un approccio sistemico di economia circolare; questo significa raccogliere e diffondere le opportunità di innovazione sviluppate dalle imprese per ridurre progressivamente la domanda di risorse naturali, come acqua e suolo, ridurre al minimo la produzione di rifiuti e riciclare quelli disponibili al fine di mantenerne la presenza nel sistema economico il più a lungo possibile.

L'economia circolare, infatti, afferma un modello di produzione sostenibile nel lungo periodo volto a creare relazioni di circolarità tra ciò che si produce, minimizzando ciò che viene rilasciato nell'ambiente lungo tutta la filiera produttiva. Tale modello rappresenta una opportunità di business per le aziende con riferimento specifico a:

- Aumento di competitività attraverso modelli di produzione meno legati all'utilizzo/estrazione di materie prime;
- Spinta verso un'innovazione basata sullo sviluppo tecnologico e sull'utilizzo di risorse verdi;
- Fidelizzazione del cliente e apertura di nuovi mercati in espansione;
- Aumento dell'occupazione attraverso la riduzione della quantità di materie prime utilizzate e la crescita di servizi a valore aggiunto nella produzione con spostamento dei costi dalle materie prime al lavoro e conseguente crescita dell'impatto occupazionale soprattutto a livello locale.

Vanno considerati anche altri approcci quali le produzioni in forma sociale, ossia forme di produzione in cui l'imprenditore non è il privato o lo Stato, ma una collettività. Esperienze di questa tipologia sono ad esempio il cofarming, la Retenergie, il Commercio Equo e Solidale. In particolare, quest'ultimo costituisce un approccio alternativo e concreto al modello economico prevalente: offre migliori condizioni economiche soprattutto ai produttori svantaggiati nelle diverse aree del mondo e assicura il rispetto dei lavoratori e dell'ambiente. È inoltre basato su una relazione paritaria fra tutti i soggetti nelle diverse fasi della catena di commercializzazione: produzione, distribuzione, consumo. Si tratta cioè di un modello economico (produttivo e di consumo) che nel suo complesso mira ad uno sviluppo sostenibile, garantendo condizioni eque a chi produce, nel rispetto dell'ambiente e con il sostegno di cittadini/consumatori consapevoli e responsabili delle proprie scelte. Un modello che esiste ed è utilizzato da più di 40 anni in oltre 75 paesi, coordinato e promosso da organizzazioni internazionali e che sostiene milioni di lavoratori e lavoratrici in diversi settori per favorire opportunità di impresa equa, sostenibile e capace di creare economia.

Dal punto di vista consumeristico, la produzione responsabile realizza una interazione virtuosa con i consumatori, contribuendo insieme alla costruzione di un mercato giusto ed equilibrato in cui sia il consumatore che l'impresa si fanno carico di obiettivi collettivi.

Uno degli strumenti principali per assicurare la trasparenza è rappresentato dal Report di Sostenibilità, documento nel quale l'azienda rende conto dei propri impegni e risultati in relazione agli impatti economici, sociali ed ambientali. Alcune aziende scelgono di sottoporre il proprio report ad assurance da una terza parte indipendente, che garantisce agli stakeholder la completezza e la veridicità delle informazioni contenute. Un altro strumento di trasparenza a disposizione del mercato è rappresentato dalle certificazioni a fronte di standard volontari. Le certificazioni possono riguardare i prodotti - di cui si valorizzano particolari caratteristiche, ad esempio ambientali o di tracciabilità - oppure i sistemi di gestione aziendali, tra cui i sistemi di gestione per la responsabilità sociale, la salute e la sicurezza sul luogo di lavoro, l'ambiente, l'energia, la prevenzione della corruzione etc. Le certificazioni accreditate (ossia, emesse secondo le regole e sotto il controllo di un ente di accreditamento) sono una garanzia nei confronti delle parti interessate, oltre a rappresentare uno strumento di crescita interna per l'azienda.

Particolare rilevanza hanno nel contesto italiano le aziende agroalimentari, per cui occorre programmare una riduzione "a monte" (già sul campo) degli sprechi e delle perdite alimentari. Inoltre, la lotta allo spreco e alle perdite alimentari rappresenta uno dei punti di cooperazione tra consumatori informati e imprese consapevoli in grado, da un lato, di evitare che l'offerta risulti superiore alla domanda e, dall'altro, di minimizzare gli sprechi. In questo conteso le aziende devono contribuire alla sensibilizzazione dei consumatori finali promuovendo specifiche campagne ed iniziative ed agevolando la donazione della produzione invenduta.

In conclusione, va sottolineato che l'impegno nei confronti della produzione responsabile massimizza il valore creato nel lungo termine. A tal fine è indispensabile che l'azienda, nel perseguire la propria missione, ricerchi una crescita sostenibile nel rispetto del benessere della comunità e del territorio in cui opera. Le aziende devono tendere verso azioni generatrici di valore condiviso fra azienda e territorio piuttosto che il perseguimento di una doppia missione, una di profitto e una puramente sociale.

