

Il consumo responsabile in Italia. I risultati di un recente Rapporto

Categories : [Istituzioni e regole](#)

Tagged as : [Francesca Forno](#), [Menabò n. 98](#), [Paolo Graziano](#)

Date : 16 Febbraio 2019

Le scelte di acquisto e di consumo sono di fondamentale importanza per la sostenibilità, sotto il profilo ambientale e sociale. Ciò risulta ancora più vero nelle cosiddette “società dei consumi”, il cui modello economico si basa sulla crescente produzione e sul continuo acquisto di merci.

A livello internazionale, il consumo responsabile è sempre più al centro dell’attenzione, come attestano l’obiettivo numero 12 dei *Sustainable Development Goals* (SDG) volto a “Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo” e la Risoluzione adottata dall’Assemblea della Nazioni Unite: 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 uno stile di vita in armonia con la natura” (pag. 21).

Con un certo ritardo rispetto agli altri paesi europei, e in particolare a quelli del Nord Europa, anche in Italia il tema del consumo responsabile è diventato sempre più centrale. Diverse indagini sottolineano come l’acquisto di beni con caratteristiche di sostenibilità sociale e ambientale, in primis i prodotti biologici, sia in forte aumento.

Sebbene numerose ricerche abbiano messo in evidenza diffusione e diversificazione delle forme del consumo responsabile, troppo spesso mancano dati longitudinali che consentano un’accurata comparazione tra la situazione attuale e il passato.

Il [rapporto 2018 sul consumo responsabile in Italia](#) è particolarmente importante per due ragioni:

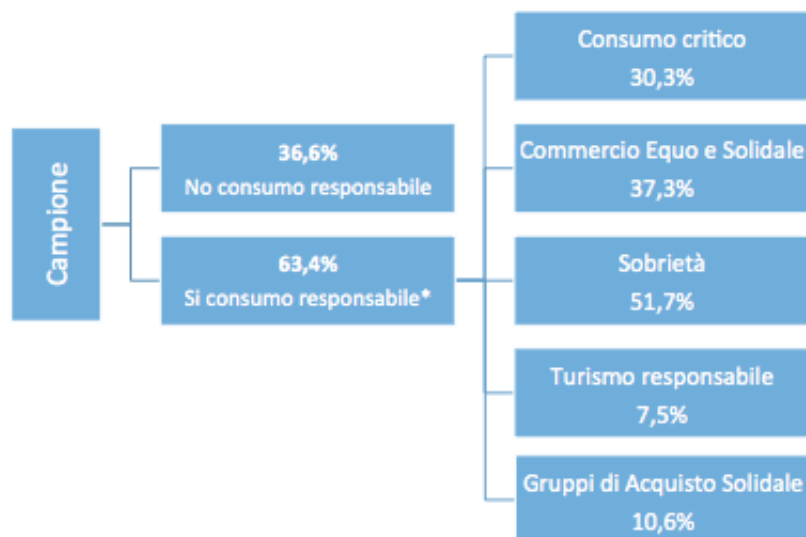
1. permette di fare chiarezza su dimensioni e caratteristiche di un fenomeno poco studiato con dati aggiornati e rappresentativi della popolazione italiana;
2. permette un confronto diacronico tra la situazione odierna e quella dell’inizio degli anni 2000.

I dati qui presentati – raccolti tramite un sondaggio promosso dall’Osservatorio per la Coesione e l’Inclusione Sociale (OCIS) e condotto da SWG il 9 febbraio 2018 con metodologia CAWI su un campione di 1.000 cittadini italiani maggiorenni, rappresentativo della popolazione italiana – sono infatti confrontabili con i risultati rilevati da un’analoga indagine condotta nell’ambito dell’Ottavo Rapporto IREF sull’associazionismo sociale in Italia nel novembre 2002. Le due rilevazioni, entrambe rappresentative della popolazione italiana, hanno infatti proposto la stessa batteria di domande riguardanti diverse pratiche di consumo responsabile.

Le forme e i numeri del consumo responsabile in Italia. Consumare in modo responsabile, ovvero domandandosi quale sia il vero costo ecologico e sociale dei prodotti che acquistiamo, è ormai una pratica diffusa tra gli italiani.

Come si vede dalla Figura 1, tra febbraio 2017 e marzo 2018, solo il 36,6% del campione afferma di non aver adottato alcuna pratica di consumo responsabile.

