



UNC
CONSUMATORI.IT

COSE DA NON CREDERE: vota le tue!

15 Maggio 2014

Comunicato stampa dell'Unione Nazionale Consumatori

“Vota le tue #cosedanoncredere” è il questionario che l'Unione Nazionale Consumatori ha lanciato sul sito www.cosedanoncredere.it, in vista dell'evento del prossimo 28 maggio a Roma, dedicato alla consapevolezza dei consumatori.

Roma, 15 maggio 2014 - *“Usare la carta di credito su internet è ogni giorno più rischioso”; ‘assumere regolarmente un integratore può supplire ad un'alimentazione povera di frutta e verdura’; ‘il mercato libero dell'energia è la scelta migliore per risparmiare’*: sono queste alcune delle affermazioni che potrete votare come vere o non vere sul sito www.cosedanoncredere.it; alla fine avremo un'istantanea sul grado di consapevolezza dei consumatori”. E' quanto dichiara Massimiliano Dona, Segretario generale dell'Unione Nazionale Consumatori, lanciando il questionario “Vota le #cosedanoncredere”.

“Nell'ambito della nostra campagna dedicata alle ‘cose da non credere’, da cui prende il nome l'evento che la nostra associazione presenterà il prossimo 28 maggio a Roma - afferma Dona (**segui @massidona su Twitter**)- ci siamo divertiti a raccogliere gli equivoci e i luoghi comuni che più frequentemente i consumatori raccontano ai nostri sportelli: in alcuni casi si tratta di credenze da sfatare, altre sono situazioni credibili nelle quali ciascuno di noi può ritrovarsi. Per ogni affermazione si può votare da una stella (‘non è affatto credibile’) a cinque stelle (‘è pienamente credibile’); al termine del *quiz* è possibile leggere i risultati e scoprire le più votate tra le ‘cose da non credere”.

“Dopo il successo dello scorso anno -prosegue il Segretario generale- confermiamo questo momento di riflessione e confronto tra istituzioni, imprese, addetti ai lavori e rappresentanti del mondo della comunicazione: l'intento è proprio quello di sgombrare il campo dalle ‘cose da non credere’ per costruire qualcosa insieme, sulla strada del dialogo tanto più necessario in tempi, nei quali abbiamo visto crescere l'aggressività della comunicazione commerciale e certe opacità informative, ma anche la disattenzione degli stessi consumatori, resa talvolta letale da una loro insufficiente cultura di base, dalla approssimazione, dalla fretta con la quale si compiono gli acquisti”.

“Partecipate, dunque, al nostro questionario -conclude Dona- e dicitelo su Twitter, attraverso l'hashtag #cosedanoncredere, quali sono i paradossi, i dubbi e i luoghi comuni

più difficili da sfatare: saranno proprio i vostri interrogativi i veri protagonisti dell'evento 'Cose da non Credere'".

Per maggiori informazioni vai al sito www.cosedanoncredere.it