

## Effetti della crisi

### C'è un nuovo consumatore che si fa strada

VITTORIO SAMMARCO

**È più esigente perché è più competente. Ma non trova aiuto per far vincere qualità e sobrietà. È l'opinione del noto sociologo esperto di consumi, Giampaolo Fabris**

**R**esponsabilità, Riflessività, Conversazioni, Durata, Etica, Ambiente, Misura, Consapevolezza, Societing. Chi l'avrebbe mai detto, solo uno o due anni fa, che queste parole sarebbero diventate il vocabolario più in uso di una nuova generazione di consumatori. Parole come pietre, dice il curatore della ricerca Giampaolo Fabris, che per conto di Consumers' Forum (l'associazione che da dieci anni riunisce associazioni dei consumatori, imprese e centri di ricerca per fornire studi e analisi su questo settore) traccia "i cardini della nuova era". Il noto sociologo esperto di consumo vede spiragli interessanti: "Siamo ancora nel tunnel, —

dice — ma iniziamo a vedere le luci dell'uscita", per quanto riguarda una certa ripresa dell'economia.

La cosa più importante, però, è che nelle sue mille interviste (sui 15mila contatti effettuati tra il 23 settembre e l'1 ottobre scorso) scorge un profondo cambiamento del rapporto tra consumatore-cittadino e beni-servizi offerti. Atteggiamenti che mostrano un "inedito senso di responsabilità e di consapevolezza che non hanno nulla di ideologico, di integralista", non fanno riferimento ad un pauperismo forse oggi improponibile, ma che rivalutano parole e stili che fanno riferimento alla sobrietà, alla frugalità, a bisogni pochi e semplici. Insomma la crisi

ha innescato, checché ne dicano i più pessimisti, comportamenti virtuosi. Così nell'inchiesta ottengono preferenze rilevanti temi come la riduzione dei rifiuti e il rispetto dell'ambiente, la rivalutazione dei prodotti non di marca, i prodotti che durano, le etichette con maggior qualità e quantità d'informazioni, l'etica sociale.

"La società della dismisura, del consumo gridato, smoderato, bulimico — afferma con una notevole dose di ottimismo Fabris — è alle spalle e gli italiani ne prendono sempre più le distanze abbandonando anche l'usuale equazione più consumi = più felicità". Si sta passando *dal possesso all'accesso*, si sostiene con una formula di indubbia efficacia ma un po' criptica. Cioè dal bene posseduto perché oltretutto dà anche prestigio, all'utilizzo della sua sola funzione perché ci dà un beneficio limitato nel tempo. Con ovvi riflessi positivi sul consumo complessivo e sull'impatto ambientale.

È l'effetto indotto della crisi? Sì, grazie anche a quella situazione che gli inglesi definiscono, con una parola non perfettamente traducibile in italiano, *serendipity*, cioè quando si cerca una cosa non molto importante e se ne trova un'altra molto più importante. Ossia: cercando il semplice risparmio forzato, ci si è imbattuti in prodotti di qualità anche a prezzi medio bassi, "gioielli di qualità". Nel settore alimentare, per esempio, si stanno riscoprendo la dimensione della qualità dei prodotti, il rapporto con la biodiversità, con il territorio, con la naturalità, il contatto diretto con i produttori, la filiera corta, inedite modalità di acquisto (i gruppi di acquisto solidale, o le botteghe equo e solidali, ad esempio). Il biologico, ad esempio, nonostante prezzi non proprio sempre convenienti, ha visto aumentare la domanda.

Si apre dunque un fronte nuovo,





per imprese e servizi pubblici.

Tre sono le affermazioni che danno il senso di questa rivoluzione in atto:

a) l'orientamento alla quantità, comportamenti compulsivi e bulimici stanno subendo una drastica battuta di arresto. Si tratta di un dato ormai strutturale e non congiunturale;

b) la richiesta di durata nel tempo sta emergendo, allo stato nascente, in molti settori merceologici;

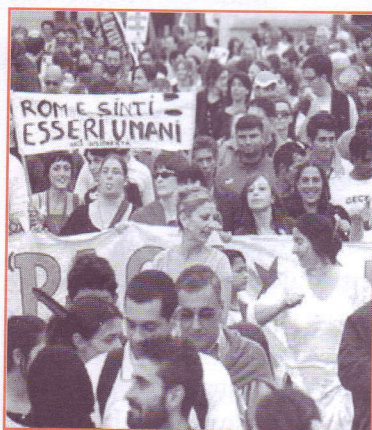
c) l'orientamento nuovo è alla **qualificazione dei consumi e alla ricerca di beni comuni con un forte contenuto relazionale.**

Bene. Di fronte a queste nuove tendenze, però, occorre attrezzarsi. Questo nuovo genere di consumatori, più maturi, più competenti, più esigenti, invoca sì il rallentamento dei consumi ma è anche in cerca di qualcuno che lo aiuti a consolidare questa nuova consapevolezza, ad ottenere con più facilità informazioni utili e soddisfacimento dei diritti negati (il nostro sistema giudiziario, per fare solo un esempio concreto, dissuade continuamente dall'intraprendere azioni a tutela del proprio diritto perché non si sa quando e a quale prezzo l'iter potrà mai concludersi).

