



POȚI SCHIMBA LUMEA CU MAI PUȚIN?
CONSUMĂ RESPONSABIL!

PARTENER DE
IMPLEMENTARE



PROIECT MARCA

Noi  **Orizonturi**
pentru tineri și comunitate



**TOOLKIT PENTRU LIDERII
JUNIORI IMPACT PE TEMATICA
CONSUMULUI RESPONSABIL**

CUPRINS

Introducere

De ce acest toolkit?

Ce ne dorim de la voi?

Ce ne dorim de la participanții la ateliere?

Contextul proiectului

Urgența implicării și luării de atitudine

Actori locali/globali

Pași pentru schimbare

Competențele unui cetățean global IMPACT

Dovada schimbării

Structura atelierelor

Tabelul competențelor atinse în ateliere

Atelier 1 - Interdependențe globale

Atelier 2 - Opinii și comportamente de consum

Atelier 3 - Drumul produselor

Atelier 4 – Condiții de producție

Atelier 5 - Consumator informat

Atelier 6 - Apă invizibilă

Atelier 7 - Acțiune Personală

Copyright și disclaimer

2017 Fundația Noi Orizonturi

Informațiile din acest document reprezintă proprietatea Fundației Noi Orizonturi, și pot fi folosite, reproduse și transmise doar cu acordul scris al unui reprezentant al Fundației Noi Orizonturi. Acest material este realizat cu sprijinul Fundației Auchan pentru Tineri, organizație franceză care, de 20 de ani, susține ONG-uri puternice din mai multe țări europene. Proiectul „Less is more - sau cum poți schimba lumea cu mai puțin?”, își propune să implice 10 cluburi IMPACT de liceu din județele Iași și Neamț în promovarea unui consum responsabil.

Introducere

Acest material (Toolkit) este structurat ca un suport de lucru pentru liderii și membrii IMPACT implicați în proiectul “Less is More”, sprijinit de Fundația Auchan pentru Tineri. Toolkit-ul vă ghidează în organizarea a patru ateliere de învățare pentru alți 20 de tineri pe tematica – **Consumului Responsabil**.

În acest ghid găsiți 6 ateliere construite pe durata a 90 de minute/atelier, cu activități recomandate, dar și activități alternative care vă pot ajuta la facilitarea atelierelor pentru un grup de 20 de participanți (membri cluburilor IMPACT și/sau alți tineri din comunitate interesați de această tematică).

Atelierele sunt construite astfel încât să îi implice pe participanții voștri într-un mod activ în procesul lor de învățare folosind jocuri, filme, simulări, discuții facilitate, lucru pe grupe, jocuri de rol, etc. La finalul acestor ateliere participanții vor fi echipați cu competențele necesare pentru a deveni cetățeni globali care consumă mai responsabil, fiind totodată capabili să gândească și să planifice proiecte de învățare prin serviciu în folosul comunității pe tematica consumului responsabil.

De ce acest Toolkit pentru un consum mai responsabil?

Trăim într-o lume a interdependențelor! O lume în care ceea ce decidem și ce facem în fiecare zi are un impact nu doar asupra noastră dar și asupra celorlalți din comunitatea noastră, din țara noastră, de pe continentul nostru. Practic, acțiunile noastre au în cele din urma efecte majore asupra mediului și asupra tuturor ființelor care trăiesc pe planeta noastră.

Consumul (i)responsabil este una din tematicile care sunt foarte conectate cu viața noastră de zi cu zi, aproape în fiecare moment.

Copiii și tinerii sunt cei care au șansele cele mai mari să înțeleagă și să-și schimbe comportamentele de consum. Dar pentru ca acest lucru să se întâmple, ei au nevoie de cunoștințe, abilități și mai ales atitudini care să-i ghideze spre responsabilitatea față de mediu, să-i încurajeze să le pese, să participe și să interacționeze critic cu societatea globală în care trăim.

Ne propunem ca tinerii pe care îi abordăm în proiectul nostru **să devină în primul rând, la nivel personal, cetățeni globali responsabili - în sfera consumului.**

Având această nouă înțelegere ei pot să devină agenți ai schimbării în comunitatea lor implementând proiecte de învățare prin serviciu în folosul comunității, a căror scop este să schimbe mentalitățile față de consum la nivelul comunității, dar și comportamentele specifice de consum ale celor implicați în proiecte (membri IMPACT, cetățeni din comunitatea locală).

Ce ne dorim noi de la voi - ca facilitatori în cadrul proiectului “Less is More”?

Ne dorim ca voi, facilitatorii atelierelor de educație globală “Less is More” să vă lărgiți înțelegerea cu privire la ceea ce înseamnă:

- **Cetățenie global** - cum devii un cetățean global;

- **Ce este consumul responsabil în context global** - parcurgând tematici care se intersectează cu tematica consumului responsabil precum: probleme globale, interdependețe, consumerism, actori relevanți în domeniu, cauze și efecte ale consumului iresponsabil, comportamentul meu de consumator, modalități de reducere a consumului iresponsabil, planul personal pentru schimbarea comportamentelor mele de consumator etc;
- **Educație globală - dezvoltarea de competențe de facilitare** a activităților de educație globală pe tematica consumului responsabil pentru alți tineri (învățare de la egal la egal);
- **Model și inspirație în clubul vostru IMPACT** - cum îi inspirați pe ceilalți prin propriul vostru comportament și cum împuterniciți echipa/clubul vostru IMPACT să înțeleagă această nevoie de consum responsabil la nivel local și la nivel global; cum să mobilizați actorii locali și comunitatea pentru a realiza un proiect de învățare prin serviciu în folosul comunității pe tematica consumului responsabil.

Ce ne dorim de la participanții la ateliere voastre viitoare?

- Să devină la nivel personal cetățeni globali - consumând mai responsabil;
- Să-și exerseze rolul de agenți ai schimbării în comunitatea lor planificând și implementând un proiect de învățare prin serviciu în folosul comunității pe tematica consumului responsabil.

Rezultatul final al proiectului este ca atât voi, membrii cluburilor din care faceți parte cât și beneficiarii proiectelor voastre, să-și schimbe comportamentele de consum în vederea reducerii problemelor globale cu care ne confruntăm.

Contextul proiectului

Un **cetățean global** este o persoană care are o perspectivă și o înțelegere mai amplă asupra problemelor globale, înțelege implicațiile globale ale propriilor acțiuni și își asumă responsabilitatea față de propriile comportamente. Un cetățean global face schimbări în mod constant în viața personală pentru a avea un impact pozitiv asupra mediului sau pentru a reduce impactul negativ asupra mediului.

Pentru a crea cu adevărat o schimbare pozitivă avem nevoie de o masă critică (un număr minim semnificativ) de cetățeni care își schimbă cel puțin comportamentele de consum. Credem în capacitatea cluburilor IMPACT de a contribui la creșterea acestei mase critice de cetățeni globali care fac diferența.

De ce e urgent să luăm atitudine și să ne implicăm?

Iată câteva aspecte care să vă convingă de urgența implicării voastre ca și membri IMPACT în reducerea consumului iresponsabil!

Dacă vă uitați doar la câteva statistici cu privire la starea planetei veți găsi câteva aspecte îngrijorătoare privind inegalități, injustiție și încălcarea drepturilor omului precum și date mai mult decât îngrijorătoare cu privire la starea mediului înconjurător. Cele mai multe dintre ele par să fie legate în mod special de modul în care ne trăim viața. **Stilul nostru de viață ca indivizi și ca societăți nu este în armonie cu ritmul de viață al gazdei noastre - planeta Pământ, lucru care aduce după sine foarte multe consecințe negative.** Iată câteva exemple:

- **Peste 27 de milioane de oameni** de pe întreaga planetă sunt "sclavi moderni" lucrând în lanțurile de producție sau distribuție pentru multe produse pe care noi le consumăm în fiecare zi: haine, cafea, ciocolată, jucării, electronice etc;

- **Am produs mai mult plastic în ultimii 14 ani** (din 2003) decât am produs în ultimii 100 de ani. Mai mult de jumătate din producția de plastic la nivel global este folosită doar odată și este aruncată. Ce credeți că se întâmplă cu acest plastic? Numai un exemplu: în fiecare an milioane de animale din mări și oceane mor pentru că înghit plasticul sau pentru că sunt blocați în masele plastice;
- **2016 a fost cel mai cald an** în care s-au depășit temperaturile record. Acest lucru are un efect negativ devastator asupra vieții pe pământ, asupra vieții sălbatice, asupra ghețarilor, nivelului mărilor și multe dintre aceste consecințe sunt ireversibile;
- **Efectele încălzirii globale** (incluzând aici și evenimente meteorologice extreme) și ale problemelor de mediu cauzate de noi (umanitatea) omoară mai mulți oameni pe întreaga planetă decât dezastrele naturale și toate războaiele cumulate la un loc;
- **Aproape jumătate din mâncarea disponibilă** pentru oameni pe planetă este aruncată, dar în același timp 1 din 8 oameni în lume suferă de foame;
- **În 6 august 2016 a fost „Earth Overshoot Day”** care marchează ziua în care noi, umanitatea, am epuizat “bugetul” oferit de natură pentru anul în curs - după această dată, noi ca rasă (oamenii) funcționăm pe creditul pe care îl luăm din viitor. În fiecare an această zi vine tot mai devreme.

Avem doar o planetă. Lumea noastră este ca o “bombă” gată să explodeze oricând dacă nu facem ceva - cel puțin schimbarea comportamentului de cumpărare! Totul ține de nivelul nostru de conștiință, de responsabilitate, de capacitatea noastră de a acționa înainte să fie prea târziu. **Tinerii din cluburile IMPACT pot face diferența!**

Actori locali/globali

Alături de noi mai sunt și alți actori la nivel global care pot să facă o diferență și alături de care putem să acționăm pe tematica consumului responsabil prin colaborare:

- Familia noastră, colegi, prieteni, vecini;
- Cluburile de inițiativă comunitară impact din România (peste 150 de cluburi impact);
- Cluburile de inițiativă comunitară impact la nivel internațional (peste 200 de cluburi);
- Organizații non-guvernamentale locale sau naționale;
- Instituții relevante din domeniul educației (ministere, inspectorate, școli etc);
- Rețele internaționale în sectorul civil;
- Sectorul privat (firme, corporații etc);
- Instituții religioase (biserica, organizații creștine, centre de cult religios etc);
- Instituții financiare;
- Sindicatele;
- Guvernele țărilor;
- Agenții guvernamentale internaționale;

- Mass-media locală și internațională;
- Grupuri de lobby;
- alte grupuri informale etc.

Această listă este cu doar câțiva actori care pot influența într-un mod pozitiv sau negativ problemele globale. **Ce ne dorim este ca pornind de la noi ca indivizi să putem crea o undă de influență pozitivă asupra celor de lângă noi-** familie, prieteni, colegi de școală, colegi de club IMPACT. De aici, de la clubul IMPACT, putem să lucrăm cu unul sau cu mai mulți dintre acești actori pentru a face o schimbare pozitivă cel puțin în privința schimbării comportamentelor de consum.

Cum?

Noi privim schimbarea pe care o putem face prin clubul nostru IMPACT ca fiind una pozitivă, una care ar aduce soluții, îmbunătățiri unei stări de fapt pentru a merge spre un viitor mai sustenabil.

Ce înseamnă acest **viitor sustenabil**? Resursele planetei nu sunt doar ale noastre pentru a fi utilizate acum și aici fără nicio responsabilitate asupra viitorului. Este important să consumăm aceste resurse astfel încât ele să fie disponibile și în viitor tot pentru noi și generațiile viitoare, fără a degrada ireversibil mediul înconjurător și toate ființele cu care împărțim planeta.

Pași pentru schimbare

O dată ce am înțeles urgența problemei cu care ne confruntăm datorită consumului iresponsabil de resurse, iată ce am putea face noi pentru a fi cu adevărat cetățeni globali:

- Să ne observăm propriile noastre comportamente de consum;
- Să ne evaluăm propriile comportamente de consum și să vedem mai clar care sunt consecințele lor;
- Să discutăm cu cei din jurul nostru despre ceea ce am înțeles și am conștientizat cu privire la consumul iresponsabil;
- Să ne facem un plan personal prin care să ne propunem conștient și asumat schimbarea propriilor comportamente (pas cu pas și realist);
- Să ne bucurăm de micile succese din această arie a vieții noastre și să nu ne lăsăm descurajați de momentele grele;
- Să îi încurajăm pe cei din jurul nostru să înțeleagă problemele globale datorate consumului iresponsabil (familie, prieteni, colegi de școală);
- Să devenim noi înșine modele de urmat în privința consumului responsabil prin comportamente concrete (nu doar lecții teoretice);
- Să devenim facilitatori de educație globală pe tematica consumului responsabil pentru cei din clubul nostru IMPACT și pentru toți cei interesați de această temă;

- Să luăm inițiativa în grupul nostru IMPACT pentru a implementa un proiect de învățare prin serviciu în folosul comunității în urma căruia comunitatea celor care vor deveni mai responsabili față de consum va crește. **O dată ce crește numărul celor care devin mai responsabili, se reduc încet, încet problemele globale sau contribuim la prevenirea sau încetinirea apariției altora;**
- Să găsim alți parteneri, precum actorii menționați sus, cu care putem să colaborăm în proiectele noastre.

Odată ce începem să înțelegem problemele la nivel global, consecințele consumului iresponsabil și a faptului că noi contribuim zi de zi la creșterea problemelor globale, când simțim că de fapt avem o responsabilitate mare, puteam să avem diferite reacții combinate ca cele de mai jos:

- Să negăm tot și să ne continuăm viața la fel, cu gândul că nu este responsabilitatea noastră, că este o exagerare, că nu e atât de rău cum pare etc;
- Să credem că este o conspirație în spatelor acestor informații și să ne continuăm viața ca până acum - e o strategie a unui ONG sau a unei corporații să facă și să spună asta cu scopul x;
- Să devenim fataliști considerând că lucrurile sunt în afara controlului nostru și ce trebuie să se întâmple oricum se va întâmpla, orice am face. Unii dintre noi vor face ceva pentru a influența pozitiv această problemă, dar nu cu cea mai mare motivație;
- Să considerăm că nu știm suficient de multe și amânăm orice intervenție. Ne propunem să aflăm mai multe înainte de a interveni. Poate unii dintre noi chiar vom afla mai multe și vom începe să facem schimbări de comportamente, iar alții vom amâna la nesfârșit;
- Să ne simțim vinovați și panicați. Vinovăția paralizează și dacă nu este înțeleasă bine - ca un mecanism de apărare - vom aborda unul din comportamentele de mai sus.
- Să ne panicăm referitor la cât de puține lucruri știm și cât de multe lucruri sunt de înțeles. Devenim astfel disperați să facem ceva acum, să vedem schimbarea repede. Din această disperare obosim repede încercând să facem schimbări imediate. Dacă acest entuziasm nu este măsurat bine, se poate transforma într-unul din comportamentele de mai sus;
- Să știm câteva lucruri și să avem impresia că le știm pe toate. Să avem o bună impresie despre noi înșine și de multe ori să ne lăudăm despre câte știm să facem cu privire la aceste probleme globale precum consumul iresponsabil.
- Sau avem obștiunea să devenim **Cetățeni Globali** autentici. Ne asumăm responsabilitatea pentru rolul nostru în societate și începem să facem schimbări la nivel personal. După o perioadă începem să dorim să ajutăm și pe cei din jur să-și schimbe comportamentele de consum. Din acest moment începem să devenim și **Educatori Globali**.

Mulți cetățeni globali sau educatori globali au trecut prin toate etapele sau comportamentele de mai sus. Mulți au simțit îngrijorarea sau panica. Unii dintre ei poate au abandonat, dar cei mai mulți dintre ei au devenit cu adevărat agenți ai schimbării. Mulți dintre ei au reușit să devină agenți ai schimbării prin transformarea propriului comportament, influențând astfel pozitiv comportamentul celorlalți, trecând prin următorii pași:

- Informându-se mai mult: participând la formări, citind articole, cărți, manuale, vizionând documentare sau alte filme relevante, vorbind cu specialiști în domeniu etc;
- Fiind critici cu propriile decizii, comportamente, fiind deschiși la critica sau feedback-ul oamenilor de lângă ei etc;
- Făcând schimbări în propriile comportamente, acest lucru implicând comportamente specifice ca: fiind atent al resursele pe care le folosesc, luând decizii mai responsabile cu privire la cumpărăturile făcute, reducând consumul, reutilizând resursele existente, reparând obiectele existente, reciclând obiectele pe care le au, boicotând companiile ne-etice, semnând petiții, făcând proiecte de învățare prin serviciu în folosul comunității etc;
- Reflectând mai mult la propriul rol în această lumea interconectată;
- Inițiind conversații și stimulând gândirea critică pentru oamenii din jurul lor
- **Fiind un exemplu pentru cei din jur!**

Competențele unui cetățean Global IMPACT (Less is More)

Competențele însumează cele trei domenii (**cunoștințe, abilități, atitudini**).

Cunoștințele reprezintă informațiile, faptele și aspectele teoretice ale unei competențe. Ele reprezintă partea mai informațională a competențelor și pot fi reprezentare sub formă de “minte/creier”.

Atitudinile încorporează manifestări ale valorilor, convingerilor, a modului de gândire și de abordare sau perspectivă pe care o persoană o are asupra anumitor aspecte. Acestea reprezintă partea mai emoțională a competențelor și de multe ori sunt reprezentate ca fiind “inima”.

Abilitățile se referă la partea mai practică a competențelor și încorporează abilitatea de a face ceva concret cu ceea ce știi (cunoștințele) și cum modul în care te raportezi la anumite aspecte/concepte (atitudini). Acestea se reprezintă vizual uneori sub forma unor “mâini”.

