



Federconsumatori Provincia di Mantova

Luigi Pace Presidente Federconsumatori Mantova

Profili e profilazione: questi sconosciuti!

Non c'è supermercato o altra attività commerciale che non cerchi di fidelizzare i clienti con una tessera offrendo buoni sconto o acquisti privilegiati. E poi i social, Facebook, twitter e decine di altre attività della rete dove per accedere e utilizzare i servizi promessi bisogna lasciare traccia di parte della nostra identità. In una sola parola l'intento principale è tracciare il profilo delle persone. Carpirne le preferenze, catturare le abitudini e le scelte commerciali, ma non solo.

Stiamo parlando della "PROFILAZIONE" termine che in qualche modo crea a molti di noi un certo disagio. Disagio perché conosciamo poco l'utilizzo che in un secondo tempo verrà fatto dei nostri dati e di come saranno trattati..

Nella maggior parte dei casi i nostri profili indirizzano la produzione e influenzano il mercato nel classico modo dell'offerta e della richiesta. Un'arma che sembra appartenere a pieno titolo a coloro i quali decidono le sorti del "mercato".

Possiamo noi comuni mortali influire sulle scelte di produzione e vendita dei prodotti?

Certamente sì! Poiché attraverso i nostri consumi diamo indicazioni ben precise a coloro i quali producono prodotti e quant'altro.

L'educazione al consumo entra in questo modo ad assumere significato importante nella "missione" della nostra associazione FEDERCONSUMATORI.

Un consumo ragionato rappresenta la chiave di volta per raggiungere in fretta un utilizzo delle risorse etico e sostenibile.

Quando si parla di consumo etico parliamo di consumatore informato capace di orientarsi e orientare all'acquisto non solo guardando al prezzo del prodotto, ma capace di chiedersi cosa contiene, dove viene realizzato, chi ha partecipato alla produzione e in quali condizioni contrattuali, quali effetti produce sull'ambiente e sulla salute.

Insomma una miriade di domande che portano pian piano ad un consumo sostenibile ed eticamente accettabile.

Si tratta di oltrepassare quella linea di mezzo che ci trasforma da consumatori passivi a consumatori consapevoli, attenti ed attivi. In un batter di ciglia diventare protagonisti capaci di orientare le scelte produttive e commerciali delle aziende.

Innescare in sostanza, attraverso le nostre scelte, un circuito virtuoso tra consumo e produzione.

Processo rispettoso delle condizioni di chi lavora, dell'ambiente e della salute che premia i sistemi produttivi etici e virtuosi e scoraggia le, sempre più in crescita, pratiche di produzione e commerciali scorrette.

Tutto questo si può applicare anche in direzione delle società eroganti "servizi", fornitori di energia e delle telecomunicazioni che rappresentano, sempre più, vere e proprie trappole per utenti e consumatori poco attenti.