Certamente un approccio responsabile comporta maggiore impegno manageriale e ulteriori investimenti, ma produce anche maggiori risultati in termini di capacità di risposta ai clienti sensibili ed ai lavoratori, che vivono una vita più equilibrata, nonché contribuisce alla stabilità per le aziende stesse. La sostenibilità viene intesa da alcune imprese come un costo e, nel breve termine, in qualche misura, lo è. Tuttavia, se perseguita con impegno costante e coerente diviene per l'azienda un fattore rilevante di investimento che garantisce un posizionamento nel mercato più solido e più duraturo, oltre che ovviamente - come ricorda la definizione proposta nella Comunicazione della Comunità Europea (EU COM 2011/681) - essere una responsabilità. È questa responsabilità le aziende non possono eluderla.

3.3 NORMATIVE DI RIFERIMENTO

Italia

- **Riforma del Terzo Settore**, approvata nell'estate 2017, riguardante il Codice del terzo settore, l'impresa sociale e il 5 per mille (D. L. sul Terzo Settore n. 117 del 3 luglio 2017). La nuova Impresa Sociale è concepita quale modello imprenditoriale del Terzo Settore riconoscendo quindi che le organizzazioni ivi operanti sono 'produttori di valore aggiunto e non più solo entità 'redistributive' di aiuti dello Stato.
- ["Strategia Nazionale per lo Sviluppo Sostenibile \(SNSvS\)"](#), che disegna una visione di futuro e di sviluppo incentrata sulla sostenibilità, quale valore condiviso e imprescindibile per affrontare le sfide globali del nostro paese. Si sofferma anche sui temi della produzione sostenibile e responsabile.
- [Documento "Verso un modello di economia circolare per l'Italia"](#). Documento di inquadramento e di posizionamento strategico" elaborato dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare e dal Ministero dello Sviluppo Economico. Il documento ha l'obiettivo di fornire un inquadramento generale dell'economia circolare nonché di definire il posizionamento strategico del nostro paese sul tema.
- Lo strumento di Politica Ambientale denominato **Green Public Procurement (GPP)**. Il GPP è divenuto obbligatorio con l'approvazione del nuovo Codice sugli Appalti. Aggiornamenti Criteri Ambientali Minimi (CAM).
- **Normativa riguardante le Società Benefit** (Legge Stabilità 2016, commi 376-384). L'Italia è stato il primo paese sovrano (prima dell'Italia solo alcuni singoli stati degli USA avevano emanato normativa sulle Benefit Corporation) al mondo che abbia assegnato dignità giuridica a questa forma di impresa.
- **Piano Industria 4.0**, piano redatto Ministero per lo Sviluppo Economico e finalizzato a promuovere l'innovazione dei processi produttivi e l'adozione di nuovi modelli di business. Sebbene i riferimenti alla sostenibilità e alla produzione responsabile non siano resi in maniera esplicita, il piano rappresenta una magnifica opportunità per le imprese che possono approfittare degli incentivi per ridisegnare i propri processi, prodotti e modelli di business in ottica di sostenibilità.
- **Codice di Consumo** (con focus su Parte II, III e IV).
- **Legge contro il caporalato** (Legge 199/2016).
- Disposizioni concernenti la commercializzazione di prodotti tessili, della pelletteria e calzaturieri" - L. 8 aprile 2010, n. 55.

Europa

- **Direttiva UE sull'Economia Circolare**, pacchetto di norme sviluppare a livello europeo in tema di Economia Circolare.
- Commissione Europea (2008) Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni sul piano d'azione "Produzione e consumo sostenibili" e "Politica industriale sostenibile" - COM (2008) 397.
- Risoluzione del Parlamento Europeo su "Commercio Equo e Solidale e sviluppo" (2005/2245(INI)), su "Impatto del commercio internazionale e delle politiche commerciali europee sulle catene globali del valore" (2016/2301(INI)) e

- Comunicazione della Commissione su “Il ruolo del Commercio Equo come strumento di sostenibilità” (COM(2009) 215).
- EC (2011a) A resource-efficient Europe – Flagship initiative under the Europe 2020 Strategy – COM (2011) 21.
- EC (2013b) Guidelines on developing adaptation strategies. SWD 134:1–54.

3.4 ESPERIENZE ATTIVATE

Le esperienze citate non sono esaustive delle esperienze attivate dai componenti del Goal 12 di ASviS o da altre organizzazioni sul tema e saranno integrate/approfondite nella sezione asvis.it/goal12

