

Rapporto di U.Di.Con. Emilia Romagna sul consumo consapevole e la prevenzione delle truffe



Nell'ambito del programma regionale "Progetto ConsumER net – associazioni in rete per la tutela dei consumatori" per l'anno 2021 con il contributo ex legge regionale 4 del 2017, l'associazione U.Di.Con. Emilia Romagna si è impegnata in una serie di questionari rivolti ai cittadini consumatori su varie tematiche.

In questo questionario abbiamo chiesto ai cittadini delle nove province della regione la loro opinione sul consumo sostenibile, quanto sia parte della loro quotidianità e quanto conoscano l'argomento.

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Alla prima domanda è stata chiesta l'età della persona, questo per inquadrare meglio le varie problematiche e preferenze a seconda della percezione e dell'età anagrafica.



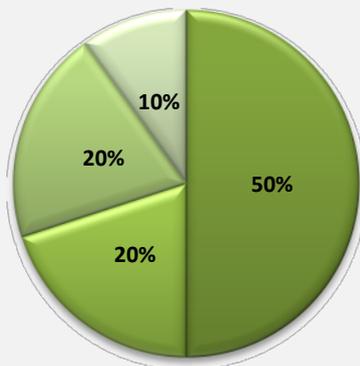
Come possiamo vedere, la domanda è stata fatta a un largo spettro di età, dove non ci sono particolari squilibri o preferenze, se non per qualche risultato in più nella fascia 30/40.

Una volta inquadrata la popolazione, la domanda successiva chiedeva dove, nello specifico, il soggetto acquista i generi alimentari di prima necessità, ovvero dove fa la spesa quotidiana o settimanale. Una domanda che può sembrare ininfluenza, ma che nasconde numerose ramificazioni.



Può sembrare un'indagine di mercato, ma la scelta di "dove" acquistare, tralasciando fattori come il tempo e la comodità, può dirci molto della sensibilità sul tema del consumo consapevole.

Dove fa la sua spesa solitamente?

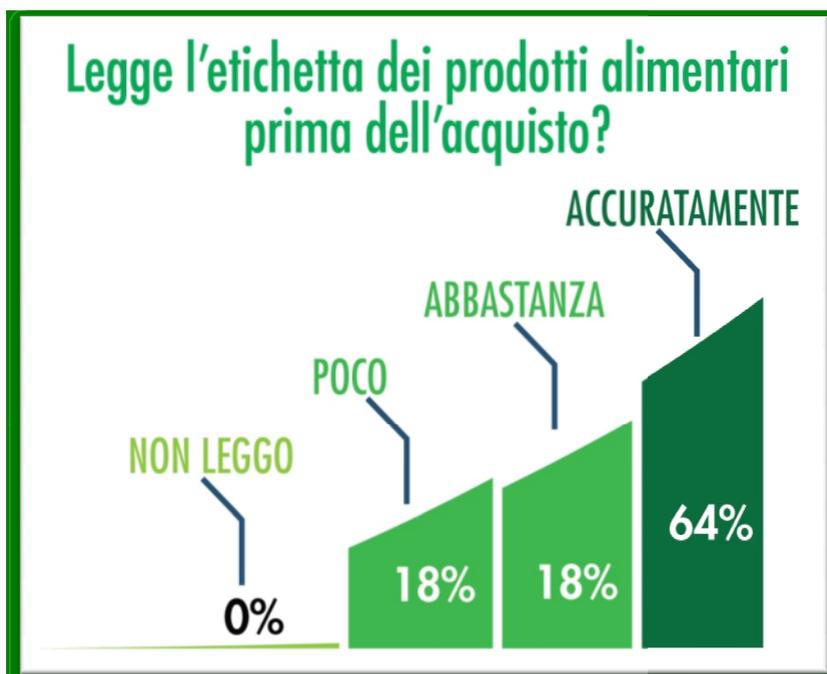


- supermercati/ipermercati
- mercato contadino/rionale
- discount
- piccoli negozi locali

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Sempre più italiani infatti, oltre alla grande distribuzione, hanno un occhio di riguardo per quelle realtà di acquisto magari più piccole, ma che hanno altre qualità, come un maggior controllo sugli alimenti (di origine controllata e a km 0) o una realtà più familiare e meno asettica. Vuol dire che il concetto di sostenibilità e di consumo consapevole si sta facendo strada anche nella quotidianità di tutti i cittadini.

