



Privacy

Attenti ai "furti d'identità"

Pag. 5



TTIP

Stop al trattato segreto USA-Europa

Pag. 6



Alimenti

In crescita gli acquisti di prodotti solidali e biologici

Pag. 7



Rubriche

Notizie, campagne, informazioni utili

Pag. 8/11

Consumers' magazine

il mensile dei consumatori



luglio 2014

Anno 06 N. 03

via Piemonte, 39/A 00187 Roma Tel. 064880053 Fax 064820227 www.movimentoconsumatori.it info@movimentoconsumatori.it

DOSSIER

RIFORMA RC AUTO. A CHE PUNTO SIAMO?

Il ddl è all'esame del Parlamento e intanto l'Ivass pone l'accento sulla scarsa concorrenza tra compagnie e sul caro tariffe

Dopo lo stralcio dell'articolo 8 del decreto "Destinazione Italia" che introduceva misure dirette al contenimento dei premi per le polizze sulla responsabilità civile, il governo ha deciso di presentare un apposito disegno di legge che riprende questi provvedimenti e che è ora al vaglio delle commissioni parlamentari.

Nel frattempo, l'Istituto di vigilanza sulle assicurazioni ha pubblicato la sua relazione annuale sull'andamento del mercato assicurativo in cui si evidenzia l'urgenza di un intervento normativo mirato al contenimento dei premi: in Italia, l'assicurazione dell'auto costa circa il doppio rispetto alla media europea e circa il 20% dei veicoli oggi in circolazione viaggia senza copertura assicurativa. Inoltre la mancanza di effettiva concorrenza tra le compagnie non contribuisce a far calare le tariffe. Per questo è necessaria una terapia d'urto che potrebbe essere costituita da questa riforma.



dossier da pagina 2 a pagina 3

una buona notizia...

Ogm. Sanzioni per chi viola il divieto di coltivazione

Il decreto legge 24 giugno 2014, n. 91 ha finalmente introdotto adeguate sanzioni (reclusione da 6 mesi a 3 anni e multa da 10.000 a 30.000 euro) per la violazione del divieto di coltivazione di Ogm. Movimento Consumatori è soddisfatto di questa decisione del Governo, risultato anche delle ripetute e fondate richieste da parte della task force per un'Italia libera da Ogm cui l'associazione ha aderito.

...e una cattiva

Vacanze. Per gli italiani saranno low cost

Più di quattro famiglie italiane su dieci (44%) che hanno deciso di andare in vacanza hanno preventivato quest'estate un budget inferiore a 500 euro. È quanto emerge da una analisi della Col-diretti/Ixe'. Secondo l'indagine, il 35% delle famiglie spenderà tra i 500 ed i mille euro a persona, il 9% tra i mille ed i duemila, mentre solo una minoranza del 4% oltre i duemila euro, con l'8% che invece preferisce non rispondere.



editoriale

Riforma Terzo settore: il contributo di MC di Alessandro Mostaccio*

Il Governo Renzi, sta avviando anche la riforma del Terzo settore, con l'intento di riuscire ad ultimarla entro il 2014. MC riconosce l'importanza di una riforma organica che rivisiti e aggiorni la disciplina del codice civile e quella delle leggi speciali sulle associazioni di promozione sociale, di volontariato, sulle Onlus e imprese sociali, che ne aggiorni e potenzi le "fondamenta giuridiche" restituendogli forma, identità e trasparenza. Come associazione di consumatori vogliamo "confessare" un'ulteriore aspirazione: che questa riforma sia l'occasione per aiutare il nostro Paese a cambiare orizzonte culturale, tendendo, per la prima volta, verso l'affermazione del principio di legalità. Pensiamo che il Terzo settore, e in particolare l'associazionismo di promozione sociale, possa contribuire all'affermazione del principio di legalità se messo nelle condizioni di accedere realmente alla giustizia in nome di interessi collettivi. Auspichiamo che questa riforma crei gli strumenti (o meglio riveda quelli già esistenti) per rendere effettivo l'accesso alla giustizia delle associazioni che si sono costituite proprio per tutelare, difendere e promuovere i diritti di chi chiede accesso alla giustizia, ottenendo che chi ha sbagliato non possa reiterare gli illeciti e risarcisca i danni. Non ci riferiamo solo alla materia del consumo, ma anche alla materia ambientale, dei diritti civili, del diritto alla salute.

