

## DECALOGO DEL CONSUMATORE – IL CONSUMATORE SOSTENIBILE

# LA NUOVA ETICA DEI CONSUMATORI PER UNA SOCIETÀ SOSTENIBILE

Si deve sapere che il 25 settembre 2015 le Nazioni Unite (ONU) hanno approvato l'*Agenda Globale per lo Sviluppo Sostenibile* articolata in 17 obiettivi e 169 traguardi specifici da raggiungere entro il 2030 in ogni angolo della Terra. Questo decalogo si ispira all'Agenda ONU e fa tesoro dell'esperienza pluridecennale maturata dall'Associazione ACU.



- 1.** Sempre più frequentemente si assiste a discussioni sul rinnovato ruolo dei consumatori nel Terzo Millennio. Diversi studiosi e movimenti sociali sostengono che sul mercato, già oggi, sia la domanda dei consumatori ad indirizzare l'offerta di beni e servizi da parte delle imprese.
- 2.** John Maynard Keynes (1883-1946), considerato il più importante ed influente economista dello scorso secolo, definiva il ruolo del consumo (non del consumatore!) la legge psicologica fondamentale per cui "di norma ed in media gli uomini sono disposti ad accrescere il loro consumo con l'aumento del reddito, ma non tanto quanto è l'aumento del reddito. .... E questo specialmente nel caso quando si considerano brevi periodi". Questa interpretazione, in sintesi, ha di fatto collocato il consumatore come un attore passivo del mercato e che reagisce sostanzialmente con il suo potere d'acquisto utilizzando la variante del reddito.
- 3.** Un'ulteriore riflessione meritano tutte le analisi degli economisti classici e più recentemente dei monetaristi che hanno posto in posizione primaria la centralità del libero mercato e la centralità dell'impresa a cui, già dall'inizio della rivoluzione industriale (1760/1830), si è contrapposta la centralità del lavoro e del lavoratore con Karl Marx (1818-1883). Nel tempo un po' tutte le teorie economiche hanno dovuto confrontarsi con la ricerca specifica di altre discipline come la sociologia, la psicologia, il marketing, il diritto, le neuroscienze, l'ecologia, ecc. E' grazie a questa profonda rivisitazione scientifica, che prende piede, già dagli anni '50 del secolo scorso, la ricerca interdisciplinare sul comportamento del consumatore fino a definire, da parte dell'ONU, i diritti universali dei consumatori già nel 1985 (Risoluzione n.39/248 del 16 aprile 1985) e successivamente aggiornati con la Risoluzione n. 70/186 del 22 dicembre 2015!
- 4.** Non bisogna mai dimenticare il ruolo avuto dall'opinione pubblica e dai movimenti sociali e civili nel denunciare le truffe, i danni alla salute e all'ambiente provocati dai comportamenti illegittimi di alcune importanti imprese, un po' ovunque nel mondo. Aumentando la sensibilità e la mobilitazione dei cittadini, anche il legislatore ha dovuto affrontare le

criticità evidenziate, così arriviamo ad oggi dove i diritti dei consumatori hanno piena cittadinanza sociale ed istituzionale.

