

Titolo web quest: ESSERE CONSUMATORI CONSAPEVOLI

Discipline coinvolte:

Scienze integrate

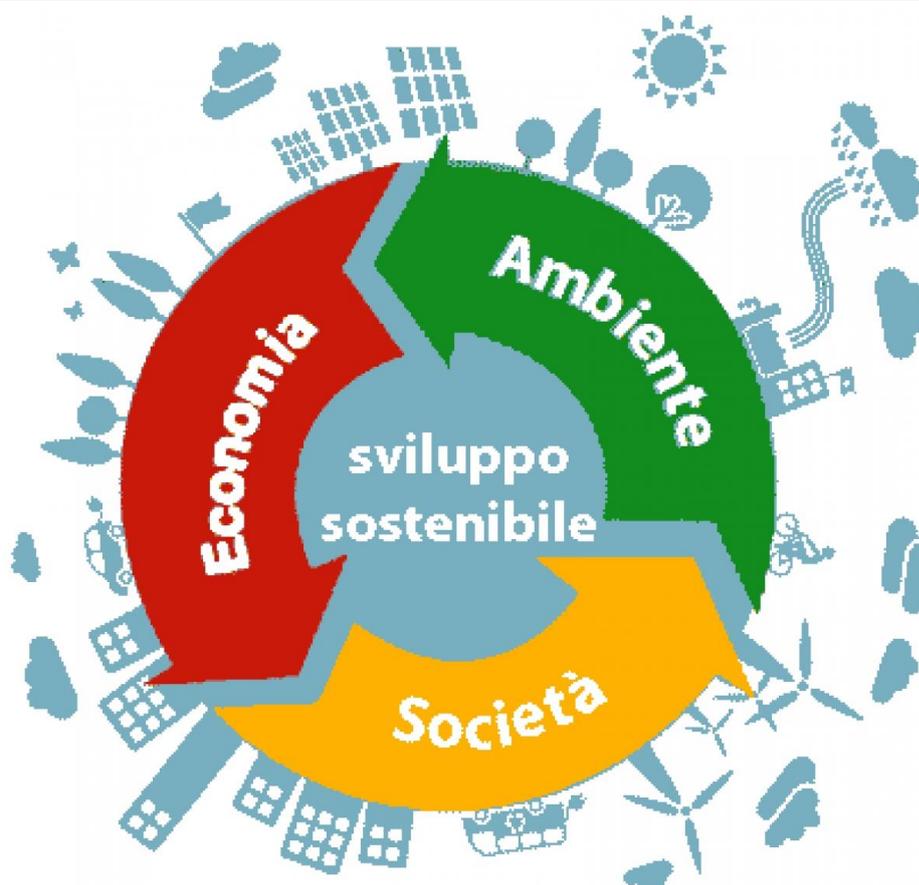
Economia aziendale

Cittadinanza e costituzione

Durata totale: 4h (in aula) + 4h (lavoro domestico) + 2h (restituzione risultati)

Introduzione

Tempo di
esecuzione: 1h
(in aula)



HAI L'AUTORIZZAZIONE PER UTILIZZARE QUESTA IMMAGINE ? Si/No

Negli ultimi anni grazie all'impegno di molti, istituzioni pubbliche e private, organizzazioni nazionali ed internazionali, è progressivamente aumentata l'informazione del consumatore rispetto alla situazione ambientale del pianeta, all'emergenza energetica, al problema dei rifiuti, agli aspetti etici e sociali legati alla produzione e all'estrazione di materie prime; di pari passo il consumatore ha acquistato consapevolezza circa l'interdipendenza tra le attività che ciascuno dei protagonisti dell'ambiente pone in essere e quindi anche del proprio ruolo in un progetto globale di sostenibilità, intesa come quello stile di vita e di consumo che rispetta e protegge, in un'ottica di benessere anche futuro, ecosistemi e risorse naturali; il consumatore è anche sempre più conscio del fatto che attraverso le sue preferenze di acquisto può penalizzare e così scoraggiare le pratiche aziendali che purtroppo ancora in troppe zone del mondo fondano i loro profitti e successi su metodi produttivi non etici, come il lavoro nero o quello minorile. (I quaderni del consumatore: le etichette ecologiche. Camera di commercio di Ancona).

«La forza decisiva per costruire dal basso un benessere equo e sostenibile sarà il "voto col portafoglio". Ovvero la sempre maggiore consapevolezza dei cittadini che le loro scelte di consumo e risparmio sono la principale urna elettorale che hanno a disposizione». (Leonardo Becchetti, economista)

Compito

SEI UN CONSUMATORE CRITICO?

