



**DES
Tacum**



**UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore**

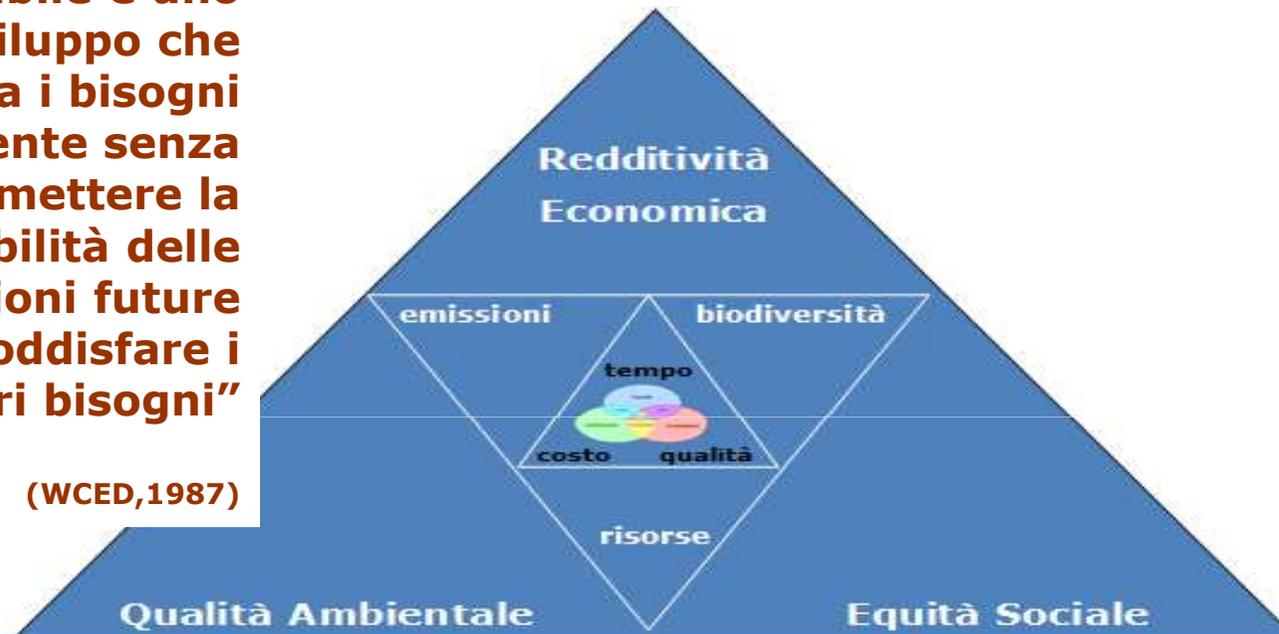
Il ruolo chiave del consumatore attivo per lo sviluppo dell'economia sostenibile

Piacenza, 15 maggio 2012



“lo sviluppo sostenibile è uno sviluppo che soddisfa i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri bisogni”

(WCED,1987)





La spinta al cambiamento

« Abbiamo raggiunto un punto di cruciale importanza nella nostra storia. Siamo all'inizio di un nuovo periodo di evoluzione sociale, spirituale e culturale. Stiamo evolvendo verso un sistema interconnesso, basato sulla informazione, che abbraccia l'intero pianeta.



La nostra generazione è chiamata a decidere il destino della vita su questo pianeta, a creare una società globale pacifica e cooperante, continuando così la grande avventura dello spirito e della consapevolezza sulla Terra».