- 5.** L'etica dei comportamenti dei consumatori comincia a farsi strada dopo la seconda guerra mondiale come una possibile risposta che la domanda di beni e servizi da ad un mercato spesso sordo alle nuove richieste dei cittadini. Così cominciano a decollare il consumo equo e solidale, il consumo critico o consapevole, l'eco-consumo e il consumo etico.
- 6.** Le prime forme del commercio equo e solidale iniziarono già negli anni '40 e '50 del secolo scorso nel Nord Europa, promosse da gruppi religiosi e ONG. Nel 1965 è stata creata la prima organizzazione internazionale di questo settore. Il primo negozio del commercio equo e solidale aprì nei Paesi Bassi nel 1969 ed oggi in tutti i Paesi industrializzati sono presenti "centrali di acquisto", linee di prodotti, in particolare alimentari ed artigianali, di importanti aziende reperibili anche nei punti vendita della grande distribuzione (supermercati, centri commerciali, ecc.). Acquistando questi prodotti il consumatore sa che una parte "solidale" dell'importo pagato (prezzo) ritorna al produttore del Paese di origine, che esiste un controllo dell'intera filiera produttivo-commerciale e che il prezzo pagato in più rispetto ad un prodotto simile viene investito nelle comunità di origine per scuole e servizi pubblici in generale. Il consumo equo e solidale è in continua crescita e anche a livello istituzionale è riconosciuto, come in Lombardia dalla Legge n. 9 del 30 aprile 2015 – Riconoscimento e sostegno delle organizzazioni di commercio equo e solidale.
- 7.** Il consumo critico o consapevole viene definito come l'esatto contrario del consumo compulsivo, tipico della società dei consumi di massa. Ai suoi inizi negli anni '70 del secolo scorso, il consumo critico viene percepito come una risposta a "tutto campo" a quelle aziende che non rispettano l'ambiente, i diritti dei lavoratori o che sostengono iniziative politico-commerciali non condivisibili (es. produzione e commercio di armi, ecc.). Il consumatore critico è spesso coinvolto in campagne di boicottaggio che vengono veicolate con il noto motto "io voto quando faccio la spesa". In quest'ultimo decennio il consumo critico è stato sostituito dal consumo consapevole che si connota interamente con la scelta soggettiva di ogni singolo consumatore che orienta il proprio potere di acquisto e di risparmio verso un modello ragionato e riflessivo, agendo con una varietà di comportamenti a volte contraddittori.
- 8.** L'eco-consumo è di certo praticato dal consumatore consapevole, ma che si orienta non solo ad acquistare prodotti chiaramente ecologici (alimenti, detersivi, cosmetici, abbigliamento, ecc.), ma segue uno stile di vita sano, per quanto possibile. Ad esempio utilizza i mezzi pubblici di trasporto, usa la bicicletta e cammina molto, pratica attività fisiche ed agonistiche, è attento alla salute. Il consumatore ecologico è di norma molto attento alle novità che il mercato propone, anzi si può definire un soggetto che stimola le imprese per qualificare una domanda di maggiore qualità. Questi comportamenti sono maturati già negli anni '70 nei Paesi del Nord Europa ed oggi sono rilevabili anche nei Paesi in via di sviluppo (si veda lo sviluppo e i consumi dell'agricoltura biologica).
- 9.** Il consumo etico rappresenta a tutti gli effetti l'evoluzione sociale di tutti i modelli di consumo che fino ad oggi si sono sviluppati ed ha la particolarità di collocare al centro della scelta di consumo e di comportamento, il consumatore nella sua globalità. Pertanto la PERSONA prima di tutto è al centro dell'universo di tutte le relazioni sociali, economiche, ambientali, culturali, ecc. Il prodotto o il servizio sono considerati strumentali all'esigenza di mantenere e sviluppare l'etica. Una persona che adotta la categoria del consumo etico, è culturalmente agevolata nello scegliere di non consumare in quanto comunque genera una relazione con il produttore di quella merce o servizio che non utilizza. Non è un caso che da alcuni anni nelle Università si insegni neuromarketing, ovvero la branca della cosiddetta neuroeconomia che si propone di individuare canali di comunicazione più diretti ai processi decisionali d'acquisto. Tutto ciò viene accelerato dallo sviluppo delle tecnologie informatiche, dall'introduzione della robotizzazione e dell'intelligenza aggiuntiva o artificiale, cioè apparati che apparentemente eliminano le barriere e "avvicinano" il produttore al consumatore. Lo stesso consumatore, un domani, sarà anche produttore (si vedano gli sviluppi sull'utilizzo dell'energia solare).
- 10.** Lo scenario di fondo nel quale si sviluppa il consumo etico è l'insieme delle contraddizioni della globalizzazione dei mercati, delle migrazioni, dei cambiamenti climatici, ecc. Secondo l'ONU cresce il consenso sul fatto che la crescita economica non è sufficiente per ridurre la povertà se non si tratta di una crescita inclusiva e se non coinvolge le tre dimensioni dello sviluppo sostenibile – economica, sociale e ambientale. Per ridurre la disparità, le politiche dovrebbero essere universali e prestare attenzione ai bisogni delle popolazioni svantaggiate e emarginate. ACU aggiunge anche la quarta dimensione: l'etica del consumatore sostenibile.

**Iniziativa realizzata nell'ambito del**  
**Progetto Informazione, educazione di aiuto e solidarietà – ConsumAttore sostenibile**  
**In partecipazione con Lega Consumatori (capofila) e Coniacut**  
**Programma Regionale di tutela dei consumatori per il triennio 2016-2018**  
**(DGR 5887 del 28.11.2016 e DDS 13085 del 12.12.2016)**  
**Regione Lombardia – Direzione Generale Sviluppo Economico**