

Il Gioosto compleanno del consumo responsabile

Torna il 24 novembre in tutta Italia il Good Friday, l'agornata nazionale di promozione degli acquisti sostenibili e del consumo responsabile, organizzata dalla Rete di NeXt Economia in tutta Italia. Era il 2019 quando venne lanciato dai canali social di NeXt Economia, il primo e-commerce etico multimarca: Gioosto.com. E anche quest'anno, in occasione del "compleanno" di questa piattaforma che si propone di mostrare aziende sostenibili, che in tutta la Penisola attuano strategie produttive e sociali sui propri territori di appartenenza, l'anniversario si festeggia su social, canali video e punti vendita di imprese e partner in Italia.

La campagna di promozione del #Voto col Portafoglio – il super-potere dei cittadini-consumatori, che scelgono quotidianamente in modo responsabile e informato – è partita a ottobre, grazie a due istituti superiori di Roma: il Frammartino di Tor Lupara e il Marconi di Civitavecchia.

Durante il week-end del Good Friday, dal 24 al 26 novembre, affiancheranno i messaggi social degli studenti anche alcune aziende, tra le quali: Braida, Cotti in Fragranza, Molino Agostini, Bindi Copy e Beni Svelati. Imprese molto diverse tra loro e allo stesso tempo unite dai principi di economia civile e produzione responsabile.

Il Gioosto compleanno!

«Siamo partiti 5 anni fa con l'idea che attraverso il Voto col Portafoglio si potesse cambiare il mondo e abbiamo pensato che l'innovazione sociale che un e-commerce sostenibile può generare nei luoghi e nelle filiere produttive sia davvero radicale» raccontail Presidente di Gioosto, Luca Raffaele. «Siamo ancora lontani dagli obiettivi che ci siamo posti, anche se questa giornata di festa ci ricorda cosa di buono si è riuscito a seminare (imprese salvate dall'fallimento, cooperative riconvertite in chiave digitale e internazionalizzate e consum-attori sempre più consapevoli del loro super potere. Nei prossimi anni, però – continua il Presidente – la sfida sarà più grande. Non rivolgeremo le nostre attenzioni solamente al cittadino, ma diremo chiaramente (e radicalmente) che se le aziende e le organizzazioni che si definiscono di "nuova economia" non scelgono di ripensare le loro filiere e di scegliere piattaforme cooperative come Gioosto per aumentare la loro sostenibilità, ci scontreremo con un problema di incoerenza enorme: di filiera e reputazionale. Abbiamo diversi modi per concretizzare questo nuovo Voto col Portafoglio B2B: pacchi solidali, gift card green, pacchi di welfare aziendale. Non ci sono più scuse per dire che non si può scegliere».

La campagna social e le scuole

Promossa tramite i canali Instagram e Facebook di NeXt Economia, la campagna digitale creata dagli oltre 100 studenti dell'Istituto Frammartino di Roma e dell'Istituto Marconi di Civitavecchia, è stata costruita partendo da laboratori/gioco sul consumo responsabile.

Le 4 classi coinvolte – tutte quarti e quinti anni delle due scuole – hanno dapprima compreso a fondo quanto gli acquisti di ciascuno di noi possano incidere sulle scelte produttive delle aziende dalle quali ci forniamo e in un secondo momento, da settembre a ottobre, hanno raccolto idee e informazioni per contrastare la disinformazione dilagante in merito agli ambiti commerciali più amati dagli adolescenti italiani.

L'obiettivo di questi studenti è quello di "portare ai propri coetanei" il messaggio di sensibilizzazione agli acquisti quotidiani promosso da oltre 10 anni dalla Rete nazionale di organizzazioni, imprese, amministrazioni locali, scuole e università di NeXt Economia: informarsi, scegliere, acquistare, condividere.

Le ragazze e i ragazzi hanno risposto bene a questa sfida, creando materiali originali su temi commerciali ricorrenti: fast fashion, accise sui beni di prima necessità per la tutela della salute (contraccettivi, assorbenti igienici e pannolini), diritti dei lavoratori, tecnologia. In particolare, sono state prese di mira le aziende di sneakers, borse e make-up (new entry di quest'anno).

Insieme alle scuole di Roma, altri due gli istituti di secondaria superiore coinvolti nella mobilitazione e sensibilizzazione locale. L'IMA di Lecco (Istituto di Maria Ausiliatrice), che ha lavorato con gli studenti durante questo mese di novembre, per creare 4 post specifici sull'impatto negativo degli acquisti principali degli studenti: rispetto ai diritti dei lavoratori sui temi della tecnologia (sfruttamento minorile