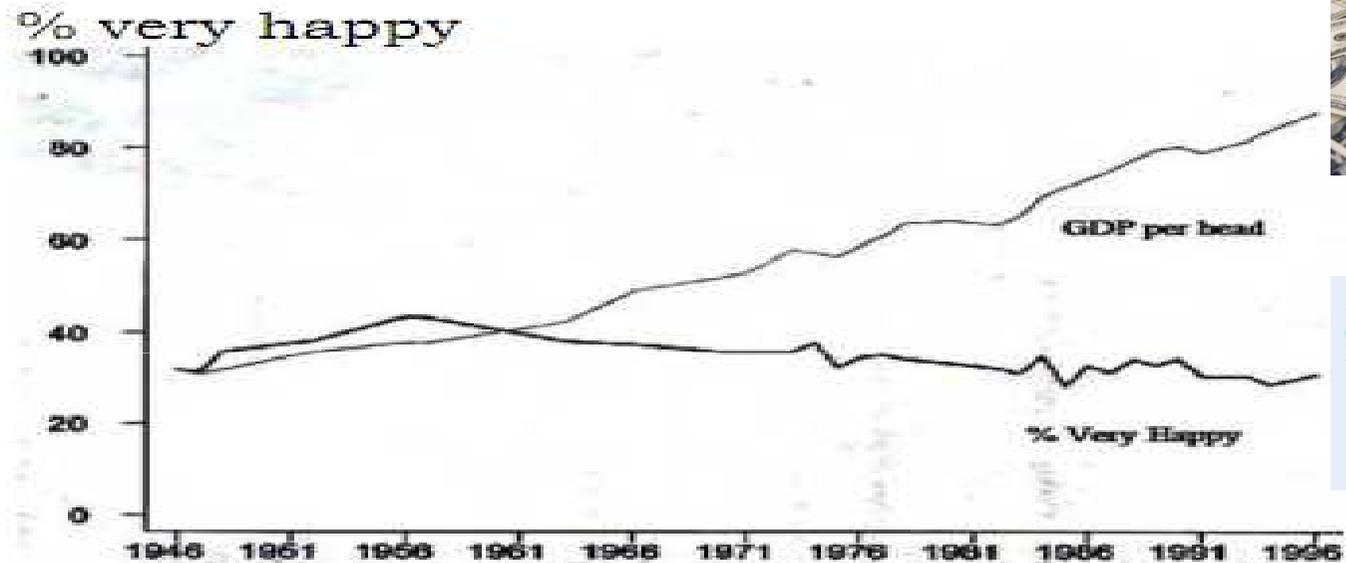
Il fallimento del "vecchio paradigma"





