

## Il Cash Mob Etico

*Come connettere la Grande Distribuzione al territorio in modo trasparente.*

La Nuova Economia deve “mettere in rete” valori e strumenti comuni di realtà e organizzazioni diverse, evitando di disperdere energie preziose e attivando percorsi comuni. Zygmunt Bauman afferma che “Il vero dialogo non è parlare con gente che la pensa come te” e l’urgenza dei cambiamenti - così come anticipati anche nell’Agenda 2030 - non ci permetteranno di affrontare il tema dello sviluppo sostenibile con approcci

residuali e con le dinamiche che si sono viste nella concezione di un’altra Economia.

L’economia di domani è fondata su nuove modalità di rapporto tra imprese sostenibili e consumatori attivi, tra GAS aperti e GDO responsabili, con un linguaggio bidirezionale che consideri tutti gli interlocutori come part-



ner da ascoltare e con i quali verificare l’effettiva sostenibilità della politica aziendale, concependo le aziende come generatori di benessere collettivo. Si deve partire da un presupposto: la sostenibilità è conveniente, per tutti, se si realizza in modo collaborativo tra diversi soggetti, ma ha

WAREHOUSES  
ARE OUR PASSION



bisogno di connettori che facilitino questo genere di interazione che potrebbe risultare non spontanea.

**U**no degli strumenti per favorire questo tipo di dialogo - e l'azione conseguente a supporto di questi soggetti virtuosi, è Il Cash Mob Etico, una iniziativa di formazione e acquisto collettivo sperimentato per la prima volta nel 2011 da NeXt. Nel corso degli anni si è evoluto sia in termini di strumenti di attivazione della cittadinanza, che di monitoraggio della sostenibilità delle aziende selezionate. Da evento premiale di natura episodica, è diventato un percorso di certificazione dal basso della società civile e di indagine qualitativa sui consumi dei cittadini.

**L**e aziende selezionate secondo i criteri dell'Autovalutazione di NeXt, aprendosi al dialogo con i cittadini e condividendo i loro punti di forza e le loro aree di miglioramento, sono state premiate attraverso le MOBilitazioni, che hanno creato un vantaggio in termini di reputazione e di impatto economico.

**S**ensibilizzare i cittadini sulla propria capacità di incidere e premiare le pratiche produttive responsabili e sostenibili, è il fondamento del concetto di "voto col portafoglio", espressione nata dall'intuito di Leonardo Becchetti, eco-

nomista di fama internazionale e presidente del Comitato Tecnico Scientifico Direttivo di Next. Questo approccio ha permesso di superare la logica di contestazione, a vantaggio di una nuova logica che sostenga i soggetti che abbiano intrapreso un reale percorso verso la sostenibilità sociale e ambientale. Si potrebbe dire che si è compiuto un upgrade del grande tema del boicottaggio, passando alla sua versione 2.0, che alla contestazione sostituisce la scelta di aziende già avviate, verso una logica produttiva responsabile e sostenibile.

**N**egli ultimi anni sono state attivate numerose iniziative di Cash Mob Etico nei territori italiani, presso diverse tipologie di negozi: dalla bottega del commercio equo solidale, al piccolo artigiano fino ad arrivare alla Grande Distribuzione Organizzata.

**I**n particolare, su quest'ultima è stato sperimentato, fra luglio e settembre scorsi, un percorso più approfondito di ricercazione insieme alla Fondazione PLEF, che ha visto la mobilitazione di 18 volontari del mondo associativo in tre store di Coop Lombardia (Iper Sesto, Brescia e Como). I volontari coinvolti insieme a 8 venditori "cantastorie" della Coop



recentemente formati sugli esiti dell'Autovalutazione e sul valore socio-ambientale di alcuni marchi sostenibili all'interno degli store, ha permesso di coinvolgere un numero elevato di persone.

**Q**uesta azione ha previsto due momenti distinti di maggiore interazione con il pubblico: uno dedicato alla somministrazione di questionari qualitativi appositamente preparati e un altro incentrato sul monitoraggio della comunicazione/attività estesa su 3 mesi di esercizio (da luglio a settembre).

**L**o studio ha evidenziato come uno strumento di MOBilitazione - supportato da una rete di organizzazioni della società civile - riesca a incidere nelle pratiche quotidiane di consumo, non solo sensibilizzando e attivando i cittadini, ma anche ricollegando diverse "anime" dell'economia che non reputavano la GDO un luogo dove poter attivare percorsi di formazione e sviluppo.