

Più informato dei *media*, poco soddisfatto e privo di senso di colpa. Ecco l'identikit del fumatore di marijuana italiano firmato NATIVA.

NATIVA®, brand che vuole entrare per primo nel mercato italiano della cannabis legale, anticipando sia i competitor che la legge che ne liberalizzi il consumo, ha prodotto uno studio sull'approccio alla marijuana per poter valutare come posizionarsi nei confronti dei suoi futuri consumatori.

Il sondaggio ha evidenziato come il **65%** degli intervistati sia costretto ad *accontentarsi di quello che trova* e che, se potesse, preferirebbe *scegliere cosa fumare come in altri paesi nel mondo* (**85%**). L'approccio emotivo all'acquisto inoltre non è regolato dal senso di colpa, di cui gli intervistati si dichiarano *privi* (**76%**), allo stesso tempo questo tipo di distacco è maggiormente sentito nei confronti del Governo e di una *legge ritenuta senza senso* (**85%**) visto che non sono pochi (**68%**) quelli che si vergognerebbero con familiari/amici/colleghi se dovessero avere qualche problema con le forze dell'ordine legato all'acquisto o consumo di marijuana. Insomma, nessuno si vergogna ad ammettere di fumare marijuana davanti alla legge ma sono in molti quelli che si vergognerebbero di dirlo alla madre.

La qualità che il consumatore italiano riesce ad ottenere è spesso di basso livello e si perde nell'incertezza della *non certificazione* con l'unico risultato di ignorare cosa si stia fumando se non affidandosi a verifiche empiriche come l'aspetto (**48%**), l'odore (**77%**), la presenza/assenza di semi (**35%**), la consistenza delle cime (**40%**), il nome del prodotto (**15%**) o l'effetto (**42%**).

Quasi tutti conoscono la differenza fra *outdoor* e *indoor* (**83%**) e in molti quella fra coltivazione in terra e in idroponia (**65%**) ed è inoltre da notare come moltissimi intervistati (**68%**) abbiano definito la coltivazione in terra come *più rispettosa della pianta*. Curioso anche il dato che vede il **45%** degli intervistati associare la coltivazione idroponica all'eugenetica a dimostrazione della volontà palese di un prodotto veramente *Naturale*.

Quello su cui quasi tutti i consumatori di marijuana concordano è la pessima informazione che i media comunicano sull'argomento (**92%**) e, anche se molti pensano ad una sorta di *ordine dall'alto* (**60%**), reputano assurdo come nel 2016 i media generalisti ancora commettano degli errori pacchiani su una "materia" così diffusa. E' infatti molto comune lo stupore nei confronti dell'ignoranza dimostrata sull'argomento da parte di chi parla di *marijuana ancora in termini di dosi* (**83%**) oltre che il considerare *le foglie come il prodotto* (**75%**).

Quasi il **70%** degli intervistati reputa inoltre il costo di acquisto sostanzialmente in linea (se non addirittura di poco inferiore) alla media di acquisto di un prodotto medio/alto nei mercati legali (fra i 10 e i 12 euro). Reputano che questa differenza di costo sia però più legata al marketing e alla grande varietà di scelta che alla qualità in se del prodotto sapendo bene che quello che vende lo spacciatore è a volte un prodotto che non ha nulla da invidiare alle piante coltivate in paesi dove il consumo di cannabis è autorizzato dalla legge.

La ricerca ha coinvolto 500 utenti in target (fumatori di marijuana "abituali" - Consumo di almeno 1 grammo a settimana) sulle 5 principali città italiane (Roma, Milano, Torino, Napoli e Palermo) e compresi in un range anagrafico fra i 18 e i 40 anni.

La ricerca è stata condotta adottando il metodo C.A.W.I. tra il 1° e il 31 marzo 2015.