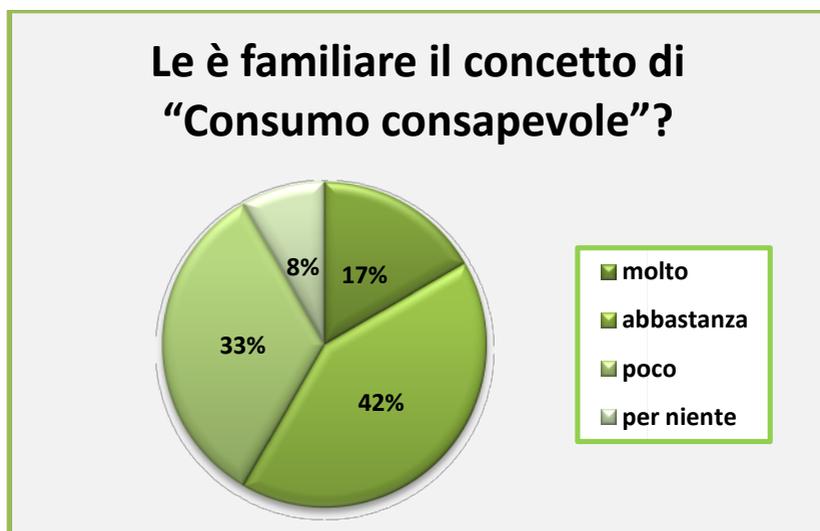
Sensibilità che possiamo notare nel grafico relativo alla prossima domanda, abbiamo infatti chiesto ai consumatori se leggono le etichette dei prodotti che acquistano.



"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Come dimostra il grafico, sempre più consumatori sono attenti ai loro acquisti e leggono le etichette, al centro nell'ultimo periodo di numerose discussioni su come renderle più leggibili e chiare per i cittadini, segno che anche a livello istituzionale (ed europeo) qualcosa si sta davvero muovendo per affrontare tutti gli aspetti del cambiamento climatico, compresi gli acquisti dei consumatori.

La domanda successiva è stata più specifica: i consumatori sanno cosa vuol dire consumo consapevole?



Facciamo un po' di chiarezza (anche se dal grafico sono molti i consumatori che per il consumo consapevole hanno un'idea chiara):

Per **Consumo Consapevole** si intende quindi il prendere coscienza della necessità di acquistare prodotti che riducano al minimo le cause della sottoalimentazione e i danni inferti all'ambiente, valutando nel

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

contempo la sofferenza che talune scelte e abitudini infliggono agli animali. In pratica un consumatore “consapevole” quando acquista ha ben chiaro i danni (o i benefici) all’ambiente che questa scelta comporta. Dal grafico possiamo vedere che l’abitudine a leggere le etichette (sempre più specifiche e precise) sta diventando una buona norma per una larga parte degli intervistati.

Seguendo questo ragionamento abbiamo poi chiesto al consumatore quali fossero i criteri di scelta nell’acquisto, cosa guarda di un prodotto prima di acquistarlo.

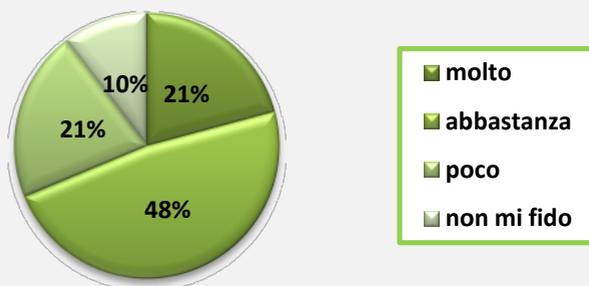


Risultati variegati da analizzare, da una parte il prezzo è sempre un fattore importante, così ovviamente come la necessità, ma è cresciuta rispetto agli anni scorsi la percentuale di consumatori che guarda con attenzione sia la produzione (scegliendo solitamente qualcosa prodotto in Italia) sia la produzione (allevamenti o campi ecosostenibili, agricoltura biologica ecc..).

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

È sicuramente un segnale positivo che sottolinea come la sensibilità dei consumatori si sia spostata, e con essa ovviamente, anche quella delle catene commerciali, grandi o piccole.