Un sondaggio effettuato da Ipsos MORI per conto di Changing Markets Foundation e Campagna Abiti Puliti, ha evidenziato che solo due Italiani su dieci (22%) ritengono che l'industria informi adeguatamente i consumatori riguardo all'impatto produttivo sull'ambiente e sulla popolazione e otto su dieci (82%) ritengono che i marchi debbano fornire informazioni sugli obblighi assunti e le misure adottate per ridurre l'inquinamento.

Voi siete stati incaricati da una società di ricerche di mercato per individuare i comportamenti dei consumatori partendo dall'analisi dei consumi della vostra famiglia.

Individuate gruppi di lavoro da 4 studenti ciascuno. Ogni gruppo condurrà la ricerca sui seguenti settori:

- tessile
- alimentare
- cosmetico
- tecnologico

Processo

Sarete suddivisi in quattro gruppi ciascuno dei quali si occuperà di uno dei seguenti argomenti:

- tessile
- alimentare
- cosmetico
- tecnologico

Assegnate a ciascuno di voi uno dei seguenti ruoli in base alle vostre abilità: regista, intervistatore, tecnico del montaggio e responsabile del diario di bordo.

1. Calcolate l'impronta ecologica di ciascun componente del gruppo

- <https://www.wwf.ch/it/vivere-sostenibile/calcolatore-dell-impronta-ecologica>
- <http://www.pandaclub.ch/it/Scopri/I-temi-del-WWF/improntaecologica/Test-dellimpronta-ecologica/>
- http://www.feem-project.net/pandora/impronta_eco.php?ids=125

2. Leggete le risorse indicate

3. Analizzate la spesa delle vostre famiglie e verificate se siete consumatori consapevoli

4. Individuate i marchi più sostenibili basandovi sulla presenza dei simboli delle certificazioni sulle etichette dei prodotti appartenenti al settore assegnato al gruppo

5. Realizzate una breve relazione contenente (cartacea, digitale):

- l'impronta ecologica del gruppo (ottenuta dalla media delle impronte dei singoli)
- calcolo percentuale dei prodotti certificati sostenibili presenti nella spesa delle vostre famiglie
- conclusione critica dei risultati e proposte di riduzione dell'impronta ecologica mediante l'uso di prodotti certificati e altre azioni

6. Documentate il backstage del vostro lavoro.

Risorse

Siti web

- [https://www.unimondo.org/Guide/Economia/Consumo-critico/\(desc\)/show](https://www.unimondo.org/Guide/Economia/Consumo-critico/(desc)/show)
- http://www.ansa.it/canale_lifestyle/notizie/moda/2019/01/10/moda-consumatori-consapevoli-occhio-ad-ambiente-anche-per-i-grandi-marchi_e49b380a-d89c-4e0f-adb4-1d1ad1dbffec.html
- <http://www.an.camcom.gov.it/sites/default/files/GuidaEtichette%20Ecologiche.pdf>
- <https://www.madreterrablog.it/2012/01/lecologia-in-un-marchio-leggere-le-etichette-e-riconoscere-i-prodotti-eco-friendly/>
- <https://www.fasda.it/impronta-ecologica/>

Strumenti

- Videocamera o smartphone per riprese video
- Premiere adobe o iMovie o qualsiasi software free per montaggio video

Obiettivi di Apprendimento

Obiettivi di Apprendimento:

Al termine di questa WebQuest sarai in grado di:

- Conoscere il significato dei termini consumo critico, impronta ecologica e certificazioni ecologiche
- Saper leggere un testo informativo di area tematica
- Saper leggere l'etichetta di un prodotto
- Riflettere sul ruolo della scuola nella promozione dello sviluppo sostenibile
- Migliorare il livello di partecipazione nella vita scolastica

Competenze acquisite	Capacità acquisite = Competenze Sociali ed Attivismo	Conoscenze e contenuti appresi
<ul style="list-style-type: none"> ● Saper comprendere il concetto di sostenibilità ecologica ● Saper comprendere il concetto di impronta ecologica ● Individuare comportamenti che contribuiscono alla riduzione dell'impronta ecologica ● Diventare peer educator di ecosostenibilità ● Essere in grado di selezionare prodotti al fine di diventare un consumatore sempre più consapevole 	<ul style="list-style-type: none"> ● Essere in grado di individuare comportamenti scorretti per l'ambiente in qualità di consumatore ● Saper sperimentare la cittadinanza attiva impegnandosi in attività tese a promuovere comportamenti corretti ● Essere in grado di collaborare con altri compagni 	<ul style="list-style-type: none"> ● Conoscere l'esistenza dei marchi ecologici e comprenderne le peculiarità ● Conoscere le problematiche relative all'ambiente causate da scorretti stili di vita ● Conoscere i comportamenti per tenere uno stile di vita sostenibile

Alessia Accili
Patrizia Rossi
Silvia Urbinelli