

17 settembre 1998 0:00

IL CONSUMATORE E' INFEDELE

: AL VIA PROGETTO DELL'ADUC IN RISPOSTA ALLA STRUMENTALIZZAZIONE DELLA CONFCOMMERCIO CHE, SOLITA ARIA FRITTA, LANCIA UN PROGRAMMA SPERIMENTALE DI FIDELIZZAZIONE DEL CONSUMATORE

Firenze, 17 Settembre 1998. La Confcommercio sta per lanciare, sperimentalmente, un programma di fidelizzazione della clientela, che, per l'appunto, ha chiamato "Consumatore fedele", con una serie di obiettivi che sono sostanzialmente l'applicazione delle leggi esistenti da parte dei commercianti.

"Ben venga". E' il commento di Vincenzo Donvito, presidente nazionale dell'Aduc, che cosi' continua: "Ben venga qualcuno che voglia far rispettare le leggi, anche se solo per il suo tornaconto. Infatti "Consumatore fedele" la dice lunga sugli obiettivi della Confcommercio con questa iniziativa: ingabbiare il cittadino consumatore, trasformando la sua arma -la scelta- in uno strumento per far aumentare e garantire meglio i profitti dei commercianti. Logica vorrebbe che un'organizzazione di commercianti si preoccupasse della qualita' dei suoi prodotti e, cosa oggi molto importante, della distribuzione, e dei tempi di questa distribuzione; ma la logica non e' della Confcommercio, perche' si preoccupa non della sua qualita' ma della fidelizzazione dei suoi clienti.

Per queste ragioni, e per far capire meglio cosa significhi oggi essere consumatori e fare politica per i diritti degli utenti e consumatori, cogliamo l'occasione per lanciare il

PROGETTO DEL CONSUMATORE INFEDELE,

che e' quello di cittadini rompiscatole sempre dediti a leggere etichette, ad essere bramosi di conoscere cosa stanno acquistando, a girare per decine di negozi prima di scegliere, a non fidarsi mai delle offerte luccicanti, a confrontare sempre i prezzi e la qualita' non solo in ambito italiano, ma anche europeo e nordamericano, ad esigere che gli venga venduto cio' che hanno chiesto Un progetto dove il consumatore non ha alcuna intenzione di diventare fedele, ma che della propria infedelta' se ne fa bandiera e strumento, con la pressante e continua richiesta di cio' che gli da' la possibilita' di scelta: l'informazione. Una condizione senza la quale non c'e' fidelizzazione commerciale che possa reggere.

Nei prossimi giorni, con questi principi, verra' preparato un manifesto del consumatore