Generalmente, ha fiducia quando un prodotto è pubblicizzato come “biologico”?

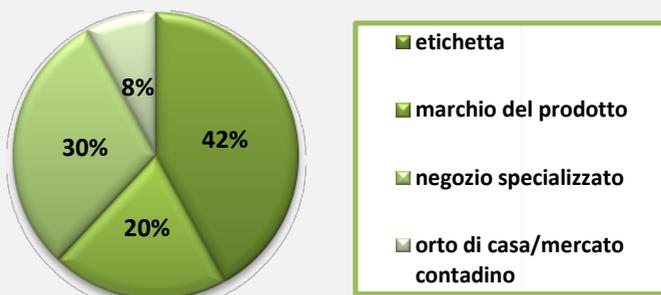


Abbiamo già parlato dell'importanza delle etichette, ma come possiamo vedere esiste tuttora una buona fetta di intervistati che si fida ancora poco o non si fida affatto quando un prodotto viene definito biologico. Da cosa deriva questa sfiducia? Dal fenomeno del “**greenwashing**”, ovvero quella strategia di comunicazione volta a sostenere e valorizzare la reputazione ambientale dell'impresa mediante un uso disinvolto di richiami all'ambiente nella comunicazione istituzionale e di prodotto, non supportato da risultati reali e credibili sul fronte del miglioramento dei processi produttivi adottati o dei prodotti realizzati. In pratica dicono che il prodotto è “sostenibile”, ma è solo marketing.

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

La maggior parte degli intervistati però tende a fidarsi quando un prodotto è evidenziato come biologico, proprio grazie alla già citata etichetta, come viene confermato dal grafico della prossima domanda.

Quando acquista un prodotto “biologico” da cosa lo riconosce?



L'etichetta è quella che i consumatori hanno imparato a leggere e guardare in questi casi, seguono poi il marchio del prodotto o il negozio specializzato.

La tematica del consumo consapevole sembra, di fatto, entrata nella quotidianità delle persone, grazie anche a sforzi istituzionali non indifferenti. Nell'ottica di una sensibilità nuova per il problema del cambiamento climatico (ora affrontato seriamente anche dagli Stati, non solo dai cittadini), abbiamo chiesto quanto si può fare di più per il consumo consapevole.

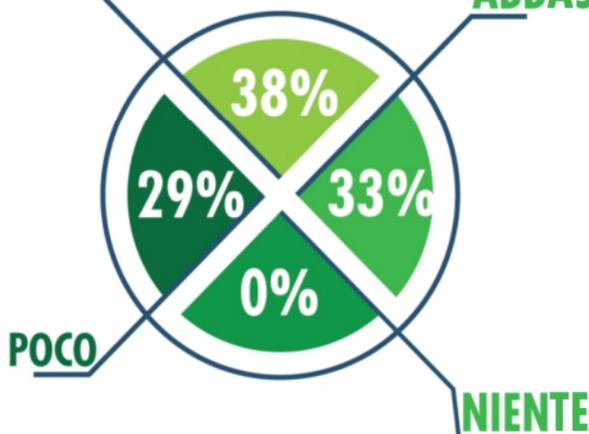
"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Ritiene che si possa fare di più per il consumo consapevole?



MOLTO

ABBASTANZA



Si può fare ancora molto e su questo sono concordi anche gli intervistati. Serve maggiore informazione a tutti livelli e su tutte le questioni ambientali: come riciclare, dove, i fondamenti di economia circolare, una maggiore consapevolezza sul risparmio energetico e sul consumo sostenibile. Sono tematiche importantissime e bisogna non solo far passare il concetto che fa bene all'ambiente e al pianeta, ma anche (e non poco) alle tasche dei consumatori.

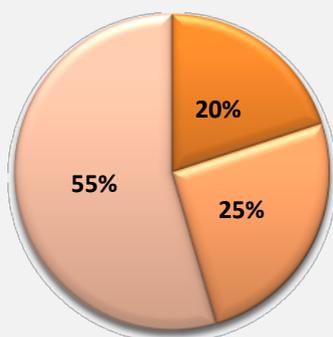
"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

In questo questionario, in relazione ai principi del consumo consapevole, abbiamo poi rivolto una serie di domande ai consumatori riguardanti le **truffe**, da sempre un argomento sensibile per i consumatori.