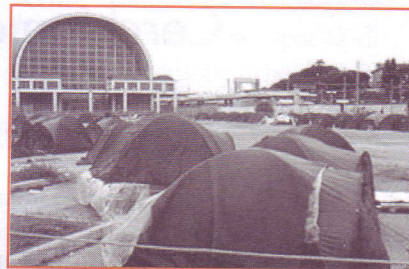
Fabris su questo punto è severo e non poco: "Se le aziende non lo capiscono, le pubblicità continuano a spingere i consumi, i soggetti più naturali, le associazioni dei consumatori o il web, non hanno ancora colto appieno le opportunità che si profila per loro". Provocazione o suggerimento? Critica o indicazione di una linea da seguire? Pensiamo più alle seconde ipotesi, e non sarebbe affatto male se i soggetti chiamati in causa, liberi dalla tentazione di un'orgogliosa difesa di categoria a prescindere dai fatti, aprissero, perché no anche su queste pagine, un dibattito sul come, cosa e quanto fare per conservare e far crescere questa fragile ma preziosissima piantina del "nuovo consumatore emergente". ●

## LA VOCE DEL POPOLO ROM

"La voce del popolo rom. Nuove politiche e strategie verso la rappresentatività", con questo titolo si è svolta a Roma il 30 Ottobre la Conferenza della Federazione Romani. Un incontro che ha visto una partecipazione numericamente ed emotivamente intensa, espressione di un progetto articolato che, come scrive nel documento finale il presidente Nazareno Guarnieri, parte dalla "rinuncia ad ogni forma di assistenzialismo ed alle fallimentari politiche differenziate del passato che malgrado il loro accertato e riconosciuto disastro continuano ad essere riproposte e realizzate". Perché *Nessuno libera nessuno, nessuno si libera da solo, gli uomini si liberano insieme*, come sintetizza il volume nato dalla Conferenza (e che si può richiedere alla Federazione): c'è bisogno di politiche radicalmente diverse, di un dialogo costruttivo che favorisca il passaggio dalla mediazione alla partecipazione attiva e qualificata dei Rom stessi all'elaborazione di percorsi e progetti atti a migliorare realmente le loro condizioni di vita. Anche in un campo cruciale come quello della scolarizzazione. Solo così si potrà veramente superare la discriminazione. Autodefinizione, autogestione, rappresentatività, riconoscimento delle professionalità, valorizzazione culturale sono le parole chiave per arrivare finalmente alla realizzazione di quella pari dignità che da sempre è un diritto negato. Massima condivisione, anche all'esterno del mondo Rom, è la richiesta.



Per contatti, si può scrivere a Federazione Romani, Via Altavilla Irpinia n. 34/36 - 00177 Roma; tel. e fax: 0664829795, email: federazioneromani@libero.it federazioneromani@yahoo.it, sito: <http://federazioneromani.wordpress.it>; tel. 3277393570.



## EVITATO LO SGOMBERO PER GLI AFGANI

Grazie all'impegno sul campo di diverse realtà sanitarie sembra non si sia risolto in un ennesimo disastro umanitario il caso dei 150 afgani richiedenti asilo alloggiati nella "Buca" della Stazione Ostiense a Roma. Medici per i diritti umani, da 4 anni presente con *Un camper per i diritti*, l'area sanitaria della Caritas, Medici contro la tortura, Gris, gruppi universitari, oltre a fornire assistenza e orientamento sanitario hanno costituito di fatto una barriera di protezione. Anche il direttore generale del S. Camillo, con una lettera aperta al sindaco di Roma, ha denunciato l'annuncio dello sgombero dei profughi non solo come "atto lesivo dei diritti fondamentali della persona", ma anche come "immediata ed estremamente pregiudizievole condizione per la tutela della loro salute", che è invece un "diritto costituzionale, rispetto al quale tutte le istituzioni devono collaborare ed operare". Importantissima la disponibilità ad offrire "percorsi di accesso e assistenza ai nostri servizi, anche in collaborazione con l'Istituto Nazionale per la Salute, i Migranti e la Povertà (INMP)". Una coraggiosa presa di posizione, che è un messaggio per tutti.

## IN-GENERE

*in-genere. Donne e uomini per la società che cambia. Idee, numeri, politiche* è una nuova rivista on-line su genere e migrazioni della Fondazione Brodolini. Per proposte di articoli (5-8.000 battute): [redazione@ingenere.it](mailto:redazione@ingenere.it). ●