
Cresce il consumo responsabile

Autore: Giampietro Parolin

Fonte: Città Nuova

Una buona pratica che si è fatta strada, declinata in diverse modalità, fino a costituire un obiettivo delle Nazioni Unite

La metafora del rumore dell'albero che cade nel silenzio di una foresta che cresce si può applicare a molti ambiti della nostra vita. Accade così che siamo, anche giustamente, colpiti dalle inchieste sui danni dei nostri modelli di sviluppo e di consumo, mentre **raramente siamo informati degli sviluppi di quella transizione virtuosa resa sempre più necessaria dall'emergenza climatica e sociale**. Il consumo responsabile ha diverse declinazioni e una storia che va dal **"consumo critico"** promosso da **Francuccio Gesualdi**, allievo di don Milani (Guida al Consumo Critico del Centro Nuovo Modello di Sviluppo nel 1996) alla più recente proposta di **"voto con il portafoglio"** dell'economista **Leonardo Becchetti**: si tratta di approcci al consumo che guardano non solo a prezzo e qualità di prodotti e servizi, ma anche al loro impatto sociale e ambientale. Questa nuova sovranità del consumatore venne riconosciuta anche da studiosi di marketing come **Gianpaolo Fabris**, che nel 2008 introdusse il concetto di "consumAttore" e propose di **superare il concetto stesso di marketing in "societing"**, per marcare il nuovo spazio in cui si operano le scelte di produzione e consumo. Uno spazio non più ristretto al mercato ma allargato alla società. Cambi culturali così impattanti chiedono tempo e sono innescati da pionieri, consumatori e imprese (e qualche politico), che all'inizio sopportano rischi e costi molto alti per l'innovazione. Basti pensare ai prodotti del commercio equo e solidale, inizialmente di difficile reperibilità, affidati alla distribuzione di volontari, mentre oggi sono disponibili anche nella grande distribuzione con evidente miglioramento di qualità e prezzi competitivi. Cosa è successo, nell'evoluzione dei comportamenti di consumo responsabile degli italiani, ce lo racconta **un rapporto dell'Osservatorio Internazionale per la coesione e l'inclusione sociale**, redatto da Francesca Forno e Paolo Graziano, basato su due sondaggi fatti a distanza di 16 anni fra il 2002 e il 2018. Il primo dato che balza all'occhio è **il raddoppio della quota di cittadini che dichiara di aver fatto scelte di consumo responsabile**, dal 28,5% del 2002 al 64,4% del 2018. Entrando nello specifico delle varie declinazioni, il consumo critico, che tiene conto della "storia dei prodotti stessi e al comportamento delle imprese che ce li offrono", triplica la quota passando dall'11,3% al 30,3%. Il commercio equo e solidale passa dal 16,3% al 37,3%. Gli acquisti tramite Gas (Gruppi di acquisto solidale) valgono il 10% di acquisti consapevoli nel 2018 (nel 2002 non furono rilevati). **Significativo l'affermarsi del turismo responsabile**, una vacanza attenta al contatto con usi e costumi locali e la loro economia solidale, che passa dallo 0,2% al 7,5% segnalando un enorme potenziale di crescita. Un discorso a parte riguarda **le scelte operate con criterio di "sobrietà"** che passano da 10,5% al 51% in un periodo di crisi economica dove è più difficile distinguere la necessità dalla virtù. Nel tempo anche il profilo dei consumatori si è modificato passando **da un consumatore tendenzialmente giovane, colto e abitante in città a consumatori di diverse età, strati sociali** e abitanti in tutte le aree del Paese. Rimane il fatto che il consumatore responsabile è un cittadino più attivo sul fronte civico con livelli di fiducia nelle diverse istituzioni – Comune, Regione e Stato – di tre punti superiore rispetto agli altri consumatori (differenza che sale a 8 punti rispetto all'Unione europea). Interessante è pure l'evoluzione delle motivazioni per l'opzione del consumo responsabile. Nel 2002 esso appariva connotato politicamente, come strumento di intervento sulle ingiustizie sociali e **il divario Nord/Sud del mondo**. Nel 2018 queste componenti, pur rimanendo significative, si riducono mentre **l'attenzione alla qualità dei prodotti** passa dal 3,8% al 11,5%. E questo dato ci porta quel terzo della popolazione (36,6%) che nel 2018 dichiara di non aver fatto nessuna scelta di consumo responsabile. Alla domanda sul perché di questa scelta la risposta è la mancata conoscenza di

queste opportunità: 54% consumo critico, 36,8% consumo equo e solidale, 57,9% turismo responsabile e 60,4% spesa tramite Gas. Si capisce quindi la **fondamentale azione informativa ed educativa** che può colmare questi divari. Le Nazioni Unite si sono date, fra gli Obiettivi di sviluppo sostenibile, quello di “Garantire modelli sostenibili di produzione e consumo” e una risoluzione dichiara che entro il 2030 «tutte le persone, in ogni parte del mondo, [devono avere] le informazioni rilevanti e la giusta consapevolezza dello sviluppo sostenibile e di un stile di vita in armonia con la natura». In attesa che la tecnologia ci consenta, ad esempio con il registro digitale *blockchain* (un registro pubblico nel quale vengono archiviati in modo sicuro, verificabile e permanente transazioni che avvengono tra due utenti appartenenti a una stessa Rete), di conoscere facilmente la storia di prodotti e servizi, continuiamo la semina e diffondiamo le buone pratiche!