Istituzioni

- **“Città per la circolarità”**: Protocollo di intesa firmato tra il Ministero dell’ambiente e le città di Bari, Milano e Prato finalizzato alla promozione di iniziative che stimolino al riuso, alla condivisione, alla distribuzione e all’estensione della vita dei beni ovvero alla diffusione dell’economia circolare e a modelli di sviluppo più sostenibili. (Enfatizzare l’aspetto più legato alla produzione)
- **Progetto Circular Economy for SMEs (CESME)** promosso in Italia dalla Regione Emilia-Romagna che partecipa con Ervet – Agenzia per lo sviluppo territoriale, Bologna e la Città metropolitana di Bologna. Il progetto mira a promuovere l’accesso delle Piccole e Medie Imprese (PMI) all’economia circolare attraverso il miglioramento delle politiche locali a loro supporto; si prefigge in particolare di (i) indirizzare e migliorare l’efficacia degli strumenti politici in modo da supportare le PMI nel processo di cambiamento da metodi di produzione tradizionali ad un’innovazione in chiave green e circolare; (ii) identificare buone pratiche “circolari” e (iii) definire un “pacchetto” di supporto alle PMI nell’accesso all’economia circolare (questo includerà uno strumento per la quantificazione dei benefici sociali ed economici collegati alla circolarità, un modello di calcolo di ritorno degli investimenti (ROI) e un White Book contenente una raccolta delle “lezioni apprese” e delle raccomandazioni indirizzate alle PMI a livello pratico e ai policy makers a livello strategico).
- **Tool for Environmental Sound Product Innovation (TESPI)**: E’ uno strumento web ad accesso gratuito per supportare la ri-progettazione ambientalmente consapevole di un prodotto esistente, che prende in considerazione il ciclo di vita del prodotto, le esigenze dei clienti e i prodotti dei concorrenti, al fine di individuare strategie di eco-progettazione per il miglioramento ambientale del prodotto analizzato.
- **Io sono originale**: Un’iniziativa del Ministero dello Sviluppo Economico, promossa dalla DG Lotta alla Contraffazione–Ufficio Italiano Brevetti e Marchi per interagire con i Consumatori giovani, adulti e senior nella corretta informazione sui rischi legati alla Contraffazione, l’utilizzo degli strumenti di tutela della Proprietà Intellettuale/Industriale e la diffusione della Cultura della Legalità contro il Mercato del Falso.
- **UN Global Compact**, una delle più importanti iniziative in termini di corporate sustainability.

- **Global Reporting Initiative¹⁹**, che fornisce un approfondito set di indicatori di sostenibilità.

Organizzazioni, imprese e cittadini

- **Contratto dei Metalmeccanici in Italia** perfezionato a fine 2017, che prevede il diritto alla formazione e nuove forme di coinvolgimento dei lavoratori e di negoziazione nell'organizzazione del lavoro;
- **Sistema di Autovalutazione Partecipata di NeXt**, in cui le aziende condividono la loro autovalutazione (su pochi parametri fondamentali che evidenziano l'atteggiamento di fondo verso la sostenibilità) con i cittadini, in un dialogo su strategie, progetti ed azioni;
- **Sistema di garanzia delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale** e sistema di certificazione dei prodotti equosolidali.

3.5 PROPOSTE DI SVILUPPO SOSTENIBILE

verso istituzioni e imprese

Istituzioni

- Aumentare i controlli pubblici e renderli più severi per il rispetto dell'ambiente e delle condizioni di lavoro, organizzando tavoli di partenariato con enti e organizzazioni addetti al monitoraggio;
- Attivare e promuovere un albo di imprese responsabili secondo i principi degli SDGs dell'ASviS;
- Implementare un sistema di tasse/sussidi/sgravi volto a premiare le imprese responsabili che adottano strategie e comportamenti coerenti di sostenibilità sociale e ambientale, tenendo anche conto delle indicazioni sulla responsabilità del produttore estesa all'intero ciclo di vita del prodotto;
- Sviluppare una normativa che eviti l'elusione fiscale, proporzionando il carico fiscale sugli utili in proporzione al fatturato complessivo sviluppato nel Paese;
- Rafforzare la normativa di promozione e sostegno nella fase di avvio delle startup innovative e sostenibili, predisponendo fondi dedicati all'innovazione di startup a vocazione sociale;
- Completare il percorso verso una legge nazionale sul Commercio Equo e Solidale;
- Mettere in atto ed utilizzare realmente il Green Public Procurement GPP come criterio essenziale nei bandi pubblici e come leva per orientare il mercato verso modelli di produzione più sostenibili ecologicamente;²⁰
- Aumentare la tracciabilità del Public Procurement attraverso l'utilizzo della tecnologia blockchain per monitorare flussi e transazioni in tempo reale lungo tutta la catena di fornitura;
- Promuovere partnership tra Pubblico-Privato per la realizzazione di modelli di economia circolare e il contrasto alle forme di sfruttamento del lavoro;
- Promuovere iniziative, strumenti e campagne di sensibilizzazione per la diffusione e la realizzazione dell'art. 46 della Costituzione nelle aziende, volto ad aumentare la partecipazione dei lavoratori.

¹⁹ Il GRI è un'organizzazione statunitense non profit che nasce come dipartimento all'interno del CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies), dal quale si rende indipendente nel 1997.

