

Saturdays for Future. Giovannini (Asvis): “Un’alleanza tra produttori e consumatori per la sostenibilità”

Far diventare il sabato, quando la maggioranza delle persone fa la spesa settimanale, il giorno dell’impegno per cambiare i modelli produttivi e le abitudini di consumo a favore di uno sviluppo sostenibile: questo l’obiettivo dei **Saturdays for Future**, lanciati, a giugno scorso, dalle pagine di “Avvenire” da Enrico Giovannini, portavoce di Asvis (Alleanza italiana per lo sviluppo sostenibile) e da Leonardo Becchetti, presidente del comitato scientifico di NeXt. Il primo appuntamento è domani, sabato 28 settembre, data non casuale: è il giorno successivo allo sciopero globale degli studenti in difesa del clima. Gli attivisti italiani sono scesi in 160 piazze, sparse in tutta Italia, con cortei e comizi. Contemporaneamente all’Italia, ci sono manifestazioni di giovani in altri 26 Paesi nel mondo. In occasione dei Saturdays for Future all’interno dei luoghi della mobilitazione sarà posizionata un’urna per inserire gli scontrini degli acquisti. Si tratta di una scelta pensata proprio per dare l’idea del “voto col portafoglio” e per avere un riscontro della partecipazione dei consumatori alla giornata. **Enrico Giovannini** ci spiega l’iniziativa che parte domani.



Come nascono i Saturdays for future?

Durante il Festival dello sviluppo sostenibile abbiamo fatto alcune sperimentazioni su come l'informazione data ai consumatori possa cambiare le abitudini di consumo. Allora, ci siamo chiesti: perché impegnarci solo il venerdì per cambiare il mondo? Potremmo concentrarci anche sul sabato, quando più della metà degli italiani fa la spesa settimanale.

È un'iniziativa in linea con l'obiettivo 12 dell'Agenda 2030

che riguarda il consumo e la produzione responsabili, così come i Fridays for future si concentrano sull'obiettivo 13, quello della lotta ai cambiamenti climatici.

Chi sperate di coinvolgere in questa iniziativa?

Consumatori, produttori e distributori. Tanti italiani hanno già una sensibilità sui temi della sostenibilità, ma c'è una certa opacità nei prodotti circa il rispetto dell'ambiente e dei diritti dei lavoratori. Indubbiamente, il richiamo alla sostenibilità rischia di diventare una moda, quindi

serve una maggiore comunicazione ai consumatori, ma anche una sensibilizzazione.

Per questo, dopo l'iniziativa di sabato 28 settembre, da lunedì 30 cominceremo a lavorare con le associazioni della distribuzione, dei produttori e dei consumatori, per far sì che cambino certe pratiche: ad esempio, sarebbe possibile aggiungere ai prodotti, oltre ai bar code, dei Qr Code, per leggere, attraverso un cellulare, qual è il grado di rispetto dell'ambiente e dei diritti dei lavoratori che sta dietro a quel determinato prodotto. Questo tipo di informazione genererebbe una sana competizione tra i produttori che avrebbe effetti sui mercati, sulle scelte e dunque sull'impatto della Co2. Perciò, abbiamo pensato che Fridays for future e Saturdays for future possano andare insieme: siamo molto lieti che oggi, venerdì 27 settembre, all'Assemblea generale dell'Onu l'iniziativa Saturdays for future è stata presentata per diventare eventualmente una buona pratica mondiale.

Come si concretizzano i Saturdays for future?

Sul [sito](#) mostriamo tutta una serie di pratiche, che potrebbero essere usate già adesso da consumatori, produttori, distributori e educatori. E poi ci saranno iniziative sparse sul territorio italiano: alcune catene distributive si sono già impegnate per delle prime azioni, ci saranno dei cash mob in giro per l'Italia e occasioni di riflessione in tutta Italia. *Faremo un secondo Saturday for future prima di Natale: in quell'occasione presenteremo i primi risultati del cambiamento culturale e concreto che auspichiamo.*

Per cambiare le abitudini di spesa delle famiglie italiane cosa può essere più incisivo?

Prima di tutto, il dialogo tra giovani e adulti. Quanti di noi hanno già sperimentato la pressione dei piccoli nel cambiare i comportamenti rispetto alla raccolta differenziata, all'uso della plastica. *I giovani hanno da insegnarci una certa*

radicalità e una coerenza che si traduce in comportamenti concreti: tanti di loro non vogliono un'automobile. Questo è un elemento di preoccupazione per chi le produce, ma una grande opportunità per chi produce mezzi più sostenibili. Su questo abbiamo bisogno di accelerare perché, come il Papa non si stanca di dirci, abbiamo poco tempo ed è una questione di giustizia: ogni giorno che ci separa da un mondo sostenibile è uno nel quale anche noi contribuiamo all'ingiustizia. Sappiamo, d'altra parte, che molte persone in Italia, ma non solo, vorrebbero orientare i propri consumi a prodotti più sostenibili, ma non possono farlo perché non hanno i mezzi finanziari. Anche questo deve cambiare: magari ci saranno catene distributive e produttive che decideranno di abbassare i prezzi per andare incontro a questa domanda e così conquistare quote di mercato. Proprio il mercato può essere uno strumento potentissimo di cambiamento, se orientato nella giusta direzione.

Economia, mercato e sostenibilità possono camminare insieme?

Al momento non abbiamo un altro sistema, ma sappiamo che non va bene: ecco perché abbiamo bisogno di mettere in campo tutte le azioni, dai Fridays for future ai Saturdays for future, ma ricordo che c'è anche tutto il resto della settimana da inventare. Penso anche alla finanza sostenibile e alla cooperazione, che provano a rispondere in modo diverso a stimoli che pure sono di mercato. *La politica, da questo punto di vista, è importante perché può orientare i comportamenti, ma anche far crescere cultura nella direzione giusta.*

Il titolo della prossima Settimana sociale dei cattolici italiani è "Il pianeta che speriamo. Ambiente, lavoro, futuro. #Tuttoèconnesso"...

Sono molto lieto di questa scelta. Nel percorso verso la Settimana è importante che il cambiamento avvenga: non abbiamo tempo da perdere. La sintesi di economia, ambiente e società, che è al centro dell'ecologia integrale di Papa Francesco

nella Laudato si', deve maturare ovunque. Sono convinto che anche nelle pratiche quotidiane la Chiesa possa esprimere un cambiamento importante. Nelle diocesi, ad esempio, si stanno moltiplicando incontri e riflessioni sullo sviluppo sostenibile.

La Chiesa, visto il suo grande ruolo, può aiutare il nostro Paese ad accelerare il passo.

D'altra parte, Papa Francesco in giro per il mondo è considerato l'alfiere numero 1, anche più di Greta, del cambiamento possibile.

Avvenire è media partner di Saturdays for future...

Abbiamo scelto l'Avvenire perché, più di qualsiasi altro media, ha avuto attenzione su questi temi. Adesso si stanno muovendo anche altri mezzi di comunicazione, ma tutti devono riconoscere che

i cattolici hanno una marcia in più.