

FATTO FOR FUTURE

VERDI SI DIVENTA



Come evitare le sirene del Black Friday (e lo shopping compulsivo)

Francesca Andronico, psicoterapeuta e formatrice, fornisce un vademecum per evitare gli acquisti eccessivi: "Le aziende puntano sui nostri bisogni, sui nostri vuoti, non è un caso che tutti consigliano di non andare mai a fare la spesa alimentare affamati. E le vendite online sono ancora più insidiose"

DI ELISABETTA AMBROSI

20 NOVEMBRE 2023



Una manciata di ore ci separa dal Black Friday, ma già in questi giorni è possibile acquistare moltissimi oggetti di consumo in pre-Black Friday. Inoltre, oggi gli sconti sono in realtà "spalmati" lungo tutto l'anno e diventano sempre più personalizzati, passando per i canali dei social network, per la posta elettronica, per il volantino digitale o fisico fatto ad hoc.

Ma come è possibile evitare di cedere all'acquisto costante e compulsivo, che oltre ad essere spesso inutile ha un impatto devastante sull'ambiente? "Anzitutto va detto che sì, in effetti a differenza del passato le società oggi si avvalgono di una profilazione attentissima e di strumenti come i social network", spiega **Francesca Andronico, psicoterapeuta e formatrice**. "Tuttavia non è detto che questo letterale bombardamento si traduca in acquisto. Quanto meno il consumatore più esperto ha una possibilità molto più ampia di scegliere: ma, appunto, deve essere consapevole di avere, almeno in teoria, il coltello dalla parte del manico". Governare l'impulso a comprare non è tuttavia semplice: gli sconti continui convincono il consumatore di avere un'offerta di fronte. "È come il famoso pranzo a buffet", continua Francesca Andronico, "si cerca di prendere il più possibile. Le aziende puntano sui nostri bisogni, sui nostri vuoti, non è un caso che tutti consigliano di non andare mai a fare la spesa alimentare affamati".

Ma l'acquisto on line ha reso il consumatore meno prudente? E quanto incide sui consumatori la facilità di acquisto, il non dover neanche spostarsi di casa? "Sicuramente l'online ha modificato il nostro modo di comprare dal punto di vista psicologico, nel senso che le persone alla fine acquistano con meno accortezza, 'tanto poi lo rimando indietro'. Da questo punto di vista il Black Friday è la summa di questo modo di comprare. Anche se per fortuna c'è chi ancora un capo lo deve sentire, provare di persona".

L'acquisto compulsivo rappresenta anche una patologia e il confine tra normalità e non normalità si fa più sottile. "Diciamo che in psicologia non esiste sempre una linea netta tra un comportamento 'sano' e uno 'malato', c'è un *continuum*. Questo problema non è classificato in verità come patologia dal Manuale diagnostico e statistico dei disturbi mentali. Tuttavia può, accadere che in alcuni momenti della vita siamo più fragili, sentiamo che i nostri bisogni su altri fronti non sono soddisfatti e quindi ci buttiamo sul consumo, diventando facili prede della psicologia del marketing. Questa ha la stessa valenza di altre dipendenze, come i giochi online o il cibo, che hanno la stessa dinamica di compulsione e gratificazione. E non dipende dalla cifra che spendiamo, si possono fare anche micro-acquisti moltiplicati ogni giorno e sempre dipendenza".

Di fronte a tanta pressione, ci sono tuttavia alcune pratiche che possiamo mettere in atto per salvare conto corrente e pianeta. "La prima cosa, forse", spiega l'esperta, "è chiedersi che tipo di consumatori siamo, cosa ci piace o non ci piace comprare, i motivi per cui compriamo. La domanda 'mi serve?' può sembrare banale ma in effetti non lo è, spesso abbiamo gli armadi già pieni della stessa cosa. Un'altra soluzione è fare delle liste", spiega la psicoterapeuta. Uscire dal meccanismo di dipendenza dal consumo è certamente possibile utilizzando il filtro della razionalità, "anche se aiuterebbe molto una corretta informazione che spiegasse cosa c'è dietro la filiera produttiva, che aumenta tantissimo la consapevolezza".

La questione si fa ancora più importante con riferimento ai ragazzini e bambini, vittime ancor più inconsapevoli di marketing e pubblicità. "È chiaro", nota Francesca Andronico, "che fino a 14-15 anni non hanno ancora competenze cognitive tali da riuscire a far predominare l'aspetto razionale. Qui ciò che conta di più è l'esempio dei genitori, anche se purtroppo la pressione degli influencer è immensa. Ma il grande lavoro, ovviamente, dovrebbe farlo la scuola, e dovrebbe essere fondato, come in famiglia, sull'importanza e la bellezza della non omologazione. Ovvio che vestirsi come tutti è una sorta di protezione sociale e spesso persino un modo per evitare di essere bullizzati, però sviluppare il senso critico e, appunto, la consapevolezza dell'importanza di non essere uguali agli altri è senz'altro fondamentale", conclude la psicoterapeuta.

Ti potrebbero interessare

"Piove sul bagnato" (la neve): sembra già arrivata la primavera

DI LUCA MERCALLI

Tra sponsor poco green e petrolieri, parte zoppa l'ultima Cop28 utile

DI ELISABETTA AMBROSI

De Vito: "Migranti climatici, Stato e lobby responsabili. E i media soffiano sul fuoco"

DI SABRINA PROVENZANI

Carne sintetica, il divieto di Lollobrigida è un atto anti-scientifico

DI LAV ITALIA

Perché la carne e i latticini prodotti in laboratorio non sono un'opzione ecologica

DI NAVDANYA INTERNATIONAL

[ARTICOLO PRECEDENTE](#) [ARTICOLO SUCCESSIVO](#)

Il report Consob: sempre meno italiani "credono" nelle criptovalute [Perché la carne e i latticini prodotti in laboratorio non sono un'opzione ecologica](#)

Gentile lettore, la pubblicazione dei commenti è sospesa dalle 20 alle 9, i commenti per ogni articolo saranno chiusi dopo 72 ore, il massimo di caratteri consentito per ogni messaggio è di 1.500 e ogni utente può postare al massimo **150 commenti alla settimana**. Abbiamo deciso di impostare questi limiti per migliorare la qualità del dibattito. È necessario attenersi **Termini e Condizioni di utilizzo del sito (in particolare punti 3 e 5)**: evitare gli insulti, le accuse senza fondamento e mantenersi in tema con la discussione. I commenti saranno pubblicati dopo essere stati letti e approvati, ad eccezione di quelli pubblicati dagli utenti in white list (vedere il punto 3 della nostra policy). Infine non è consentito accedere al servizio tramite account multipli. Vi preghiamo di segnalare eventuali problemi tecnici al nostro [supporto tecnico](#). La Redazione


ABBONATI

LEGGI
GUARDA
ASCOLTA
ESPLORA
GIOCA
NEWSLETTER

SEZIONI

Editoriale
Piazza Grande
Politica
Cronaca
Italia
Economia
Mondo
Commenti
Rubriche
Focus
Radar
Cultura

INSERTI

Che c'è di Bello
A parole nostre
Fatto for future
Il Fatto Internazionale
Giustizia di Fatto
Il Fatto Economico