*segretario generale Movimento Consumatori

L'intervista: Vittorio Verdone

direttore centrale auto, distribuzione e consumatori Ania

di Angela Carta

Il 1° luglio scorso durante la sua assemblea annuale, l'Ania ha riferito una riduzione dei prezzi RC Auto del 10% (ma i premi in Italia costano comunque il doppio rispetto alla media europea). Dal punto di vista del consumatore, il possibile effetto benefico di questi primi risultati analitici sarebbe però annullato dagli elevati oneri riferiti ai sinistri. La vera spada di Damocle si concentra proprio su tale parametro, e su questo

l'Ania avrebbe voluto dalla riforma interventi mirati.

Il governo ha convertito in ddl l'art. 8 stralciato dal decreto "Destinazione Italia": lo scopo è incentivare un contenimento dei premi RC Auto. Qual è la posizione di Ania in proposito? Il testo del disegno di legge è identico all'articolo 8 originario.



segue a pagina 4

segue a pagina 4

DOSSIER

RC Auto, tra riforma e criticità esistenti

Mentre il ddl è ancora all'esame del Parlamento, la relazione dell'Ivass fotografa una situazione immutata: premi troppo alti e nessuna concorrenza tra le compagnie di assicurazione



Dossier a cura di Roberto Barbieri*

Il decreto legge 145/2013 "Destinazione Italia" conteneva, nella sua versione originaria, un articolo 8 che introduceva misure dirette al contenimento dei premi per le polizze RC Auto.

La mole degli emendamenti presentati in sede di conversione, i tempi stretti causati dal ritardo con cui il governo aveva presentato il decreto al Parlamento, la ferita ancora aperta della "tagliola" applicata alla Camera sul precedente decreto "Imu/Banca d'Italia", consigliarono al governo di stralciare quell'articolo dalla legge di conversione (legge 21 febbraio 2014 n. 9). Contemporaneamente il governo assunse l'impegno di presentare un apposito disegno di legge che riprendesse i contenuti dell'articolo 8 stralciato.

Questo disegno di legge, che è ora all'esame delle commissioni parlamentari, contiene diverse misure che hanno appunto la finalità di contrastare il fenomeno ormai cronico dell'elevato costo delle polizze RC Auto.

Nel frattempo, proprio in questi giorni, l'Ivass (Istituto di vigilanza sulle assicurazioni) ha pubblicato la sua relazione annuale sull'andamento del mercato assicurativo. Per quanto riguarda l'RC Auto, emergono alcuni dati significativi, accompagnati da considerazioni che, a nostro avviso, evidenziano l'urgenza di un intervento normativo mirato al contenimento dei premi.

I precedenti tentativi di apertura del mercato e di incentivo alla concorrenza, a partire dalle "lenzuolate" dell'allora ministro Pierluigi Bersani, hanno prodotto risultati modesti: i primi cinque gruppi assicurativi detengono ancora il 72,5% del mercato del ramo danni,

il premio medio nazionale nel 2013 è stato di 515 euro, circa il doppio della media europea che si attesta intorno ai 250 euro, con punte medie di 763 euro per i minori di 25 anni e di 838 euro per la provincia di Napoli.

Si stima che circa il 20% dei veicoli oggi in circolazione viaggia senza copertura assicurativa, con concentrazione prevalente nelle aree geografiche dove più alti sono i premi (nell'ordine: Napoli, Caserta, Prato, Crotone, Reggio Calabria, Massa Carrara, Taranto, Brindisi, Latina e Foggia).

Significa che, su media nazionale, chi subisce un sinistro ed è assicurato, ha 1 probabilità su 4 che la sua controparte non sia coperta da assicurazione. Si tratta di un'elusione di massa dell'obbligo assicurativo. Ciò rappresenta ormai un grave problema sociale, che proprio con l'obbligatorietà, 45 anni fa, ci si era proposti di risolvere. Ed è difficile, soprattutto in tempi di grave crisi economica, non vedere in questo fenomeno una correlazione con l'insostenibilità, per molti, del costo della polizza.

E' evidente che, da un lato il mercato è tuttora ingessato dal punto di vista della concorrenza, che non riesce a spiegare i suoi effetti calmieranti, dall'altro permangono, all'interno della filiera del risarcimento, incrostazioni sedimentate in decenni di prassi consolidate, che determinano costi impropri, con la responsabilità di compagnie, agenzie, liquidatori, autoriparatori, periti, medici legali, avvocati, e anche assicurati.

Le compagnie di assicurazione tendono ad attribuire a questi costi del risarcimento, maggiori rispetto agli standard europei, la causa dell'alto livello dei premi; non sono però mai intervenute in modo significativo su tali cause, preferendo la più comoda soluzione di scaricare

sugli assicurati i costi delle inefficienze del sistema.

Ben venga, dunque, un intervento normativo diretto ad aggredire le sacche di frode e di rendite di posizione all'interno del sistema.

