

Ministero delle Attività Produttive
D.G.A.M.T.C.
tel. 06/47052456
fax 06/47052898
www.minindustria.it
redazione.dgadm@minindustria.it

Stesura a cura
MC Consulting spa
Via Olindo Guerrini 10,
00137 Roma
tel. 06/8720301
www.mcconsulting.it
Stefano Orazi



in questo numero:

Qi
Quaderno
Informativo

Comitato di Redazione
Ministero
delle Attività Produttive

Francesco Bianzino
Antonella d'Alessandro
Piero Francolini
Marianna Luongo
Umberto Troiani
Antonella Valery

In attesa di registrazione
presso il tribunale di Roma

Nessun albero è stato
abbattuto per la creazione
di queste pagine

**tariffe assicurative
Rc-auto**
pagina 1

**tutela del consumatore
"on-line"**
pagina 3

**la preparazione
dei consumatori all'Euro**
pagina 4

**campagna informativa
"io gioco sicuro"**
pagina 6

Luglio 2001
Numero Conoscitivo

Qi

Quaderno Informativo
Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori
Ministero delle Attività Produttive



2/01



Tariffe assicurative Rc-auto "Operazione Trasparenza"

Un mercato segnato da forti anomalie: aumenti delle polizze superiori al costo della vita, una giungla di quasi due milioni di profili tariffari, ma soprattutto una costante carenza di informazioni dettagliate che disorienta il consumatore. Inoltre gli utenti si considerano insoddisfatti anche per quanto riguarda i tempi, le modalità e la misura degli indennizzi.

In un mercato così fortemente squilibrato, il legislatore ha inteso introdurre elementi di trasparenza e di concorrenzialità, regolamentando nello stesso tempo la misura del danno biologico.

Questi, in estrema sintesi e solo per quanto riguarda il settore assicurativo, i contenuti della legge 57/2001, "disposizioni in materia di apertura e regolamentazione dei mercati", entrata in vigore lo scorso 15 aprile.

La norma obbliga infatti le imprese di assicurazione a comunicare al Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), all'Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni (ISVAP) e alle Camere di

commercio, 9 profili tariffari di riferimento, offerti agli inizi di ogni semestre. Di questi, sei profili riguardano la RC-auto, uno i ciclomotori e due il trasporto merci. I profili tariffari sono elaborati a livello di ciascuna provincia.

Dove reperire queste informazioni, così importanti per il consumatore?

Le compagnie sono tenute a rendere visibili agli utenti, nei punti vendita e nell'ambito di sistemi informatizzati, le tariffe e le condizioni contrattuali praticate.



diverse imprese di assicurazione, sia verificare come la stessa compagnia applichi tariffe diversificate passando da un'area all'altra del territorio nazionale.

La legge attribuisce inoltre al CNCU il compito di organizzare campagne di informazione e di orientamento per il consumatore, per rendere più agevole la ricerca della tariffa migliore.

La conoscenza delle condizioni praticate e la trasparenza sono infatti un obiettivo fondamentale da raggiungere per operare in direzione di una effettiva apertura dei mercati alla concorrenza.

Per ulteriori informazioni:
alessandro.serra@minindustria.it

Inoltre, per conto del CNCU, la Direzione Generale per l'Armonizzazione del Mercato e la Tutela dei Consumatori ha provveduto a pubblicare sul sito Internet (www.minindustria.it/dgadm/CNCU) la prima raccolta dei premi di riferimento, comunicati dalle compagnie e relativi al secondo semestre 2001, dove è possibile consultare una breve guida pratica contenente le istruzioni di polizze RC-Auto per l'utente.

Si tratta di circa 83.000 dati riguardanti 84 compagnie nazionali e 5 compagnie estere abilitate ad esercitare sul territorio nazionale. Dopo aver selezionato la provincia che interessa, l'utente può scegliere il profilo tariffario che meglio lo rappresenta e consultare pertanto i premi comunicati dalle compagnie assicuratrici.

I premi sono disposti in ordine crescente in modo da consentire l'individuazione immediata della tariffa minima, della tariffa massima e di quelle intermedie.

Si possono pertanto confrontare sia le tariffe praticate nella stessa provincia dalle





Tutela del Consumatore "on-line"

Tutela e diritti del consumatore vanno in rete. Il 23 aprile è stato inaugurato un portale interamente dedicato ai consumatori e agli utenti.