Il paradosso di Eaterlin

Figure 1 Income and happiness in the USA

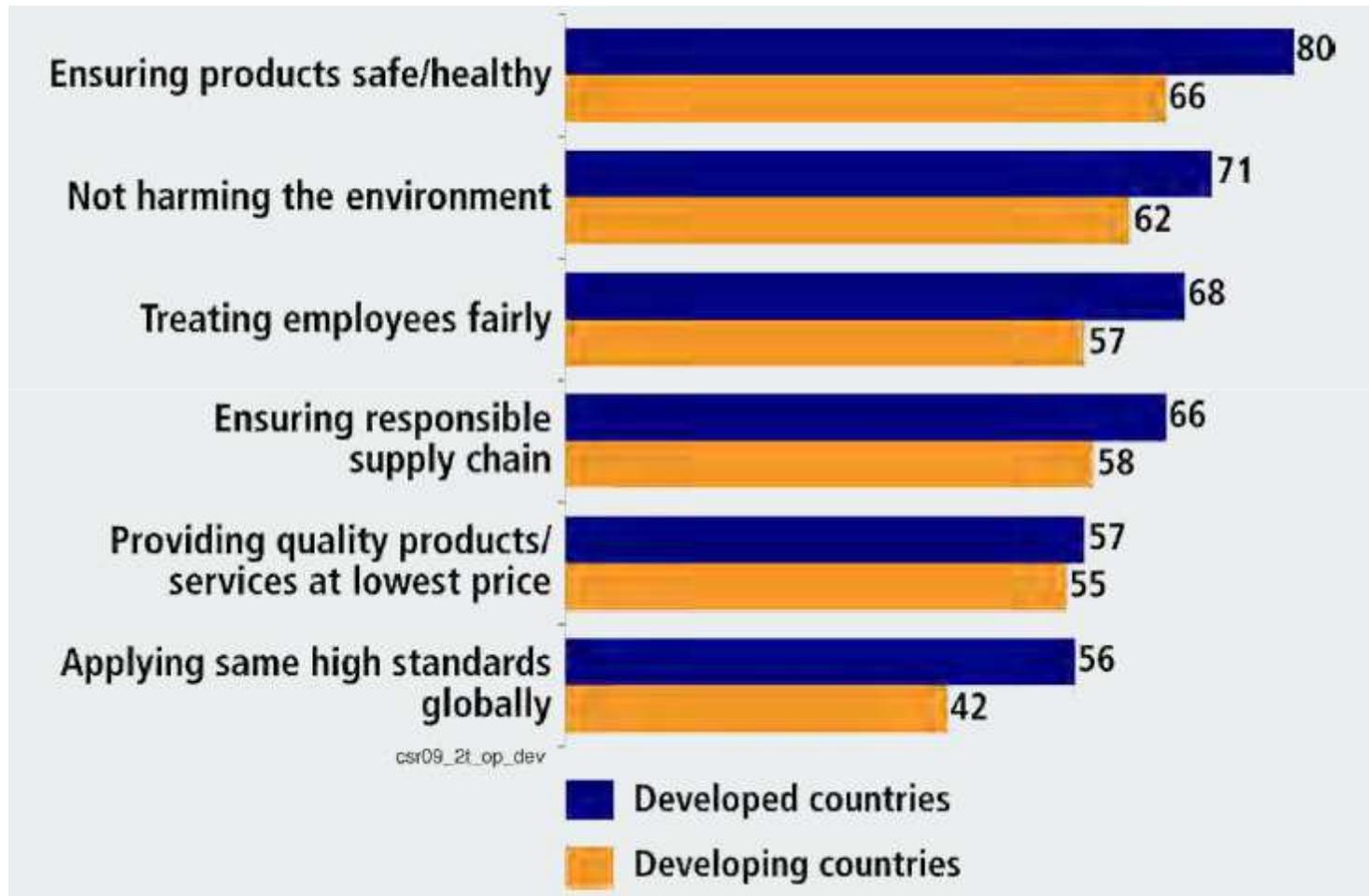


- Nel 1974 Richard Easterlin (professore di economia all'Università della California meridionale e membro dell'Accademia Nazionale delle Scienze) **evidenziò che nel corso della vita la felicità delle persone dipende molto poco dalle variazioni di reddito e di ricchezza.**



L'atteggiamento del consumatore

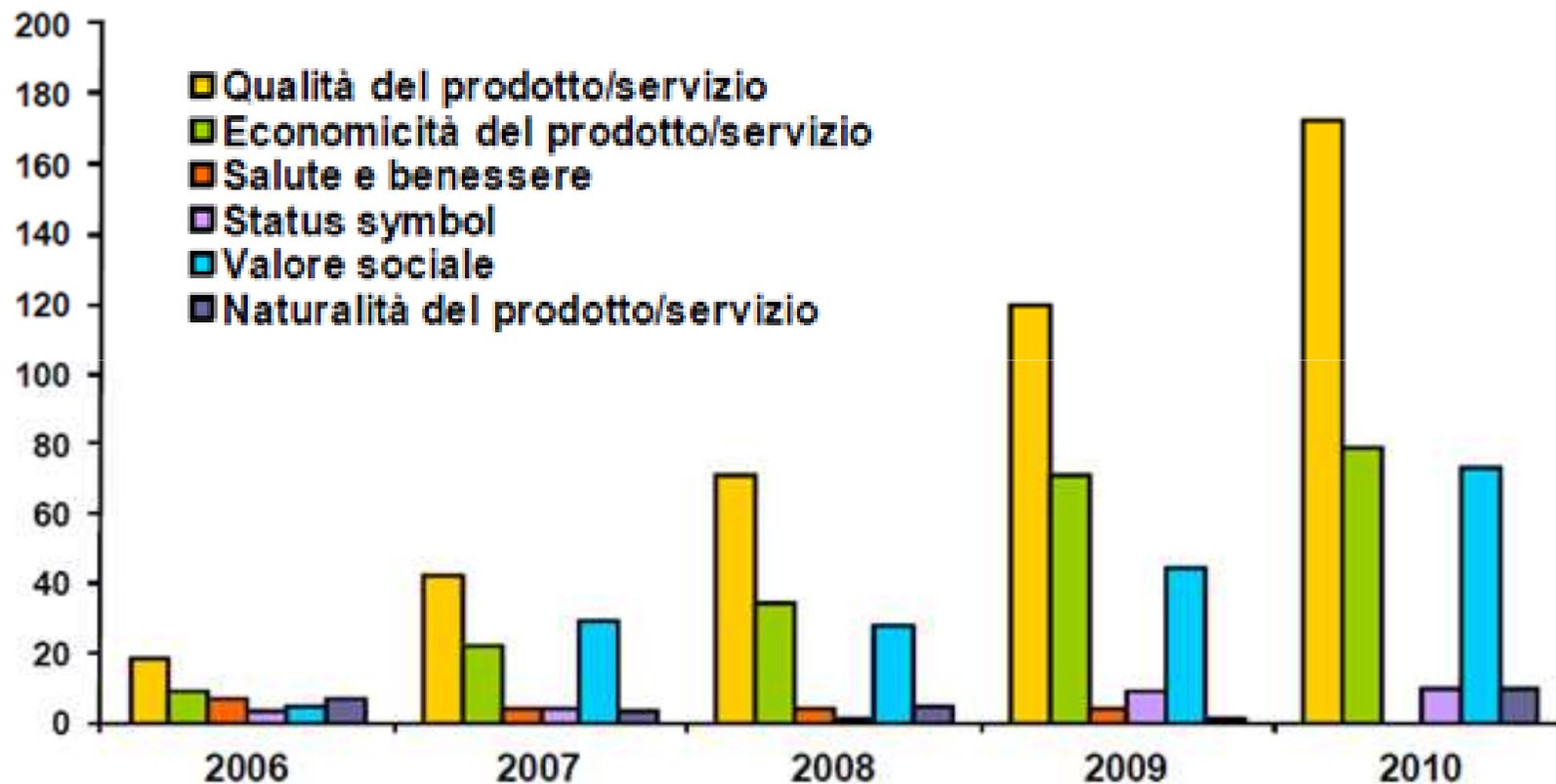
% di chi ritiene le imprese "totalmente responsabili"



