



Consumi

Alimentare e moda guidano la riscossa dell'eco-qualità

■ di GIAMPAOLO FABRIS

Ci sono conseguenze virtuose della crisi. Di cui si parla troppo poco. Si finisce così per ignorarle, scambiandole per turbolenze contingenti. Un grave errore perché molti dei cambiamenti di oggi non sono soltanto il riflesso di una congiuntura sfavorevole ma appaiono forieri di futuro. Da questi si può imparare molto.

L'alimentazione è una straordinaria cartina di tornasole al proposito. Nell'indicare l'orientamento a scegliere ciò che serve veramente. Lo spreco si è fortemente ridimensionato sin quasi, per certi alimenti, a sparire. Tramonta così una delle più inquietanti patologie del consumo. Nonostante il prezzo più elevato, contrastante quindi con un orientamento al risparmio, tutto il comparto del biologico continua ad aumentare con una domanda non più espressa dai segmenti più acculturati ma davvero interclassista. Biologico vuol dire maggiore attenzione alla natura, alla salute, valorizzazione della sapidità dei cibi, un rapporto non predatorio nei confronti della terra violentata altrimenti da fitofarmaci, concimi chimici, monoculture che attentano alla biodiversità.

I consumi di acqua minerale invece, per la prima volta dopo un'escalation che sembrava non dovesse avere mai fine, si contraggono e gli italiani scoprono che l'acqua di rubinetto è altrettanto buona. Il successo dei farmer market, l'approvvigionamento alla fonte fanno scoprire non soltanto prezzi più vantaggiosi ma un nuovo rapporto con il territorio e la stagionalità. Così come i prodotti "sfusi" o alla spina laddove si risparmia non soltanto sul prezzo ma si

Dall'agricoltura sostenibile all'aumento del vino in calici e fino all'ingresso dei prodotti equo-solidali nei cataloghi delle griffe

prendono anche le distanze dalla superfetazione delle confezioni. Anche il vino, come si è visto a Vinitaly, fa registrare segnali importanti di maggiore maturità nei consumi: diminuiscono le vendite dei vini da tavola ed aumentano invece quelli a denominazione di origine pure mediamente più cari. Nella ristorazione si registra una diminuzione nei consumi delle marche più costose ma un forte aumento, anche per le stesse marche, dei consumi a calice. Dove la qualità cioè subentra alla quantità.

Il settore dell'abbigliamento - uno dei più penalizzati in questa congiuntura - registra un forte interesse per quei capi e/o marche con tessuti e metodi di lavorazione più attenti alla sostenibilità ambientale. Anche le vendite dei negozi virtuali di abbigliamento in Rete - in assoluta controtendenza con la loro forte crescita rispetto alle vendite in dettaglio - indicano l'affermarsi di un nuovo modo di fare shopping pure nel settore della moda. E molti dei grandi player on line (Yoox per tutti) hanno fortemente ampliato la loro offerta di capi provenienti dal commercio equo e solidale. Una presenza premiata dai consumatori. Non solo la moda ma molti altri comparti, compreso quello hi-tech, mostrano una domanda in crescere per i prodotti riciclati, per gli eco-prodotti. Dai mobili alle biciclette ai cellulari comincia ad esistere un'offerta virtuosa da parte della produzione con un consumatore estremamente recettivo a queste proposte. Prodotti che evitano di esaurire la miniera (finita) delle risorse e, al tempo stesso, di produrre inquinamento e rifiuti saturando così le discariche