DOPPIOZERO

Verso consumatori sempre più “verdi”

Vanni Codeluppi
1 Ottobre 2019

I consumatori suscitano solitamente uno scarsissimo interesse presso l’opinione pubblica italiana. Quando cominciano ad acquistare di meno, però, ecco che allora molti cominciano a preoccuparsi del loro operato. E si chiedono come mai non facciano più il loro dovere, come mai addirittura mettano in difficoltà il nostro livello di benessere e le possibilità di sviluppo del sistema economico. È raro cioè che ai consumatori si dedichi un’attenzione costante e tesa ad analizzare in maniera rigorosa l’andamento dei loro comportamenti nel tempo. Fa eccezione Domenico Secondulfo, uno dei più importanti studiosi dei consumi in Italia, che da 10 anni ha messo in piedi, presso l’Università di Verona, l’*Osservatorio sui consumi delle famiglie*, realizzato con il supporto della società di ricerca SWG. Ora Secondulfo, insieme a Luigi Tronca e Lorenzo Migliorati, ha raccolto in un volume alcune delle riflessioni sviluppate nel tempo all’interno del suo Osservatorio. Il volume, pubblicato dall’editore FrancoAngeli, s’intitola *Primo rapporto dell’Osservatorio sui consumi delle famiglie. Una nuova normalità*. Gli autori sostengono la tesi che i consumi in Italia sembrano essere arrivati a un punto di svolta. Vale a dire che sono convinti che, come scrivono nell’introduzione del volume, «l’impatto psicologico e sociale della crisi economica si è consolidato in una nuova normalità, non più così depressa dal ricordo delle abitudini precedenti alla crisi economica, e quindi in grado di fornire un nuovo punto di partenza» (p. 8).

Va sottolineato però che nel volume di Secondulfo, Tronca e Migliorati non risultano molto chiare le principali direzioni che i consumi hanno cominciato a prendere nel nostro Paese. Possono pertanto venirci in soccorso a questo proposito i risultati di un altro sforzo che è stato intrapreso in Italia per analizzare l’andamento dei comportamenti di consumo nel tempo: quello promosso dalla Coop. Questa grande catena distributiva, infatti, da diversi anni monitorizza anch’essa in maniera continuativa i consumi, raccogliendo numerosi dati da varie fonti e producendo annualmente un rapporto, curato dal suo Ufficio Studi, la cui ultima versione è appena uscita.