În cadrul proiectului nostru ne vă provocăm să vă dezvoltați următoarele cunoștințe, abilități și atitudini ca cetățeni globali în sfera consumului responsabil:

Cunoștințe:

- Să puteți descrie ce înseamnă cetățenia globală/cetățean global;
- Să puteți defini interdependențele la nivel global;
- Să puteți explica ce înseamnă consumul responsabil și responsabilitatea globală;
- Să puteți lista efectele negative ale consumului iresponsabil/problemele globale care reies de aici;
- Să puteți enumera efectele pozitive ale schimbării comportamentelor din sfera consumului la nivel personal, de grup, la nivelul comunității locale și la nivel global;

Atitudini:

- Să manifestați interes și deschidere față de problemele globale în general și problematica consumului responsabil în special (**VIA - Curiozitate**);
- Să explorați gândirea critică față de problemele globale/consum iresponsabil (**VIA - Discernământ**);
- Să priviți în ansamblu problematica consumului responsabil (**VIA - Perspectivă**);

- Să manifestați curaj în abordarea printr-un proiect IMPACT a problematicii consumului responsabil (**VIA - Curaj**);
- Să manifestați perseverență în schimbarea propriilor comportamente de **consum** (**VIA - Perseverență**);
- Să demonstrați implicare față de problemele de mediu generate de consumul iresponsabil (**VIA - Bunătate**);
- Să demonstrați autocontrol și autodisciplină față de propriile comportamente de consumator (**VIA - Autocontrol**);
- Să manifestați recunoștință față de ceea ce oferă mediu înconjurător (**VIA - Recunoștință**);
- Să manifestați, **împreună cu clubul vostru**, responsabilitate față de mediu înconjurător printr-un consum responsabil (**VIA - Spirit de echipă**);
- Să găsiți un sens/motivație puternică de acțiune prin consum responsabil (**VIA - Spiritualitate**).

Abilități:

- Să demonstrați ascultare activă;
- Să explorați gândirea critică față de problemele globale - consum iresponsabil;
- Să selectați, pregătiți, facilitați și să procesați activități de învățare specifice învățării prin experiență pentru alți 20 de participanți în cadrul atelierelor;
- Să căutați/cercetați informații relevante pe tematica consumului responsabil pentru voi, la nivel personal, dar și pentru organizarea atelierelor;
- Să împuterniciți participanții în cadrul atelierelor să implementeze un proiect de învățare prin serviciu în folosul comunității în comunitatea locală.

În urma planificării și implementării proiectului de învățare ne așteptăm să se dezvolte și mai mult și **competențele transversale specifice IMPACT** (acele competențe care se dezvoltă în toate proiectele și inițiativele IMPACT):

- Management de proiect;
- Comunicare;
- Inovație și creativitate;
- Management personal și de grup;
- Competențe tehnice.

Dovada schimbării

Comportamente prin care vă puteți identifica ca un cetățean global în urma implicării în acest proiect:

- ☐ Aplic cei 3 R (reducere, reutilizare, reciclare) constant în viața mea de zi cu zi pentru cât mai multe produse;
- ☐ Reduc consumul - consum doar ce este o nevoie reală;
- ☐ Fac cumpărăturile local/autohton de cele mai multe ori;
- ☐ Cumpăr produse de sezon de cele mai multe ori;
- ☐ Sunt foarte conștient cu privire la consumul de apă: fac dușuri foarte scurte și folosesc cât mai puțină apă când spăl vase sau alte produse;
- ☐ Consum puțin curent electric, folosind produse care economisesc curentul;
- ☐ Verific constant dacă luminile sunt stinse;
- ☐ Fac compost (chiar dacă locuiesc în apartament);
- ☐ Mă gândesc de mai multe ori înainte să fac cumpărături - de obicei petrec mult timp la piață pentru că citesc etichetele, întreb detalii și le potrivesc cu informațiile pe care le cunosc despre consumul responsabil;
- ☐ Cumpăr des de la magazine second- hand;
- ☐ Cumpăr produse "fair trade" sau produse create într-un mod etic;
- ☐ Dacă e posibil nu cumpăr apă îmbuteliată; dar dacă trebuie să o fac folosesc un recipient pe care să îl pot folosi pe perioadă îndelungată;
- ☐ Am o listă cu produse sau branduri de la care nu cumpăr. Lista crește sau se schimbă constant;
- ☐ Folosesc pungi de cumpărături din pânză sau material reutilizabil;
- ☐ Folosesc containere mici pentru mâncare pentru a evita să cumpăr produse împachetate în plastic;
- ☐ Fac mai multe eforturi pentru a cumpăra produse locale - călătoresc mai mult pentru ele, îmi iau mai mult timp să le găsesc;
- ☐ Îmi conving apropiații (familia, prieteni, colegi de camin etc) să urmeze câteva reguli minime sustenabile de convețuire în casă (de exemplu: colectare selectivă, dușuri scurte etc);
- ☐ Vorbesc des despre problemele globale și efectele consumului iresponsabil;
- ☐ Particip în proiecte sau activități educaționale pe problematica consumului responsabil (precum proiectele clubului IMPACT sau altele);
- ☐ Folosesc mai puțină hârtie pentru activitățile educaționale;
- ☐ Cumpăr și hârtie reciclabilă;
- ☐ La școală îmi fac pachet de mâncare de acasă pentru a evita să cumpăr produse nesănătoase împachetate în mult plastic;
- ☐ Nu folosesc pahare de plastic, folosesc pahare de sticlă sau căni pentru băuturi;
- ☐ Printez numai când este absolută nevoie - am redus numărul de material printate;
- ☐ Încurajez și pe alții să facă la fel (reducere numărului de printuri);
- ☐ Utilizez în spațiile personale mesaje educaționale pe tematica consumului responsabil;
- ☐ Mă implic în evenimente locale pe tematica mediului sau a consumului responsabil (Ziua Pământului, Ziua Pădurii, Ziua produselor Fair Trade etc)
- ☐ Călătoresc cu mijloace de transport cu consum redus de carburanți;
- ☐ Dacă călătoresc cu mașina și avem locuri libere mai invit sau rog familia să mai luăm

și pe altcineva care călătorește în aceeași direcție;

- ☐ Dacă mănânc la un restaurant, prefer să mănânc din materiale sustenabile (sticlă, porțelan sau metal, nu farfurii sau paie de plastic);
- ☐ Dacă mănânc la restaurant întreb despre mărimea porțiilor pentru a evita aruncarea mâncării (dacă a fost prea multă). Dacă rămâne mâncare, cer mâncarea rămasă la

pachet - de preferat în materiale sustenabile;

- ☐ Evit să cumpăr din locuri în care majoritate produselor sunt străine;
- ☐ Cumpăr cu preponderență de la producători locali.

Ateliere

Ateliere

Ateliere

Nume Atelier	Competente dezvoltate	Activitati Ateliere
1. Interdependențe globale	(C) Să descrie conceptul de cetățean global; (A) Să reflecteze mai mult cu privire la modul în care sunt conectați cu oameni din alte părți ale lumii (conceptul de interdependență pe plan global); (A) Să analizeze obiectiv interdependențele la nivel global; (V) Să exploreze responsabilitatea față de consum.	1. Introducere în tematică 2. Probleme la nivel global 3. Cum devin cetățean global ? 4. Etichetele Alternativă - Mic dejun global Alternativă - Rețeaua de conexiuni
2. Opinii și comportamente de consum	(C) Să listeze exemple de comportamente ale unui consumator responsabil; (A) Să argumenteze principii de la baza consumului responsabil; (A) Să discute în mod constructiv referitor la aspecte provocatoare din sfera consumului responsabil; (V) Să reflecteze la propriile păreri și argumentele ce se află la baza acestora; (V) Să reflecteze la propriul comportament în raport cu consumul responsabil (nevoi și dorințe); (V) Să motiveze alte persoane să devină consumatori responsabili.	1. Introducere în sesiune 2. Acord sau Dezacord 3. Bingo Alternativă - Nevoi și dorințe

3. Drumul Produselor	C) Să descrie condițiile de producție sau de muncă ale celor care lucrează în producția diferitelor materiale de consum; (A) Să reflecteze asupra echității distribuției financiare - de la producător, la consumator a diferitor produse; (V) Să dezvolte empatie față de oamenii care lucrează în condiții neetice de producție sau de muncă; (V) Să-și adapteze comportamentele de consum fiind mai conștienți de realitățile condițiilor de muncă și a echității distribuției financiare.	1.Introducere în tematică 2. Cine cât primește ? Alternativă - Drumul cafelei Alternativă - Drumul unei perechi de blugi
4. Condiții de producție	(C) Să listeze exemple de încălcări ale drepturilor muncitorilor sau ale copiilor implicați în producția de diferite produse; (C) Să dea exemple companii care au practici negative în procesul de producție; (C) Să listeze exemple de consecințe negative asupra mediului datorate producției de anumite produse; (V) Să empatizeze cu muncitorii din lanțul de producție; (V) Să conștientizeze legătură dintre ei și ceilalți oameni implicați în lanțul de producție; (V) Să își asume responsabilitatea pe care o poartă că și consumator în general; (V) Să reflecteze la propriul rol și putere ca și consumator; (V) Să fie motivați să boicoteze o companie; (A) Să explice motivele unui boicot altor persoane;	1.Introducere în sesiune 2.Introducere-condiții de producție 3."Atelierul lui Moș Craciun" sau "Fața ascunsă a ciocolatei"

5. Consumator Informat	(C) Să descrie ce înseamnă fair-play; (A) Să argumenteze care este legătura dintre cererile consumatorilor de produse și exploatarea oamenilor prin încălcarea drepturilor omului; (A) Să discute în mod constructiv referitor la aspecte provocatoare din sfera consumului responsabil; (V) Să reflecteze asupra propriilor păreri și pe ce sunt bazate acestea; (V) Să reflecteze la propriul comportament în raport cu principiile fair-play; (V) Să motiveze alte persoane să devină consumatori responsabili; (V) Să crească nivelul de conștientizare cu privire la condițiile de muncă ale muncitorilor care fac produse sport.	1. Introducere în sesiune 2. Dă-ne un “Gadget”! Alternativa – Fair Play
6. Apă Invizibilă	(C) Să explice ce este apă virtuală/ invizibilă; (C) Să listeze exemple de produse care necesită o cantitate mare de apă pentru a fi produse; (C) Să explice legătura dintre produsele pe care le consumăm și problema apei la nivel global; (V) Să conștientizeze influența pe care o pot avea asupra acestei probleme; (V) Să își asume responsabilitatea pe care o poartă că și consumator în general; (V) Să fie motivați să aleagă produse cu amprenta de apă mai scăzută.	1.Introducere în sesiune 2.Introducere - apă invizibilă 3.Asociații – apă virtuală si produse
7. Acțiune Personală	(C) Să listeze diferite exemple de comportament al unui consumator responsabil; (V) Să reflecteze aprofundat la propriile comportamente din perspectiva unui consumator responsabil; (V) Să își dezvolte un plan de acțiune personal pe următoarele 5 luni; (V) Să fie motivați să aplice în viață de zi cu zi schimbări comportamentale.	1.Introducere în sesiune 2.Grilă de auto-evaluare 3.Plan de acțiune personală 4.Închiderea Modulului - Pregătire Proiect

1

Numele atelierului: Interdependențe globale

Modul: Consum responsabil

Scopul sesiunii: În urma acestei sesiuni participanții vor înțelege ce înseamnă probleme la nivel global, ce este un cetățean global, logica interdependențelor la nivel global. Astfel, se vor pune bazele unei înțelegeri mai profundate a conceptului de consum responsabil.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini și Valori)

La finalul acestei întâlniri, participanții vor fi capabili:

- (C) Să descrie conceptul de cetățean global;
- (A) Să reflecteze mai mult cu privire la modul în care sunt conectați cu oameni din alte părți ale lumii (conceptul de interdependență pe plan global);
- (A) Să analizeze obiectiv interdependențele la nivel global;
- (V) Să exploreze responsabilitatea față de consum.

Concepte-cheie

- Probleme globale;
- Interdependențe globale ;
- Consum responsabil;

Planul întâlnirii

Activități	M e t o d e utilizate	T i m p necesar	Materiale
1.Introducere în tematică	Joc de spargere a gheții, prezentare obiectivele sesiunii	10 minute	(la alegerea facilitatorului)
2.Probleme la nivel global	Ciorchinele	10 minute	Anexa 1; flipchart, markere, foi, pixuri

3.Cum devin cetățean global ?	Lucru pe grupe	20 minute	Anexa 1; flipchart, markere, foi, pixuri
4.Etichetele	Lucru individual& discuție facilitată	50 minute	Sfoară, scotch, hârtie, pixuri, postituri, cretă etc
Alternativă - Mic dejun global	Lucru pe grupe	50 minute	Flipchart, markere, foi, creioane colorante etc
Alternativă - Rețeaua de conexiuni	Joc de Rol	50 minute	Sfoară, hârtie, pixuri

Timpul total estimat: 90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (10 minute)

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și temele care vor fi discutate.

2. Probleme la nivel global (10 minute)

Scopul activității: această activitate își propune să stimuleze participanții să identifice care sunt problemele de care ne lovim la nivel global. Identificare acestor probleme la nivel global îi va ajuta pe participanți să înțeleagă mai târziu cum consumul iresponsabil contribuie la agravarea problemelor la nivel global sau chiar la generarea acestora.

Pregătirea și facilitarea activității: Pregătește o foaie de flipchart pe care să scrii titlul mare - **Probleme globale**. Rugați participanții să se gândească la probleme globale de care au auzit, sau pe care le cunosc. După 2 minute de gândit individual, rugați participanții să împărtășească problemele pe care le cunosc. Aranjați pe flipchart problemele locale descrise de participanți ca un ciorchine în jurul Problemelor globale și menționați-le că pot să facă și legături de interdependențe între ele.

După finalizarea ciorchinelui, puteți face o sumarizare a acestora, după care rugați-i să vă spună care din aceste probleme simt ei că le influențează viața de zi cu zi și cum. Încercuiți cu o alta culoare cele pe care simt ei că le influențează viața de zi cu zi.

La final puteți veni și voi ca facilitatori cu o lista orientativă cu Probleme la nivel global care să completeze lista lor (vezi Anexa 1_Interdependențe)

La finalul activității, încercuiți Consumul iresponsabil care este foarte probabil să fi apărut pe flipchart ca una dintre cauzele care generează o serie de probleme la nivel global. Menționați că în cadrul acestor ateliere ei vor lucra în special pe tematica **consumului responsabil cu**

scopul de a deveni cetățeni globali responsabili contribuind la reducerea problemelor globale sau la prevenirea apariției acestora.

3. Cum devin un cetățean global ? (20 minute)

Scopul activității: scopul activității este de a-i ajuta pe participanți să înțeleagă ce înseamnă un cetățean global și cum oricine poate deveni cetățean global.

Pregătire: Pe o altă foaie de flipchart scrieți: *cetățean global*. Rugați participanții să se așeze în grupe de câte două persoane (Bzzz group) și să încerce să definească și să deseneze într-un mod cât mai clar ceea ce înseamnă *cetățean global* și care ar fi caracteristicile unui cetățean global. Timpul de lucru este 5 minute. După 5 minute rugați-i să-și prezinte desenele și să explice ce înseamnă un cetățean global. După exprimarea cât mai multor idei faceți o punctare și o sumarizare a elementelor centrale care definesc un cetățean global din ceea ce au spus participanții.

O definiție a cetățeniei globale așa cum o înțelegem în acest proiect cea din Anexa 1. Puteți să o scrieți pe flipchart mare și clar pentru a da mai mare claritate.

După clarificarea definiției întrebați participanții - *Cum credeți că un simplu cetățean (în cazul nostru un membru IMPACT) poate deveni cetățean global?*

Adunați de la participanți cât mai multe idei și la final puteți să puneți voi pe niște cartonașe modalitățile descrise în Anexa 1 a acestei sesiuni.

4. Etichetele (50 minute)

Scopul activității: Scopul acestei activități este de a ajuta participanții să reflecteze mai mult la modul în care sunt conectați cu oamenii din alte părți ale lumii motivând în același timp participanții să devină consumatori mai responsabili în viața lor de zi cu zi. Acest lucru înseamnă ca ei să se gândească mult mai critic la nevoile lor atunci când cumpără ceva (preferând să cumpere mai degrabă ceva produs la nivel local decât ceva produs în altă țară).

Înainte de începerea activității -*Etichetele*- adresați participanților următoarele întrebări:

- Ce este important pentru voi atunci când faceți cumpărături ?
- Ce criterii aveți în minte pentru cumpărături atunci când mergeți să le achiziționați?

Adresați cele două întrebări pe rând încercând să scrieți răspunsurile participanților pe o foaie de flipchart. Împărțiți foaia în două părți. Pe o parte scrieți răspunsul la prima întrebare și pe cealaltă la a doua întrebare. Rugați participanții să păstreze aceste răspunsuri în minte și invitați-i la activitatea «Etichetele».

Pregătirea activității: Un contur al lumii va fi realizat pe podea cu fiecare continent (din cretă, sfoară, foi, post-it-uri etc.). Poate fi schematic, nu este necesar să fie foarte detaliat. Se va explica grupului harta pentru a ne asigura că avem aceeași înțelegere a ei -daca este necesar.

Veți explica grupului că pe podea este conturul lumii și că acesta va fi folosit pentru a avea o perspectivă de ansamblu asupra consumului de produse.

Împarte participanții în grupuri de 3-4. Fiecare grup va primi foi sau post-it-uri. Scopul grupului este să analizeze fiecare articol pe care îl posedă ei ca și grup în acel moment (haine, accesorii, aparatură electrică, mâncare etc).

Cum vor face acest lucru? Vor citi etichetele produselor pe care grupul le deține pentru a vedea unde au fost fabricate (nu cumpărate sau distribuite, ci fabricate). Pentru fiecare obiect, echipele trebuie să scrie în dreptul lui numele și țara de origine (spre exemplu tricou-România, telefon mobil-China) pe câte un post-it. Pentru produsele ce nu mai au etichetă, sunt liberi să anticipeze țara de origine (spre exemplu tricou-presupun Turcia). Aveți grijă ca atunci când grupul încearcă să ghicească unde a fost fabricat produsul să nu încurce țara ce îl distribuie cu țara în care a fost conceput. Este de preferat ca numărul de presupuneri să fie unul redus și informațiile de pe hârtie să fie de pe etichetă. Chiar dacă grupurile au produse similare cu aceeași țară de origine, fiecare grup trebuie să aibă un post-it individual cu acel produs. Nu trebuie să se semneze. Scopul este ca grupurile să poată citi eticheta produsului (în caz că aceasta este pusă într-un loc dificil de văzut) și de a obține cât mai multe răspunsuri. O dată ce un grup are toate produsele trecute pe hârtie, trebuie să așeze acele răspunsuri pe conturul globului unde au fost fabricate. Dacă nu știu unde se află o anumită țară pot cere indicații. O dată ce toată lumea a terminat, discuția (debriefingul) poate începe.