Figura 1: Il consumo responsabile in Italia. Quota di individui che hanno risposto di aver adottato almeno una delle forme di consumo responsabile elencate nell’anno precedente al sondaggio e tipologia di consumo (possibili risposte multiple)

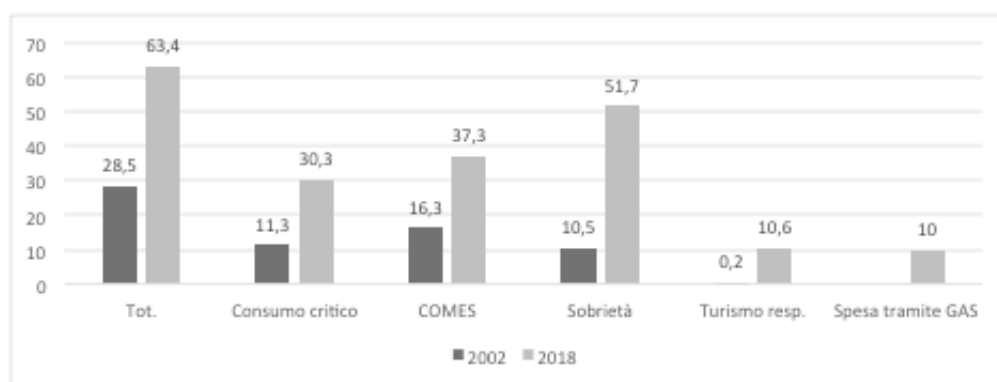


Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

Le persone che hanno adottato (anche solo temporaneamente) scelte di consumo critico – cioè che hanno comperato beni e servizi da imprese che dichiarano di rispettare il divieto di sfruttare il lavoro minorile, contengono al minimo l'inquinamento e devolvono una parte del loro profitto a fini di beneficenza – sono il 30,3%. Coloro che hanno acquistato (anche solo sporadicamente) generi del Commercio Equo e Solidale sono il 37,3%. Il 51,7% ha ispirato le proprie scelte di consumo ad uno stile di sobrietà – ha, cioè, acquistato beni e servizi facendo attenzione al consumo energetico e alla quantità di rifiuti prodotti. Il 7,5% ha affermato di aver preferito viaggi di turismo responsabile (ovvero un tipo di vacanza che si propone di limitare viaggi nei paesi non democratici, di entrare in contatto con gli usi e i costumi dei paesi, di far conoscere l'attività dell'economia solidale locale). Infine, il 10,6% del totale degli intervistati ha acquistato prodotti tramite i Gruppi di Acquisto Solidale (GAS).

Una crescita lenta, ma inesorabile: un confronto con il 2002. Il confronto tra i dati del 2002 e del 2018 evidenzia un notevole aumento nella quota di cittadini che dichiara di aver fatto scelte di consumo responsabile, dal 28,5% del 2002 al 63,4% del 2018; come si vede dalla Figura 2, la quota di chi dichiara di aver fatto scelte di consumo critico è passata dall'11,3% al 30,3%. Le persone che hanno acquistato (anche solo sporadicamente) generi del commercio equo e solidale aumentano dal 16,3% al 37,3%, mentre la percentuale di persone che ha ispirato le proprie scelte di consumo ad un principio di sobrietà è quasi quintuplicata. Infine, i turisti responsabili salgono dallo 0,2% al 7,5%.

Figura 2: Il consumo responsabile. Confronto 2002-2018



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018; Iref, Ottavo rapporto sull'associazionismo italiano, 2002.

Rispetto al 2002, cresce inoltre la percentuale di chi ha adottato nelle proprie scelte di consumo più pratiche di consumo responsabile (Figura 3). Se nel 2002 il 71% dei consumatori responsabili dichiarava di aver adottato solo una delle pratiche proposte nell'intervista, nel 2018 la percentuale di chi si limita ad una sola pratica scende al 34%, mentre sale la percentuale di chi dichiara di aver adottato due (38%), tre (22,4%), quattro (6,9%) o tutta la gamma di pratiche di consumo responsabile proposte (5,2%).

Figura 3: Numero di pratiche di consumo responsabile. Confronto 2002-2018

Perché non si consuma in modo responsabile. I dati raccolti, oltre a evidenziare che il consumo responsabile ormai fa parte del repertorio di pratiche adottate dalla maggior parte dagli italiani, permettono anche di approfondire le ragioni di chi non adotta scelte di consumo responsabile.

