



## INFORMAZIONI

### UTILE PER

- Dirigenti e formatori di volontari, organizzazioni che lavorano con i volontari
- Volontari e operatori nelle organizzazioni

### TIPO DI STRUMENTO

Buona pratica

### PRINCIPALI CAMPI DI AZIONE

Azione sulle scelte economiche  
Economia circolare  
Acquisti etici  
Commercio equo e solidale  
Azioni verdi  
Consapevolezza sugli SDGs  
Economia sociale  
Sostenibilità  
Intraprendere un'azione  
Servizi a impatto zero

### SDG CORRELATO

[12 - Consumo e produzione responsabili](#)

# SFIDA SUPERMARKET-FREE

*La campagna dedicata all'agroecologia, realizzata da Oxfam-Magasins du Monde nel 2024, invita il pubblico a riflettere su un modo equo e sostenibile di coltivare.  
"Perché non riprendere il controllo della nostra alimentazione?" è lo slogan della campagna.*

## DESCRIZIONE (parte 1)

Il Supermarket-free February è una sfida a sopravvivere un mese (**o meno o più, può essere adattato**) senza andare nei grandi supermercati. Include un "kit di sopravvivenza" per supportare le persone a trovare alternative che mettano al primo posto le condizioni umane e l'ambiente (piuttosto che il profitto). Il kit di sopravvivenza fornisce anche al lettore utili informazioni di base (basate su statistiche) per comprendere le ragioni alla base dell'azione e passarla ad altri. Il documento può essere condiviso online o stampato.

Attività extra: il team di ricerca della campagna Oxfam-Magasins du Monde ha realizzato un **podcast** che fornisce informazioni di base aggiuntive e **interviste alle persone in strada sulle loro abitudini di consumo** ("Ti sentiresti pronto ad accettare la sfida di vivere un mese senza andare al supermercato?"). Vedi i link sotto.

Contesto: Con l'agroindustria che gioca un ruolo sempre più importante (insieme all'uso intensivo di pesticidi, fertilizzanti sintetici e combustibili fossili), abbiamo perso la nostra sovranità alimentare. Questa situazione ha anche causato una serie di danni alla nostra salute, ai nostri terreni, al nostro clima, alla nostra biodiversità e ai nostri paesaggi.

Nell'ambito di questa campagna, Oxfam-Magasins du Monde ha incoraggiato le persone a raccogliere la sfida "**Febbraio senza supermercati**". Questa sfida è stata lanciata qualche anno fa. Alcuni giornalisti inglesi e francesi sono stati i primi a provarla, poi si è diffusa un po' ovunque.



## INFORMAZIONI

### UTILE PER

- Dirigenti e formatori di volontari, organizzazioni che lavorano con i volontari
- Volontari e operatori nelle organizzazioni

### TIPO DI STRUMENTO

Buona pratica

### PRINCIPALI CAMPI DI AZIONE

Azione sulle scelte economiche  
Economia circolare  
Acquisti etici  
Commercio equo e solidale  
Azioni verdi  
Consapevolezza sugli SDGs  
Economia sociale  
Sostenibilità  
Intraprendere un'azione  
Servizi a impatto zero

### SDG CORRELATO

12 - Consumo e produzione responsabili

# SFIDA SUPERMARKET-FREE

*La campagna dedicata all'agroecologia, realizzata da Oxfam-Magasins du Monde nel 2024, invita il pubblico a riflettere su un modo equo e sostenibile di coltivare.  
"Perché non riprendere il controllo della nostra alimentazione?" è lo slogan della campagna.*

## DESCRIZIONE (parte 2)

“L'obiettivo della sfida rimane invariato: incoraggiare i negozi indipendenti, riscoprire i supermercati locali, supportare i piccoli produttori, promuovere le vendite all'ingrosso e il commercio locale, ripopolare i mercati e reimparare ad acquistare solo l'essenziale. L'idea è di provare nuove abitudini di consumo a febbraio e adottarle in modo sostenibile durante tutto l'anno. Questa sfida è anche un'opportunità per far sapere ai supermercati che non siamo d'accordo con l'eccessivo confezionamento, il chilometraggio alimentare che fa esplodere i punteggi, lo sfruttamento delle persone o le politiche di prezzo che schiacciano i piccoli produttori e uccidono il commercio locale.”

Fonte: <https://envertetcontretout.ch/2023/01/31/fevrier-sans-supermarche-edition-2023-est-lancee>

Per consigli pratici, Oxfam-Magasins du Monde ha anche condiviso una **guida alla sopravvivenza senza supermercati**, per aiutare le persone a cercare **iniziative locali che offrano un modello di consumo diverso e a capire perché questa azione è importante.**

Creato da Oxfam-Magasin du Monde; CONSOMazione; je passe au vrac e collettivo 5C.

## RISORSE ONLINE (disponibili solo in francese)

[La guida di sopravvivenza senza supermercato](#)

[Campagna di agroecologia](#)

[Podcast “Ç a va le fair”](#)

[Informazioni di base sul mese di febbraio senza supermercati](#)