Il portale che si trova all'indirizzo www.tuttoconsumatori.it, è stato voluto dal CNCU (il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti che riunisce le tredici associazioni dei consumatori rappresentative su scala nazionale).

L'intenzione è quella di offrire ai consumatori uno strumento di orientamento, di conoscenza e di informazione con notizie aggiornate quotidianamente ed una newsletter settimanale.

All'interno del portale anzitutto viene chiarito cosa è e come opera il CNCU, rendendo noto il suo organigramma nonché i pareri espressi, le attività svolte e quelle in corso, l'agenda dei principali lavori.

Viene poi offerta una rappresentazione organica ed unitaria di istituzioni pubbliche cui accedere con un sistema di links.

Le principali tematiche che impattano sul

consumatore sono raggruppate in 14 macrosezioni.

Inoltre, attraverso tuttoconsumatori.it è consultabile una sezione normativa e giurisprudenziale contenenti leggi e disposizioni nazionali, regionali e comunitarie.

La sezione dedicata alla ricerca consente attraverso un motore "per argomento" di reperire il maggior numero di notizie, informazioni ed approfondimenti, sempre allo scopo di offrire al consumatore gli strumenti necessari alla sua tutela.

Dalla pagina d'ingresso del sito, l'utente potrà, peraltro, con un semplice "click" entrare nei siti di ciascuna delle 13 associazioni del CNCU.

Insomma, si apre uno sportello "virtuale", rapido e gratuito di assistenza e consulenza per il consumatore.

Per ulteriori informazioni:
antonella.dallessandro@minindustria.it

La preparazione dei consumatori all'Euro

Il livello di conoscenza dell'euro in Italia, grazie soprattutto agli effetti del Piano nazionale di informazione e comunicazione e della campagna "Euro 2002", coordinata dalla Banca Centrale Europea e dalla Banca d'Italia (Eurosistema) è sostanzialmente positivo, come dimostra l'ultimo sondaggio realizzato nel maggio 2001 dall'Eurisko, che tuttavia rileva ancora qualche margine di incertezza rispetto alla durata del periodo di doppia circolazione, alle caratteristiche fisiche di monete e banconote, alle modalità tecniche dei pagamenti.

In Italia, in considerazione dello specifico impegno assunto dalla Pubblica Amministrazione e dalle associazioni dei consumatori per quanto riguarda le categorie di popolazione più vulnerabili, sono state finora formate, nell'ambito del progetto EuroFacile, 1.600 persone che avranno il compito di informare e assistere gli anziani, oltre ad organizzare numerosi eventi a livello locale per facilitare la comprensione dei calcoli di conversione. E' stato inoltre lanciato un piano di assistenza ai non vedenti, in collaborazione con le

associazioni di categoria, per il riconoscimento delle monete e banconote in euro.

Le principali preoccupazioni dei consumatori riguardano, oltre alle difficoltà causate dalla sostituzione delle proprie monete e banconote e dalle modifiche tecniche negli strumenti di pagamento, soprattutto i rischi di frodi legati alla conversione dei prezzi. La fiducia del consumatore nell'euro va quindi salvaguardata assicurando che il cambio di moneta non comporti un cambio di valore ovvero di prezzo. L'attenzione si è dunque concentrata sull'adozione di precisi impegni da parte degli operatori, per quanto riguarda sia il rispetto delle regole di conversione, sia una diffusa indicazione dei doppi prezzi. In Italia, le associazioni dei consumatori e quelle dei commercianti, artigiani ed esercenti, hanno assunto specifici impegni, attraverso accordi volontari (altri Stati membri dell'Unione europea, come Austria, Grecia, Portogallo e Irlanda, hanno invece preferito risolvere la questione introducendo un vero e proprio

obbligo di indicazione dei doppi prezzi). Il Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti (CNCU) ha così sottoscritto il 9 maggio scorso, insieme alle associazioni dei commercianti, degli artigiani e degli esercenti, alle Camere di Commercio, ed al Ministero del Tesoro Comitato Euro, il secondo accordo EUROLOGO, allo scopo di rafforzare le azioni di informazione ed assicurare comportamenti corretti e relazioni di fiducia in vista dell'ultima fase di passaggio all'euro. La diffusione del marchio Eurologo sembra già ampia: il 46% della popolazione, secondo il sondaggio Eurisko citato, lo conosce e lo ha visto esposto.