Întrebări de procesare (debriefing):

- Care este opinia ta atunci când privești harta? Ce îți sugerează?;
- Noi ca și grup, la momentul actual, de unde obținem toate produsele noastre?;
- Câți dintre voi dețineți produse autohtone? (cel mai probabil nimeni);
- Câți dintre voi aveți minim 1 produs făcut în propria țară? Sau 2? Sau 3? Sau 4? Are cineva mai mult de 4 produse? Care este numărul maxim?;
- Ce alte tipuri de produse mai dețineți acasă (poate nu în posesia voastră în acest moment) care au fost concepute în străinătate? *(aici poți veni cu exemple dacă nimeni nu are inspirație)*;
- Dar produsele fabricate în țara noastră folosesc componente/ingrediente găsite doar în alte țări/continente? *(poți oferi drept exemplu cacao ca și ingredient pentru ciocolata făcută în România sau plasticul fabricat în România din petrol adus din alte țări)*;
- Ce putem deduce din asta legat de interdependențe și de modul în care suntem conectați cu oameni din alte părți ale lumii?;
- Cum ar fi viața voastră dacă ați fi nevoiți să folosiți numai produse fabricate autohton? Credeți că este posibil? Dacă răspunsul este nu, puteți argumenta de ce?;

- Privind în ansamblu, rezultă că noi avem nevoie să importăm produse din alte țări, și alte țări au nevoie de produsele noastre - ce înseamnă asta?;
- Toți suntem dependenți unul de celălalt (ca și țări, dar și ca indivizi). Credeți că asta este bine sau rău? Care sunt aspectele pro și contra? Justifică răspunsul dat! (*adunați pe un flipchart răspunsurile pro și contra*);
- Ce rol/influență aveți în cazul acesta? Ce putem face ca să reducem consecințele negative ale dependenței? (**focusul va merge spre consumul de produse autohtone**)!
- Care sunt beneficiile consumului de produse autohtone/locale asupra producătorilor, economiei locale, asupra mediului?;
- Pentru care din aceste produse de pe hartă ați putea să găsiți alternative la nivel local? Vă rog să oferiți exemple;
- Câți dintre voi vă uitați la eticheta unui produs atunci când îl cumpărați? Cu ce scop faceți acest lucru?;
- Bazat pe ceea ce am discutat până acum în relație cu interdependențele și consumul de produse autohtone/locale - cine sunt cei care au puterea să schimbe ceva cu privire la stimularea unui consum mai responsabil? (*scopul e să aducem participanții spre a-și da seama că ei individual pot să facă o diferență prin schimbare obiceiurilor de consum – orientarea spre cumpărarea de produse autohtone*).

Concluzionare: puteți să vă întoarceți acum la cele două întrebări pe care le-ați pus la începutul activității și întrebați:

- Având în vedere criteriile pe care le aveți în minte atunci când mergeați la cumpărături (adica, x, y, z...) este ceva ce ați face diferit acum după înțelegerea interdependențelor - voi ca și potențial consumator responsabil? Dacă da, ce anume?

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 4 (ETICHETELE):

Mic dejun global (50 minute)

Scopul activității: Este de a stimula participanții să înțeleagă consecințele interdependenței în contextul consumului de mâncare și de a mări gradul de responsabilitate personală cand vine vorba de obiceiurile/rutina noastră privind consumul de alimente.

Pregătirea activității: În introducerea activității li se va explica participanților că veți discuta despre mâncare și cum mâncarea creează legături pe plan global. Faceți grupuri de 4-5 participanți și oferiți-le următoarea sarcină pe grup: "Faceți o listă cu toate produsele ce le consumați în grupul vostru la micul dejun. Fiți foarte specifici, dacă consumați fructe spre exemplu, spuneți și ce fel de fructe".

Lăsați timp de lucru pe grupe 5-10 minute maxim, pentru a trece lista pe o foaie de hârtie. Fiecare grup în parte trebuie să prezinte lista lor de produse către celelalte grupe. După ce primul grup prezintă lista, întrebați în sală dacă celelalte grupuri mai au de adăugat ceva nou sau lista este asemănătoare. Adăugați voi la prima lista ce este nou față de lista inițială. După ce lista de produse a fost alcătuită cu informațiile de la toate grupele, întrebați grupurile - Ce

produse ar mai continua să consume la micul dejun dacă ele ar fi fabricate doar autohton/local, în România. Pentru a putea face această selecție, amintiți-le grupurilor să se gândească și la ingredientele conținute de produsele specificate și care este originea lor. Să vă așteptați ca lista să scadă drastic după această întrebare. După finalizarea listei și selecția celor locale, intrați în următoarele întrebări de procesare/debriefing:

- Cum ar fi viața voastră dacă ați fi nevoiți să folosiți numai produse autohtone? Ce s-ar schimba?
- Multe din produsele pe care voi le folosiți vin din alte țări/continente, ce înseamnă asta pentru noi pe plan global?
- Care este drumul acestor produse care nu sunt realizate local? Vă rugăm să vă gândiți și să faceți un traseu al unui produs! (Puteți să desenați pe flipchart un traseu al unui cașcaval produs în Franța și cumpărat în România)! Rugați-i pe ei să deseneze traseul!
- Toți suntem dependenți unii de alții (ca țări și ca indivizi). Care credeți că sunt consecințele negative sau pozitive ale acestui lucru? Care credeți că sunt părțile bune și părțile mai puțin bune? Justificați răspunsul.
- Ce rol/influență avem noi în asta?
- Ce putem face pentru a reduce consecințele negative?

Pentru a face activitatea mai interactivă puteți să-i rugați să deseneze produsele. Poate fi mai interactiv pentru ei, dar este nevoie de mai mult timp pentru activitate, așa că fiți atenți la acest aspect în caz că sunteți în criză de timp.

Bibliografie:

- Andreea Loredana Tudorache, You are Part of this world. Be part of its future, Asociația A.R.T Fusion, 2015, București.

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 4 (ETICHETELE):

Rețeaua de conexiuni (50 minute)

Scopul activității este de a înțelege conexiunile interdependente care există între produsele pe care le consumăm, resursele naturale, actorii economicii și noi oamenii.

Pregătirea activității: Printează rolurile din anexă, câte unul de fiecare participant. În funcție de numărul participanților. Selectează astfel încât să ai roluri din toate cele 3 categorii, notate cu numărul 1, 2 și 3. Vei avea nevoie și de foarte multă sfoară (cel puțin 3-4 ghemuri de sfoară mai groasă).

Facilitarea activității: Explică grupului că în acesta activitate vor juca un rol, iar acest rol poate fi al unei persoane, a unui produs, al unei resurse sau al unei companii. Indiferent de ce au primit (persoană, produs, resursă sau companie), ei trebuie să personifice acel rol pentru a-l prezenta grupului. Pune la dispoziția grupului rolurile, spune-le să ia unul câte fiecare și să nu îl arate nimănui. Dacă nu le e clar ce scrie acolo să vină la tine. Oferă-le 5-10 minute să înțeleagă textul și să între în rolul respectiv. Spune-le să memoreze textul și că pot să adauge elemente însă nu au voie să omită informație sau să o denatureze pe cea prezentată pe hârtie. După ce a trecut timpul roagă-i pe cei care au numărul unu să facă un cerc apropiat pe scaune. Cei cu numărul doi, un cerc în jurul numărului unu și trei un cerc în jurul numărului doi. Ideal ar fi ca cercul unu

să fie cât mai strâns unul de celălalt și doi chiar în spatele celor de la unu și tot așa. Acum fiecare participant trebuie să prezinte celorlalți ce au pe hârtie. Cei cu numărul unu încep. Abia după ce termină toți cei din cercul numărul unu continuă cei din cercul doi și tot așa. Începând cu a doua persoană care prezintă, ea va fi întrebată cu cine are legătură din cei care s-au prezentat anterior și de ce. Se vor face conexiuni cu fiecare persoană anterioară menționată. Aceste conexiuni se vor face cu sfoară care va fi ținută în mână de cei vizați. Pe măsură ce participanții prezintă, se vor adăuga și mai multe conexiuni între participanți. Tot grupul poate veni cu sugestii în ceea ce privește posibilitatea unor conexiuni **sau nu** între un rol sau altul. Este important să se folosească oricât de multă sfoară este necesară tocmai pentru a scoate și mai mult în evidență toate aceste conexiuni - pentru fiecare conexiune se va desfășura ghemul între cele două persoane.

După ce toate persoanele au prezentat întreabă:

- Cum vă simțiți acolo unde sunteți?
- Cum vi se pare situația de acolo? Ce impresii aveți? E bine? E rău?
- Cine crede că are putere să facă ceva în rolul pe care îl are?
- Cine nu crede că are putere?

Roagă participanți să încerce să iasă din rețeau formată, să o lase pe podea și ei să facă un cerc mare de scaune în jurul sferei:

- Acum cum vă simțiți?
- Care e impresia cea mai puternică pe care o lasă acest sistem de conexiuni?
- Care sunt aspectele pozitive sau negative?
- Care credeți că sunt soluțiile?
- Ce rol credeți că joacă consumatorul în acest sistem?

**Discuția va fi influențată de răspunsurile lor de la primele întrebări însă este important să se scoată în evidență aspectele interconectate ce țin de consumator având în vedere rolurile prezentate.*

Anexe:

1.Anexa_Interdependențe

2.Anexa_Rețeau de conexiuni-Roluri

Denumire anexă	Denumire sesiune/ atelier	Denumire modul
Interdependențe	Interdependențe globale	Consum responsabil

Probleme la nivel global:

- Peste 27 de milioane de oameni de pe întreaga planetă sunt “sclavi moderni” lucrând în lanțurile de producție sau distribuție pentru multe produse pe care noi le consumăm în fiecare zi: haine, cafea, ciocolată, jucării, electronice etc;
- Am produs mai mult plastic în ultimii 14 ani (din 2003) decât am produs în ultimii 100 de ani. Mai mult de jumătate din producția de plastic la nivel global este folosită doar odată și este aruncată. Ce credeți că se întâmplă cu acest plastic? Numai un exemplu: în fiecare an milioane de animale din mări și oceane mor pentru că înghit plasticul sau pentru că sunt blocați în masele plastice;
- 2016 a fost cel mai cald an în care s-au depășit temperaturile record. Acest lucru are un efect negativ devastator asupra vieții pe pământ, asupra vieții sălbatice, asupra ghețurilor, nivelului mărilor și multe dintre aceste consecințe sunt ireversibile;
- Efectele încălzirii globale (incluzând aici și evenimente meteorologice extreme) și ale problemelor de mediu cauzate de noi (umanitatea), omoară mai mulți oameni pe întreaga planetă decât dezastrele naturale și toate războaiele cumulate la un loc;
- Aproape jumătate din mâncarea disponibilă pentru oameni pe planetă este aruncată, dar în același timp 1 din 8 oameni în lume suferă de foame;
- În 6 august 2016 a fost „Earth Overshoot Day” care marchează ziua în care s-a epuizat “bugetul” oferit de natură pentru anul în curs - după această dată, noi ca rasă (oamenii) funcționăm pe creditul pe care îl luăm din viitor. În fiecare an această zi vine tot mai devreme.

Definiție!!!

Un **cetățean global** este o persoană care are o perspectivă și o înțelegere mai amplă asupra problemelor globale, este o persoană care înțelege implicațiile globale ale propriilor acțiuni, care își asumă responsabilitatea față de propriile comportamente și care în mod constant face schimbări în viața personală pentru a avea un impact pozitiv asupra mediului sau pentru a reduce impactul negativ asupra mediului.

INTREBARE!!! Cum putem deveni cetățeni globali - pe tematica consumului responsabil?

- Informându-ne mai mult: participând la formări, citind articole, cărți, manuale, vizionând documentare sau alte filme relevante, vorbind cu specialiști în domeniu etc;
- Fiind critici cu propriile decizii, comportamente, fiind deschiși la critica sau feedback-ul oamenilor de lângă ei etc;
- Făcând schimbări în propriile comportamente, acest lucru implicând comportamente specifice ca: fiind atent la resursele pe care le folosesc, luând decizii mai responsabile cu privire la cumpărăturile făcute, reducând consumul, reutilizând resursele existente,

- reparând obiectele existente, reciclând obiectele, boicotând companiile neetice, semnând petiții, făcând proiecte de învățare prin serviciu în folosul comunității etc;
- Reflectând mai mult cu privire la propriul rol în această lumea interconectată;
- Inițiind conversații și stimulând gândirea critică pentru oamenii din jurul vostru;
- ***Fiind un exemplu pentru cei din jur!***

Pași pentru schimbare

- Să ne observăm propriile noastre comportamente de consum;
- Să ne evaluăm propriile comportamente de consum și să vedem mai clar care sunt consecințele lor;
- Să discutăm cu cei din jurul nostru despre ceea ce am înțeles și am conștientizat cu privire la consumul iresponsabil;
- Să ne facem un plan personal prin care să ne propunem conștient și asumat schimbarea propriilor comportamente (pas cu pas și realist);
- Să ne bucurăm de micile succese, și să nu ne lăsăm descurajați de momentele grele;
- Să îi încurajăm pe cei din jurul nostru să înțeleagă problemele globale datorate consumului iresponsabil (familie, prieteni, colegi de școală);
- Să devenim noi înșine modele de urmat în privința consumului responsabil prin comportamente concrete (nu doar lecții teoretice);
- Să devenim facilitatori de educație globală pe tematica consumului responsabil pentru cei din clubul nostru IMPACT;
- Să luăm acțiune în grupul nostru IMPACT pentru a implementa un proiect de învățare prin serviciu în folosul comunității în urma căruia comunitatea celor care vor deveni mai responsabili față de consum va crește. Odată ce crește numărul celor care devin mai responsabili, se reduc încet, încet problemele globale sau contribuim la prevenirea sau încetinirea apariției altora;
- Să găsim alți parteneri cu care putem să colaborăm în proiectele noastre.

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Rețeaua de conexiuni - roluri	Interdependențe Globale	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI: Se dă câte un rol de persoană și se alocă 5 minute pentru a intra în caracter.

1. Sunt o banană

Provin din diferite țări din America Latină. Poți să mă găsești oriunde în lumea asta, în orice supermarket. Marile companii internaționale mă comercializează intens. Sunt cultivată pe arii extinse de pământ, unde sunt folosite multe cantități de pesticide și fertilizatori chimici. Când mă cultivă, ei nu respectă drepturile mediului, ale lucrătorilor sau sănătatea acestora. DAAAR...eu sunt așa frumoasă și ieftină așa că ...hai mănâncă-mă!

1. Sunt un dovlecel Kenian

Am nevoie de cantități uriașe de apă pentru a crește. Sunt cultivat de către niște săteni pentru care sunt complet inutil. Eu sunt exportat în țările bogate pentru ca locuitorii lor să poată mânca dovlecei pe tot parcursul anului. Călătoresc 6000 km înainte de a ajunge pe masa ta. Am călătorit cu camionul, cu vaporul și cu avionul și nu contează dacă toată această călătorie m-a afectat un pic ...Eu sunt tot timpul drăguț.

1. Sunt o salată verde

În timpul iernii cresc într-o seră călduroasă. Sunt frumoasă, ei pun așa multe pesticide peste mine, încât nu am nicio imperfecțiune și nicio insectă sau vreun animal minuscul între frunzele mele. Mă hrănesc cu fertilizator solubil. Luând în calcul transportul, încălzirea de la seră, pesticidele și fertilizatorul, costă aproximativ un litru de petrol să fiu produsă și să ajung pe masa ta.

1. Sunt o bucată foarte frumoasă de vită

Am fost produsă într-o fabrică de animale care produce câteva probleme pentru mediul înconjurător: ei nu știu ce să facă cu gazele și excrementele mele. Am nevoie de foarte multă apă, aprox 25.000 litri pentru a produce 100 g de carne. În prezent mănânc doar proteine vegetale (soia, manioc și cereale) care sunt cultivate în mod agresiv în emisfera sudică a lumii. Câteodată mănânc și pește dar nu e bine să ziceți asta la multă lume. Având în vedere că eu sunt vită, am nevoie între 7 și 10 kg de cereale și leguminoase pentru a produce un kg de carne, pe când porcii au nevoie de 4 kg la un kg. Animalele din fermele de animale din Europa și America consumă aceiași cantitate de cereale ca și locuitorii din China și India.

1. Sunt un pește de mare și ocean

În 50 de ani cantitatea de pește care a fost pescuită s-a multiplicat de 5 ori. Acest aspect a dus la reducerea gravă a rezervelor. Aproape 80% din pești sunt amenințați cu extincția care în viitor o să distrugă armonia ecosistemului marin. Ce vor face 2,6 miliarde de oameni având în vedere că pentru ei eu reprezint singura sursă de proteine? Pentru a mă prinde, marile flote industriale folosesc instrumente ca: elicoptere, sateliți, vapoare de fabrică. Din cauza greșelilor făcute de ei 1/3 din peștele pescuit este aruncat mort înapoi.

2. Sunt o companie multinațională din domeniul agriculturii și a producției de animale.

Produc foarte mult, mă găsești în multe țări ca și consumator și producător și datorită mie mulți oameni au un loc de muncă. Iau decizii legate de absolut tot: cantitatea de fertilizator și pesticide utilizate pe teren, salariile muncitorilor precum și condițiile de muncă ale acestora. Scopul meu principal este beneficiul acționarilor mei și pot să fac orice, oriunde în lumea asta fără să îmi pese de oameni sau de mediu. Mare parte din profitul meu îl folosesc pentru a face publicitate care mă ajută enorm să îmi vând produsele. Tot astfel pot convinge oamenii să consume produse din animale chiar dacă nu este bine pentru sănătatea lor. Din același motiv pot să vând produse exotice pe tot parcursul anului.

2. Sunt FMI

Eu sunt Fondul Monetar Internațional și eu ajut statele/țările ca un naș bun ce sunt eu. Țările sărace sunt cele care au nevoie cel mai mult de mine. În mod normal ele sunt copleșite de datorii. Aceste state sunt nevoite să dea o parte importantă din bugetul național pentru a-și plăti datoriile însă câteodată nu le este ușor să facă asta, așa că eu, împreună cu Banca Mondială îi ajutăm să le reșalonăm datoria în schimbul unui mic Program de Ajustare Structurală. Acest program constă în aplicarea de măsuri de remediere a economiei acestor state și a fondurilor lor publice. De exemplu: reducerea costurilor în sectorul public, sau chiar mai bine privatizarea și blocarea salariilor. Organizez lucrurile astfel încât să fie bine pentru toată lumea.