²⁰ www.equogarantito.org/wp-content/uploads/2018/01/Manuale-SDGs_IT_loghidef.pdf

Imprese

- Inserire nelle strategie aziendali la creazione di valore condiviso oltre che al raggiungimento di obiettivi di profitto, prevedendo indicatori che valutino i progressi nella direzione della sostenibilità;
- Promuovere iniziative di approfondimento, sensibilizzazione e confronto sui temi della produzione sostenibile con tutti gli stakeholder aziendali, coinvolgendo anche i soggetti che operano nell'ambito della stessa catena di fornitura;
- Rendere trasparente la politica aziendale e le iniziative sulla dignità della persona sul lavoro (clima aziendale responsabile ed inclusivo attraverso forme contrattuali condivise con il sindacato, partecipazione ai diversi livelli aziendali, sviluppo professionale e formazione continuativo, criterio di scelta e gestione della catena di fornitura sulla base della sostenibilità e contrasto al lavoro nero);
- Favorire l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro e supportare, anche come mentorship, studenti che si affacciano al mondo del lavoro con pratiche di alternanza scuola-lavoro in collaborazione con gli Istituti scolastici e gli enti formativi;
- Definire protocolli di intesa tra imprese-associazioni di consumatori che definiscano percorsi comuni per il perseguimento di obiettivi di sostenibilità consumeristica, favorendo un approccio di tutela "ex ante" e non solo "ex post";
- Promuovere nuovi modelli di produzione orientati all'equità e alla sostenibilità seguendo gli obiettivi del cosiddetto "Human right based approach" e le indicazioni fornite dalle Nazioni Unite in termini di linee guida su Business and Human Rights.²¹
- L'adozione del BES e/o degli SDGs come metrica offre la possibilità di continuità con la valutazione delle politiche economiche pubbliche del nostro paese (il BES è stato inserito nel DEF) e private (le aziende stanno iniziando ad adottare il framework per la misurazione della loro RSI).

²¹ www.business-humanrights.org/en/un-guiding-principles e www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_EN.pdf

3. CONSUMO RESPONSABILE

“Il Consumo Responsabile è un’azione di consumo e risparmio in cui la/il cittadina/o consum-attore informato e consapevole valuta non solo la qualità e il prezzo dei prodotti e dei servizi, ma anche il valore sociale in essi contenuto e l’impatto ambientale dell’impresa che li produce, tutelando il proprio interesse e quello della collettività nel medio e lungo periodo.”²²

18

CONSUMO RESPONSABILE

3.1 COS’E’ IL CONSUMO RESPONSABILE

L’acquisto e l’uso di oggetti non riguarda solo la sua accezione economica ma assolve ad un ruolo fondamentale per il mantenimento dell’ordine e del legame sociale delle comunità. Il concetto di consumo riunisce una pluralità di significati e di funzioni sociali: veicolo fondamentale per creare e mantenere la propria identità individuale; strumento per tessere relazioni sociali; e, in ultima analisi, linguaggio che consente di comunicare la propria visione del mondo, distinguendosi dagli altri.

L’importanza della dimensione culturale è ancora più manifesta qualora si considerino le azioni diverse dal consumo tradizionale basato solo sulla logica del prezzo al massimo ribasso (il cosiddetto consumo responsabile), adottate negli ultimi anni da un numero sempre più considerevole di cittadini.

Il consumo responsabile, infatti, presuppone un nuovo paradigma economico dove i consumatori sono consum-attori (prosumer/co-produttori), le imprese sono impegnate dal punto di vista sociale e ambientali e le istituzioni non essendo perfettamente informate, dialogano con la comunità locale. In tale contesto si sviluppa la forma innovativa di consumo responsabile che subordina le caratteristiche tangibili del bene (o del servizio) a valutazioni di ordine etico, sociale ed ambientale, prestando quindi maggiore attenzione alla qualità sociale del bene; cioè al fatto che questo non inquina l’ambiente o che l’azienda produttrice non si renda artefice di una condotta socialmente deprecabile (ad es. lo sfruttamento del lavoro minorile, attività antisindacali, vendita di armi, illeciti o frodi finanziarie, collusione con regimi dittatoriali, ecc.).

Il consumo responsabile può assumere varie declinazioni:

- **il consumo critico, informato e ragionato e quindi consapevole** con l’acquisto di beni e servizi da imprese responsabili (che, ad esempio rispettano il divieto di sfruttare il lavoro minorile, non inquinano l’ambiente o che devolvono una parte dei loro ricavi a fini di beneficenza, ma anche il risparmio e l’investimento in istituti finanziari sostenibili e responsabili);
- **il ricorso al commercio equo e solidale** (l’acquisto di prodotti alimentari o di artigianato, il cui ricavato è equo e va effettivamente ai produttori che operano nei paesi poveri);
- **gli stili di vita basati sulla sobrietà** del consumo (le pratiche di consumo caratterizzate da una particolare attenzione al risparmio energetico ed accompagnate dal recupero e dal riutilizzo di beni di cui si è già in possesso);

²² Manifesto della Nuova Economia di NeXt www.nexteconomia.org

- **altre forme di consumo responsabile** come ad esempio la partecipazione a gruppi di acquisto solidale, il turismo responsabile, ecc.);
- **il risparmio e l'investimento sostenibile e responsabile**, con la sottoscrizione di fondi di risparmio, conti correnti e obbligazioni che includano valore sociale ed ambientale, anche abbinati al finanziamento di progetti a carattere sociale o a sostegno dei paesi in via di sviluppo o dell'ambiente.