La prima domanda è stata se l'intervistato fosse incappato in qualche truffa e quanto frequentemente.

È mai stato vittima di truffa? Con che frequenza?

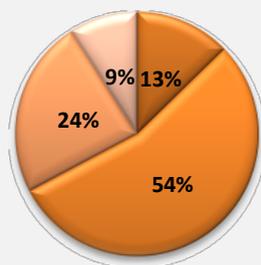


- spesso
- è capitato qualche volta
- solo una volta
- mai

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Fortunatamente la maggior parte dei nostri intervistati non è ancora incappato in qualche truffa, ma **una larga fetta ha ammesso di esserne stato vittima**, seppur non frequentemente. Un problema quello delle truffe che si è acuito durante la pandemia con incrementi sensibili, specialmente, come vedremo, per gli acquisti o prenotazioni on-line. Questa percentuale così alta di coloro che non sono stati vittime di truffe può anche essere spiegato con la maggior informazione che gli intervistati hanno acquisito in merito, come vedremo nel prossimo grafico.

Quanto è informato, in generale, sulle truffe e le loro modalità?



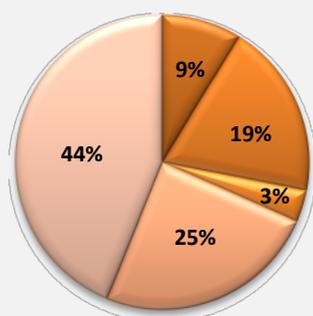
- molto informato
- abbastanza informato
- poco informato
- non informato

L'informazione e la prevenzione sono i primi due step, importantissimi per far acquisire al consumatore i mezzi con i quali difendersi da un panorama di truffe in perenne evoluzione; le associazioni dei consumatori (come U.Di.Con.) possono poi aiutare in questo senso tutti i consumatori in tutto il percorso di conoscenza, dalle informazioni di base iniziali ai passi successivi.

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Abbiamo poi chiesto a tutti i consumatori coinvolti quali le truffe più comuni nel quale erano incorsi o delle quali avevano sentito parlare.

Quali sono le truffe (o la truffa) della quale è stato vittima o che conosce maggiormente?



- Truffa sugli acquisti on-line
- Truffa su prenotazioni mai avvenute
- Truffa economica/ bancaria
- Truffa contrattuale
- Truffa per mail/sms

Il panorama è variegato tanto quanto il numero delle truffe. I casi di **truffa per mail o sms** (il cosiddetto **phishing**) sono la maggioranza: si tratta di una truffa dove viene mandato un messaggio con un link nel quale inserire dei dati personali, peccato che il link sia solo una copia e i dati inseriti vengano poi rubati per accedere al portale reale (ad esempio della propria banca) e svuotare carte e conti. Le altre due truffe riscontrate sono quelle contrattuali, solitamente per telefono (quindi al di fuori dei locali commerciali) per energia e telefonia (due settori molto abili nel convincere a cambiare operatore) e un grande classico come le prenotazioni per le vacanze su siti poco affidabili che si sono rivelati una truffa. Stranamente per gli intervistati è stata meno frequente la truffa online (viste probabilmente le conoscenze

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

digitali e un'età anagrafica al passo con i tempi), nonostante sia quella, su scala nazionale, più comune e frequente.

La domanda successiva riguarda direttamente la percezione degli intervistati.

