



Consumatori

SPOT. La pubblicità inganna, la maggior parte degli italiani non crede che racconti cose vere. Lo pensa oltre il 70% dei consumatori, che si sente ingannato in particolar modo dalle promozioni fatte su integratori alimentari, cosmetici, merendine e biscotti. La pubblicità, dunque, secondo gli italiani non sarebbe né etica né autentica. È il risultato emerso dalla ricerca Swg "Pubblicità ed Etica" svolta per EthicsGo, nella quale si evidenzia che la maggioranza dei consumatori ritiene di essere poco o per nulla tutelato rispetto ai messaggi pubblicitari. «Per sentirsi tutelato - spiega Maurizio Pessato, presidente dell'Istituto di ricerca Swg - al di là delle sanzioni e dei controlli da parte del Governo, circa un terzo del campione ritiene che la strada giusta potrebbe essere quella della certificazione e di un organismo realmente indipendente. Una posizione condivisa da oltre la metà delle aziende intervistate». Secondo il sondaggio, 9 aziende su 10 si dichiarano pronte a invertire la tendenza. E.G.