

“Formare consumatori consapevoli”

Pubblicato: Lunedì 4 Ottobre 2004

Consumatori e mercato, un argomento sempre attuale e per nulla semplice. In tempi di consumi in calo e di scandali in ogni settore (Parmalat e "mucca pazza", solo per citare in casi più clamorosi degli ultimi anni) il compito delle associazioni dei consumatori si fa urgente e necessario.

A discuterne questa mattina presso la sede Cisl di Busto Arsizio (via F.lli Cairoli) era l'Adiconsum, riunita per il suo congresso provinciale. A dirci di più è stato il segretario regionale lombardo dell'associazione Angelo Motta. «Questo congresso si riunisce qui a Busto in occasione della riunificazione dei due ambiti territoriali di Varese e Ticino-Olona» (parallelamente alla stessa risistemazione all'interno della Cisl, ndr). Non a caso relatori accanto a Motta erano Gianluigi Restelli, segretario provinciale Cisl, che faceva gli onori di casa, Salvatore Mangiameli, responsabile di Adiconsum a Busto Arsizio e Marisa Mentasti responsabile Adiconsum a Varese (e da oggi in tutta la provincia). «La ricostituzione della provincia come soggetto unitario non penalizzerà nessuno; l'assistenza che forniamo resterà la stessa» ha detto Motta. Adiconsum ha una stretta relazione con la Cisl, di cui assiste tutti i tesserati cambio delle sedi: «Ma non ci condizioniamo a vicenda e rispettiamo i ruoli, anche la legge del '98 che riconosce le associazioni dei consumatori proibisce commistioni e condizionamenti. Noi siamo del tutto autonomi nelle nostre scelte, difendiamo i consumatori, mentre la Cisl difende i lavoratori: sono ambiti diversi».

Chiediamo a Motta quale sia oggi la priorità per le associazioni dei consumatori. «Sicuramente portare il cittadino al consumo informato. Far sì che chi acquista beni e servizi conosca non solo ciò che compra, ma anche la sua storia, "cosa c'è dietro". Da un lato vogliamo capire cosa cerca il consumatore da noi come associazione, dall'altro intendiamo formare in lui una coscienza critica. Solo in questo modo si potrà avere un mercato che sia anche etico. E il grande obiettivo del futuro è di avere dei consumatori non più passivi recettori di pubblicità, ma consapevoli. A questo proposito l'estensione della tracciabilità a tutti i prodotti, e non solo a quelli resi "famosi" da scandali – vedi la carne bovina con mucca pazza, o le uova dopo i polli alla diossina -, è la nuova frontiera».

Infine, qualche appunto ad altre associazioni del settore. «Mi è capitato, in riunioni generali delle associazioni dei consumatori, di essere oggetto di critica per le posizioni di Adiconsum. Il fatto è che la nostra politica non consiste in iniziative clamorose bensì nella formazione del consumatore».

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it