2. Sunt Monsanto

Sunt o companie internațională care produce semințe, chimicale și medicamente. Sunt tatăl Agentului Orange, un faimos erbicid folosit în timpul războiului din Vietnam care a avut consecințe teribile asupra mediului și asupra oamenilor. Sunt entuziasmat de noile tehnologii și în mod special de OMG (Organisme Modificate Genetic). Produc semințe modificate genetic care își pot produce propriul insecticid și care pot rezista erbicidelor mele. Afacerea perfectă! Nu doar că agricultorii sunt obligați să cumpere semințe de la mine în fiecare an însă cumpără și erbicidele. Minunat! Evident că aceste erbicide, pesticide, insecticide etc. omoară sau poluează :

- Pământul și apele și în consecință întreg ciclu alimentar;
- Insectele utile, precum albinele;
- Pot fi dăunătoare sănătății umane.

Eh, dar nu poți să faci o omletă fără să spargi ouă! Progresul are un preț iar eu sunt progresul.

2. Sunt super-hyper marketul tău preferat

În mine găsești tot ce îți dorești, chiar și la ce nu te-ai gândit vreodată. Sunt aici să îți îndeplinesc și să răspund oricărei dorințe și să îți fac viață mai ușoară. Vrei să gătești mai puțin? M-am gândit deja la tot! Mâncăruri gata pentru orice vârstă, fructe și legume gata spălate, orice mâncare dorită gata gătită, gata mestecată și aproape gata digerată. Pot să fac orice, să îți placă de mine: căpșuni iarnă, asparagus vara, vită din Argentina și cangur din Australia. Mă duc peste tot în lumea asta pentru clienții mei dragi (și pentru acționarii mei, dar asta e un secret). În plus îți pot oferi cele mai bune oferte de preț pe care nu le poți refuza - nu e minunat?

3. Eu sunt apă subterană

Nu mă simt prea bine; nitrății și alți poluanți mă fac să mă simt foarte rău. Se pare că acolo sus, în lume nu îi pasă nimănui. În fiecare an mă doresc din ce în ce mai mult pentru a iriga pământurile lor și sunt din ce în ce mai săracă și bolnavă.

3. Sunt aerul

Sunt disponibil pentru toate ființele umane și animale și mă poți respira într-un număr infinit zilnic. Mă simt din ce în ce mai greu, opac și plin de emisii de gaze, pesticide, metale și acide. Căldura și industriile sunt principalii vinovați pentru degradarea mea. Și transportul joacă un rol foarte important - gândește-te că unul din două camioane transportă mâncarea ta.

3. Eu sunt apă proaspătă

Ar fi trebuit să fie foarte simplu însă a devenit extrem de complicat! Am devenit un interes politic, strategic și economic. Cauzez tensiuni și câteodată și războaie. În lume 70% din apă disponibilă este folosită pentru agricultură și în special pentru export.

3. Eu sunt terenul folosit pentru agricultură

Mă tratează îngrozitor și mă abuzează în așa fel încât nu mai mă pot regenera. Nivelul meu de eroziune este de la 18 la 100 mai mare decât capacitatea mea de restaurare. În ultimii 50 ani, în toată lumea aproape 2 miliarde de hectare de pământ au fost distruse. Uni oameni se pare că au nevoie de suprafețe întinse pentru a se hrăni. Oamenii din țările din emisfera Nordică folosesc aproape 10000 m² fiecare, pe când unele țări din Asia folosesc doar 800! Va putea lumea asta să continue să producă suficient în viitor pentru consumul nostru?

3. Sunt apa marilor și a oceanelor

Nu mai sunt așa limpede că în trecut. M-am încălzit și sunt mai acidă. Râurile aduc multe chimicale și îmi îmbolnăvesc locuitorii: un număr mare de pești și plante marine sunt deja victime și în risc de extincție. Având în vedere că o parte a apei mele se evaporă, nori se formează și se mută spre pământ. Prin ploaie, apa ia toată poluarea și o aduc în pământ.

3. Sunt o pădure tropicală

Sunt una dintre pădurile numite "primare", diversitatea și bogăția mea sunt unice: un hectar de al meu poate conține până la 200 specii forestiere diferite, ceea ce înseamnă mult mai mult decât toate speciile de pe teritoriul unor țări. Însă oamenii mă distrug pentru că mereu au nevoie de mai mult spațiu! Dacă continuă așa, destinul meu este să dispar. Ei fac asta pentru că vor să hrănească niște bovine pentru ca locuitorii din țările bogate să mănânce porția lor de 600g de produs animal în fiecare zi. Au nevoie să distrugă un hectar de pădure pentru a hrăni o bovină și pentru a obține 1500 de hamburgari. Dacă s-ar transforma toată Amazonia în pășuni vom putea să hrănim toată populația lumii cu hamburgeri numai pentru o lună, nu mai mult! Pădurea ar fi pierdută, pământul devastat și biodiversitatea dispărută. Chiar merită?

3. Sunt Petrolul

Încă din secolul trecut sunt foarte folositor și câteodată chiar necesar pentru oameni. Eu încălzesc case, fac să se miște mașinile, și sunt folosit să produc plastic și ambalaje. Sunt la baza produselor de igienă și de curățare.

Sunt indispensabil pentru producerea fertilizatorilor chimicali, pesticidelor, precum și pentru mașini și transportul produselor. Problema e că atunci când ei mă ard eu produc gaze cu efect de seră, atenție! În plus rezevele mele o să se termine. Prima reducere a fost în 2010, iar sfârșitul tuturor rezervelor se estimează în 2040. Vrei să te confrunți cu o astfel de situație?

3. Sunt Pedro, un muncitor din Costa Rica

Sunt steril pentru că am intrat în contact cu un pesticid denumit DCBP în timp ce lucrăm pe

plantațiile de banane. Trebuie să știi că în America Centrală noi folosim pesticide care sunt interzise în Europa și în SUA pentru că sunt cu adevărat periculoase pentru sănătatea umană și pentru mediu. Am descoperit că peste 25 milioane de muncitori din agricultură sunt otrăviți cu pesticide în fiecare an și că 200.000 mor din această cauză. În timp ce lucrăm pe plantații, avioanele unor companii (nu spun care) zburau peste noi și acopereau terenul cu pesticide. Am rugat compania să ne informeze când fac asta însă ne-au refuzat. Copilul meu este nevoit să lucreze cu mine. Oare am să pot să experimentez sentimentul de a-mi îmbrățișa nepotul într-o zi?

3. Sunt George, un fermier

Am 44 de ani. Sunt un fermier bun din Teleorman. Am o bucată de pământ și mă chinui să îmi trăiesc viața. Îmi vând legumele conform cu sezonul lor, însă din cauza tuturor acestor produse exotice pe care le poți găsi în supermarket tot timpul, oamenii cumpără din ce în ce mai puțin produse din țară. De exemplu, dovleceii mei sunt disponibili numai la începutul toamnei. Oamenii care îi mănâncă tot timpul anului nu îi mai vor în perioada aia a anului. Încerc să mențin calitatea produselor mele însă e dificil.

3. Sunt Adina, o activistă din Alba Iulia.

Lupt împotriva multinaționalelor care ne fură semințele. Semințele sunt viață și un dar de la natură pentru că am avut o relație bună pe parcursul secolelor. Refuz să ne pierdem bogăția. Multinaționalele au patentat semințele noastre și acum noi trebuie să le cumpărăm după ce au fost modificate genetic. Asta o să ne facă dependenți de străini și prin urmare mai săraci.

3. Sunt Paul din București

Locuiesc într-o garsonieră și sunt student. Încerc să trăiesc cu puținul pe care îl am dar nu e așa ușor. Cumpăr produse ieftine din hypermarketuri și după mine toate poveștile astea cu vaci bune, pesticide și alte asemenea sunt doar glume. Mâncarea a fost întotdeauna bogată și produsele BIO sunt numai pentru bogați ! Mâncarea tot mâncare e!

Scopul sesiunii/atelierului: În urma acestei sesiuni participanții vor explora în profunzime diferite opinii, păreri și principii ale consumului responsabil precum și comportamente specifice în acest sens.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini/Valori)

La finalul acestei sesiuni, participanții vor fi capabili să:

- (C) Listeze exemple de comportamente ale unui consumator responsabil;
- (A) Argumenteze principii de la baza consumului responsabil;
- (A) Discute în mod constructiv referitor la aspecte provocatoare din sfera consumului responsabil;
- (V) Reflekteze la propriile păreri și argumentele ce se află la baza acestora;
- (V) Reflekteze la propriul comportament în raport cu consumul responsabil (nevoi și dorințe);
- (V) Motiveze alte persoane să devină consumatori responsabili.

Concepte-cheie

- **Consum responsabil**
- **Comportamente asociate consumului responsabil**

Planul sesiunii/atelierului

Activități	Metode utilizate	Timp necesar		Materiale
1. Introducere în sesiune	Joc de spargere a gheții	10	0	(la alegerea facilitatorului)
2. Acord sau Dezacord	Dezbatere adaptată	4	0	Hârtie, scotch
3. Bingo	Exercițiu interactiv	4	0	Anexa activității pentru fiecare participant, pixuri
Alternativa Nevoi și dorințe	Lucru pe grupe	7	5	Anexă nevoi și dorințe, flipchart, markere, carduri, foarfece, pixuri

Timpul total estimat: 90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (10 minute).

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile de atins.

2. Acord/Dezacord (40minute)

Scopul activității este de a pune la dispoziția grupului un spațiu în care participanții să își împărtășească propriile idei și argumente referitoare la anumite comportamente de consum și principii globale conexe. Se mai urmărește dezvoltarea gândirii critice precum și toleranța față de opinii diferite.

Pregătirea activității: Scrie pe două foi de hârtie cu litere mari ACORD și DEZACORD. Alege în sala de curs doi pereți paraleli și lipește aceste hârtii într-un loc la vedere. Opțional, poți să scrii propozițiile de mai jos pe hârti, astfel încât să fie vizibile atunci când le prezinți participanților.

Facilitarea activității: Explică grupului că în această activitate vor avea ocazia să își exprime punctul de vedere referitor la anumite afirmații față de care oamenii au păreri diferite, să își arate ce poziție iau (sunt în acord sau în dezacord). Atunci când tu vei citi una câte una propozițiile de mai jos ei vor trebui să se poziționeze în sală în funcție de părerea pe care participanții o au. Dacă sunt de acord, se duc către peretele pe care scrie ACORD, dacă nu sunt de acord se duc la peretele opus. Nu există variantă de mijloc, vor trebui să cântărească cât mai mult opinia proprie și să se ducă către peretele adecvat. După fiecare poziționare vei da cuvântul fiecărei părți să argumenteze de ce s-au poziționat acolo. Dacă în timpul ascultării argumentelor un participant își schimbă părerea se poate muta către partea cealaltă. În timpul activității este important să menționezi participanților că nu există răspunsuri corecte sau

greșite, pentru că sunt opinii și fiecare are dreptul la o anumită opinie și că nu se vor trage concluzii pe baza acestor argumentări. Este un spațiu și o oportunitate de a explora diferite perspective față de o anumită tematică. Ca și facilitator este foarte important să dai suficient timp ambelor părți să își exprime punctul de vedere, să dai cuvântul oamenilor care vorbesc mai rar, să îi încurajezi să nu repete ce s-a zis anterior și să fie atenți în cazul în care participanții se „aprind” și situația devine tensionată amintindu-le că este un schimb de păreri nu un atac la persoană. Ca și facilitator trebuie să fii neutru pe parcursul acestor schimburi de replici, să nu dai impresia că favorizezi sau susții un anumit punct de vedere. În cazul în care pentru o anumită afirmație nu există nimeni de o anumită parte poți să prezinți tu anumite argumente pentru acea poziție pentru a stimula discuția, însă trebuie să le spui participanților că nu înseamnă că tu crezi asta, însă vrei să aduci mai multe perspective în discuție.

Mai jos este o listă de afirmații care pot fi folosite în acest exercițiu. Din experiență, se recomandă să nu se depășească 10 minute pe o singură afirmație pentru că devine obositor și repetitiv. Prin urmare dacă ai la dispoziție 40 de minute, alege 4-5 propoziții care crezi că sunt mai relevante pentru grupul cu care vei lucra și restul în cazul în care discuțiile merg mai repede. Te invităm de asemenea să te gândești la alte afirmații care crezi că ar fi mai potrivite. Dacă alegi să construiești afirmații alternative e important ca acestea să fie suficient de generale și provocatoare, tocmai pentru a-i stimula pe participanți să aibă păreri diferite.

- ❖ Mâncăm o varietate mai mare de mâncare acum, decât oricând în trecutul nostru ca umanitate;
- ❖ Nu contează originea produselor pe care le consumăm atâta timp cât sunt sănătoase;
- ❖ Este important să cumpărăm produse locale înaintea celor importate;
- ❖ Consumatorul nu poate schimba viața muncitorilor care produc un anumit produs;
- ❖ E bine să cumpărăm produse făcute în țări sărace deoarece le oferă un loc de muncă acelor oameni;
- ❖ Media ne manipulează să cumpărăm mai mult decât avem nevoie;
- ❖ Situația financiară a unei persoane influențează posibilitățile acesteia de a fi un consumator responsabil;
- ❖ E imposibil să fii un consumator cu adevărat responsabil într-o eră a globalizării și a unei evoluții rapide a tehnologiei;
- ❖ Dacă marile puteri și actori ai lumii nu se schimbă, nu contează ce facem noi la nivel individual.

3. Bingo-consumator (40minute)

Scopul activității este de a analiza și înțelege diferite comportamente pe care le avem în raport cu principiile consumului responsabil.

Pregătirea activității: Printează câte o copie a „**Anexei – Bingo-consumator**” pentru fiecare participant inclusiv pentru facilitatori. Alternativ, din lipsa de posibilități de printare se poate scrie tabelul pe tablă și participanții în caietele lor vor aduna răspunsurile urmărind afirmațiile de pe tablă.

Facilitarea activității: Explică grupului ca acum vor juca BINGO! Întreabă-i dacă știu cum se joacă Bingo, dacă nu cunosc explica-le pe scurt. (*în mod classic, BINGO e un joc de loterie cu numere; fiecare persoană are un tabel cu mai multe numere și sunt extrase aleatoriu diferite numere, dacă ele se regăsesc în tabel, se bifează - când se bifează toate se striga BINGO, prima persoană care face BINGO urmând să câștige ceva). Aceasta este o variantă adaptată

contextului nostru. Prin urmare acest BINGO conține afirmații, iar răspunsul la aceste afirmații va veni de la participanți. Oferă fiecărui participant câte o fișă (din anexă) și un pix. Spune-le să urmărească instrucțiunile din fișă (pe care le poți explica sumar întregului grup la începutul activității) și să discute cu cât mai mulți colegi pentru a fi primul care striga BINGO, moment în care jocul se oprește și grupul este invitat să ia loc pe scaune. Opțional te poți gândi la o recompensă simbolică pentru persoana care a câștigat jocul (aplauze din partea întregii clase etc.). De obicei în maxim 15 minute cineva va striga BINGO (de regulă cineva care este mai competitiv, dar nu neapărat).

Activitatea continuă din acest moment. Citește fiecare propoziție din tabel, întreabă ce persoane au identificat (și sunt scrise în tabelul lor) sau întrebi direct cine se regăsește acolo să ridice mâna. Apoi, în funcție de propoziție, întreabă cine vrea să explice cum sau ce face, să dea exemplu. Întreabă grupul după aceste exemple :

- De ce acest comportament este un comportament de consumator responsabil?
- E greu sau ușor să îl ai? Din ce motive?

Dacă este necesar, la fiecare propoziție tu ca facilitator va trebui să aduci explicații suplimentare sau clarificări în contextul consumului responsabil, mai ales dacă explicațiile lor sunt insuficiente. În special discuția se poate concentra pe cauze și consecințe ale unui anumit comportament pentru a se înțelege în ce măsură este responsabil sau nu.

Există posibilitatea ca grupul cu care lucrezi să aiba un nivel destul de scăzut de consum responsabil și prin urmare să le fie greu să găsească persoane la toate întrebările. Acest lucru poate fi anticipat din observațiile pe care le-ai făcut la adresa grupului în Atelierul_1 și eventual să modifice anexa prin a identifica doar o singură persoană (și nu două) sau afirmațiile să fie mai generale.

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 2 (Bingo&Acord dezacord)

Nevoi și dorințe (75 minute)

Scopul activității: activitatea își propune să crească nivelul de conștientizare a participanților cu privire la cele patru lucruri de care avem nevoie pentru a supraviețui și stimulează participanții să se gândească la cei care nu au satisfăcute aceste necesități de bază.

Pregătirea activității: Explică participanților că -nevoile- sunt acele necesități de bază ale vieții fără de care este dificil să supraviețuiești ca: nevoia de aer, mâncare, apă. Dorințele se referă la diverse lucruri care nu sunt neapărat necesități de supraviețuire precum: ciocolată, mp3 player etc.

Facilitarea activității: Roagă participanții să-și imagineze că au primit un telefon important din partea Președintelui statului care le-a explicat: "Avem o mulțime de probleme în lume în acest moment. Dacă fiecare persoană din lume ar consuma atât de multe resurse câte consumăm noi în acest moment vom avea nevoie de încă 3 planete. Așadar vom face un experiment".

Președinte a aflat că acesta este grupul IMPACT (unde sunt activi tineri implicați și responsabili) și că ei ar fi cei mai potriviți pentru acest experiment. Experimentul ar presupune să-i trimită pe toți membrii IMPACT pe o nouă planetă. Planeta aceasta are o atmosferă bună, deci aerul este curat, respirabil. Există gravitație, deci nu vor putea să meargă în aer și nu sunt extraterestri pentru care să se îngrijoreze. Vor primi pentru șase săptămâni rezerve de mâncare și apă, dar perioada pentru care vor fi trimiși va fi poate pentru câteva luni sau chiar un an.

Activitatea descrisă pe pași:

Pasul 1. Explică-le că nu au foarte mult timp la dispoziție pentru că vor pleca în următoarele 30 de minute. Așadar au acest timp pentru a se gândi ce doresc să ia cu ei în bagaj. Ce sunt cu adevărat nevoi și ce sunt doar dorințe?

