

CRISI E CONSUMI - ATTO PRIMO

La crisi sta generando dei cambiamenti importanti nei comportamenti dei consumatori. Innanzitutto scendono i consumi alimentari. Secondo una ricerca demoscopica condotta da Astra Ricerche (Gli Italiani e i consumi alimentari al tempo della crisi) e riferita da Enrico Finzi a un convegno promosso da Granarolo, il 59% degli Italiani ha riferito un calo dei consumi di prodotti alimentari.

Il quadro già di per se negativo se si pensa che il cibo è da sempre considerato una merce anticiclica, è aggravato dalla rilevazione che, su 29 prodotti considerati di uso quotidiano, solo frutta e verdura hanno registrato saldi positivi nel 2012, mentre per tutti gli altri i saldi sono decisamente negativi, sia pur con livelli diversi. In fortissimo calo birra, cracker e snack salati, merendine, cioccolato, bevande gassate, carne rossa, gelati e dolci industriali; forte calo per surgelati, biscotti, formaggi, pesci, condimenti e sughi, vino; calo discreto anche pane, olio, yogurt, dietetici; leggero calo per pasta uova, latte fresco e a lunga conservazione, acqua minerale, caffè, integratori alimentari.

Regge la ricerca della sicurezza e della qualità, viene premiata l'origine ma è il prezzo a giocare un ruolo sempre più centrale nelle scelte di acquisto dei consumatori, soprattutto nelle fasce meno protette. Da un lato si assiste a una "ridomesticizzazione" dei consumi,



cioè la gente tende a mangiare sempre più a casa, calano i consumi nei ristoranti e anche nelle mense, dove il buono pasto, quando c'è, è spesso utilizzato per acquistare le materie prime, non il pasto finito. Dall'altra parte il fenomeno dei "discount" acquista un peso crescente specialmente per alcuni comparti (detersivi, articoli per la casa, prodotti non deperibili). Un altro fenomeno in forte crescita è rappresentato dai GAS (Gruppi di Acquisto Solidale, dove la S sta anche per Sostenibile), ma se ne parlerà più avanti.

In questo scenario la lotta agli sprechi acquista un significato particolare. Andrea Segrè, dell'Università di Bologna, uno dei primi studiosi in Italia del fenomeno dello spreco alimentare e inventore del Last Minute Market (<http://www.lastminutemarket.it/>), riferisce che in Italia lo spreco alimentare a valle della filiera, cioè presso il consumatore finale, raggiunge 0,96 punti di PIL, contro gli 0,20 punti che sono sprecati negli anelli produttivi e di trasformazione/distribuzione. In Italia lo spreco di cibo a livello domestico costa ad ogni famiglia 1.693 euro all'anno.

Questi dati sono pressoché analoghi in tutti i paesi sviluppati, mentre nei paesi in via di sviluppo si assiste a uno spreco nelle fasi iniziali della filiera che è 10 volte quello registrato presso il consumatore, a causa, verosimilmente, delle carenze tecnologiche. D'accordo con Segrè e Last Minute Market, lo spreco alimentare è uno scandaloso

paradosso del nostro tempo. Mentre vi è la necessità di aumentare la produzione di alimenti almeno del 70% nei prossimi anni per nutrire una popolazione che conterà 9 miliardi nel 2050, nel mondo si spreca più di un terzo del cibo che viene prodotto. Se si potessero recuperare tutte le perdite e gli scarti, si potrebbe dare da mangiare, per un anno intero, a metà dell'attuale popolazione mondiale: 3,5 miliardi di persone.

Quindi la lotta allo spreco deve avere risvolti diversi secondo le varie situazioni, ma resta molto da fare se si vogliono recuperare risorse che altrimenti vanno perdute.

Un'iniziativa degna di nota, lanciata su iniziativa di Last Minute Market, è la Carta Spreco Zero (<http://www.anci.fvg.it/uploads/media/CartaSprecoZero2.0.pdf>). La Carta impegna le amministrazioni che l'hanno siglata a rendere subito operative le indicazioni della Risoluzione del Parlamento europeo, siglata il 19/01/2012. L'impegno è per sostenere tutte le iniziative che recuperano, a livello locale, i prodotti rimasti invenduti e scartati lungo la filiera agroalimentare per redistribuirli gratuitamente a categorie di cittadini al di sotto del reddito minimo e a istituire programmi e corsi di educazione alimentare, di economia ed ecologia domestica per rendere il consumatore consapevole degli sprechi di cibo, acqua ed energia.

La carta è già stata sottoscritta da 231 comuni

Per leggere la Risoluzione del Parlamento Europeo:

(<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2012-0014+0+DOC+XML+V0//IT>)

L'intervento della rete globale e dei nuovi supporti tecnologici (tavolette e telefonini "intelligenti") facilita un approccio diverso ai consumi e apre la via a nuovi modelli di consumo. A detta di molti esperti, l'economia "consumistica" sta terminando il suo ciclo ma non si è ancora imposto un unico nuovo modello di produzione e consumo. Forse ci saranno più modelli di consumo, certamente ci si avvia verso una forma di "capitalismo consapevole" in grado di generare un valore immateriale che però produce un beneficio per la società nel suo complesso. La consapevolezza che c'è un limite a tutto, sia alle risorse naturali sia alla vita stessa, induce a riflettere sul fatto che il pianeta che abbiamo ricevuto in eredità dai nostri antenati dovrà essere riconsegnato ai nostri eredi.

Lo sviluppo sostenibile non prende il posto del modello consumista ma si declina in molteplici direzioni che potrebbero dare vita a modelli produttivi e di consumo nettamente diversi da quelli che conosciamo.

Si dovrà puntare non solo su risparmi e riduzione delle perdite, non solo su filiera corta e scelte etiche, ma anche sul recupero di antiche pratiche rivisitate in ottica moderna, come per esempio l'autoproduzione (vedi il fenomeno nascente degli orti urbani) e il baratto. Secondo Wikipedia il baratto, in economia è un'operazione di scambio bilaterale o multilaterale di beni o servizi fra due o più soggetti economici (individui, imprese, enti, governi, ecc.) senza uso di moneta. Nel diritto civile italiano, il baratto viene classificato sotto la denominazione di permuta. Ebbene esistono già esempi di piattaforme sul web dedicate espressamente al baratto tra persone fisiche (individui) (vedi <http://www.zerorelativo.it/>) sia tra imprese artigiane e medio-piccole (vedi <http://www.ibarter.com/>).

Gli stessi GAS si stanno consorziando e attrezzando con piattaforme tecnologiche per gestire il prodotto fresco in modo da raggiungere più facilmente e più agevolmente i loro clienti senza penalizzare la qualità e la sicurezza.

Il mondo produttivo è in fermento e i consumatori non devono giocare un ruolo passivo.