3.2 ANALISI DI CONTESTO

Nell'Agenda Europea dei Consumatori,²³ vengono definiti quattro obiettivi principali, tra i quali uno, quello che si riferisce al miglioramento degli aspetti dell'informazione sui prodotti e servizi offerti, è particolarmente strategico per una reale implementazione delle scelte politiche per uno sviluppo sostenibile, in quanto permette a ogni singolo consumatore di poter effettuare scelte consapevoli.

Tra le sfide future, tenendo conto dei mutamenti dell'economia e della società, l'Agenda affronta il tema del consumo sostenibile, con queste parole: "I consumi in aumento in tutto il mondo hanno accentuato la pressione sull'ambiente, contribuendo anche al cambiamento climatico, e accresciuto la concorrenza per le risorse. I consumatori sono sempre più consapevoli delle conseguenze per l'ambiente dei loro modelli di consumo e devono essere incoraggiati da iniziative pubbliche e private ad adottare comportamenti di consumo più sostenibili. I consumatori devono essere messi in grado di compiere scelte sostenibili e sane che permettano di ridurre i costi, per sé stessi e per la società nel suo insieme. I consumatori hanno il diritto di sapere quale impatto ambientale avranno, durante tutto il loro ciclo di vita, i prodotti (beni e servizi) che intendono acquistare. Devono essere aiutati a individuare le scelte realmente sostenibili. Sono necessari strumenti efficaci per proteggerli da informazioni sull'ambiente e sulla salute fuorvianti e infondate. La domanda di prodotti sostenibili da parte dei consumatori può favorire la crescita e la concorrenza, rendendo così più disponibili e accessibili tali prodotti e premiando le imprese che offrono beni e servizi di qualità con minore impatto ambientale.

Il cittadino può passare da destinatario passivo a soggetto attivo, capace di influenzare con le proprie scelte di acquisto l'andamento del mercato, a partire dalle strategie di istituzioni ed imprese.

Il cittadino-consumatore, in questa fase storica, può sfruttare le opportunità offerte anche dalle nuove tecnologie e favorire forme di aggregazione della domanda capaci di raggiungere una scala economica soddisfacente e ribaltare il paradigma economico attuale a partire dal modello di consumo. Il consumatore può scegliere quale modello economico sostenere tramite una rinnovata presa di coscienza e un'assunzione di responsabilità nei confronti della collettività. Diventa esso stesso agente di cambiamento con un approccio inclusivo e non di contrasto.

²³ La Commissione europea ha pubblicato il 22 maggio 2012 l'[Agenda europea dei consumatori](#), sostitutiva della precedente politica dei consumatori 2007/2013, per creare un clima di fiducia e promuovere la crescita ponendo i consumatori al centro del Mercato unico.

L'approccio al consumo responsabile espresso nel Goal 12, non solo rappresenta una visione etica per lo sviluppo sostenibile ma costituisce anche un "autointeresse lungimirante" con l'obiettivo di non creare contrapposizioni tra l'esigibilità dei diritti del cittadino/lavoratore e quelli del cittadino/consumatore.

Sollecitare il Consumatore ad esercitare l'atto di consumo con consapevolezza è interesse tanto delle imprese (beni e servizi) non solo perché "eticamente" giusto, ma perché è premiante anche nelle scelte d'acquisto dei loro clienti, e lo è ancora di più nella fidelizzazione al loro brand (l'aspetto reputazionale si riflette anche nei ritorni commerciali nel medio lungo periodo).

Un consumatore consapevole è un bene comune, è anche un patrimonio dell'azienda e un cittadino informato, pronto a distinguere chi gli parla e pronto ad assumersi le proprie responsabilità nel momento della scelta di acquisto.

Un consumatore consapevole, informato, educato a scegliere, fruitore di "buona pubblicità", che non si rivolge a prodotti contraffatti, orienta di fatto i propri atti d'acquisto premiando, spesso anche con un piccolo sovrapprezzo, le aziende virtuose. Le aziende che dialogano con lei/lui, le aziende che pensano anche al sua/o (nostro!) futuro, che non inquinano, che sostengono il territorio e il sociale, che rispettano i propri lavoratori e lavoratrici, che mettono in campo politiche di protezione dei suoi diritti ancor prima che se ne crei il bisogno.

