

Cambiano le abitudini e non è solo il prezzo a fare la differenza

La spesa ora è low cost e il consumo solidale

**Il criterio dell'economicità e gli acquisti responsabili fanno breccia
Di quasi 77 milioni l'incasso nel settore a basso costo (più 13,5%)**

di Paola Molteni

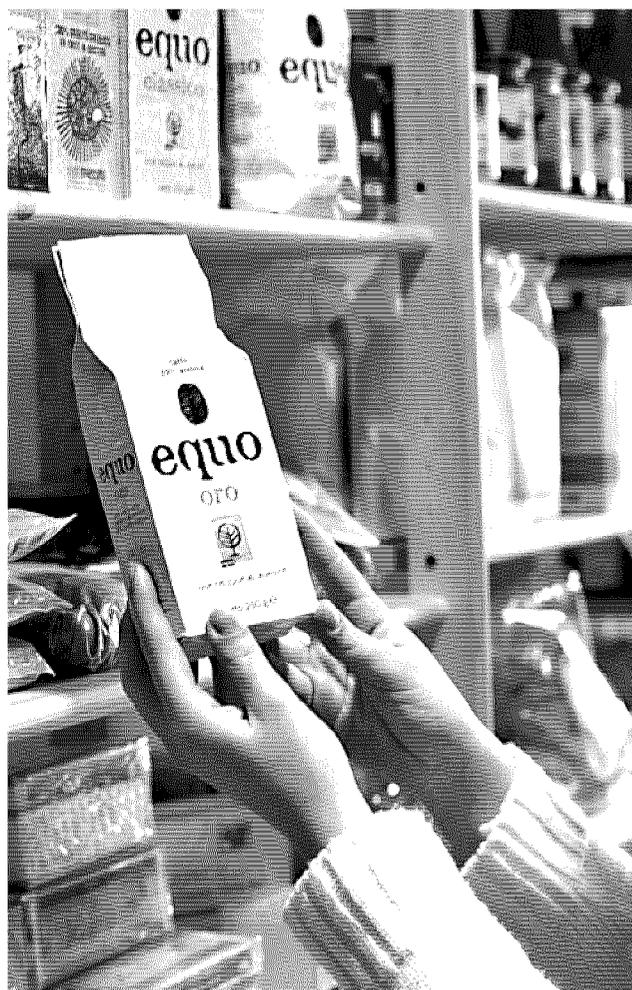
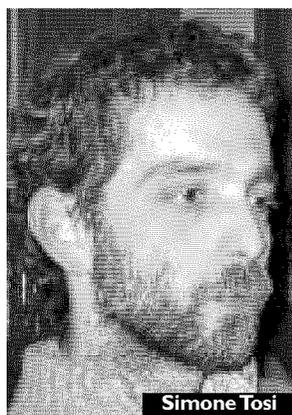
E poi c'è l'altra spesa. Quella che non si fa riempiendo il carrello del supermercato con i prodotti reclamizzati, acciuffati ad occhi chiusi dagli scaffali della grande distribuzione. Non tutti si rassegnano infatti ad acquistare frutta dalle origini lontane e dal sapore indefinibile. C'è chi dice no al cibo preconfezionato ma anche a prodotti inutili come il telefonino di ultima generazione. Oppure rinuncia volentieri alla vacanza costosa e opta per soggiorni alternativi a prezzi accessibili. Spesso si tratta della necessità di molte famiglie di risparmiare. Secondo i dati di AssoLowcost, è di quasi 77 milioni di euro il valore complessivo del low cost in Italia, il 13,5% in più rispetto all'anno precedente. E sempre i numeri dell'associazione informano che ad acquistare prodotti a basso costo è il 48,8% del totale. Ma non basta la crisi economica a spiegare le ragioni di chi sceglie di vivere e spendere con sobrietà. «Di sicuro il criterio di economicità gioca un ruolo fondamentale nella scelta di una spesa critica - risponde Simone Tosi, ricercatore di sociologia all'università di Milano Bicocca - ma il risparmio sui costi non è tutto. Il consumatore responsabile spesso antepone una scelta di gusto e anche un criterio di valore. Chi acquista senza seguire le indicazioni del mercato tradizionale lo fa perché decide di spendere in maniera ragionata, individuando la merce migliore e magari con uno sguardo attento all'ambiente e ai valori sociali delle aziende produttrici. Inoltre ci sono molti modi per adottare comportamenti di consumo critico - precisa

