

Consumatore consapevole

Il gruppo Consumatore consapevole ha lavorato su una doppia direttrice: la condivisione di esperienze in settori diversi fra loro come quello bancario, quello farmaceutico, quello dei trasporti, quelli dell'alimentazione e della distribuzione, nell'ottica del consumatore che si avvicina all'**acquisto** nelle forme **tradizionali** e in quelle ormai consolidate del digitale e degli acquisti **on line**. Dall'informazione trasparente e comunicazione corretta al consumatore all'educazione al consumo sostenibile e per un'alfabetizzazione finanziaria, dal corretto uso dei farmaci alle *best practices* in tema di trasporti, sino alla lotta alla contraffazione e alle frodi per costruire e consolidare un mercato concorrenziale con regole certe e uguali, sino alla valorizzazione delle attività di "Corporate Social Responsibility" come asse strategico aziendale.

Il gruppo si è avvalso del supporto scientifico di due ricerche che si sono integrate e completate a vicenda. La prima, svolta in collaborazione con **Ipsos**, con cui Consumers' Forum ha lunga consuetudine nell'ambito dell'**Osservatorio sugli stili e sulle tendenze di consumo dei consumatori**, è una ricerca quantitativa svolta in Italia, su un campione rappresentativo di consumatori e consumatrici, e ha indagato la loro opinione e le loro abitudini d'acquisto nei diversi settori citati in precedenza. La

seconda, svolta in collaborazione con il Dipartimento di Scienze della Formazione, Scienze umane e della Comunicazione Interculturale dell'**Università di Siena**, ha analizzato alcune delle più significative *best practices* in Europa nei quattro settori. Dalle due ricerche esce ben delineata la figura del cosiddetto **prosumer**, un **consumatore pro-attivo** nell'era digitale per lo sviluppo sostenibile.

Un consumatore capace di interagire, ormai sempre di più, anche grazie alle tecnologie, con le aziende e addirittura di indirizzarne i comportamenti, essendone esso stesso influenzato. Un consumatore sempre più consapevole. Ciò che ha permesso l'unità di intenti di un gruppo di lavoro così eterogeneo (da una parte aziende di settori tra loro diversissimi - bancario, farmaceutico, alimentare e della distribuzione, trasporti - e associazioni dei consumatori dall'altra) è il comune obiettivo: **promuovere la cultura consumerista**, concetto che è alla



base della natura stessa di Consumers' Forum e sua vera ragione d'essere.

Un consumatore consapevole, informato, educato a scegliere, fruitore di "buona pubblicità", che non si rivolge a prodotti contraffatti, orienta di fatto i propri atti d'acquisto premiando, spesso anche con un piccolo sovrapprezzo, le aziende virtuose. Le aziende che dialogano con lui, le aziende che pensano anche al suo futuro, che non inquinano, che sostengono il territorio e il sociale, che rispettano i propri lavoratori e lavoratrici, che mettono in campo politiche di protezione dei suoi diritti ancor prima che se ne crei il bisogno. Un Consumatore consapevole è un bene comune, è un patrimonio dell'azienda e un cittadino informato, pronto a distinguere chi gli parla e pronto ad assumersi le proprie responsabilità nel momento della scelta di acquisto.

... due ricerche, una condotta dall'Ipsos e l'altra dall'Università di Siena, hanno delineato il profilo del nuovo prosumer...

