

Una **bussola** nella giungla delle etichette: la piattaforma **labelinfo.ch** è stata aggiornata

Creata originariamente oltre 20 anni fa, la piattaforma **labelinfo.ch** è seguita da un numero crescente di utenti, a testimonianza della necessità di orientarsi di fronte al proliferare di etichette e marchi. Il sito ha subito una profonda revisione e i contenuti sono stati aggiornati. Il processo di aggiornamento continuerà tuttavia nel corso dei prossimi mesi: 41 marchi alimentari sono già stati rivalutati, mentre tessuti, detersivi e dispositivi elettronici verranno messi a giorno prossimamente.

È dal 2001 che la piattaforma online **labelinfo.ch**, sostenuta anche dalle organizzazioni dei consumatori fra le quali l'ACSI, offre orientamento ai consumatori svizzeri nella giungla delle etichette. Più volte messa a giorno nel corso di questo ventennio, la piattaforma ha subito una nuova profonda revisione proprio recentemente. 41 marchi alimentari sono stati rivalutati, mentre nei prossimi mesi sarà la volta di tessuti, detersivi e dispositivi elettronici.

Gli obiettivi di **labelinfo.ch**

Più nello specifico, in seguito all'aggiornamento della metodologia di valutazione, la piattaforma vuole permettere ai suoi utenti di rispondere a cinque domande principali che potrebbero porsi riguardo ad un marchio, visibili nel box di seguito.

È necessario aumentare la trasparenza per spingere i proprietari dei marchi a migliorarsi

L'obiettivo di fondo è sempre stato quello di aumentare la trasparenza nel panorama dei marchi utilizzati per prodotti venduti in Svizzera. Si tratta di un obiettivo che l'ACSI condivide, motivo per cui è fra i sostenitori di **labelinfo**. Peccato però che il sito sia disponibile soltanto in lingua tedesca e francese, mentre continua a mancare una traduzione italiana.



Per ovvi motivi il finanziamento della piattaforma non può avvenire attraverso alcun tipo di pubblicità, ma si basa unicamente sul supporto dei sostenitori come l'ACSI.

Incoraggiare un consumo sostenibile

La piattaforma vuole anche naturalmente favorire un consumo sostenibile. I consumatori saranno più portati ad operare scelte di questo tipo se potranno individuare dei marchi dei quali potersi fidare ragionevolmente. Se sull'etichetta di un prodotto che si autodefinisce sostenibile è presente anche un marchio che è possibile ritenere credibile, questo dovrebbe portare ad una maggiore diffusione di prodotti meno dannosi per l'ambiente.

Cosa viene valutato da **labelinfo.ch**?

Criteri più dettagliati sulla metodologia di valutazione possono essere reperiti direttamente sul sito. Tuttavia, possiamo citare a grandi linee i principi che determinano la valutazione.

Fra di essi troviamo la trasparenza nella comunicazione da parte dei proprietari dei marchi e un sistema di certificazione ragionevolmente affidabile basato sul principio del doppio controllo.

Grande importanza assume poi la presenza di controlli indipendenti: fondamentale per dare credibilità ad un marchio. Non c'è altro modo di garantire che le promesse fatte dai marchi siano effettivamente mantenute per i prodotti sui quali vengono apposti. Oltre all'indipendenza dei controlli è però anche importante il loro meccanismo di funzionamento: ciò che viene fatto in occasione dei controlli, permette effettivamente di fare tutte le verifiche necessarie?

Maggiori dettagli sono poi disponibili sulle aree di controllo a seconda del settore (per esempio, i marchi alimentari sono valutati fra le altre cose sull'impatto ecologico e sul benessere degli animali, oltre che sui processi di produzione).

La piattaforma aiuta a rispondere alle seguenti domande

- 1 Il marchio mantiene ciò che promette?
- 2 Fino a che punto il marchio è credibile?
- 3 In quali ambiti il marchio è forte o debole?
- 4 Come si comporta il marchio se confrontato ad altre alternative?
- 5 In che misura si tratta di un marchio degno di essere preso in considerazione?