Fonte: GFK EURISKO – Settembre 2010



La comunicazione...



Fonte: Università Bocconi- IEFE – Elaborazioni su dati Nielsen



Il consumatore diventa attivo





Il consumatore - attivo: caratteristiche



- **Resilienza:** atteggiamento positivo e riscoperta delle tradizioni
- **Valutazione:** acquisto non in base al solo prezzo (crisi permettendo) ma in base al valore effettivi percepito
- **Affidabilità:** la trasparenza nella comunicazione con il consumatore è un must.
- **Social networking:** interazione e ricerca di informazioni sul produttore, il prodotto e la filiera .
- **Responsabilità:** i temi di responsabilità etica e ambientale non sono percepiti dai consumatori come una moda, ma una esigenza
- **Stabilità:** desiderio di tornare ad una stabilità pur in un contesto economico profondamente diverso da quello del passato.

Fonte: MINTEL – Global Trend 2010



I valori di riferimento del consumatore - attivo

Ridurre l'impatto

- Aumentare l'eco-efficienza
- Prodotti verdi e sostenibili
- Filiere sostenibili

Orientare i consumi

- Comunicare, formare e informare
- promuovere nuovi stili di vita e nuovi modelli di consumo

partecipazione

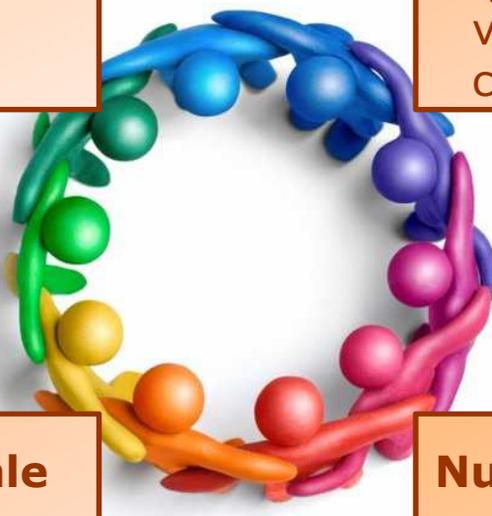
Costruire capitale naturale

- Rispettare l'ecosistema
- Privilegiare le coltivazioni native e di stagione

responsabilità

Nuovi modelli di Business

- Privilegiare approcci virtuosi e costruttivi
- Partire dalle risorse locali
- Interagire e fare network





Mission



La *mission* della Associazione DES Tacum è la **diffusione della cultura del consumo sostenibile e della responsabilità condivisa per stimolare la crescita del Distretto di economia Solidale (DES) sul territorio piacentino**, con l'obiettivo di **presidiare e ottimizzare il funzionamento della filiera distributiva corta** affinché questa diventi e rimanga integrata, equa e partecipata.