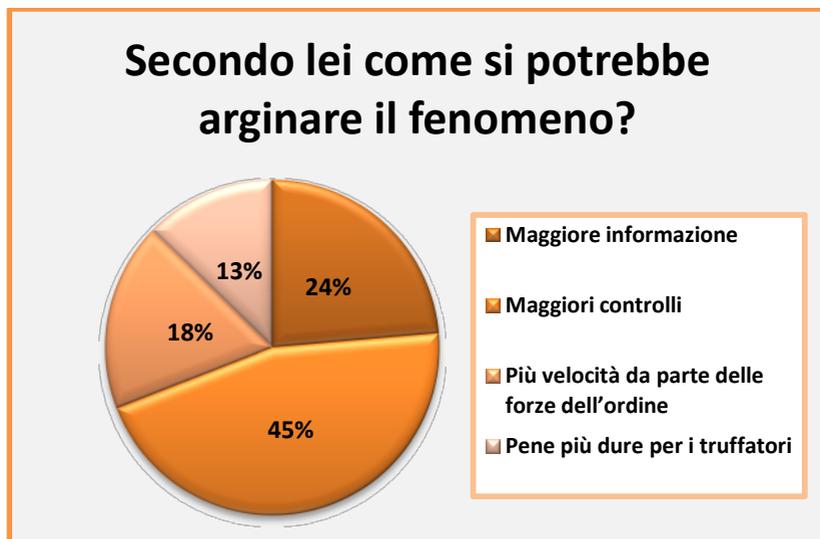


Come si può vedere la percezione dei cittadini è abbastanza buona, sanno che in caso di truffa le associazioni possono operare nel rispetto del codice del consumo per ottenere risultati tangibili. Purtroppo non si è ancora raggiunta una parte della popolazione che si sente poco tutelata, ma con informazioni corrette e procedimenti adeguati si può ancora fare molto a livello nazionale ed europeo.

Un approccio che abbiamo chiesto di analizzare anche ai consumatori, dato che è un problema che vivono in prima persona,

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

domandando loro cosa si potrebbe fare per arginare il fenomeno delle truffe, che ormai, anche a cavallo della rete è molto diffuso.

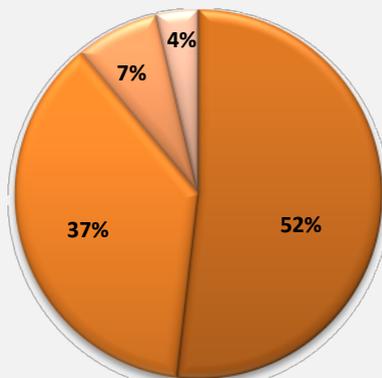


La sensibilità dei consumatori porta a voler ricevere molte più informazioni, in maniera tempestiva. Ma non è assolutamente da sottovalutare il fatto che da questo punto di vista il consumatore si senta poco tutelato da parte delle istituzioni: la maggior parte degli intervistati, infatti, lamenta una totale mancanza di controlli e poca velocità da parte delle forze dell'ordine nell'intervenire nei casi più gravi. Rimane per i cittadini un senso di impotenza, dato che il più delle volte il colpevole (o i colpevoli) rimangono bellamente impuniti.

Per l'ultima domanda, abbiamo chiesto quanto siano utili le azioni per contrastare le truffe.

"Progetto ConsumER net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".

Ritiene utili le iniziative volte a contrastare e riconoscere le truffe?



- Si, molto (occorre maggiore informazione)
- Mediamente utili (utili sì, ma il panorama è troppo variegato)
- Poco utili (poco utili per chi ha poca accessibilità, predisposizione ad informarsi)
- Per nulla utili (sono troppe e in continua evoluzione)

La richiesta di maggiori informazioni per la prevenzione è ovviamente la fetta più grossa delle risposte, ed è anche il procedimento più corretto e sensato. Questo a fronte anche di una percentuale di utenti che sottolinea anche come in un panorama così variegato di truffe sia difficile stare al passo, specialmente per la fascia più anziana che, solitamente, ha maggiori difficoltà nel reperire le informazioni che oggi viaggiano per la maggior parte in digitale o su internet; occorre perciò uno sforzo maggiore, anche da parte delle autorità, per cercare di arginare il sistema.

MONITORAGGIO SULLA CONOSCENZA DEL CONSUMO CONSAPEVOLE E TRUFFE



1. Legge l'etichetta dei prodotti alimentari prima dell'acquisto?



2. Cosa guarda in un prodotto prima dell'acquisto?



3. Generalmente ha fiducia quando un prodotto è pubblicizzato come "biologico"?



4. Quando acquisti un prodotto "biologico" da cosa lo riconosce?



1. È mai stato vittima di truffa? Con che frequenza?



2. Quali sono le truffe (o la truffa) della quale è stato vittima o che conosce di più?



3. Secondo lei come si potrebbe arginare il fenomeno?



"Progetto Consumer net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex legge 4 del 2017".

"Progetto Consumer net - associazioni in rete per la tutela dei consumatori per l'anno 2021, con il contributo ex l.r. 4 del 2017".