Le associazioni dei consumatori sono chiamate a raccogliere questa importante sfida, rappresentando istanze di consumatori sempre più informati ed esigenti, favorendo la crescita della consapevolezza dei singoli, organizzando forme di mobilitazione non solo per la tutela dei diritti ma per costruzione di "reti" capaci di incidere nei processi economici, a partire dalle comunità di riferimento. Le associazioni sono chiamate ad interpretare e rappresentare le richieste di consumatori che si orientano verso scelte valoriali che vanno oltre alla pura logica commerciale. L'obiettivo ambizioso è quello di far diventare i consumatori per l'economia quello che gli elettori sono per la politica, ovvero attori responsabili. Promuovere ed applicare il "voto col portafoglio" nelle proprie scelte di consumo quotidiano, quasi un'urna elettorale, è la scelta politica più importante che i cittadini possono esercitare.

Promuovere un consumo sostenibile, consapevole di essere strumento di riequilibrio e di giustizia nella società, attento alla qualità del lavoro ed all'ambiente, richiede un forte impegno di formazione dei giovani e degli adulti.

La "sostenibilità si applica in modo flessibile a seconda dei territori e delle circostanze e riconosce i limiti oggettivi alla capacità di carico del nostro pianeta, tenendo conto del numero di persone che lo abitano, del loro stile di vita, dei livelli di produzione, dell'impiego di energia e materie prime, dei consumi e della produzione di rifiuti. La stabilità di questo nuovo modello non dipende dal continuo aumento dei consumi, ma dal mantenimento "durevole" di buone condizioni ambientali e sociali, che lo rende appunto più sostenibile. Solo riprogettando un modello economico che consenta di non dilapidare il patrimonio che abbiamo ereditato, potremo garantire alle prossime generazioni una qualità di vita che non sia peggiore della nostra.

Italia

- **D.Lgs.30 dicembre 2016 n. 254**, in recepimento della direttiva europea 2014/95, per quanto riguarda la comunicazione di informazioni di carattere non finanziario e di informazioni sulla diversità da parte di talune imprese e di taluni gruppi di grandi dimensioni.
- **“Disposizioni concernenti la donazione e la distribuzione di prodotti alimentari e farmaceutici ai fini di solidarietà sociale e per la limitazione degli sprechi”**: Decreto legislativo, 19/08/2016 n.166.
- **Disciplina dell'indicazione obbligatoria nell'etichetta** della sede e dell'indirizzo dello stabilimento di produzione o, se diverso, di confezionamento, ai sensi dell'articolo 5 della legge 12 agosto 2016, n. 170” - Decreto Legislativo 15 settembre 2017 n. 145.
- **Recepimento direttiva europea 2015/720**, articolo 226ter, decreto legge 20 giugno 2017, n.91, per la progressiva riduzione della commercializzazione delle borse di plastica.
- **Milan Urban Food Policy Pact**, primo patto internazionale sulle politiche alimentari urbane, una delle principali eredità di Expo Milano 2015.
- **Carta di Milano** per sollecitare decisioni politiche che consentano il raggiungimento dell’obiettivo fondamentale di garantire un equo accesso al cibo per tutti
- **Carta di Bologna per l'ambiente**. Le Città metropolitane per lo sviluppo sostenibile’. Sottoscrizione di impegni concreti in 8 settori per la difesa dell’ecosistema: Riduzione dei rifiuti e riciclo, protezione del suolo e rigenerazione urbana, prevenzione del rischio di disastri generati dai cambiamenti climatici, transizione energetica, qualità dell’aria e riduzione delle polveri sottili, tutela delle acque e del verde urbano, mobilità sostenibile.
- **Legge 221/2015 "Green Economy"** con particolare riferimento all’Art. 21²⁴

Europa

- **Commissione Europea (2008)** Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato delle Regioni sul piano d’azione “Produzione e consumo sostenibili” e “Politica industriale sostenibile”. COM (2008) 397.
- **Commissione Europea (2012)** Comunicazione della Commissione al Parlamento Europeo, al Consiglio, al Comitato Economico e Sociale Europeo e al Comitato - Un'agenda europea dei consumatori - Stimolare la fiducia e la crescita COM (2012) 225.
- **Codice del consumo**, 6 Settembre 2005, n.206 e successive modifiche.
- **Regolamento UE Ecolabel 2010/66/UE**
- **Direttiva Energy Labelling 2010/30/UE**
- **Direttiva EuP - Energy-using Products (cosiddetta EcoDesign Directive) 2009/125/CE**
- **Raccomandazione 2013/179/UE sulle Environmental Footprint**

3.4 ESPERIENZE ATTIVATE

²⁴ www.an.camcom.gov.it/sites/default/files/galleria/Scheda%20sintesi%20Collegato%20ambientale.pdf

Le esperienze citate non sono esaustive delle esperienze attivate dai componenti del Goal 12 di ASVIS o da altre organizzazioni sul tema e saranno integrate/approfondite nella sezione asvis.it/goal12