Siamo ben consapevoli che la proposta di riforma in esame è portatrice di un potenziale conflitto fra due ordini di interessi e diritti, entrambi ugualmente meritevoli di tutela: da un lato quello generale all'abbattimento dei costi delle polizze RC Auto; dall'altro quello delle vittime dei sinistri a vedere garantito il diritto al pieno risarcimento dei danni patrimoniali e non patrimoniali subiti.

Il ddl all'esame del parlamento ha avuto, già nella sua versione, poi ritirata, nell'ambito del decreto "Destinazione Italia" reazioni negative da parte di diverse categorie professionali, a partire dagli autoriparatori. E ha riscontrato posizioni variegata fra le stesse associazioni dei consumatori. Qualcuno ha parlato addirittura di "monetizzazione dei diritti".

Noi riteniamo che a fronte del fenomeno cronico dell'eccessivo costo delle polizze, dell'incapacità del mercato di autoregolarsi, anche in termini di concorrenza e di efficienza, sia necessaria una terapia d'urto, e che questa ipotesi di riforma, salva l'opportunità di qualche aggiustamento marginale, colga sostanzialmente nel segno e sia accompagnata da sufficienti garanzie, sia sotto il profilo del carattere facoltativo per l'assicurato di tutte le clausole proposte, sia nel merito delle stesse.

*segreteria nazionale Movimento Consumatori

DOSSIER

I punti salienti del disegno di legge

Dall'introduzione della scatola nera alla proposta di servizi medici convenzionati: ecco le maggiori novità della riforma sulla responsabilità civile

Il metodo scelto dal legislatore per tentare di ribassare il livello dei premi RC Auto in Italia, è l'introduzione dell'offerta di clausole contrattuali, facoltative per l'assicurato, che, se accettate, comportano l'automatica applicazione di sconti percentuali, calcolati sulla media dei premi riscossi nell'anno precedente dalla stessa compagnia, in ambito regionale, in relazione alla stessa classe di merito. Vediamo le più significative.

Ispezione preventiva: le assicurazioni potranno chiedere al cliente, prima della stipula della polizza, di sottoporre volontariamente il veicolo a ispezione. Lo sconto sul premio scatta con l'accettazione da parte del cliente, a prescindere dall'esito dell'ispezione. E' un'ipotesi che appare poco praticabile nella realtà, in quanto l'impresa dovrebbe sostenere un costo per applicare uno sconto, senza peraltro avere la possibilità di rifiutare la stipula della polizza. E' dunque prevedibile che non si avvarrà di questa facoltà.

Scatola nera: una riduzione minima del 7% è prevista se l'assicurato accetta di installare un dispositivo elettronico che registra l'attività del veicolo. Il costo dell'installazione, disinstallazione, funzionamento, e sostituzione è a carico della compagnia. Le registrazioni della scatola nera formano piena prova nel processo civile. E' prevista la portabilità, a spese dell'impresa, in caso di passaggio ad altra compagnia di assicurazione. Tuttavia tale portabilità è compromessa dal carattere facoltativo per l'impresa assicuratrice: che accade se, cambiando compagnia, ci si rivolge ad un assicuratore che non offre tale clausola? La nostra proposta è di rendere obbligatoria l'offerta da parte dell'impresa, ferma restando l'accettazione facoltativa da parte dell'assicurato.

Limite alle prove testimoniali: in funzione antifrode, è prevista l'inammissibilità, in sede processuale, di testimoni non indicati entro il termine di presentazione della denuncia di sinistro (tre giorni). E' fatta salva la prova dell'impossibilità oggettiva della loro tempestiva identificazione. Crediamo che tale restrizione sia eccessiva: se può essere accettabile per piccoli sinistri con soli danni materiali, appare invece iniqua in caso di incidenti gravi, con danni alle persone. In tali situazioni, infatti, la necessità di prestare soccorso prevale comprensibilmente sulla ricerca di testimoni. Stiamo pertanto insistendo per una modifica che escluda dalla restrizione i sinistri in cui vi siano lesioni personali. Ciò alleggerirebbe anche la questione probatoria circa "l'oggettiva impossibilità della loro tempestiva identificazione".

Risarcimento in forma specifica: l'impresa può offrire uno sconto non inferiore al 5% se l'assicurato accetta la clausola di risarcimento in forma specifica dei danni materiali: in caso di sinistro, la vettura sarà riparata da officine convenzionate con la compagnia, che pagherà direttamente l'autoriparatore. Ovviamente le riparazioni saranno coperte da garanzia biennale per le parti non soggette a usura ordinaria.

