

Lo zen e l'arte del voto col portafoglio.

Oggi – molto più che in passato – i comportamenti sociali ed ambientali delle imprese appaiono strategici per poter concretizzare un certo qual grado di giustizia sociale e protezione degli ecosistemi: basti pensare che molte multinazionali hanno fatturati superiori al Prodotto Interno Lordo degli Stati. E tali comportamenti – complice la diffusione dei social network – sono sempre più influenzati dall'opinione dei consumatori.

Secondo Il Sole 24 Ore, infatti, prodotti e servizi – per avere successo – devono ormai essere in sintonia con la crescente sensibilità sociale ed ambientale dei consumatori. Che non si accontentano più di un buon rapporto qualità-prezzo ma vogliono sapere se ed in quale misura le imprese – nei loro processi di produzione e distribuzione di beni e servizi – rispettino l'ambiente, i lavoratori e le comunità in cui operano.

Considerazioni, queste, che ci aiutano a comprendere l'importanza della proposta fatta da [Leonardo Becchetti](#) ed [Enrico Giovannini](#) ai giovani dei Fridays for Future che – con Greta Thunberg – si sono mobilitati in tutto il mondo contro i cambiamenti climatici: coinvolgere le loro famiglie in Saturdays for Future, con lo scopo di cambiarne le abitudini di spesa. E trasformare il sabato, quando la maggior parte di noi fa abitualmente la spesa settimanale, nel giorno in cui premiare con le nostre scelte di acquisto – che alcuni chiamano voto col portafoglio – le imprese capaci di creare valore economico nel rispetto delle persone e del pianeta.

Un modo, questo, per stimolare le imprese e i mercati ad accelerare la transizione verso la sostenibilità. E rendere economicamente conveniente il rispetto dell'ambiente, dei lavoratori e delle comunità in cui le stesse imprese operano.

Consumo e produzione responsabili e Lotta contro il cambiamento climatico sono, peraltro, due dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU per lo sviluppo sostenibile: l'unico piano che abbiamo per salvare l'unico pianeta che abbiamo, cambiare il mondo e migliorare il benessere di tutti. E per realizzare questo piano – promosso in Italia dall'ASviS, l'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile, che include tra i suoi aderenti CGIL, CISL e UIL – i due economisti sottolineano la necessità del concorso di quattro mani: del mercato, della politica, della cittadinanza attiva e delle imprese responsabili. Ed evidenziano l'esigenza di innescare dal basso il cambiamento che l'attuazione del piano richiede. Perché il mercato è fatto di domanda e offerta. E noi cittadini-consumatori siamo la domanda: se tutti ne fossimo consapevoli, il nostro voto col portafoglio riuscirebbe a cambiare il mondo.

Inoltre – prosegue la riflessione di Becchetti e Giovannini – poiché la seconda mano della politica si muove sulla scia del consenso degli elettori, un Friday for Future seguito il giorno dopo da un [Saturday for Future](#) formerebbe una combinazione di eventi dal grande impatto mediatico. In grado di imprimere una forte spinta al cambiamento – anche delle policy – nella direzione della sostenibilità sociale, ambientale ed economica. E, grazie ad un coordinamento su larga scala delle scelte individuali di consumo responsabile – che alcuni chiamano cash mob etico – permetterebbe di far crescere l'informazione sulla sostenibilità dei prodotti. E la consapevolezza.

I Saturdays for Future inizieranno il prossimo 28 settembre, il giorno successivo al terzo sciopero globale degli studenti per il clima. E offriranno l'opportunità di cambiare il mondo. A partire da noi. E dal nostro voto col portafoglio. Che necessita di responsabilità. E consapevolezza. Alla cui crescita può concorrere la consultazione

di alcune piattaforme liberamente accessibili. Che – in modo più o meno strutturato e con proprie metodologie – misurano il grado di sostenibilità, responsabilità sociale e trasparenza delle imprese.

Tra queste:

- OpenCorporation, un progetto della Filcams CGIL dedicato alle multinazionali, realizzato dall'IRES (l'Istituto di Ricerca Economica e Sociale) con il concorso – tra gli altri – della Commissione Europea, di alcune imprese e di diversi attori del sindacato nazionale e non;
- EyeOnBuy e l'APP Voto Col Portafoglio (realizzata nell'ambito del Progetto Seminiamo diritti, finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali), iniziative dell'associazione NeXt – Nuova Economia per Tutti, che comprende tra i suoi associati CGIL, CISL e UIL;
- La Mappa della sostenibilità elaborata dai CSRNatives, la rete degli studenti universitari e neolaureati – nativi della Corporate Social Responsibility – con la passione per la sostenibilità e l'innovazione sociale.

Anche se per poter maturare una piena consapevolezza – solo così saremo in grado di meditare sulle implicazioni etiche delle nostre scelte di acquisto e risparmio ed affinare l'arte del voto col portafoglio – appare necessaria un'innovazione: un sito internet o, meglio, un'APP. Che consenta di confrontare in modo semplice – ad esempio, inquadrando con il nostro smartphone un codice a barre o QR – sia il grado di convenienza economica di beni e servizi sia il grado di sostenibilità sociale ed ambientale delle imprese che li producono. Permettendoci in tal modo di capire – in un batter d'occhio – se dietro la pur importante variabile della convenienza economica di beni e servizi si nasconde un'insidia. Quella del dumping sociale e ambientale. Che erode capitale sociale e naturale – dei cui costi dovremo comunque, prima o poi, farci carico – estraendo valore invece di crearlo.