SCS

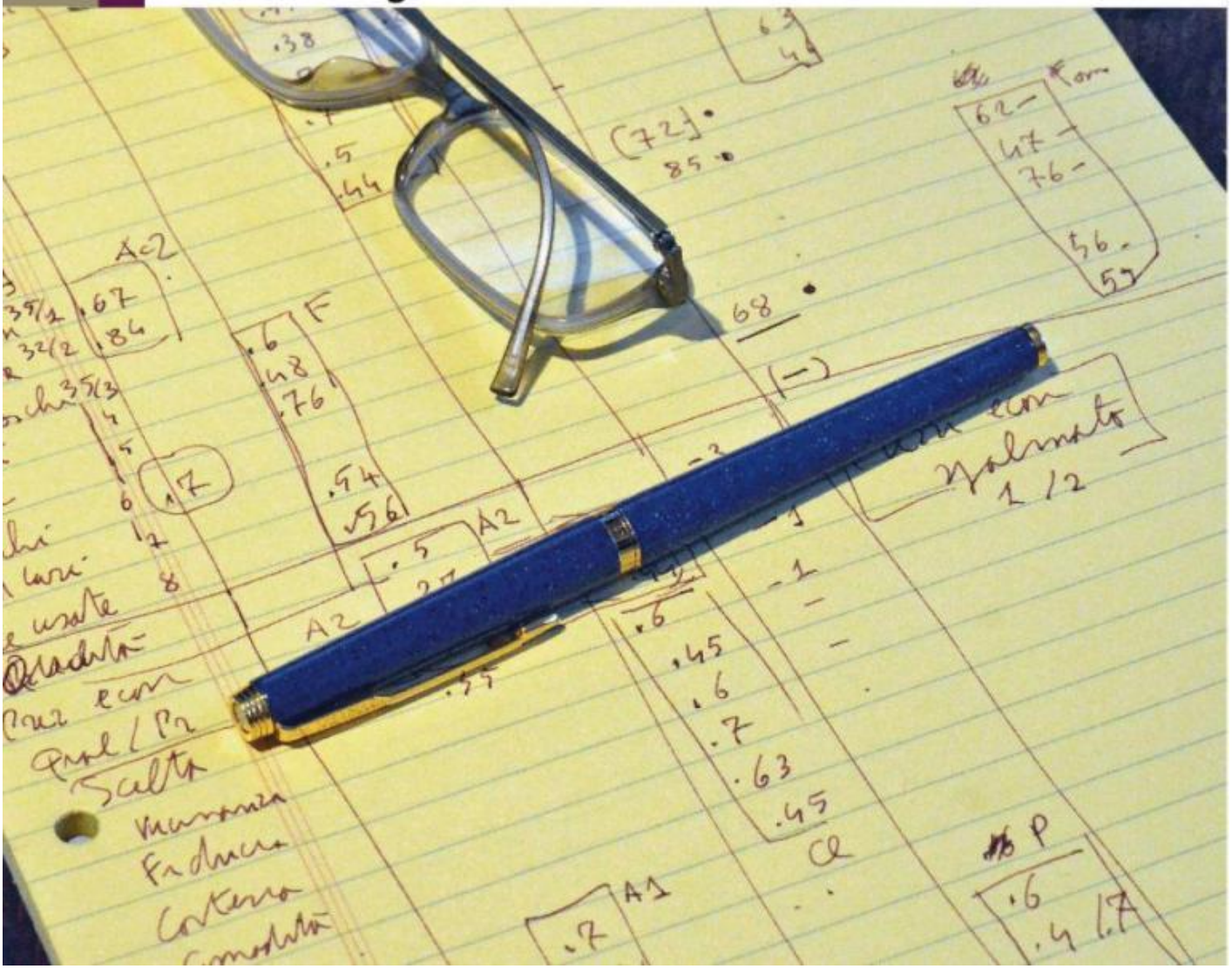
Strutture e Culture Sociali

Domenico Secondulfo,
Luigi Tronca, Lorenzo Migliorati

Primo rapporto dell'Osservatorio sui consumi delle famiglie

Una nuova normalità

FrancoAngeli



Il *Rapporto Coop 2019 – Economia, consumi e stili di vita degli italiani di oggi* presenta numerosi temi, ma forse l'aspetto più significativo è quello relativo al focus sviluppato al suo interno rispetto alla crescente presa di consapevolezza da parte dei consumatori italiani dell'importanza dei problemi che riguardano l'ambiente. Infatti, l'ultima edizione del rapporto Coop mostra in maniera evidente come molti comportamenti dei consumatori si trovino attualmente in una fase di cambiamento. Ad esempio, nel nostro Paese aumentano in maniera significativa gli acquisti di automobili ibride ed elettriche, così come quelli di prodotti alimentari biologici, di capi d'abbigliamento ecologici e di prodotti cosmetici "verdi".

È noto che da diversi anni i consumatori italiani dichiaravano di solito nelle ricerche e nei sondaggi di essere fortemente schierati a difesa dell'ambiente. In realtà, andando a vedere i loro effettivi comportamenti di consumo, si scopriva che questi erano tutt'altro che ecologici. La fatica e l'impegno richiesti dalla tutela dell'ambiente scoraggiavano di solito nelle persone l'adozione di comportamenti in grado di proteggere la natura. E i consumatori italiani, a differenza di molti dei loro colleghi europei, soprattutto di quelli dei Paesi del Nord, preferivano perciò molto spesso continuare a ignorare tali comportamenti. Sembra però che oggi nell'ambito della tutela dell'ambiente qualcosa stia cambiando nei comportanti dei consumatori italiani, almeno di una parte di essi. Forse perché i media ogni giorno ci ricordano che la situazione del nostro Pianeta sta diventando sempre più drammatica.

Il rapporto Coop 2019 mostra inoltre come la cosiddetta "generazione Greta" sia oggi particolarmente sensibile ai problemi dell'ambiente e modifichi pertanto di conseguenza i suoi comportamenti di consumo. Ciò poteva però essere in qualche misura prevedibile, dato il notevole impegno che molti giovani di tutto il mondo stanno impiegando per riuscire a sensibilizzare la società rispetto a questi problemi. Più sorprendenti, nel rapporto Coop, sono invece i comportamenti che hanno cominciato a praticare i "perennials", cioè delle persone che, secondo la recente definizione dell'imprenditrice statunitense Gina Pell, pur avendo più di quarant'anni, sono molto curiose, appassionate, creative, sicure di sé, al passo con la tecnologia e consapevoli di quello che sta accadendo nel mondo. Tali persone, infatti, hanno già adottato dei comportamenti che dimostrano che esse sono pienamente consapevoli dei gravi problemi dell'ambiente: fanno di solito la raccolta differenziata, hanno ridotto il consumo di plastica, tendono sempre più ad acquistare dei prodotti biologici e cercano di sostituire l'auto di proprietà con il più ecologico *car sharing*.

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO

RAPPORT

ECONOMIA, CONSU