Istituzioni

- **Regolamento Europeo 679/2016 per la Protezione dei Dati Personali.** GDPR – General Data Protection Regulation) Troverà piena applicazione in Italia a decorrere dal 25 maggio 2018. Esso tenta di dare pari dignità ai diritti degli individui che intendano proteggere i propri Dati Personali in tutta l'UE in modo omogeneo. Il GDPR dedica ampio spazio ai principi a cui fare riferimento per considerare come possano essere applicati al trattamento dei dati personali. Esso, infatti, all'art.4 definisce dato personale: qualsiasi informazione riguardante una persona fisica identificata o identificabile (interessato) che identifichi o renda identificabile una persona fisica e che possono fornire dettagli sulle sue caratteristiche, le sue abitudini, il suo stile di vita, le sue relazioni personali, il suo stato di salute, la sua situazione economica, ecc. Il Regolamento attribuisce anche – all'art.9 – una specifica protezione per i dati personali "particolari" che, per loro natura, sono maggiormente sensibili.
- **Pilot studies della Commissione Europea** sulle *Environmental Footprint*²⁵.
- **Regione Lombardia. Progetto "Reti territoriali virtuose contro lo spreco alimentare"**. E' un progetto sperimentale dell'Assessorato Ambiente Energia e Sviluppo Sostenibile in collaborazione con altri assessorati, e il coinvolgimento attivo dei principali soggetti della Rete (GDO, Comuni, Enti Non Profit), per attuare il Programma Regionale di Gestione dei Rifiuti con particolare attenzione alla prevenzione della produzione dei rifiuti.
- Deliberazione N°X / 6973 Seduta del 31/07/2017. Con questa delibera si avvia un **Piano di Azioni contro la povertà**, attraverso la promozione dell'attività di recupero e distribuzione dei prodotti alimentari ai fini di solidarietà sociale e lo schema tipo di convenzione regolamentante i termini e le modalità di svolgimento del Piano di azione. Inoltre si stabilisce un contributo regionale per la realizzazione del Piano (1.600.000,00 euro per il biennio 2017-2018).
- **ABC contro lo spreco alimentare.** E' un progetto formativo di Regione Lombardia destinato alle scuole lombarde che intendono inserire il tema dello spreco alimentare nei programmi. Nasce dal Tavolo di Lavoro Regionale sulla educazione ambientale, e in questo contesto è stato definito un protocollo di intesa con l'Ufficio Scolastico Regionale in cui, tra l'altro, ci si propone di coinvolgere le scuole nelle azioni regionali orientate allo sviluppo sostenibile e attivare progetti per l'educazione ambientale e lo sviluppo sostenibile.
- La Camera dei deputati ha approvato nella precedente Legislatura la **proposta di legge 2272 Disposizioni per la promozione e la disciplina del commercio equo e solidale** senza tuttavia giungere all'approvazione finale in Senato. Ora si è in attesa che il suo esame venga messo all'ordine del giorno dei lavori del Senato. Il percorso dovrà quindi ricominciare. Il testo approvato alla Camera innanzitutto fornisce una definizione ufficiale di Commercio Equo, che precisando il ruolo dei differenti attori della filiera e gli obiettivi del Fair Trade; indica le diverse modalità di controllo e certificazione; prevede un ruolo attivo di promozione del commercio equo da parte dello Stato.
- In Commissione Bilancio alla Camera è stata approvata l'istituzione di un **fondo per il Commercio Equo e Solidale** di 1 milione di euro a partire dall'anno 2018. Molti territori, nel frattempo, hanno deciso di prendere l'iniziativa legiferando a livello locale. È il caso ad esempio della regione Toscana,

²⁵ http://ec.europa.eu/environment/eussd/smgp/ef_pilots.htm

pioniera in materia con una legge regionale sul commercio equo in vigore dal 2005. Negli anni successivi, una decina di regioni, dalla Lombardia alla Puglia al Trentino, e anche alcuni i comuni hanno seguito l'esempio. Ad oggi sono 12 le Regioni italiane con leggi sul Commercio Equo e Solidale.

- **L'APP Voto col portafoglio.** L'APP "Voto Col Portafoglio" è stata realizzata nell'ambito del Progetto "Seminiamo diritti" finanziato dal Ministero del lavoro promosso da NeXt e ACLI. Permette a tutti i cittadini di trovare in maniera facile ed intuitiva informazioni sulle aziende impegnate in processi di sostenibilità ambientale e sociale che per essere visibili dovranno compilare un questionario di Autovalutazione Partecipata connesso agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Ogni persona potrà così "votare" le imprese e scegliere attraverso i canali di e-commerce delle aziende i prodotti da acquistare in chiave responsabile.