I Distretti di Economia Solidale (DES)

“Per DES si intende una **rete costituita dagli attori dell’Economia Solidale presente su un territorio** (GAS, Botteghe del Commercio Equo-Solidale, realtà di Finanza Etica e di Turismo Responsabile, Piccoli Agricoltori Biologici, Piccole Coop, etc...) che **si rafforzano vicendevolmente** orientando per quanto possibile, all’interno della rete, i loro scambi e collaborano tra loro per la promozione verso il pubblico e le istituzioni”.

Fonte: Economia Solidale in rete a PR e provincia

Per DES intendiamo una realtà territoriale, economica e sociale che persegue la realizzazione dei seguenti principi: **cooperazione e reciprocità, valorizzazione del territorio, sostenibilità sociale ed ecologica.**

La realizzazione pratica di questi tre principi fondamentali è perseguita attraverso il metodo della **partecipazione attiva dei soggetti**, nell’ambito dei distretti, alla definizione delle modalità concrete di gestione dei processi economici propri del distretto stesso.

Fonte: Carta RES nazionale



L'economia solidale e la piccola distribuzione organizzata

L'economia Solidale

“L'economia solidale si definisce come **economia delle reti e delle relazioni orizzontali** e non gerarchiche tra operatori, basate sulla **condivisione delle conoscenze, dei mercati, delle informazioni, delle risorse**, ecc.

Le reti integrano diversi settori e realtà territoriali **che si arricchiscono reciprocamente valorizzando le specificità locali e la diversità**: maggiore diversità significa maggiore forza della rete, della sua tessitura, della qualità dei legami tra i componenti”.

Fonte: Mance E. A. - La rivoluzione delle reti.
L'economia solidale per un'altra Globalizzazione

La Piccola Distribuzione organizzata

Si intende con il termine Piccola Distribuzione **Organizzata il processo di distribuzione per le reti di economia solidale**: sue applicazioni pratiche sono, ad esempio, la consegna di merci ai GAS che le hanno acquistate o l'accompagnamento e la **valorizzazione di un prodotto del proprio territorio in un'ottica di filiera corta**.

Fonte: Il capitale delle relazioni



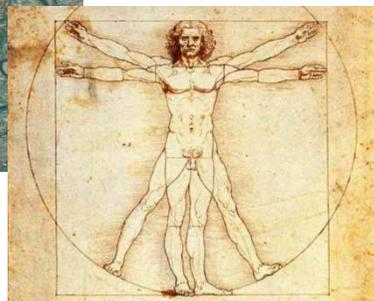
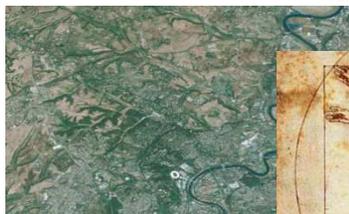


Diffondere la cultura della responsabilità





Priorità e ambito



- **Sociale:** eliminare le diseguaglianze sociali e promuovere la cultura della salute nell'alimentazione
- **Ambientale:** qualità ambientale difesa dagli inquinamenti, dalla produzione di rifiuti, introduzione lavorazioni pulite, mantenere biodiversità,
- **Economica:** efficienza raggiunta con uso adeguato delle risorse e sostenibilità economica duratura
- **Territoriale:** promuovere e investire nel patrimonio agricolo locale in una logica di network
- **Culturale:** mantenere le diversità, le identità locali e diffonderle come occasione di scambio e agente "fertilizzante" per l'innovazione



**DES
Tacum**



**UNIVERSITÀ
CATTOLICA
del Sacro Cuore**

Grazie per l'attenzione!

**Stefania Bassi
Samuele Bertoncini
info@destacum.it**