Pasul 2. Împarte grupul în două. Dă fiecărui grup un set de 39 de carduri (vezi Anexa_1_Nevoi și dorințe) tăiate individual. Explică grupului că vor avea 10 minute să selecteze 16 nevoi care cred ei că sunt esențiale pentru a supraviețui pe această planetă nouă. Rugați-i mai întâi să discute în grup care din cele 39 sunt nevoi și care sunt dorințe. Sugerați-le să le așeze pe două coloane diferite: nevoi și dorințe. Iar la final să finalizeze lista cu cele 16 nevoi esențiale pentru a supraviețui pe planetă.

Pasul 3. După ce fiecare grup a selectat cele 16 nevoi (dacă este nevoie de mai mult timp puteți să le mai dați câteva minute) puteți să le spuneți următorul lucru: “Am vești mai puțin bune să vă dau - Președintele a spus că racheta cu care veți zbura nu este suficient de încăpătoare pentru a lua cele 16 lucruri -deci va trebui să rămâneți doar cu 8 dintre ele!”. Oferă-le timp în fiecare grup să ajungă la cele 8 nevoi/obiecte.

Pasul 4. Când au reușit să reducă cardurile la 8, adună cele 16 carduri de la ambele grupe și lipește-le pe un flipchart sau tablă pentru a fi la vedere - de la ambele grupe. Menționează că ambele grupe vor trebui să aleagă doar 8 tipuri de nevoi din toate cele 16 carduri care sunt lipite împreună. Le dai puțin timp (5-10 minute) să se descurce singuri, după care poți interveni pentru a conduce dezbaterea prin stimularea votului (dacă nu au aplicat ei deja această strategie). Când au ajuns cu toții la 8 carduri, felicită-i, după care poți să simulezi primirea unui telefon prin care anunți că din păcate Președintele a anunțat că din cele 8 carduri vor trebui să rămână doar cu 4!

Pasul 5. Continuă cu ei dezbaterea până ajungeți la 4 carduri. Probabilitatea este mare să finalizați cu Apă, Seminte, Sol fertil și încă unul – de multe ori rămân puii de găină.

Chiar dacă au ajuns sau nu la aceste lucruri, treceți cu ei prin lista de produse din Anexa 2_Nevoi și dorințe explicând/povestind informațiile din anexă pentru produsele listate.

Pasul 6. După ce ați lămurit lista de produse puteți să treceți la etapa de procesare.

Întrebări de debriefing/procesare:

- Când ați ajuns în acest punct întrebați: *Cum vă simțiți când vă gândiți că ar trebui să trăiți doar cu aceste patru tipuri de resurse?*
- Lăsați să vină cât mai multe răspunsuri, după care puteți să le spuneți următoarea informație - “pentru noi viața ar fi destul de îngrozitoare dacă ar trebui să trăim numai cu aceste patru nevoi, dar sunt acum mai mult de un milion de oameni pe planetă care nu au acces nici la aceste patru tipuri de nevoi de supraviețuire”. Acum întrebați: *Cum vă simțiți aflând că atât de mulți oameni nu au acces nici la aceste resurse? Cum credeți că reușesc să trăiască?*
- *Ce lecție, concluzii, am putea să extragem din acest exercițiu?*

Pasul 7. Explicați grupului că până la urmă nu trebuie să meargă cu o rachetă pe o altă planetă, dar ceea ce pot să facă este să rămână aici să aibă grijă de planeta noastră făcându-o un loc mai sustenabil pentru generațiile viitoare.

- *Ce înseamnă pentru voi sustenabil? Ați putea să explicați?*
- *Ce am putea să facem noi la nivel personal în relația nevoi-dorințe-cumpărături?*

Pentru suport o definiție ar putea fi cea din Anexa 1_Nevoi și dorințe.

Resursele planetei nu sunt doar ale noastre pentru a fi utilizate acum și aici fără nicio responsabilitate asupra viitorului. Este important să consumăm aceste resurse astfel încât ele să fie disponibile și în viitor tot pentru noi și generațiile viitoare, fără a degrada ireversibil mediul înconjurător și toate ființele cu care împărțim planeta.

Vezi anexa – Nevoi și dorințe!

Bibliografie:

- (Acord sau dezacord, Bingo) Andreea Loredana Tudorache, You are Part of this world. Be part of its future, Asociația A.R.T Fusion, 2015, București.
- (Nevoi și dorințe) – Activitate extrasă și adaptată după un material deja adaptat de Peace Child după un material al UNICE.

Anexe :

Anexa _Bingo consumator

Anexa_Nevoi și dorințe

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Bingo-consumator	Opinii și comportamente	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI:

Cu această fișă va trebui să interacționezi cu ceilalți colegi din grup. Va fi necesar să găsești persoane care pot să răspundă DA la una din propozițiile din tabelul de mai jos. Pentru fiecare propoziție trebuie să găsești două persoane diferite. Scrie numele persoanelor găsite în tabel. Poți avea numele aceleiași persoane la mai multe afirmații, însă ești rugat să eviți această situație. Este de preferat să discuți cu cât mai multe persoane.

După ce ai găsit două persoane la fiecare propoziție din tabel strigi BINGO și te duci la facilitator.

Telefonul mobil/calculatorul/alt obiect electronic pe care îl folosesc în prezent este mai vechi de 3 ani. Din ce motiv? 1) 2)	Consum produse făcute în România chiar dacă cele importate sunt mai ieftine! 1) 2)
Știu ce înseamnă bulina Rainforest Alliance, Fair Trade pe ambalajele anumitor produse. 1) 2)	Cumpăr numai produse alimentare aflate în sezon. 1) 2)
Mă preocupă condițiile muncitorilor care fac produsele pe care eu le consum. (Ce faci în acest sens?) 1) 2)	Mă informez despre companiile și mărcile pe care le consum, despre condițiile de producție și muncă ale muncitorilor. (De exemplu ce companie?....) 1) 2)
Știu ce înseamnă Boicotul? (Ce anume?.....) 1) 2)	Îmi schimb lucrurile/obiectele numai atunci când am nevoie (când sunt rupte/stricate , nu mai sunt măsura potrivită, etc.) 1) 2)

Cumpăr din second-hand (din ce motiv?)	Mă preocupă impactul produselor pe care le utilizez/consum, asupra mediului (Ce faci în acest sens?)
1)	1)
2)	2)

Explicații suplimentare pe anexe pentru facilitatori

Boicotul în mod clasic se referă la acțiunea de a nu mai cumpăra/utiliza un produs/serviciu de la o anumită companie/țară pentru a protesta față de un anumit comportament al acesteia și de a nu o mai susține financiar.



Pentru întrebarea referitoare la companii ar fi bine să faci un mic research pe anumite companii populare din România pentru a le oferi ca și exemplu dacă nu vin suficiente idei din partea grupului și care pot fi utilizate și la întrebarea legată de boicot. Aceași recomandare va fi de ajutor și pentru întrebările legate de condițiile în care muncesc lucrătorii și impactul asupra mediului.

Acest logo este pus de obicei pe produse de ceai sau cafea precum și fructe din zone tropicale, și presupune că acel produs specific a fost supus unor verificări și îndeplinește standardele de protecție ale mediului, aspectelor sociale și economice din procesul producerii acelui produs.



Fair Trade (Comerț Echitabil) reprezintă o certificare oferită anumitor produse făcute cu ingrediente din zone tropicale sau din alte continente (ciocolată, cafea, ceai, fructe etc) care garantează că persoanele (în special femeii) sunt plătite adecvat și tratate cu respectarea drepturilor lor fundamentale.

În România se pot găsi produse cu această etichetă însă și cu alte denumiri din alte limbi (Commerce équitable/ Comercio Justo etc).

Anexa- activitatea alternativă

Denumire anexă	Denumire sesiune/ atelier	Denumire modul
Nevoi și dorințe	Opinii și comportamente	Consum responsabil

INSTRUCȚIUNI: Decupați carduri de mai jos pentru fiecare grupă de lucru și urmați pașii activității Nevoi și dorințe.

Telefon mobil	Stereo/Boxe	Sol fertil
O vacă	IPOD	CD cu muzică de dans
O cutie cu medicamente	Cutie mare de semințe	Un porc
Ochelari de soare	Fierăstrău	Pături
Mașină	Bicicletă	Generator electric
Panou solar	Coase	Cuțite și furculițe
O periuță de dinți	Săpun	Machiaje

Seturi complete de haine	1 minge de fotbal	Multă hârtie
Creioane	Calculatoare	Antenă de televiziune
O cutie de cărți	Sobă de lemne	Vase și oale
Cuptor cu microunde	Multă multă hârtie igienică	O cutie mare de ciocolată
Pueiți de copaci	Mulți pui de găină	Un pat bun
Un ceas	Apă curată sau tablete de purificat apă	O cameră video

Detalii despre produse necesare pentru Pasul 5.

Produse pentru electricitate: Ele nu sunt esențiale. Foarte mulți oameni în lume se descurcă și fără electricitate. Chiar dacă un generator ne-ar ajuta să facem electricitate, dacă ar trebui să alegem doar patru lucruri esențiale, acesta nu ar fi unul dintre ele.

Panoul solar: Fii sigur să spui că acesta este un mod bun prin care putem să producem energie curată - dar nu ar fi bine să-l ducem pe alta planetă din lipsă de spațiu.

Telefoane mobile: Nu am putea să facem conexiune telefonică cu Pământul pentru că oricum nu am avea curent electric. Ai putea deasemenea să argumentezi că dovezile științifice arată că telefoanele emit niște radiații care au consecințe negative asupra biologiei corpului uman. Expunerea prelungită la un telefon mobil distruge celulele din creier care sunt responsabile cu memoria, mișcarea și învățarea ducând la boli precum Alzheimer sau tumori pe creier.

Periuța de dinți: Vrem cu toții să împărțim o periuța de dinți? Arborele Neem este privit ca unul din darurile naturii. De exemplu, în India se găsește atât în orașe cât și în sate. Frunzele lui sunt folosite pentru spălarea pe dinți și pentru a preveni căderea dinților.

Medicamente: Întrebați din ce sunt făcute medicamentele? De unde credeți că vin aceste plante? Vorbește despre medicamentele care sunt produse din arbori și plantele din pădurile tropicale. De exemplu frunzele din arborii Neem sunt folosite pentru a vindeca pielea afectată de pojar. Rugați-i să dea exemple de medicamente făcute din plante care se găsesc în România. Produsele din ierburi și plante au fost folosite sute de ani pentru tratarea diferitelor boli sau pentru prevenirea lor.

Haine: Dacă nu o să ducem un set întreg de haine, cum credeți că am putea să ne facem propriile haine? Întrebați de unde vin hainele noastre? Gândiți-vă la fibrele naturale care vin din plante.

- **Bumbac:** Bumbacul este o fibră naturală care vine dintr-o plantă și din care se fac aproape jumătate din hainele de pe Pământ. Deasemenea semințele de bumbac pot fi zdrobite și folosit pentru ulei de gătit, dar și cu alte scopuri.
- **Cânepa:** Cânepa este un material făcută din trunchiul unei plante. Acesta este dizolvat. Pectina este separată de fibrele care apoi sunt procesare și transformate în materialul din cânepă pe care îl știm noi.
- **Iuta:** Este o fibră sticloasă tot dintr-o plantă. Este mai grosieră decât celelalte materiale și este folosită cel mai des pentru saci, covoare etc.

Un porc: Doar un porc? Să crești un porc durează 3-4 ani. Un purceluș de lapte cântărește vreo 13 kg. Pentru ca un porc să ajungă să cântărească 125 de kg durează cam 6 luni. Pentru asta ei trebuie să mănânce extrem de mult!

O vacă: Doar o vacă? Chiar dacă dă lapte din care faceți brânză sau chiar dacă puteți să folosiți pielea, este doar una. Vacile mănâncă foarte mult. Ați fi surprins să aflați că o vacă mănâncă poate mai bine ca voi. O vacă este hrănită bine pentru a putea produce lapte. Ea mănâncă pe zi circa 50 kg de mâncare și bea cam 120 de litri de apă. Ai nevoie de cam 100.000 de litri de apă pentru a produce 1kg de carne de vacă. Prin comparație - ai nevoie de doar 900 de litri de apă pentru a produce un kg de făină.

Pui de găină: Ei produc ouă, ouăle se transformă în pui. Asta e întradevăr sustenabil. Fiecare găină poate produce cam 300 de ouă pe an. Ele mănâncă cam 100-120 de grame de mâncare pe zi și fiecare cântărește cam 3-5 kg. Găinașul poate fi folosit ca îngrășământ pentru pământ.

Populație: Populația lumii atinge acum peste 7 bilioane de oameni și crește cam cu 90 de milioane pe an. Ne așteptăm ca până ieșim din secolul 21 populația să crească între 8-10 bilioane.

- 71% din suprafața pământului e acoperită de apă și doar 29% e pământ din care:
 - 20% din pământ este prea uscat pentru agricultură;
 - 20% se află în zone prea reci pentru agricultură;
 - 20% se află în zone prea muntoase pentru agricultură;
 - 20% din suprafață este acoperită de păduri sau mlaștini;
 - 20% din suprafața pământului este disponibilă pentru agricultură - aceiași pentru o populație în creștere.

ONU (Organizația Națiunilor Unite) precizează că fiecare persoană are nevoie de minim 20 de litri de apă pe zi. Însă în Europa se consumă cam 100-150 litri/persoană/zi.

3 Numele atelierului: Drumul produselor

Modul: Consum responsabil

producție și distribuția financiară a costurilor pe lanțul producător - consumator ajustându-și comportamentul de consum în funcție de aceste informații.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini și Valori)

La finalul acestei sesiuni, participanții vor fi capabili:

- (C) Să descrie condițiile de producție sau de muncă ale celor care lucrează în producția diferitor materiale de consum;
- (A) Să reflecteze asupra echității distribuției financiare - de la producător, la consumator a diferitor produse;
- (V) Să dezvolte empatie față de oamenii care lucrează în condiții neetice de producție sau de muncă;
- (V) Să-și adapteze comportamentele de consum fiind mai conștienți de realitățile condițiilor de muncă și a echității distribuției financiare.

Concepte-cheie

- **Lanțul producător-consumator:** drumul produselor de la producător la consumator

Planul sesiunii/atelierului

Activități	Metode utilizate	Timp necesar	Materiale
1.Introducere în tematică	Joc de sparghere a gheții, prezentare obiective sesiune	15 minute	(la alegerea facilitatorului)
2. Cine cât primește ?	Lucru pe grupe, discuție facilitată	60 minute	Anexa_Cine_cât_primește?
Alternativă- Drumul cafelei		80 minute	Anexa 1, Anexa 2, markere, foi, pixuri, un pachet de cafea (opțional)

Alternativă- Drumul unei perechi de blugi

Lucru individual & discuție facilitată

50 minute

Anexa, 1,2,3, foi flipchart, markere, o pereche de blugi (opțional)

Timpul total estimat: 70-90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (15 minute)

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile care vor fi atinse.

2. Cine cât primește? (60 minute)

Scopul activității: este de a dezvolta empatie față de condițiile de producție sau de muncă ale oamenilor, de a de înțelege complexitatea lanțurilor de producție, de a motiva participanții să afle mai multe despre condițiile de producție și lanțurile de producție.

Pregătire: Începeți prin a întreba participanții dacă știu din cât plătesc pentru un produs, cât se duce de fapt la cei care produc bunul respectiv și cât se duce la companiile care vând acele produse. V-ați gândit la aceste lucruri înainte? Care cred ei că este divizia costului unui produs?

Facilitare: Împarte grupul în 4 grupuri mai mici. Fiecare grup va primi numele unui produs din anexă (cafea, ciocolată, banană, încălțăminte sport). Ei vor trebui să se gândească care este prețul 100% al produsului pe care îl cumpără din magazine/supermarket și să se gândească în procente cât la sută din prețul produsului se împarte între diferiți actori. Prima dată rugați-i să se gândească care sunt actorii implicați pe acest lanț până ajunge produsul la consumator și apoi să aloce procentele pentru fiecare în parte.

Dați-le 10-15 minute pentru a discuta și argumenta în grup, după care, fiecare va trebui să prezinte în plen concluzia la care au ajuns. După ce fiecare grup prezintă, invitați celelalte grupuri să-și expună părerea. După ce toate grupurile au prezentat, arătați-le care sunt procentele reale și adresați întrebările de debriefing, procesare.

Întrebări de debriefing/procesare:

- Ce v-a suprins la aflarea diviziunii reale ale procentelor?
- Cum vă simțiți acum că ați aflat aceste informații?
- Care aspecte credeți că sunt cele mai deranjante?
- Cât de corecte/etice vi se par aceste diviziuni ale procentelor?
- De ce credeți că s-a ajuns la această situație?
- Cine sunt responsabili de această situație și ce se poate face în acest sens?
- Ce-ar putea să facă consumatorii? Ați putea să dați câteva exemple concrete?

- Ce alternative ar avea un consumator?
- Ce vă propuneți să faceți diferit de acum înainte?

Recomandare: procentele prezentate în anexă sunt aproximări făcute pe date reale. Este posibil ca de la țară la țară, de la produs la produs datele să se fi schimbat între timp. Nu se pot generaliza aceste informații pentru fiecare produs de acest tip și nici pentru fiecare brand. Vă rugăm să folosiți aceste informații cu titlu orientativ. **Vezi anexa – Cine cât primește?**

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 2 (CINE CÂT PRIMEȘTE?)

Drumul Cafelei (80 minute)

Obiectivele activității sunt de a înțelege mecanismul de producție al cafelei, actorii implicați, de a reflecta asupra distribuției financiare în lanțul de producție, de a dezvolta empatie și sprijin față de fermierii de cafea și de a reflecta asupra consumului personal și a impactului asupra mediului.

Pregătirea activității: Pregătește un tabel (vezi în anexa 2) pe flipchart (fără a pune însă valorile reale pe care le vei adăuga spre sfârșitul discuției). În fiecare grup vor fi cinci roluri. Rolurile trebuie pregătite pentru fiecare persoană din fiecare grup. Opțional poți să ai ca și obiect de „studiu” un pachet de cafea (atenție la marcă - să fie de la o companie internațională) pentru demonstrație și pentru a crea un cadru mai real.