Come si vede dalla Tabella 1, la percentuale di chi non adotta pratiche di consumo responsabile, perché non interessato, va dal 15,7% relativo al consumo critico al 34,6% del turismo responsabile, mentre ancora più elevata è la quota di chi non ha adottato forme di consumo responsabile perché non le conosce (tale quota è pari al 57,9% nel caso del turismo responsabile).

Tabella 1: Percentuale adozione e conoscenza delle diverse forme di consumo responsabile, 2018 (valori %)

	Consumo critico	COMES	Sobrietà	Turismo responsabile	Spesa tramite GAS
Non conosco	54	36,8	29,7	57,9	60,4
Non mi interessa	15,7	25,9	18,7	34,6	29
Si	30,3	37,3	51,6	7,5	10,6
Totale	100	100	100	100	100

Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

Dunque, la diffusione di informazioni sugli impatti ambientali e sociali degli stili di vita può far crescere il consumo responsabile.

Caratteristiche socio-economiche dei consumatori responsabili. Dall'indagine del 2002 emergeva un profilo ben definito del consumatore responsabile. Il 33% delle donne e il 26,1% degli uomini avevano effettuato una scelta di consumo responsabile. Il consumo responsabile riguardava inoltre principalmente i giovani tra i 18 e i 24 anni e la fascia d'età intermedia tra i 35 e i 54 anni (rispettivamente il 40,6% e il 37,6%) e risultava decisamente più contenuto nelle fasce più anziane della popolazione (solo il 22,7% tra i 55-64 anni e il 18% tra le persone con più di 64 anni faceva consumo responsabile).

La quota di individui che svolgeva pratiche di consumo responsabile era del 52,6% fra i laureati contro il 27,4% e l'11% fra quelli con un titolo fino alla scuola superiore, o dell'obbligo, rispettivamente. Il consumo responsabile risultava inoltre essere una pratica che riguardava soprattutto professionisti e imprenditori (58,8%), manager (56,7%), studenti (52,6%) e impiegati (51,0%). Decisamente inferiori invece le percentuali di casalinghe/i (28,4%) artigiani e commercianti (27,7%), disoccupati (22,9%), operai (16,7%) e pensionati (17,1%).

