



## **Assemblea generale ACSI – Locarno 14.04.2018**

Rapporto d'attività - La borsa della spesa – [www.acsi.ch](http://www.acsi.ch)

Ivana Caldelari Magaton - redattrice responsabile

Il settore comunicazione nel 2017 è stato caratterizzato dall'impegno nel progetto di rinnovo del sito internet dell'ACSI. Nell'era della digitalizzazione essere presenti nella rete internet è assolutamente indispensabile, e, va ricordato, l'ACSI lo è dal lontano 1999. Il primo sito internet dell'associazione è stato infatti varato in quell'anno ed è stato il primo portale per consumatori attivato in Svizzera. Dieci anni dopo, nel 2009, le nuove esigenze della comunicazione in rete e le necessità di riorganizzare la suddivisione delle sue pagine, ci hanno portato a rivedere completamente l'organizzazione e l'aspetto del sito. Le stesse ragioni ci hanno spinto, lo scorso anno, a rimetterci mano. Nel frattempo il sito si è arricchito tanto da contare migliaia di voci, quasi tutte a libera fruizione dei consumatori.

Questa nuova versione l'abbiamo voluta più colorata (tante immagini perché così va il trend della grafica del web e perché anche l'occhio vuole la sua parte) e più intuitiva e funzionale per valorizzarne i contenuti informativi e rispondere alle molteplici esigenze degli utenti. Ci auguriamo di essere riusciti nell'intento.

Va ribadito a tale proposito che il sito dell'ACSI persegue principalmente due obiettivi.

Il primo, direttamente collegato agli scopi fondamentali dell'associazione, è l'offerta di un servizio online che soddisfi i bisogni dei consumatori, che si vedono confrontati con interrogativi riguardanti temi legati al consumo. Si propone dunque come un manuale dei consumi, utile per rispondere a domande relative al consumo, ai diritti dei consumatori e dei cittadini e all'ambiente.

Il secondo scopo è di aumentare la visibilità dell'associazione. Il web offre infatti eccezionali possibilità di autopromozione, che possono essere di grande interesse soprattutto per un'associazione quale l'ACSI, che può proporsi attraverso la rete ad un pubblico molto ampio e rivolgersi alle giovani generazioni con i mezzi e i canali che usano maggiormente.

Il nuovo sito è stato pubblicato in autunno, in concomitanza con l'avvio della campagna promozionale dell'associazione "ACSI in piazza". Ricordiamo che il sito si è rivelato anche nel 2017 un buon veicolo per acquisire nuovi soci (188).

L'attività di comunicazione dell'associazione non può però prescindere dalla sua rivista, La Borsa della Spesa, dal 1975 il principale canale d'informazione dell'associazione. Con le sue otto edizioni all'anno, arriva nelle case e passa di mano in mano. Le socie e i soci la possono ricevere anche o solo online (in formato pdf): al momento sono 125 i soci che desiderano riceverla solo online. La stragrande maggioranza dei soci attualmente la vuole ancora ricevere nella bucalettere. I contenuti sono caratterizzati da test, inchieste sul territorio, approfondimenti, nonché prese di posizione dell'ACSI e risultati della sua attività sui molteplici fronti del consumo. E come sempre, anche nell'anno trascorso, abbiamo rivolto particolare attenzione anche agli spunti che regolarmente giungono dai soci-lettori tramite lettere, telefonate, email o messaggi tramite FB.

La pagina FB, con i suoi oltre 3900 like, si può dire che generalmente è ben seguita. Nel 2017 è cresciuta di circa 400 like ("Mi piace") e sono sempre frequenti anche le interazioni tramite la pagina (commenti, ma soprattutto richieste di informazioni). Per tenere alta l'attenzione di chi segue l'ACSI su FB ci stiamo impegnando a mantenere sempre più attiva la pagina, con un frequente cambio e aggiornamento delle notizie e delle comunicazioni.

Dettagli e cifre li trovate nel rapporto d'attività pubblicato sulla BdS 2.18 e scaricabile anche dal nostro sito.