Facilitarea activității: Întreabă participanții dacă beau cafea, cât de des, de la ce mărci și dacă s-au gândit vreodată cine este implicat în producția de cafea. Împreună cu participanții se face drumul cafelei de la tufiș până la pachetul care ajunge în magazin, prin ce pași și instituții trece. (Unde crește cafeaua? Ce fel de plantă este? Copac, tufiș; Cum se culege? Cine o culege? Ce se întâmplă apoi cu cafeaua?) Rolurile din anexa 1 vă vor fi de folos în acest demers pentru a clarifica și a explica fiecare pas. E important de menționat că aceste roluri fac o simplificare a procesului pentru a face mai clari pașii (această introducere nu ar trebui să ia mai mult de 10 minute).

Explică grupului că acum vor juca un joc de rol în care vor înțelege mai bine rolul fiecărui actor din lanțul de producție.

- Împarte participanții în grupuri de câte 5 persoane. Dacă grupul nu se divizează perfect în grupe de 5 roagă câțiva participanți să împartă un rol într-un grup sau două. Aceștia vor hotărî împreună asupra deciziilor pe care trebuie să le ia pe parcursul jocului. Explică fiecărui grup că ei vor lua rolul unuia din actorii din procesul care face posibilă aducerea cafelei din Uganda pe mesele oamenilor dimineața. Împarte cartonașele cu rolul fiecărui grup astfel încât fiecare persoană din fiecare grup să aibă câte unul. În fiecare grup fiecare persoană are un rol diferit (vezi anexă);
- Roagă grupurile să citească cartonașele și oferiți-le 5 minute pentru a înțelege rolul lor în acest proces. Cum se simt în legătură cu rolul lor? Cu ce probleme cred că se vor confrunta? Ce putere au în acel rol?

- Acum prezintă pachetul de cafea. Spune-le participanților că acest pachet costă X lei în supermarket . Roagă fiecare persoană din fiecare grup să se gândească cât la sută din prețul cafelei consideră că ar trebui să le revină lor pentru efortul depus în acest proces. Această parte a exercițiului este individuală chiar dacă ei sunt plasați în grup. Rolurile se păstrează individual și nu se arată colegilor de grup;
- După câteva minute (maxim cinci minute) roagă grupurile să își împărtășească părerea. Scrie fiecare procent al lor pe schema de pe tablă sub coloana “Grup individual” - vezi în anexă ce tabel trebuie folosit. Mai întâi notează toate procentele de la fiecare grup și abia apoi să întrebi cine dorește să își justifice numărul indicat. Întreabă doar 1-2 persoane să justifice apoi treci mai departe;
- Adună rezultatele la fiecare grup. Cel mai probabil procentajul va depăși 100%, față de cât ar fi prețul maxim. Acum roagă grupurile să negocieze până se ajunge la 100%. Fiecare grup reprezintă un ciclu de producție, ei trebuie să neocieze între ei pentru a nu depăși 100% altfel cafeaua nu ar putea să fie vândută. Numerele inițiale vor trebui ajustate, fiecare actor va încerca să îi motiveze pe ceilalți să reducă procentul lor și să justifice de ce vor să primească un anumit procent ei înșiși.
- După 10-15 minute (de negocieri) se vor nota noile numere în dreptul fiecărui grup pentru a vedea dacă s-a putut ajunge la maxim 100%. După ce treci toate numerele de la toate grupurile adresează următoarele întrebări:

-Ce observați în aceste numere? Care actori au făcut cele mai mari concesii? Cum ați reușit acest lucru?

- Observați diferențe semnificative între aceiași actori din grupuri diferite?
- Cum ați negociat în grupurile voastre? Ce argumente au fost mai puternice?
- Cât de realiste credeți că sunt procentele propuse de voi?
- Cum credeți că se distribuie aceste procente în realitate?

Acum puteți dezvălui proporțiile corecte ale procesului în ultima coloană “procentajul real”. Adresați următoarele întrebări:

- Cum vă simțiți față de aceste procente?
- Cum vi se pare? Corect? Incorect?
- De ce credeți că se întâmplă asta ?
- Ce rol joacă consumatorul?
- Ce ar putea ei să facă ca și consumatori?

Este important de menționat/avut în vedere anumite aspecte pe parcursul acestei discuții finale:

- Prețul cafelei a scăzut începând cu anul 1999. Este la cel mai scăzut nivel din ultimii 100 de ani, lucru datorat creșterii producției și scăderii (sau stagnării) consumului în raport cu producția. Un alt motiv este că prețul cafelei nu este hotărât de producătorii de cafea, ci de marii cumpărători la bursă din Londra și New York (ne referim aici la multinaționale) și nu există o uniune care să protejeze în mod global drepturile fermierilor de cafea;
- În viața reală fermierii nu pot negocia mereu cu distribuitorii, preparatorii sau vânzătorii. Asta este parte din problema fermierilor: influența lor în această afacere este foarte limitată în comparație cu tranzacțiile mai mari de pe piață de marketing a cafelei. Fermierii, spre deosebire de restul părților implicate în acest proces, nu au acces la resurse vaste, tehnologii avansate, informații sau transport;

- Soluții pe care le poți sugera sau stimula pentru a veni din partea grupului: Să cumpere cafea Fair Trade/Rainforest (vezi activitatea Bingo pentru explicații suplimentare) care începe să fie din ce în ce mai prezentă pe piața din România; să cumpere de la companii mici, să caute cafenele care au contact direct cu producători locali, să se intereseze de mărcile de cafea pe care le consumă, cum se situează în acest aspect, să fie conștienți de impactul pe care îl are consumul lor de cafea asupra vieții fermierilor, să se informeze și să discute cu alte persoane din jurul lor pe aceasta tematică.

Vezi anexele:

- Drumul cafelei - roluri
- Drumul cafelei - tabel procente

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 2 (CINE CÂT PRIMEȘTE?)

Drumul unei perechi de blugi (80 minute)

Obiectivele activității sunt de a înțelege mecanismul de producție a unei perechi de blugi, actorii implicați, de a reflecta asupra distribuției financiare în lanțul producției, de a dezvolta empatie și sprijin față de muncitorii implicați și de a reflecta asupra consumului personal și impactul acestuia asupra planetei.

Pregătirea activității: Printarea anexei 1 (țările și etapele), câte una pe grup (sau se va scrie pe tablă/un flipchart) și pregătirea unei hărți care să fie agățată într-un loc vizibil. Poate să fie o hartă a lumii, un glob pământesc sau se va desena schematic o hartă pe tablă. Anexa 2 și Anexa 3 se scriu pe flipchart însă fără a fi puse procentele reale (pentru Anexa 3) – acestea vor fi adăugate după ce grupurile vor face propunerile lor. Opțional poți să ai ca și obiect de „studiu” o pereche de blugi (atenție la marcă - să fie de la o companie internațională) pentru demonstrație și pentru a crea un cadru mai real

Facilitarea activității: Întreabă participanții care este articolul lor vestimentar preferat (fustă, tricou etc). De ce? Dacă nu se menționează blugi, întreabă-i direct câți dintre ei poartă blugi și articole din material de blug. Întreabă-i și câte perechi au. Eventual poți întreba participanții și cât de des își cumpără blugi și de unde.

1. Împarte participanții în grupuri mai mici și dă-le fișa de lucru (anexa 1) în care este descris procesul de realizare a unei perechi de blugi și prin ce etape trece. Roagă participanții să marcheze locațiile și etapele producției descrise pe foile de lucru, pe harta afișată/desenată. Acest lucru va dura aproximativ 10 minute. Ulterior vei trece împreună cu grupul prin fiecare etapă și se va explica succint procesul de producție (prezentat în anexa 2).

Adresează participanților următoarele întrebări de debriefing/procesare:

- Ce părere aveți legat de parcursul unei perechi de blugi? Vă surprinde?
- De ce o pereche de blugi are nevoie să parcurgă un drum așa de mare din momentul producerii?
- Care credeți că sunt consecințele acestui aspect?

- Cum afectează producția globală a unui produs: mediul înconjurător, economia țării, indivizii din fiecare țară? Cum afectează producția globală a unui produs condițiile de muncă din fabrici?
2. Acum arată perechea de blugi și roagă-i pe participanții (din același grup) să se gandească și să sugereze ce procent din costul final al blugilor să se îndrepte către ce arie a procesului de producție. Arie vizate sunt scrise pe flipchart. Se acordă 15 minute pentru această sarcină. Apoi se vor nota numerele din fiecare grup. Întreabă participanții:
- Ce părere aveți de aceste procente propuse de voi? Cum ați ajuns la aceste numere?
 - Cât de realiste credeți că sunt procentele propuse de voi?
 - Cum credeți că se distribuie aceste procente în realitate?
3. Oferă distribuirea cât mai aproape de realitate a procentajului .
- Cum vă simțiți față de aceste procente?
 - Cum vi se pare? Corect? Incorect?
 - Ce înseamnă de fapt acel 1% pentru muncitorii din fabrici ? Discutați despre condițiile de muncă din fabrici (ore de muncă, protecția muncii, abuz și violență, sindicate/uniuni de comerț);
 - De ce credeți că se întâmplă asta?
 - Ce rol joacă consumatorul în acest proces?
 - Ce ar putea ei să facă ca și consumatori?

Pentru a avea mai multe exemple și informații concrete despre condițiile de muncă în fabricile de blugi din China te poți uita în avans la acest film ChinaBlue: <https://vimeo.com/86400539>

Soluțiile pe care le poți sugera sau stimula pentru a veni din partea grupului: Să cumpere mai rar blugi având în vedere tot acest impact; să cumpere de la second-hand ca să evite parte din noul proces; să cumpere de la fabrici din România/Europa și firme mici; să cumpere de la companii care respectă lucrătorii (<https://cleanclothes.org/>); să se intereseze de mărcile pe care le cumpără, cum se situează la acest aspect; să fie mai conștienți de impactul pe care îl are consumul lor asupra vieții muncitorilor; să se informeze și să discute și cu alte persoane în jurul lor de această tematică.

Vezi anexele:

- Anexa_Țările și etapele producției de blugi
- Anexa_Stagiile producției de blugi
- Anexa _Procente din preț în producția de blugi

Bibliografie:

- (Cine cât primește?) Andreea Loredana Tudorache, You are Part of this world. Be part of its future, Asociația A.R.T Fusion, 2015, București ;
- (Drumul unei perechi de blugi) - Activități extrase și adaptate din materialele acestei organizații <http://fashioninganethicalindustry.org/resources/>.
- Drumul cafelei - Activitate din materiale educative ale Oxfam

Anexa _Cine cât primește?

Anexa_Drumul cafelei: roluri

Anexa_Drumul cafelei: tabele cu procente

Anexa_Țările și etapele producției de blugi

Anexa_Stagiile producției de blugi

Anexa _Procente din preț în producția de blugi

Denumire anexă	Denumire sesiune/ atelier	Denumire modul
Cine cât primește?	Drumul produselor	Consum responsabil

Cine cât primește?

Cafea

Fermierii	5%
Producătorii (cei care prăjesc)	10%
Intermediarii	20%
Multinaționalele	35%
Supermarketurile	30%

Ciocolată

Fermierii	3%
Intermediarii	30%
Multinaționalele	40%
Supermarketurile	27%

Bananele

Fermierii	5%
Transportatorii	10%
Multinaționalele	55%
Supermarketurile	30%

Încălțăminte sport

Retailer (vânzător)	50%
Salariatul (producător)	1%
Ambalaje, transport	16%
Brandul	33%

Anexa 1- Activitatea alternativă Drumul cafelei

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Dumul cafelei-roluri	Drumul produselor	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI: Se dă câte un rol de persoană într-un grup de cinci.

Fermieri:

Locuiești în zona rurală de sud a Ugandei. Aveți două hectare de lanuri de cafea. Cultivarea și creșterea cafelei este principala voastră sursă de venit. Plantați puieți de cafea și buruieni în vecinătatea acestora astfel încât planta de cafea să nu fie în competiție cu alte plante. Copacii au nevoie de atenție zilnică astfel încât să fie cât mai productivi. Culegi mugurii de cafea la mână atunci când sunt roșii și coapte. Le usuci la soare și le vinzi la comercianții locali. Banii câștigați de pe urma cafelei sunt folosiți pentru a plăti studiile copiilor voștri și facturile medicale ale familiei. La fiecare 15 ani trebuie cumpărați puieți noi de cafea pentru ca cei vechi să fie înlocuiți. Puieții au nevoie de 4 sau 5 ani pentru a începe să producă cafea.

Exportatorii de cafea

Faceți vizite fermierilor pentru a cumpăra cafea. Fermele lor sunt amplasate pe o suprafață vastă a țării deci aveți costuri mari de transport și combustibil pentru a cumpăra fructul de cafea. Apoi, procesați fructul de cafea pentru a extrage miezul verde, le ambalați în saci, le transportați până la porturile navale unde le vindeți companiilor de distribuire. Uganda este o țară fără coastă la mare deci aveți costuri mari pentru transporturile feroviare. Piața de vânzări a cafelei este una foarte volatilă, așa că uneori sunt și costuri de depozitare ale cafelei. Aveți mereu nevoie de bani pentru reparația și mentenanța echipamentului de procesare a fructelor de cafea și bani pentru salariile oamenilor ce operează acele aparate.

Distribuitori de cafea:

Cumpărați sacii de cafea ce conțin miezul verde nepreparat de cafea de la exportatorii de cafea. Încărcați sacii pe vapoare și îi transportați în Europa unde le vindeți preparatorilor/prăjitorilor de cafea. Aveți costuri mari când vine vorba de salariile echipajului vaporului. Riscurile sunt ample și aveți nevoie de asigurare pentru vapor și marfă transportată. De asemenea, există costuri mari pentru combustibilul folosit. Alte costuri mari ar fi taxele vamale din porturi și cele de import/export de cafea.

Preparatorii/Prăjitorii:

Cumpărați miezul verde de cafea de la distribuitori și îl amestecați în diferite tipuri și varietăți. Coaceți boabele și le măcinați pentru a face cafea instant. Apoi o ambalați în borcane/pachete pe care le oferiți vânzătorilor. Este o afacere cu un număr ridicat de competitori și din acest motiv sume mari de bani sunt cheltuite pe publicitate și conceperea unui ambalaj atractiv clientului. Sume mari de bani sunt investite și în cercetarea produsului pentru a îmbunătăți gustul/amestecul astfel încât să vă mențineți în competiție.

Vânzătorii/Magazinul:

Cumpărați cafea de la preparator/producător, o depozitați până este nevoie de ea, o etichetați cu un preț, o afișați și o vindeți clientului. Aveți costuri mari la taxe deoarece sunteți nevoit să vă desfășurați activitatea în zone aglomerate și centrale orașului. Magazinul în sine trebuie să arate atractiv ceea ce înseamnă costuri ridicate când vine vorba de decorațiuni. Aveți nevoie să investiți timp și bani într-un personal adecvat pentru a servi clientul.

Anexa 2- activitatea alternativă: Drumul cafelei

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Drumul cafelei-tabel procente	Drumul produselor	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI: Se desenează tabelul de mai jos pe un flipchart și va fi utilizat în timpul jocului de rol și se vor trece atâtea grupuri câte sunt formate de participanți. **Foarte important!!!** Procentul REAL se trece doar la sfârșit conform pașilor de la instrucțiuni.

Grup Nume actor	Grup 1 indiv dual	Grup 1 negoci at	Grup 2 individu al	Grup 2 negoci at	Grup 3 individu al	Grup 3 negoci at	Grup 4 individu al	Grup 4 negoci at	REA L
Fermierii									1,5%
Exportatorii									2,5%
Distribuitorii									7%
Preparatorii									64%
Vânzătorii									25%
TOTAL %									100%

Anexa 1- activitatea alternativă Drumul unei perechi de blugi

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Țările și etapele producției de blugi	Drumul produselor	Consum Responsabil

Țările și etapele producției (se dă cate o copie de grup)

- Designul blugilor este făcut în Elveția;
- Bumbacul este cultivat în Uzbekistan, Burkina Faso sau America și trimis spre China;
- Fibra este toarsă în China folosind aparatură Elvețiană;
- Firul este vopsit în culoarea indigo în Filipine;
- Materialul este țesut apoi în Polonia;
- Etichetele sunt fabricate în Portugalia și nasturii în Franța;
- Materialele sunt cusute toate în Filipine;
- Blugii sunt trimiși la producători în Elveția și vânduți tot acolo;
- Perechea de blugi este plimbată oriunde te duci și tu;
- Blugii mai apoi sunt refolosiți în diferite țări (de exemplu Togo) drept haine second-hand aduse din Europa.

Anexa 2 - activitatea alternativă Drumul unei perechi de blugi

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Stagiile producției de blugi	Drumul produselor	Consum Responsabil

Stagiile producției de blugi (de utilizat de facilitator pentru explicații mai aprofundate asupra ciclului producției)

- Design;
- Cultivatorii de bumbac;
- Torsul fibrei;
- Colorarea firului;
- Producția mașinărilor de cusut;
- Țesutul materialului;
- Cusutul materialului sub forma blugilor;
- Producția etichetei;
- Producția nasturilor;
- Vânzarea;
- Dupa X folosiri : second-hand;
- Dupa X folosiri : gunoi.

Anexa 3 - activitatea alternativă Drumul unei perechi de blugi

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Procente din preț în producția de blugi	Drumul produselor	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI : Se pregătește un flipchart cu următorul tabel:

Foarte important!!! Procentul REAL se trece doar la sfârșit conform pașilor de la instrucțiuni.

Grup Nume actor	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4	Grup 5	REAL
Muncitori (salariu)						1 %
Materiale și taxe pentru contractori						13%
Transport, taxe						11%
Producător						25%
Vânzatori						50%
TOTAL %						

Scopul întâlnirii: În urma acestei întâlniri participanții vor explora în profunzime aspecte legate de condițiile de producție ale produselor pe care le folosim, cu focus pe componenta umană și de mediu.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini/Valori)

La finalul acestei întâlniri, membrii vor fi capabili să:

- (C) Listeze exemple de încălcări ale drepturilor muncitorilor sau ale copiilor implicați în producția de diferite produse;
- (C) Exemplifice companii care au practici negative în procesul de producție;
- (C) Listeze exemple de consecințe negative asupra mediului datorate producției de anumite produse;
- (V) Să empatizeze cu muncitorii din lanțul de producție;
- (V) Să conștientizeze legătură dintre ei și ceilalți oameni implicați în lanțul de producție;
- (V) Să își asume responsabilitatea pe care o poartă că și consumator în general;
- (V) Reflecteze la propriul rol și putere că și consumator;
- (V) Să fie motivați să boicoteze o companie;
- (A) Să explice motivele unui boicot altor persoane.