Menabò di Etica ed Economia

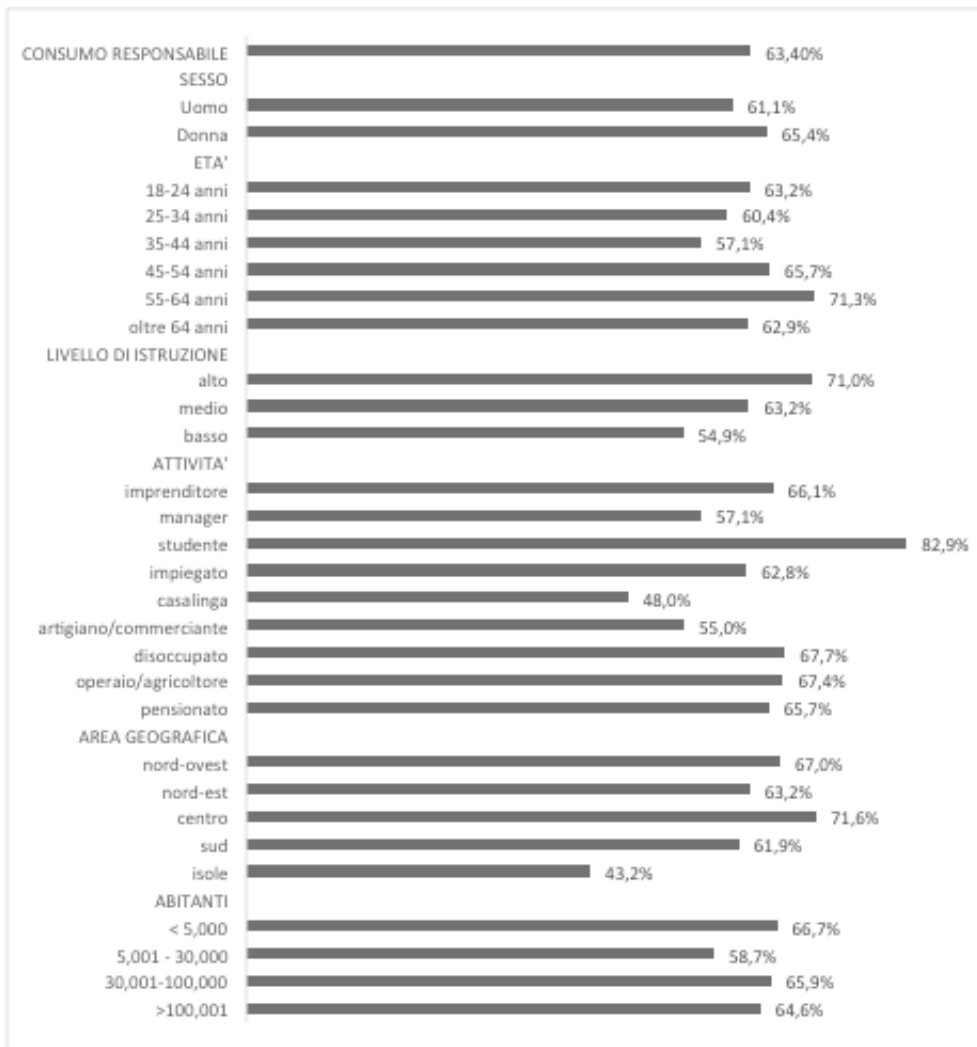
Il consumo responsabile si caratterizzava anche per una chiara connotazione geografica: più diffuso al nord e al centro del paese (34,3% nord-ovest, 41% nord-est, 30,6% centro) e molto meno al sud (18,3%). Nel 2002 emergeva inoltre come questo fosse un fenomeno prevalentemente urbano: ben il 46,8% di chi viveva in centri con più di 100.000 abitanti aveva dichiarato di conoscere e praticare il consumo responsabile, percentuale che scendeva al 26,8% tra i residenti in centri urbani dai 30.000-100.000 abitanti, a 28,8% dai 5.000-30.000 abitanti per toccare solo il 18,3% tra coloro che viveva nei centri con numero di abitanti inferiore ai 5.000.

Rispetto a questo quadro, i dati che si riferiscono al 2018 presentano un profilo dei consumatori responsabili molto diverso (Figura 4). In primo luogo, si riduce il divario tra uomini e donne. Inoltre, a differenza di quanto accadeva nel 2002, la percentuale maggiore dei consumatori responsabili si rileva oggi nelle fasce più anziane della popolazione, in particolare nella fascia 55-64 anni.

Si assiste, inoltre, ad una contrazione delle differenze tra persone con livello di studio basso, medio e alto, dato che il consumo responsabile oggi coinvolge anche i meno istruiti. Una convergenza riguarda anche il tipo di occupazione, dove comunque – a differenza di quanto avveniva nel 2002 – spicca la percentuale degli studenti (82,9%).

È parimenti importante sottolineare come nel 2018 diminuiscano le differenze tra aree geografiche – sebbene al sud si continuano a registrare percentuali più basse. Infine, il dato sulla dimensione urbana evidenzia la scomparsa della differenza tra grandi e piccole città. Il consumo responsabile non solo sembra aver diminuito la sua caratterizzazione “di classe”, ma, secondo i nostri dati, non ha più solo una dimensione metropolitana.

Figura 4: Caratteristiche socio-economiche dei consumatori responsabili (2018)