l'esperto -. Lo fa chi acquista il caffè dal produttore che aiuta i campesinos dell'America Latina, preferendolo alla multinazionale nota per i bassi salari ai dipendenti. Ma si distinguono nelle abitudini responsabili anche coloro che si lavano i denti aprendo il rubinetto solo quando serve o utilizzano come mezzo di trasporto la bicicletta, magari mettendoci più tempo e fatica perché vogliono contribuire a quel bene comune e prezioso che è l'aria. Ecco allora che la scelta del consumo critico risponde a una scelta di responsabilità che non conosce differenze di ceti economici. Anche perché - precisa Tosi - ci sono prodotti del mercato solidale che sono più costosi di quelli dei circuiti tradizionali». «I comportamenti di acquisto degli italiani si orientano verso quello che potremmo chiamare edonismo maturo: non si rinuncia cioè al piacere ma si soddisfano i propri desideri in modo cosciente e dunque responsabile». Lo conferma Vincenzo Russo, docente di Psicologia dei consumi all'università Iulm di Milano, autore del testo *Consumo critico, alimentazione e comunicazione. Valori e comportamenti per un consumo sostenibile*, appena pubblicato dalla casa editrice **Franco Angeli**. Che però sottolinea quanto sia lenta la crescita delle abitudini agli acquisti responsabili. L'esempio virtuoso è quello offerto dagli Stati Uniti. «Dove è ormai consuetudine fare spese consultando strumenti online come GoodGuide.com, un sito web in cui

sono presi in analisi e suddivisi per categorie più di 80mila prodotti, dai cereali al latte, passando per la carne di mucca, i succhi di frutta e i formaggi: a ciascuno viene assegnato un punteggio da zero a dieci e all'interno di ciascuna categoria viene stilata una classifica dei prodotti chimicamente più sani. In Italia invece manca ancora una comunicazione che aiuti i consumatori a scegliere di orientarsi verso la spesa critica». Un mondo nel quale invece si entra molto spesso per caso, rivela Russo. Può capitare infatti che un amico ci parli delle pesche che ha appena comprato

presso un mercato a noi sconosciuto, a prezzo così basso che vale la pena farci una capatina. Così si entra in relazione con un tipo di cultura di acquisto mai incontrata e si decide di sperimentare un comportamento di consumo nuovo, con un approccio più ecologico, ambientalista. Che trova sempre più curiosità e interesse tra i consumatori nostrani. «I dati che abbiamo raccolto - conclude l'autore - indicano un 15% di consumatori critici in Italia, ma il trend è in crescita, basti pensare al biologico che con il 4% di aumento è l'unico prodotto alimentare che sia cresciuto quest'anno nelle vendite».

L'esperto: negli Usa esistono siti web che danno i punti a 80mila prodotti e facilitano la scelta



Comprare in condominio per spendere meno

G come Gruppi e A come Acquisto perché è stando insieme che comprano all'ingrosso prodotti alimentari o di uso comune che poi si distribuiscono tra loro. S sta per Solidale: la solidarietà infatti è il criterio che orienta le scelte. Sono 1.200 i cosiddetti G.a.s, 40 gruppi di 30 famiglie in continua crescita. Hanno iniziato acquistando frutta e verdura, ora comprano beni complessi e scelgono perfino la fornitura d'energia proveniente da fonti rinnovabili. «La logica è quella di promuovere un'economia basata sulle relazioni - fa sapere Michele Bernelli, fondatore di un gruppo d'acquisto -, ma anche privilegiare l'attività dei piccoli produttori agricoli schiacciati dalla filiera tradizionale». (P.Mol.)

