



home > diritti > società > SOCIETA'. Low cost, è nata l'associazione delle...

News

SOCIETA'. Low cost, è nata l'associazione delle aziende

08/05/2008 - 16:16

Diffondere una corretta cultura del low cost e creare regole per lo sviluppo di questo promettente mercato nell'interesse dei consumatori: questo la mission che si è data **Assolowcost**, l'associazione che raggruppa alcuni grandi operatori sul mercato dei prodotti e dei servizi economici ma di qualità. Ikea, Genialloyd, ING Direct, Genertel, Dacia Logan (gruppo Renault), Bravofly hanno costituito questo organismo di coordinamento tra grandi aziende che vogliono realizzare "un modo nuovo e più efficiente di interpretare la produzione e la commercializzazione di beni e servizi con prezzi estremamente competitivi".

Andrea Cinosi, presidente di Assolowcost sintetizza gli obiettivi dell'associazione: "Vogliamo segnare il punto 0 nello studio di questo nuovo segmento di mercato e cominciare a studiare gli aspetti economici, l'andamento della domanda il numero delle aziende e degli addetti, l'impatto sul PIL e sull'occupazione di questo grande fenomeno sociale ed economico. Il tutto a vantaggio sia del consumatore, sia di chi fa impresa, visto che i dati di redditività delle aziende che adottano questa moderna filosofia produttiva sono di assoluta rilevanza". **Cinosi** ha precisato che "low cost non è low price", nel senso che "va salvaguardata la qualità e la sicurezza dei prodotti".

Questo tema è stato ripreso nel suo intervento da Antonio Longo, presidente del Movimento Difesa del Cittadino, che è intervenuto alla conferenza stampa in rappresentanza di varie associazioni di consumatori che hanno mostrato interesse verso **Assolowcost**: "Bisogna salvaguardare la qualità, l'affidabilità e la sicurezza dei prodotti e dei servizi low cost. In particolare per quanto riguarda ad esempio i voli aerei o le automobili, non si può assolutamente fare economie e scapito degli standard di sicurezza previsti dalle normative internazionali ed europee. Così pure non ci deve essere pubblicità ingannevole, ma i prezzi devono essere trasparenti e inclusivi di tutto. Infine - ha concluso Longo - proponiamo ad **Assolowcost** che si apra un tavolo permanente di confronto con le associazioni per stabilire accordi sul trattamento dei reclami e del contenzioso, anche attraverso procedure di conciliazione".

2008 - redattore: **AL**

2004 © Consumedia s.c. a r.l. - Roma
P.IVA 08759041000