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

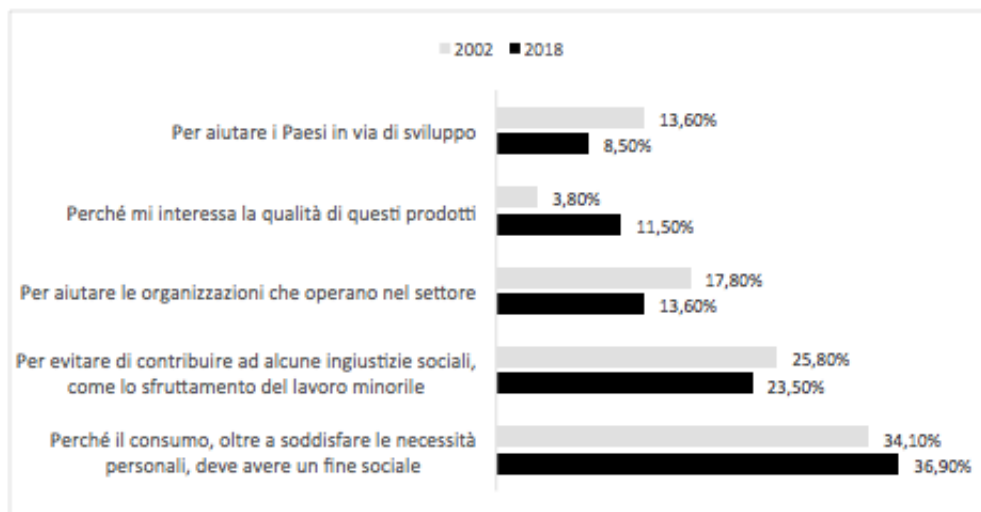
Le motivazioni del consumo responsabile

Sebbene più ridotto in termini percentuali, il consumo responsabile nel 2002 appariva più motivato politicamente: esso veniva inteso come uno strumento per intervenire sulle ingiustizie sociali che riguardavano soprattutto il divario nord/sud del mondo.

Infatti, come evidenziato dalla Figura 5, nel 2002 è maggiore la percentuale di chi risponde di aver adottato una qualche pratica di consumo responsabile perché voleva sostenere le organizzazioni operanti in questi settori (rispettivamente il 17,8% contro il 13,6% del 2018) o per evitare di contribuire ad alcune ingiustizie sociali, come lo sfruttamento del lavoro minorile (25,8% contro il 23,5% del 2018).

Tra il 2002 e il 2018 aumenta invece la percentuale di chi risponde di aver optato per pratiche di consumo responsabile perché interessato alla qualità dei prodotti (l'11,5% nel 2018 contro il 3,8% nel 2002).

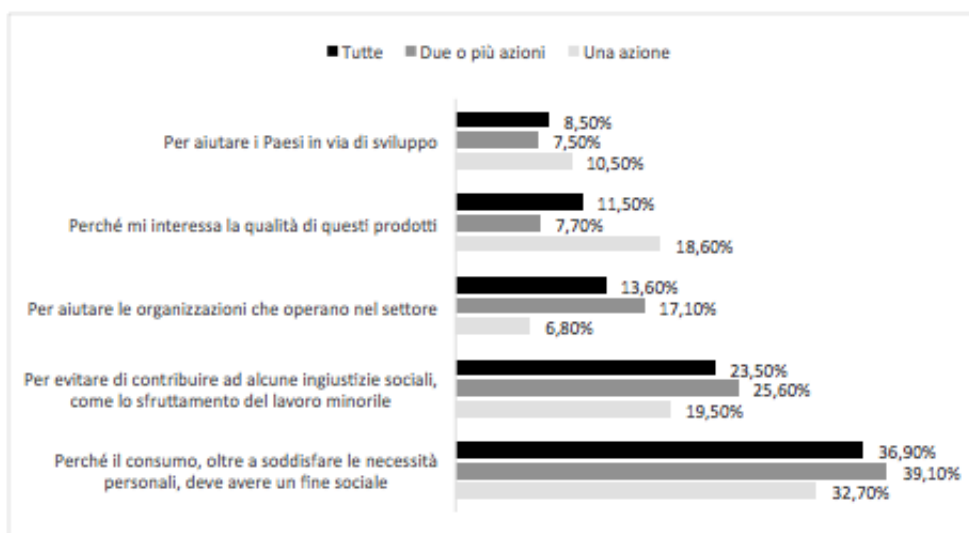
Figura 5: Motivo prevalente per l'adozione del consumo responsabile (prima risposta). Confronto 2002-2018



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018; [Iref](#), Ottavo rapporto sull'associazionismo italiano, 2002.

Come si vede dalla Figura 6, infine, appare evidente come la motivazione più strettamente individuale sia più elevata tra coloro che dichiarano di aver adottato solo una pratica di consumo responsabile tra le cinque proposte nel questionario (18,6% versus 7,7%).

Figura 6: L'adozione del consumo responsabile per una o più azioni – motivo prevalente (2018)



Fonte: Sondaggio OCIS-SWG, 9 febbraio 2018.

Conclusioni

Prendendo le mosse dagli obiettivi ONU relativi allo sviluppo sostenibile, sembra ormai ineludibile che l'economia eco-solidale – sostenuta da comportamenti sempre più consapevoli di consumo responsabile – debba essere viepiù diffusa. A tal fine, i dati sopra illustrati forniscono alcune indicazioni promettenti per il futuro.