L'attuale accordo impegna le parti per quanto riguarda: la diffusione corretta e trasparente dei doppi prezzi; la loro corretta conversione; la diffusione capillare e decentrata delle azioni di informazione; la fornitura del resto in euro (che consentirà un'ampia diffusione di banconote e monete in euro fin dai primi giorni del 2002) anche nel caso di pagamenti in lire. In tal modo si intende favorire la fiducia del consumatore. Sempre al fine di rafforzare la tutela del consumatore, il CNCU e il Comitato Euro hanno previsto inoltre la prossima attivazione di un sistema di protezione sociale attraverso una capillare rete di servizi di ascolto, monitoraggio e assistenza.

La fiducia del consumatore nell'euro non può non tenere conto, infine, del grado di adeguamento alla nuova moneta da parte del settore professionale. Solo una tempestiva adozione, da parte di quest'ultimo, di tutte le misure previste per il passaggio all'euro, potrà garantire infatti l'integrità di tale rapporto di fiducia, oltre che l'efficacia delle azioni di informazione previste.

Persistono quindi le preoccupazioni relative ai ritardi delle imprese, soprattutto le PMI,



nell'adeguamento all'euro, come sembrano confermare gli ultimi dati del monitoraggio condotto dal Comitato Euro:

- a. solo il 61% delle Spa e il 52% delle Srl nate nei primi quattro mesi del 2001 si è costituito con capitale in euro;
- b. solo il 19% delle Spa e il 10,6% delle Srl esistenti ha convertito in euro il suo capitale;
- c. poco più del 50% dei registratori di cassa è stato già convertito in euro.

Tali dati hanno messo in allarme le associazioni di categoria che hanno richiesto interventi di sostegno a favore degli operatori.

Per ulteriori informazioni:
francesco.piccarreta@minindustria.it



Campagna informativa "io gioco sicuro"

Il Ministero dell'Industria, nell'ambito dell'attività di prevenzione e di informazione sui prodotti destinati al consumatore, ha realizzato, nel mese di dicembre 2000, una campagna informativa sulla sicurezza e l'uso dei giocattoli.

Il progetto di comunicazione, definito attraverso una gara europea, ha previsto uno sviluppo successivo di iniziative, mediante spot televisivi e radio, pubblicità sulla stampa e, soprattutto la diffusione della "Guida all'acquisto e all'uso del giocattolo" attraverso quotidiani, periodici e riviste specializzate, negozi di giocattoli e scuole elementari, stand espositivi di saloni e fiere e su internet nei siti del Ministero dell'Industria, del Ministero della Pubblica Istruzione, del Dipartimento delle Politiche Comunitarie e Unioncamere.

Per la distribuzione dell'opuscolo, stampato in quattro milioni di copie, sono state inoltre avviate collaborazioni con il Ministero della Pubblica Istruzione, il Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, Unioncamere, Assogiocattoli, Contromarca, Indicam, nonché con le Organizzazioni imprenditoriali dell'industria e del

commercio, le Associazioni di tutela dei consumatori e l'Istituto Italiano sicurezza dei giocattoli.

L'iniziativa ha inteso, tramite una informazione chiara e precisa, sensibilizzare il consumatore sulla necessità di vigilare sulla sicurezza di questo prodotto.

La guida riporta consigli informativi indispensabili per acquistare giocattoli sicuri e conformi alla legge allo scopo di contribuire alla protezione dei consumatori più vulnerabili, cioè i bambini.

Riporta, inoltre, le norme e le avvertenze stabilite dall'Unione Europea e in ambito nazionale sulla sicurezza dei giocattoli. Le principali sono la presenza del marchio CE e le indicazioni dell'età del bambino per il quale il gioco è adatto. E' possibile ritagliare dall'ultima pagina un talloncino promemoria che vuole essere un aiuto pratico da portare con sé al momento dell'acquisto, sul quale sono riportate alcune delle indicazioni e i consigli per l'acquisto e l'utilizzo del giocattolo, già individuati con maggiore dettaglio all'interno della guida stessa.

Opuscoli e informazioni possono essere richiesti telefonando alla D.G.A.M.T.C. al numero 06 47052272.