Concepte-cheie

- Consum responsabil
- Drepturile muncitorilor
- Drepturile copiilor
- Impact asupra mediului
- Responsabilitate

Planul sesiunii/atelierului

Activități	Metode utilizate	Timp necesar	Materiale
1. Introducere în sesiune	Joc de spargere a gheții	10 minute	(la alegerea facilitatorului)
2. Introducere-condiții de producție	Discuție interactivă	15 minute	Flipchart

3. “Atelierul lui Moș Craciun” SAU “Fața ascunsă a ciocolatei”	Film plus Discuție	65 minute	Proiector, laptop, boxe
---	-----------------------	--------------	----------------------------

Timpul total estimat: 90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (10 minute)

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile atinse.

2. Introducere – condiții de producere (15 minute)

Scopul activității este de a face o recapitulare a unora dintre discuțiile anterioare și de a puncta ce anume cunoaște grupul legat de condițiile de lucru sau producție ale produselor pe care le dețin.

Pregătirea activității: Înainte de sesiune trebuie să recapitulezi mental celelalte sesiuni și punctele de discuție atinse acolo.

Facilitarea activității: Întreabă participanții despre atelierul anterior și ce anume își aduc aminte legat de ce s-a discutat despre condițiile de producție ale unor produse. Poți utiliza întrebările propuse mai jos pentru a facilita o mică discuție în acest sens:

- Care au fost problemele menționate atunci legate de condițiile de producere? (în funcție de produsul avut în vedere)?
- În ce țări se întâmplă asta?
- Dacă ne gândim la un produs de genul ... (da-ți un exemplu: electronic, jucări, ciocolată) cum credeți că sunt condițiile de producere? Cum sunt tratați oameni? Cine și cum lucrează acolo?
- Cunoașteți o marca/companie despre care se știe că are astfel de situații?
- De ce se întâmplă asta?
- La noi în România se întâmplă? De ce nu?
- Cum este afectat mediul?

*Ca și recomandare întrebările pot viza aspecte care vor apărea în filmul prezentat, prin urmare în funcție de filmul ales se pot focusa întrebările. Nu trebuie să te aștepți să mergi în profunzime cu aceste întrebări, doar să scoți de la ei cât poți de mult, ulterior ei oricum o să vadă filmul.

Scrie pe flipchart aspectele menționate dacă sunt relevante.

3. “Atelierul lui Moș Crăciun” SAU “Fața ascunsă a Ciocolatei” (50minute)

Scopul activității este de a oferi participanților informații concrete de la baza producerii unor produse (fie electronice, jucări sau ciocolată) extrase sub forma unor documentare de pe teren asupra căreia să reflecteze și să ia acțiune.

Pregătirea activității: Trebuie să ai un proiector, laptop și boxe (să le verifici înainte să înceapă sesiunea). Opțional poți să ai un ecran/TV care se conectează la laptop sau USB. Orice aranjament tehnic trebuie verificat dinainte. Ai la dispoziție două filme pe care le poți utiliza. Trebuie să le descarci de pe internet pentru a le folosi în varianta offline și trebuie să te uiți la ele o dată sau de două ori înainte de sesiune pentru a te pregăti pentru discuția ulterioară. Aici sunt linkurile de la filme, însă dacă acestea nu funcționează va trebui să faci un nou search pe internet.

„Atelierul lui Moș Crăciun” (titlu original: Santa’s Workshop): <https://www.youtube.com/watch?v=yF8jUDzz5bE> (32 minute)

„Fața ascunsă a ciocolatei” (titlu original: Dark Side of Chocolate): <https://www.youtube.com/watch?v=7Vfbv6hNeng> – 46 minute (ar trebui arătat doar o parte din film pentru că este lung, se poate alege o parte mai relevantă).

Aceste filme nu au subtitrare în română, prin urmare dacă grupul nu are un nivel suficient de bun în engleză este posibil ca această activitate să provoace dificultăți. Eventual se arată o parte din film mai mică și se oprește filmul din când în când și se clarifica ce s-a întâmplat până în acel moment.

Facilitarea activității: Fiecare film se focusează pe o altă industrie. Tu ca și facilitator poți alege ce film dorești să utilizezi cu grupul cu care lucrezi. Tu va trebui să alegi față de ce tip de produs vrei să îi sensibilizezi și să produci o schimbare. Discuția finală va viza și aspecte mai generale însă filmul va produce și o reacție emoțională și deci va trebui să alegi din cele două având în vedere și felul cum sunt prezentate informațiile în fiecare dintre ele.

Pregătește sala pentru a se putea viziona filmul. Fă o mică introducere a filmului pentru grup, verifică dacă cineva l-a văzut înainte, explică din ce an este și anunță că după vizionarea filmului vom avea o discuție. Dacă nu vei arăta tot filmul și nu are subtitrare, explică acest lucru și întreabă dacă există cineva care are nevoie de traducere (poți să te poziționezi în apropierea lor pentru a le traduce din când în când). Opțional poți să întrebi pe cineva din grup dacă se simte suficient de confortabil să facă și traducere în apropierea celor care nu sunt confortabili cu nivelul lor de engleză.

Pe parcursul filmului urmărește reacțiile participanților la ce se prezintă în film. Acest aspect este un indicator pentru tine pentru a vedea dacă ei urmăresc ce se întâmplă, au reacții emoționale sau de altă natură. Este posibil să fie foarte emoțional pentru unii participanți. Fi pregătit pentru asta.

După ce se termină filmul, adresează următoarele întrebări :

- Vă rugăm să va întoarceți către colegul (din dreapta și stânga) și să discutați despre ce sentimente v-a trezit acest film. Ce anume din film v-a făcut să va simțiți în ce fel și care este sentimentul general pe care îl trăiți acum (alocați 10 minute pentru asta apoi continuați în grupul mare);
- Vrem să auzim de la fiecare care este sentimentul general pe care îl simțiți acum într-un cuvânt, maxim două (se face o rundă și toată lumea trebuie să zică ceva);
- Vrea cineva să detalieze mai mult de acel 1 sau 2 cuvinte pe care le-ați zis anterior? Ce anume va făcut să va simiți așa?

- Ce ați observat în film în raport cu ce am discutat înainte de film? Exemple de probleme în această industrie... (scoate-ți cât mai multe exemple). Ce companii sunt prezentate în film?
- Ați observat ceva ce vă așteptați în acest film? Este ceva care vă surprinde în ceea ce ați văzut? Ce anume?
- Care sunt motivele pentru astfel de situații?
- Credeți că se întâmplă și în alte industrii?
- Cine are responsabilitatea pentru a face o schimbare?
- Ce putere și responsabilitate are consumatorul?
- Ce vreți să faceți voi ca și consumatori de acum încolo? (faceți grupe de câte 3-4 persoane care să vorbească despre ce vor să facă de acum încolo ca și consumatori- alocați 10-15 minute pentru asta în funcție de ce timp aveți la dispoziție);
- Rugați fiecare grup să dea câteva exemple din ce anume vor să facă.

Scopul sesiunii/atelierului: este de a explora legătura dintre cererile consumatorilor de produse și exploatarea oamenilor (încălcarea drepturilor omului).

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini/Valori)

La finalul acestei sesiuni, participanții vor fi capabili să:

- (C) Să descrie ce înseamnă fair-play ;
- (A) Să argumenteze care este legătura dintre cererile consumatorilor de produse și exploatarea oamenilor prin încălcarea drepturilor omului;
- (A) Să discute în mod constructiv referitor la aspecte provocatoare din sfera consumului responsabil;
- (V) Să reflecteze asupra propriilor păreri și pe ce sunt bazate acestea;
- (V) Să reflecteze la propriul comportament în raport cu principiile fair-play;
- (V) Să motiveze alte persoane să devină consumatori responsabili;
- (V) Să crească nivelul de conștientizare cu privire la condițiile de muncă ale muncitorilor care fac produse sport.

Concepte-cheie

- Consum responsabil
- Fair-play (vezi concept în atelierul 2 - anexa)

Planul sesiunii/atelierului

Activități	M e t o d e utilizate	Timp necesar	Materiale
1. Introducere în sesiune	Joc de sparghere a gheții	15 minute	(la alegerea facilitatorului)
2. Dă-ne un “Gadget”!	Joc de rol	70 minute	Anexa, foi flipchart, markere, roluri, bluetac

Alternativa – Fair Play

Bzzz group,
lucru pe
grupe

80 minute

Anexa Quiz, flipchart, markere,
pixuri

Timpu total estimat: aprox.90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (15 minute)

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile de atins.

2. Dă-ne un “gadget”! (60 – 70 minute)

Scopul activității este de a explora legătura dintre cererile consumatorilor de produse și exploatarea oamenilor.

Pregătire și facilitare: Începe prin a întreba: Cine din grup deține un telefon mobil? Știți de unde vine telefonul vostru mobil? Credeți că toate piesele sunt din aceeași țară? Credeți că ați putea ghici ce piese vin din ce țară?

Mai departe împarte grupul în 6 echipe. Dați fiecărei echipe un card cu un rol și o copie a scenariului din anexa. După ce toată lumea a citit, dați-le 5 minute să discute cum și în ce fel grupul lor este important pentru Republica Democrată Congo (RDC). Facilitatorul va scrie pe flipchart întrebările de ghidare de mai jos. Pentru fiecare argument pe care grupul dorește să-l aducă, ei trebuie să-l scrie pe câte un post-it: câte un argument pe câte un post-it.

Întrebări de ghidare:

- De ce este important că grupul tău există?
- Cine beneficiază de existența grupului tău?
- Ce s-ar putea întâmpla dacă grupul tău nu ar exista?

După ce cele 5 minute au expirat, rugați fiecare grup să prezinte fiecare argument venit din partea participanților, lipindu-l pe foaia de flipchart. Grupul va trebui să explice ce au scris înainte să pună post-it-ul pe flipchart. Pe măsură ce argumentele sunt spuse și lipite, oferă ca facilitator câte cinci sau 10 puncte în funcție de cât de convingătoare au fost argumentele. Nu oferi puncte pentru a repeta ceea ce un al grup deja a spus. Grupul care primește cele mai multe puncte câștigă.

Întrebări de debriefing/procesare:

- Care sunt problemele în acest scenariu? Care este situația de fapt?
- Sunt grupuri fără de care RDC s-ar descurca mai bine?
- Este situația din scenariu corectă/etică?
- Cine suferă cel mai mult?
- De ce credeți că situația continuă?
- Ce putem noi să facem ca tineri și consumatori să ajutăm să se schimbe situația?

Vezi anexa – Dă-ne un gadget!

ACTIVITATE ALTERNATIVĂ PENTRU ACTIVITATEA 2 (Dă-ne un “Gadget”!)

Fair Play

Scopul activității: să crească nivelul de conștientizare cu privire la condițiile de muncă ale muncitorilor care fac produse sport.

Pregătire și facilitare:

Partea 1 (20 minute): Roagă participanții să se așeze în perechi de câte doi. Dă-le 1 minut să listeze cât mai multe nume de companii sport pe care le știu. După expirarea timpului invită-i să împărtășească lista lor, iar tu notează numele pe flipchart. Mai departe adresează-le o serie de întrebări:

- Știți de unde sunt aceste companii? Sau unde au fost ele înființate?
- Știți unde sunt făcute produsele lor?
- Știți de exemplu cât este plătit un director al unei astfel de companii? Dar un lucrător care produce de exemplu hainele lor?

Pasul 2 (20 minute): Distribuie o copie a întrebărilor din anexa de mai jos și tot pe grupe rugați-i să răspundă la cât de multe întrebări reușesc. După ce au completat întrebările, rugați-i să-și prezinte răspunsurile, la final dă-le și tu răspunsurile și pune întrebările de mai jos.

Întrebări de debriefing/procesare:

- Sunteți surprinși în vreun fel de aceste răspunsuri?
- În ce măsură credeți că cei implicați în realizarea și vânzare unui produs sunt fairplay?
- Credeți de exemplu că un lucrător într-o fabrică de confecții ar putea fi plătit mai bine?
- Ce credeți că ar putea fi făcut pentru a schimba această situație? Cine ar trebui să facă ceva?

Partea 3 (10 minute): La final împărtășește informațiile din secțiunea - *Cine primește cât! și Într-o zi de muncă!* (vezi anexa de mai jos).

Întrebări de debriefing/procesare:

- Ce simțiți acum că ați aflat aceste informații?
- Ce credeți că ar putea fi făcut pentru a schimba această situație?

Partea 2 (30 minute): Împarte participanții în grupe de câte 4 persoane. Explică-le că grupul lor a fost contractat de o companie sport de top să le promoveze brand-ul. Ceea ce nu știe compania este că agenția de publicitate din care sunteți voi parte sunt suporteri secreți ai muncitorilor din țările în curs de dezvoltare. Sarcina voastră este să realizați o reclamă care arată modul real în care marca de produse este cu adevărat produsă și deasemenea să arătați motivele companiei pentru care face acest lucru. Prezentarea reclamei nu ar trebui să fie mai lungă de 3 minute. Acordați grupului 20 de minute să-și facă prezentarea. Ca metode de prezentare puteți să le recomandați:

- Un jingle (un cântec scurt și de efect);
- Un poster;
- Un storyboard (o serie de desene care spun o poveste);
- O dramatizare.

După finalizarea prezentărilor, întrebați participanții cum s-au simțit și rugați-i să puncteze ce ar putea să facă ei personal în această situație.

Vezi anexa – Consumator informat

Bibliografie:

- Dă-ne un “gadget”! Si Fair Play, A Rich Man’s World- a youth work resource on global issues affecting our lives, NYCI Development Education Programme/ Source: Oxfam, Global Unions and Clean Clothes Campaign (2004). Play Fair at the Olympics

Anexe :

Anexa _Dă-ne un “gadget”!

Anexa_Consumator informat

Denumire anexă	Denumire sesiune/ atelier	Denumire modul
Dă-ne un gadget!	Consumator informat	Consum responsabil

Fapte: Din 1996 în Republica Democratica Congo (RDC), peste 5,5 milioane de oameni au fost omorâți, adică cam 40.000 de oameni pe lună. Peste 2 milioane de oameni au fost strămutați din casele lor, din satele lor. Pentru mai multe informații puteți să vizitați www.raisehopeforcongo.org.

Scenariu: În RDC sunt mine ilegale în care companiile și soldații din miliție sapă cu scopul de a face cât mai mulți bani posibil. Soldații forțează oamenii să lucreze pentru foarte puțini bani sau fără bani în condiții foarte periculoase. Mulți dintre cei care poartă arme și sunt în miliție sunt copii și tineri care au fost luați de lângă familiile lor. Datorită conflictelor și abuzurilor miliției, RDC este cel mai periculos loc din lume pentru femei. Există diverși actori/grupuri care luptă pentru a opri aceste mine ilegale, dar vieților lor sunt constant în pericol. Când minereurile sunt extrase sunt exportate în țările din vecinătate și peste mări și oceane cu scopul de a fi transformate în produse utilizate în tehnologie high tech.

Roluri

Guvernele țărilor bogate. Trebuie să vă asigurați că este suficient de multă muncă pentru cetățenii din țara ta. Acest lucru este important pentru că ei au nevoie de bani să cumpere produse. Dacă cetățenii tăi nu mai cumpără produse, nu poți aduna taxele de care ai nevoie pentru a susține servicii precum sănătatea și educația. Cumpărarea de produse ține oamenii fericiți și în această caz va fi mai puțin probabil să facă probleme.

Organizația Comunităților Congoleze. Aceasta include studenți, grupuri religioase, grupuri de tineri și femei, etc, grupuri care văd efectele negative ale mineritului ilegal și ale corupției asupra țării. Vă doriți ca mineritul ilegal să fie oprit și guvernul să preia controlul asupra minelor astfel încât oamenii să fie tratați etic și țara să câștige din vânzarea de minereuri ca aur, cupru, coltan și fier.

Grupul Internațional pentru Drepturile Omului. Încercați să creșteți nivelul de conștientizare cu privire la injustițiile care există în Congo. Vreți să puneți presiune asupra guvernelor țărilor bogate să ajute să oprească exploatarea copiilor și a muncitorilor. Voi credeți că ar fi mai simplu să fie oprit războiul dacă guvernele și cetățenii din țările bogate s-ar opri din cumpărarea de produse în care sunt implicați copii soldați și oamenii sunt forțați să muncească.

Oficiali ai Miliției corupți. Nu câștigați mulți bani din munca voastră. Puteți să mai câștigați extra permițând rebelilor să treacă granița fără a fi opriți și căutați. Uneori îi puneți să vă plătească o taxă care o păstrați pentru voi înșivă. Nu cereți acte oamenilor care trec prin graniță, chiar dacă știți că sunt copii care poartă arme.

Companii de electronice. Existați ca să faceți bani. Fabricați produse high tech ca laptopuri și telefoane mobile. Vreți să vă păstrați consumatorii fericiți și când destul de mulți cer ceva, de obicei ascultați și schimbați ceea ce puteți.

Denumire anexă	Denumire sesiune/ atelier	Denumire modul
Consumator informat	Consumator informat	Consum responsabil

1. În ce țări este produsă cea mai multă încălțăminte sport?

- a. Europa (România, Croația, Franța)
- b. SUA
- c. Asia (China, Vietnam, Indonezia)

2. Cât credeți că a plătit Adidas pentru a deveni partener oficial pentru produse sport în cadrul Olimpiadei de la Londra 2012?

- a. 23 milioane de euro
- b. 113 milioane de euro
- c. 1.2. bilioane de euro

3. Comitetul Internațional Olimpic a cerut furnizorilor de produse branduite pentru olimpiadă să nu folosească în producție copii și oameni care sunt forțați să muncească.

- a. adevărat
- b. fals

4. Care sunt orele muncite suplimentar de un muncitor dintr-o fabrică de produse sport din China într-o lună?

- a. 100 de ore/ lună
- b. 160 de ore/ lună
- c. 36 de ore/lună

5. Care este procentul de femei care lucrează în industria sport?

- a. 75%
- b. 96%
- c. 68%

6. Care este salariul mediu pe economie a unei persoane care lucrează într-o fabrică de textile în Indonezia?

- a. 80 euro/ lună
- b. 120 euro/ lună
- c. 160 euro/lună

7. Care a fost salariul an lui Mark Partker - Director Nike în 2008?

- a. 2, 8 milioane euro
- b. 5,5 milioane euro
- c. 9,9 milioane euro

Răspunsuri: 1= c/ 2=b /3= false /4= b / 5=a / 6=a /7=b

Cine primește cât?

