Apc-SCUOLA/ CONSUMATORI: SCUOLA KIT OPERAZIONE PUBBLICITARIA
Utilizzano la parola risparmio per irretire i consumator

Roma, 19 ago. (Apcom) - "Federcartolai promuove i prodotti dei suoi associati con un marchio di certificazione del risparmio autoprodotto e autocertificato. Non c'è che dire, quando c'è bisogno di chiarezza le imprese sono sempre disponibili a confondere il consumatore". A dirlo è l'Adoc, associazione che compone Intesaconsumatori con Codacons, Adusbef e Federconsumatori.

"Nella stessa giornata abbiamo l'offerta di due pacchetti concorrenti che si scontrano sul mercato: una nei supermercati ed una nelle cartolerie. Apparentemente queste offerte potranno pure essere vantaggiose, ma come si fa a saperlo davvero? - dice Carlo Pileri, presidente dell'Adoc- Noi vorremmo sapere quali livelli di uniformità ci sono in queste offerte, chi garantisce sulla qualità e quali sono i reali margini di questa operazione. A occhio e croce sembra di
assistere all'ennesima trovata pubblicitaria che le imprese presentano in favore dei consumatori, ma che in realtà è puro commercio, probabilmente neanche a buon mercato, visto che le offerte oscillano tra 9 e 25 Euro". L'Adoc chiede quindi maggiore trasparenza e certificazione delle iniziative in favore dei consumatori.
Red/Val

191618 ago 0