Organizzazioni, imprese e cittadini

- **Manifesto per una Responsabilità Consumeristica di consumers' Forum.** La Responsabilità Consumeristica è una virtuosa interazione tra consumatore ed impresa nell'assunzione delle responsabilità verso un mercato sostenibile, cioè uno strumento che riorientando gli interessi individuali di consumatori ed imprese, consegue l'obiettivo di un mercato giusto ed equilibrato in cui sia il consumatore sia l'impresa si fanno carico di obiettivi collettivi. Gli obiettivi del Manifesto sono un equilibrato rapporto tra prezzo, valore e qualità di prodotto/prestazioni, una particolare attenzione verso il consumatore meno consapevole, il riuso e lo sharing, una comunicazione commerciale utile, non aggressiva, non ambigua, non invasiva, il rispetto della privacy del consumatore, la composizione bonaria delle controversie di consumo, il ripensare le città in termini di efficienza e sostenibilità, la diffusione della conoscenza del codice del consumo.
- **Progetto CERCA** - Circular Economy come Risorsa Competitiva per le Aziende di Assolombarda in tema di economia circolare²⁶
- **Manifesto We Like.** Il Manifesto del consumatore socialmente responsabile di Movimento Consumatori è un decalogo per sensibilizzare i cittadini a diventare consapevoli del potere che possono esercitare nelle loro pratiche di acquisto, per accelerare i tempi del mutamento dalla società dei consumi alla società dei consumatori, attraverso un approccio inclusivo e non di contrasto.
- **Il Decalogo del Consumatore Responsabile:** il consumatore responsabile considera un valore la consapevolezza dei propri limiti, la legalità, la dignità del lavoro, la salvaguardia del pianeta, la tutela dei propri diritti, l'informazione, la condivisione, la mobilitazione, l'associazionismo.
- **Botteghe del Mondo** è un'esperienza concreta per praticare il consumo responsabile attraverso il commercio equo e solidale.
- **Etichetto**, iniziativa del Consorzio di Distribuzione Coralis per la selezione di produttori e prodotti di con caratteristiche di sostenibilità sociale e ambientale.
- Politiche UNES senza promozioni, con l'eliminazione della plastica nel pack secondario delle acque minerali a marchio proprio e gli avancisca senza prodotti d'impulso rischiosi per la salute (ad esempio con l'eliminazione dei dolci e la loro sostituzione con prodotti freschi, sani, e dedicati al benessere quotidiano).
- **Cash Mob Etico** attivati da NeXt con ANCC Coop Coop Lombardia, Auchan, Fairtrade, Equo Garantito e Altromercato, iniziative di consumo responsabile collettivo nei confronti di aziende virtuose in campo sociale e ambientale che hanno compiuto un percorso di autovalutazione partecipata.

²⁶ www.assolombardanews.it/circular-economy-una-risorsa-competitiva-per-le-aziende/

- **Leggi l'etichetta/Lezioni di Etichetta.** E' un nuovo format pubblicitario crossmediale ispirato alla filosofia "Be Transparent" ideato dalla unit Progetti Speciali e Nuove Tendenze di Rai Pubblicità che intercetta sia il bisogno di informare delle imprese sia quello del consumatore di essere informati.
- **Formazione Quadri del Terzo Settore,** progetto di formazione per i dirigenti delle organizzazioni del Terzo settore italiano, con particolare attenzione alle Regioni del Sud, promosso da [Forum Terzo Settore](#), [CSVnet](#) e realizzato con il sostegno della [Fondazione CON IL SUD](#).
- **EyeOnBuy,** community di cittadini/organizzazioni che vogliono realizzare dal basso un nuovo sistema di reputazione etica, partendo da sistema di segnalazioni/reclami insieme alle ass. di consumatori.

3.5 PROPOSTE DI SVILUPPO SOSTENIBILE

verso istituzioni e cittadini

Istituzioni

- Promuovere una campagna sulla protezione dei dati personali e predisporre un servizio di assistenza anche in remoto per le violazioni sulla privacy;
- Sviluppare e promuovere un'alleanza tra pubblica amministrazione, organizzazioni di consumatori, sistema scolastico e Terzo settore per l'educazione ai consumi, come ad esempio applicazione di etichette intelligenti e implementazione delle informazioni sulla sostenibilità della catena di fornitura nel packaging dei prodotti;
- Promuovere lo sviluppo di sistemi di alimentazione e consumo alternativi (i.e. farmers' market, mercati rionali, Gruppi di Acquisto Solidale) basati su un maggiore legame tra produttori e consumatori e sui principi della filiera corta e della stagionalità;
- Costruire un quadro normativo che supporti le scelte dei consumatori in termini di maggiore responsabilità e consapevolezza;
- Approvare e promuovere la legge nazionale sul Commercio Equo e Solidale;
- Aderire e sostenere la campagna Territori Equosolidali nell'ambito della campagna internazionale Fair Trade Towns;
- Rafforzare e promuovere i Criteri Sociali Minimi, insieme ai Criteri Ambientali Minimi, nel Public Procurement.

Cittadini

- Attivare strumenti di informazione dal basso per l'orientamento al consumo di prodotti e servizi di aziende socialmente e ambientalmente sostenibili;
- Promuovere il risparmio e l'investimento in istituti bancari e istituzioni finanziarie sostenibili (responsabili ed etiche);
- Diffondere la conoscenza delle opportunità di partecipazione attiva dei cittadini/consumatori alle attività delle organizzazioni di Commercio Equo e Solidale come strumento concreto di promozione degli SDGs a livello locale e internazionale;
- Partecipare attivamente a organizzazioni di consumatori per la tutela dei diritti del consumatore e a gruppi formali/informali per la valorizzazione del KM0.