Innanzitutto pare di molto aumentata la consapevolezza degli italiani rispetto agli effetti sociali e ambientali dei propri consumi. Si tratta di un risultato importante, imputabile ad una serie di fattori. Da un lato, la crescita del consumo responsabile potrebbe dipendere dal lavoro svolto durante gli ultimi 15 anni dalle molte organizzazioni di movimento che si sono prodigate per diffondere maggiori informazioni e nuove sensibilità rispetto ai problemi ambientali e sociali legati alla "società dei consumi". Dall'altro, la maggiore reperibilità di alcuni prodotti – resa possibile non solo dall'interesse crescente dimostrato della grande distribuzione organizzata (GDO) ma anche dalla diffusione dei Gruppi di Acquisto Solidale, di altre forme

Menabò di Etica ed Economia

di piccola distribuzione organizzata (PDO), mercati di prossimità, di negozi specializzati e di nuove cooperative – ha certamente facilitato, rendendolo in alcuni casi possibile, un tipo diverso di approvvigionamento.

Inoltre, il dato relativo alla crescita della percentuale di chi dichiara di aver adottato nelle proprie scelte quotidiane principi di sobrietà appare riflettere un atteggiamento più consapevole rispetto al consumo da collegarsi, almeno in parte, alla crisi economica, che potrebbe aver spinto ad una maggiore consapevolezza un più ampio numero di persone. Sebbene nasca da una criticità, questo risultato può rappresentare un'opportunità, a patto che si sviluppino alcune condizioni che elenchiamo di seguito.

In primo luogo, è necessario sostenere un'azione di sistema volta ad aumentare informazione e educazione alla produzione e al consumo responsabile, accompagnata da un sostegno a quelle modalità di acquisto che sono in grado di facilitare scelte di consumo sostenibile, ovvero alle diverse forme di piccola distribuzione organizzata – che vanno dalla vendita diretta, ai negozi di vicinato “verdi” ai mercatini della terra e a km zero –, per esempio tramite affitti calmierati, abbattimento della tassa per occupazioni di suolo pubblico o lo sviluppo di piattaforme di comunità che possano facilitare l'acquisto e la vendita di prodotti che rispettano ambiente e lavoro. Questo appare oggi importante non solo nelle grandi città, ma anche nei piccoli centri urbani, dove vediamo peraltro crescere l'attenzione verso il consumo responsabile nelle sue diverse forme. È nelle aree rurali e in quelle cosiddette interne che il consumo responsabile può infatti assumere un ruolo determinante per il sostegno e rilancio dell'economia locale (si ricordi che sono definite “interne” le aree significativamente distanti dai centri di offerta di servizi essenziali – di istruzione, salute e mobilità –, ricche di importanti risorse ambientali e culturali e fortemente diversificate per natura e a seguito di secolari processi di antropizzazione”. Queste aree rappresentano circa il 60% del territorio italiano e vi vive circa ¼ della popolazione).

Inoltre, pare importante realizzare mappature partecipate delle realtà eco-solidali che consentano anche una attività di monitoraggio nel tempo (sul lato sia della produzione che su quello della distribuzione e del consumo) con l'intento di darne visibilità e facilitarne la messa in rete, agendo quindi contemporaneamente sulle leve dell'informazione e della crescita di consapevolezza. In questo ambito pare di particolare importanza il ruolo del Terzo settore che potrebbe sempre più fare da volano per l'economia locale, ‘contaminando’ in modo virtuoso le realtà tradizionali di mercato.

Infine, è fondamentale il ruolo delle istituzioni pubbliche – ai diversi livelli – che non solo possono sostenere l'economia eco-solidale con appositi provvedimenti volti a valorizzarne il ruolo e a facilitarne la diffusione, ma in quanto esse stesse ‘consumatrici’ possono riorientare i propri acquisti e i propri consumi in modo responsabile (si pensi ad esempio a quei Comuni che hanno formulato speciali capitolato d'appalto per la ristorazione pubblica facilitando pratiche di consumo responsabile).

La consapevolezza e l'azione individuale non sono sufficienti. È necessaria anche la consapevolezza e l'azione delle istituzioni – a partire da quelle più vicine alle cittadine e ai cittadini: le amministrazioni comunali.