- ✓ David Beckham a fost plătit cu 28 milioane de euro în 2010 de către Adidas;
- ✓ Tiger Woods a fost sponsorizat de Nike și a primit 48 milioane de euro în 2010;
- ✓ Usain Bolt cel mai rapid alergător din lume este sponsorizat de Puma. A primit 32 milioane de euro în decursul a 3 ani;
- ✓ Carolione Wozniacki start în domeniul tenisului a câștigat peste 6 milioane de euro de la Nike&Head în 2010.

Într-o zi de muncă! Muncitorii de la aceleași companii:

- ✓ Au lucrat ture de câte 12 ore, 7 zile pe săptămână în perioadele aglomerate;
- ✓ Au trebuit să coase câte 4 tricouri pe minute pentru 0,05 euro/oră;
- ✓ Au câștigat cam 2,50 euro/ zi de muncă făcând încălțăminte de 75 euro/perechea;
- ✓ Au muncit și peste 45 de ore suplimentar pe săptămână;

Stiați că...? Căpitanul Charles Boycott a fost un colecător de chirii pentru pământuri în regiunea Mayo chiar înainte de apariția foametei? El nu a vrut să reducă chiria pe pământ pentru chiriașii săraci, așa că ei eu refuzat să plătească. Această acțiune a chiriașilor a primit denumire de boicot.

Provocare personală: Alegeți un atlet care a alergat la ultima olimpiadă (de vară sau iarnă). Află cine sunt sponsorii săi și unde sunt făcute produsele pe care pe promovează. Sau află dacă au avut vreo implicare în mișcarea pentru drepturile muncitorilor.

Scopul întâlnirii: În urma acestei întâlniri participanții vor înțelege conceptul de apă invizibilă (virtuală) și vor face alegeri responsabile ca și consumatori în raport cu acest concept.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini și Valori)

La finalul acestei întâlniri, membrii vor fi capabili să:

- (C) Explice ce este apă virtuală/invizibilă;
- (C) Listeze exemple de produse care necesită o cantitate mare de apă pentru a fi produse;
- (C) Explice legătura dintre produsele pe care le consumăm și problema apei la nivel global;
- (V) Conștientizeze influența pe care o pot avea asupra problematicei apei;
- (V) Își asume responsabilitatea pe care o poartă ca și consumator în general;
- (V) Să fie motivați să aleagă produse cu amprenta de apă mai scăzută.

Concepte-cheie

- Consum responsabil
- Apă invizibilă
- Amprenta de apă

Planul întâlnirii

Activități	Metode utilizate	Timp necesar	Materiale
1. Introducere în sesiune	Joc de sparghere a gheții	10 minute	(la alegerea facilitatorului)
2. Introducere - apă invizibilă	Discuție interactivă	20 minute	Flipchart
3. Asociații – apă virtuală și produse	Lucru pe echipe	60 minute	Hârtie, pixuri

Timpul total estimat: 90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (10 minute)

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile atinse.

2. Introducere – apa invizibilă (20minute)

Scopul activității este de a introduce conceptele de apă invizibilă, amprenta de apă.

Pregătirea activității: Citește încă o dată informații legate de aceste concepte. Mai jos sunt explicate sumar aceste concepte. Pentru aprofundare se pot consulta următoarele site-uri
https://en.wikipedia.org/wiki/Virtual_water - apă invizibilă (în engleză)
<http://waterfootprint.org/en/water-footprint/what-is-water-footprint/> - pentru amprenta de apă (în engleză)
<http://www.fose-septice.net/apă-virtuală-metodă-de-conștientizare-a-consumului-de-apă-potabilă/> - despre apă virtuală (în română)
<http://www.dw.com/ro/ce-este-apă-virtual%C4%83/a-4576679> - despre apă virtuală (în română)

Facilitarea activității: Explică participanților că în această sesiune veți discuta despre apă. Poți introduce contextul prin a adresa câteva întrebări legate de apă:

- Câtă apă beți pe zi?
- Cât de importantă e apa în viața voastră?
- Cât de mult puteți trăi fără apă?
- În prezent avem mai multă sau mai puțină apă în lume?

Poți introduce câteva statistici despre apă și întreabă-i dacă le știau dinainte și ce înseamnă acestea pentru ei

- În jur de 700 milioane de oameni în 43 de țări suferă de probleme cu apa
- Utilizarea apei a crescut de două ori mai repede decât rata populației în ultimul secol
- Până în 2025 aproape 2 miliarde de oameni vor trăi în țări și regiuni care suferă de lipsa apei, și 2/3 din populația lumii va trăi în condiții de stres în cea ce privește apă
- 70% din apa extrasă merge în agricultură

**informațiile sunt de pe site-ul UNWATER din 2014- <http://www.unwater.org>)*

- Voi aveți probleme cu apă în comunitățile voastre? Dați câteva exemple
- Credeți că este o legătură între aceste probleme și consumul de apă din țară voastră? Sau chiar consumul vostru personal?

Întreabă grupul dacă știe faptul că apă se clasifică în apă vizibilă și apă invizibilă (sau virtuală)? Sau consum de apă directă și consum de apă indirectă. Explică pe scurt conceptele (verifică site-urile de mai sus pentru informații mai aprofundate):

- Apă vizibilă se referă la apă pe care în mod concret o vedem, o atingem atunci când o folosim (la baie, la spălat vase, rufe, când gătim etc.)
- Apă invizibilă se referă la apă pe care nu vedem în mod concret în produsele pe care le utilizăm însă ea a fost folosită în procesul de producție al acelor produse înainte să ajungă la noi.

Poți exemplifica conceptul printr-un produs (poate fi sugerat de ei: cartof, masă, banană etc...orice alimentar sau nealimentar). Întreabă-i apoi să se gândească la tot procesul de realizare al aceluia produs și să identifice momentele sau etapele în care este utilizată apa. Fi

atent să nu îți scape nici o etapă din producție și transport. De exemplu pentru cafea: plantarea, creșterea și îngrijirea tufișului, procesul de recoltare, curățarea boabelor, procesarea boabelor, îngrijirea uneltelor necesare în proces, ambalarea (mai multe ambalaje înseamnă mai multă apă utilizată), transport, curățarea, gătitul etc.

În acest moment al discuției cu ei nu contează exact câtă apă este folosită în tot acest proces ci pentru ei să înțeleagă procesul complex din spatele unui ambalaj și apă necesară în acest proces.

Opțional poți să faci această analiză pentru două produse dacă simți că este necesar. Le poți scrie pe flipchart.

Explică grupului despre amprenta de apă (vezi mai sus site cu informații), care măsoară impactul asupra consumului de apă pe care un produs, persoană sau țară îl poate avea. Le poți explica că și ei își pot măsura această amprentă pentru a vedea cât impact au asupra apei.

2. Asociații - apă virtuală și produse (60minute)

Scopul activității este de a oferi participanților oportunitatea de a înțelege mai bine conceptul de apă virtuală prin analiza unor produse concrete și a lua decizii responsabile în raport cu acestea.

Pregătirea activității: Se pregătesc seturi de carduri din anexă tăiate individual. Câte un set de grup. De preferat ca aceste carduri să fie pe material mai gros sau de mărimi mai mari pentru a se putea lucra ușor cu ele. Opțional se pot găsi imagini pentru fiecare produs pentru a ușura procesul.

Dacă nu se pot printa se pot desena/scrie pe flipchart (precum în anexă) și ei să scrie în carnețele persoanele asocierile făcute.

Dacă nu se pot printa se pot desena/scrie pe flipchart (precum în anexa) și ei să scrie în carnețele persoanele asocierile făcute.

Facilitarea activității: Fiecare produs are amprenta proprie de apă, calculat pe baza estimărilor din diferite contexte ale producției. În următoarea activitate veți avea ocazia să analizați diferite produse, să vă gândiți la toate aspectele din spatele lui (toate stagiile de producție care necesită apă) și să estimați câtă apă este consumată.

Împarte participanții în grupuri de câte patru. Dă-le câte un set de carduri care includ: produse și sume de litri. Sarcina lor este să facă asociații, care este suma de litri este folosită în procesul cărui produs.

Au la dispoziție aproximativ 20 minute.

După expirarea timpului se revină în grupul mare :

- Cum a fost? Greu? Ușor? De ce?
- Cât de corect credeți că ați făcut estimările?

Apoi pentru fiecare produs întreabă ce cred ei, după care se spune care este varianta corectă.

Se trece prin toate produsele și apoi îi întrebi

- Ce vă surprinde cel mai mult?
- Cum vă simțiți în raport cu aceste informații?
- Ce puteți să faceți voi în acest sens?
- Ce v-ar fi ușor să faceți de acum încolo? Ce ar fi mai greu?

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Produse_asociații	Apă invizibilă	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI: Se taie individual produsele și sumele de litri pentru a fi folosite în procesul de asociere. Foarte important, tabelul așa cum este prezentat mai jos este pentru uzul facilitatorului, nu se dă în acest format participanților.

Mâncare

1 kg pâine	1,300 litri
1 kg brânză	5,000 litri
1 ou	200 litri
1 kg zahăr	1,500 litri
100 g ciocolată	225 litri
1 portocală	50 litri
1 măr	68 litri
1 cană ceai	30 litri
1 cană cafea	168 litri
1 pahar de lapte	200 litri
1 kg banane	859 litri
1 kg căpșuni	276 litri
1 hamburger	2,400 litri

1 kg vită	15.500 litri
1 kg porc	4,.800 litri
1 kg pui	3.900 litri

Obiecte

1 kg hârtie normală	2.000 litri
1 kg hârtie reciclată	20 litri
1 calculator	20.000 litri
1 telefon mobil	3.000 litri
1 tricou	2.700 litri
1 pereche blugi	11.000 litri
1 pereche de pantofi piele	8.000 litri

Sursa:

<http://www.knowyourlifestyle.eu/>

<http://waterfootprint.org/en/water-footprint/>

Scopul întâlnirii: În urma acestei întâlniri participanții își vor auto-evalua comportamentul de consumator responsabil și își vor face un plan de acțiune personal de schimbare.

Obiective de învățare (Cunoștințe, Abilități, Atitudini și Valori)

La finalul acestei întâlniri, membrii vor fi capabili să:

- (C) Listeze diferite exemple de comportament al unui consumator responsabil;
- (V) Reflecteze aprofundat la propriile comportamente din perspectiva unui consumator responsabil;
- (V) Să își dezvolte un plan de acțiune personal pe următoarele 5 luni;
- (V) Să fie motivați să aplice în viață de zi cu zi schimbări comportamentale.

Concepte-cheie

- Comportament de consumator responsabil
- Plan de acțiune

Planul întâlnirii

Activități	Metode utilizate	Timp necesar	Materiale
1. Introducere în sesiune	Joc de sparghere a gheții	10 minute	(la alegerea facilitatorului)
2. Grilă de auto-evaluare	Exercițiu individual, discuții	30 minute	Grila individuală, pixuri
3. Plan de acțiune personală	Exercițiu individual și pe echipe	30 minute	Hârtie, pixuri

4. Închiderea Modulului- Pregătire Proiect

Discuții
interactive

20 minute

Timpul total estimat: 90 minute

Descrierea activităților

1. Joc de spargere a gheții (10 minute) .

Notă: alegeți un joc de spargere a gheții sau un joc de energizare care să dinamizeze grupul și să-l introducă în tematică. După finalizarea jocului prezentați care sunt obiectivele de învățare ale sesiunii și tematicile atinse.

2. Grila de auto-evaluare (20minute)

Scopul activității este de a stimula participanții să facă un exercițiu de reflecție personală în ceea ce privește comportamentele proprii ca consumatori responsabili.

Pregătirea activității: Trebuie să printezi o copie a grilei din anexă pentru fiecare persoană din grup. Poți să pregătești niște muzică mai liniștită care să contribuie la crearea unui cadru de reflecție.

Facilitarea activității: Împreună cu participanții faceți o recapitulare a subiectelor abordate până în acest moment și a principalelor învățături extrase. Apoi le explici că a venit timpul pentru ei să facă un exercițiu de reflecție individuală referitor la toate aceste teme și mai exact la comportamentul specific în relație cu acestea.

Explică grupului că vor avea la dispoziție aproximativ 10 minute pentru a parcurge întreaga grilă. Fiecare participant primește o grilă și le explici cum se completează (urmând instrucțiunile din anexă). Dacă au întrebări să vină la tine. După cele 10 minute îi rogi să își gasească un partener sau doi, persoane cu care se simt mai confortabil să discute și să împărtășească ceea ce au scris în grilă pentru aproximativ 10 minute. Opțional, dacă grupul de participanți lucrează de mai mult timp împreună ați putea să faceți grupuri mai mari – de 4-5 persoane.

După cele 10 minute se discută în grupul mare

- Cum a fost acest exercițiu personal?

- Este cineva care vrea să împărtășească ceva din discuțiile de grup? Au fost mai degrabă asemănări sau deosebiri?

- În grilă ați bifat undeva: "Nu îmi e clar de ce de ce ar trebui să fac asta", "Am nevoie de mai multe informații", "Am nevoie de suport/sprjin să fac asta" ? Dacă da, care sunt acestea?

Dacă participanții au comportamente pe care nu le înțeleg, au nevoie de mai multe informații, mai întâi întrebați pe ceilalți participanți dacă au un răspuns pentru întrebarea ridicată de ceilalți. Dacă este nevoie, trebuie să dați informații adiționale dacă răspunsul oferit de ceilalți nu este suficient. Asigură-te că ai clarificat toate dubiile și întrebările participanților.

3. Plan de acțiune personal (30minute)

Scopul activității este de a încuraja participanții să își creeze un plan de schimbare personală pentru a devenii un consumator mai responsabil.

Pregătirea activității: Pregătește un flipchart pe care să scrii următoarele: Ce comportamente vreau să schimb începând de mâine? Cum să fac asta pentru cel puțin 6 luni? Cine mă poate ajuta în acest proces? Ce mă poate ajuta atunci când o să am dificultăți?

Facilitarea activității: Întreabă participanții dacă au bifat un comportament sau mai multe în ultima coloană: „Vreau să fac asta mai des/tot timpul”. Chiar dacă nu au bifat, deși cel mai probabil au bifat cel puțin un comportament, le spui că acum pot să se gândească mai mult la ce vor să facă diferit în viitor pornind de la ceea ce s-a discutat anterior. Spune-le participanților că în următoarele minute au sarcina să se gândească la patru-cinci comportamente pe care vor se le schimbe începând chiar de a doua zi și să facă un plan pe următoarele șase luni. Prezintă foaia de flipchart cu întrebările la care trebuie să răspundă în acest exercițiu.

Participanții au aproximativ 15 minute să își scrie planul personal. După aceste 15 minute roagă-i să își găsească un partener, eventual din grupul cu care au discutat înainte, însă numai o persoană. Cu partenerul lor să își împărtășească planul lor și să își dea feedback legat de planurile dezvoltate. După 10 minute se revine în grupul mare. Întreabă participanții:

- Cine dorește să ne zică unul sau două aspecte din planul pe care l-ați dezvoltat? *Câteva persoane împărtășesc*

- Cât de încrezători sunteți referitor la acest plan? De ce?

Opțional poți realiza un mic exercițiu în care să îi încurajați și să îi motivați în acest plan. De exemplu să meargă prin cameră și să dea mâna cu colegii lor și să la zică: Mult Succes/Am încredere în tine/O să reușești etc.

4. Închiderea Modulului - Pregătire Proiect (20 minute)

Scopul activității este de a iniția primii pași în dezvoltarea unui proiect comun de stimulare a consumului responsabil.

Facilitarea activității: Pornind de la activitatea anterioară explicați contextul atelierelor și că acum, la finalizarea acestora pe lângă planul lor de schimbare personală vreți să dezvoltați un proiect prin care să îi stimulați și pe alți (din afară clubului vostru) să fie mai responsabili.

Explicați ce urmează să se întâmple și hotărâți câteva aspecte de bază:

- Aveți deja o idee pentru un proiect (nu trebuie să hotărâți nimic acum, ci doar să listați posibile idei);

- Când vă întâlniți pentru a pregăti aceste proiect;

- Eventual să dați o temă pentru acasă: să veniți până dată viitoare cu idei sau aspecte legate de consumul responsabil pe care ați vrea să le includeți în proiectul vostru.

În funcție de contextul vostru puteți adăuga alte întrebări sau puncte de discuție relevante.

Denumire anexă	Denumire întâlnire	Denumire modul
Grila de auto-evaluare personală	Acțiune Personală	Consum Responsabil

INSTRUCȚIUNI: În acest tabel se regăesc o serie de comportamente din aria consumului responsabil. Pot să existe mai multe decât cele incluse aici însă le-am selectat pe cele mai aproape de realitatea voastră și despre care am discutat în aceste zile. Pentru fiecare din aceste comportamente trebuie să bifezi în tabel pe rândul de sus tot ceea ce se aplică în momentul asta în viața ta. **Poți să bifezi oricât de multe opțiuni pe orizontală.**

Comportament	Tot timpul	Câteodată	Am nevoie de mai multe informații	Nu îmi e clar de ce de ce ar trebui să fac asta	Am nevoie de suport/sprjin să fac asta	Pot să îi încurajez pe alții să facă asta	Vreau să fac asta mai des/tot timpul
Consum produse alimentare de sezon.							
Am cu mine o sacoșă personală – nu primesc de la vânzători.							
Mă informez despre companiile și mărcile pe care le consum, asupra condițiilor de producție, muncă ale muncitorilor și impact asupra mediului.							
Cumpăr produse certificate Fair Trade, Rainforest.							
Nu consum apă imbuteliată.							
Evit produsele cu amprenta mare de apă.							
Reflectez constant la nevoile mele și cumpăr numai în raport cu ele.							
Verific originea produselor pe care le folosesc/utilizez.							

Am o listă de companii pe care le boicotez pentru comportamente iresponsabile/neetice.							
Depun eforturi suplimentare pentru a utiliza/consuma produse din România.							
Evit sau încerc să reduc consumul de carne.							
Cumpăr produse vârsate în loc de cele ambalate.							
Evit risipa alimentară.							
Evit să cumpar cadouri pentru cei apropiați care nu sunt utile sau chiar dorite.							
Mă implic în discuții cu cei din jur despre comportamentul unui consumator responsabil.							
Semnez petiții care să influențeze legile sau practicile incorecte ale unor companii sau țări.							