
Indagine Iref-Acli: Scegliere il bene

La richiesta delle Acli: Fisco agevolato per il consumo responsabile. Luigi Bobba: Premiare i comportamenti virtuosi e puntare sull'informazione.

La presentazione della ricerca Iref: "Scegliere il bene" Acli, fisco agevolato per il consumo responsabile Luigi Bobba: «Premiare i comportamenti virtuosi e puntare sull'informazione» Roma, 13 luglio '05 – Misure fiscali di vantaggio per chi adotta pratiche di consumo responsabile. Lo chiedono le Acli presentando a Roma in conferenza stampa l'indagine dell'Iref "Scegliere il bene", che evidenzia come il numero dei consumatori responsabili sia in forte crescita (+7,5% dal 2002), nonostante il contesto italiano di crisi economica e calo generale dei consumi. «Un dato incoraggiante – commenta il presidente delle Acli Luigi Bobba – per un fenomeno che va allo stesso tempo incoraggiato. L'attenzione alla qualità sociale del bene sembra essere entrata ormai nel dna del consumatore italiano, tanto da non farlo recedere nelle sue abitudini d'acquisto neanche di fronte alle difficoltà derivanti dalla crisi economica in atto nel nostro Paese. Ma lo Stato, dal canto suo, ha il dovere di incoraggiare questo tipo di consumo, che ha un valore sociale aggiunto, che promuove pratiche e culture di responsabilità e di solidarietà. Il modo più efficace per farlo, sulla scia della cosiddetta "Più dai meno versi", è quello di premiare i comportamenti virtuosi, introducendo misure di agevolazione fiscale per chi adotta queste pratiche di consumo coscienzioso, "alternativo", solidale». Le Associazioni cristiane dei lavoratori italiani pongono poi la questione dell'informazione: circa un terzo circa della popolazione, infatti, dichiara ancora di non conoscere queste pratiche di consumo. Rispetto alla precedente rilevazione dell'Iref, del 2002, sono stati fatti enormi passi avanti: allora i disinformati rappresentavano la maggioranza assoluta del campione (60%). Ma molto ancora rimane da fare sul piano dell'informazione e dell'opera di convincimento, di persuasione dei consumatori, anche perché è contemporaneamente salito anche il numero dei "non praticanti" per disinteresse (dal 12% al 33%). Parla Luigi Bobba: «Dobbiamo senz'altro moltiplicare i nostri sforzi per informare i cittadini che esiste un modo diverso di essere consumatori – più consapevoli, più attivi, più responsabili e più solidali – che è anche un modo diverso di essere cittadini. Oggi l'informazione organizzata, "pianificata" dalle associazioni che operano in questo settore raggiunge solo il 17% dei consumatori responsabili, mentre funziona molto di più la comunicazione informale, quella fatta da parenti, amici e conoscenti. Un aiuto importante potrebbe anche venire dalle campagne di comunicazione sociale o di pubblicità progresso, che se prestate a questa causa potrebbero non soltanto informare chi ancora non sa nulla, ma anche convincere o sensibilizzare coloro che, pur informati, si dicono disinteressati».