Incedibilità a terzi del diritto al risarcimento: se l'assicurato accetta una clausola che gli vieta la cessione a terzi del diritto al risarcimento (salvo consenso espresso dell'assicuratore), ha diritto a uno sconto minimo del 4% sulla polizza. La misura è diretta a contrastare le rendite di posizione degli intermediari che, allungando la filiera del risarcimento, ne appesantiscono il costo.

Servizi medico-sanitari convenzionati: le imprese di assicurazione potranno proporre clausole contrattuali, facoltative, che prevedono prestazioni di servizi medico-sanitari resi da professionisti individuati e remunerati dalle medesime imprese. Ciò a fronte di una "significativa" riduzione del premio, che tuttavia, nell'attuale bozza normativa non appare quantificata.

* RC@_uto, un'iniziativa che informa

Movimento Consumatori, Adusbef e Federconsumatori, hanno realizzato "RC@_uto, campagna digitale di informazione sulla responsabilità civile e sulla sicurezza stradale", con il patrocinio e il contributo finanziario del Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti (Cncu), che ha lo scopo di fornire a chi è già assicurato, a chi deve cambiare compagnia o assicurarsi per la prima volta, tutte le informazioni utili per una scelta conveniente, consapevole e responsabile. Per garantire il rapporto diretto con il consumatore è attivo un numero verde 800 821 263 (dal lunedì al venerdì dalle 9,30 alle 13,00) che fornisce informazioni sull'RC Auto; inoltre, gli automobilisti possono contattare un esperto scrivendo all'indirizzo email info@campagnarcauto.it, e usufruire di un vademecum che verrà distribuito attraverso i circa 1000 sportelli delle tre associazioni presenti su tutto il territorio nazionale e che verrà pubblicato sul sito, realizzato ad hoc per l'iniziativa, www.campagnarcauto.it.

Sul sito Internet si possono trovare informazioni, FAQ, un utile glossario, la normativa del settore, un forum sul tema, consigli di utilizzo del "preventivatore unico" del Ministero dello Sviluppo economico e la possibilità di iscriversi alla newsletter mensile realizzata dalle associazioni del progetto. L'iniziativa prevede anche l'elaborazione di otto miniguide sull'RC Auto che verranno pubblicate on line, una ogni mese, e che potranno essere scaricate collegandosi al sito della campagna. Nell'ambito del progetto, è prevista la realizzazione di un'attività di educazione stradale rivolta ai cittadini con particolare attenzione ai giovani neopatentati (18-30 anni).

In questo mese, sarà avviata una campagna di comunicazione, veicolata tramite social network, di tre video con protagonista Guido, un personaggio di fantasia che di mestiere fa il meccanico ed è un automobilista come tanti, che può distrarsi alla guida e commettere errori.

In questi video, Guido mette a disposizione la professionalità che gli deriva dal suo lavoro e la sua esperienza di normale automobilista, dando consigli utili circa le azioni da compiere per utilizzare la propria vettura correttamente e guidarla in tutta sicurezza. Insieme ai video si proporranno tre quiz con risposta multipla sulle conoscenze del cittadino riguardo argomenti specifici (in riferimento ai contenuti sviluppati sulla sicurezza stradale e trattati anche nei video) che sondano capacità, percezione, prontezza, conoscenza degli utenti. Sia i video sia i minigiochi sono stati realizzati con un linguaggio semplice, raccontano situazioni in modo piacevole, con una nota di umorismo e con una grafica moderna, facendo attenzione al target di riferimento: giovani che guidano da poco e che possono avere ancora molte insicurezze sulla strada.



Campagna digitale di informazione sulla responsabilità civile e sulla sicurezza stradale



DOSSIER

Verdone, Ania: per diminuire i premi occorre intervenire sui costi dei risarcimenti dei danni alla persona. Ma nel ddl non ci sono norme in merito

segue dalla prima



Le norme previste non intervengono sulla parte più rilevante dei costi dei sinistri, che si riferisce ai costi dei risarcimenti dei danni alla persona: questa sarebbe la leva più promettente per ridurre in misura significativa i prezzi delle polizze RC Auto, eppure nulla si muove a causa della resistenza delle categorie di professionisti contrarie a regole certe e a valori economici equi, ma sostenibili nella valutazione delle lesioni fisiche, con grave pregiudizio per gli assicurati italiani che sono costretti a pagare premi più elevati rispetto agli altri cittadini europei principalmente a causa di questo fattore.

Il disegno di legge, peraltro, contiene alcune norme positive per l'esercizio di un'attività antifrode più efficiente. Una loro approvazione avrebbe effetti positivi non eclatanti, ma di una certa importanza ai fini della riduzione dei prezzi, soprattutto per gli assicurati residenti nelle aree del territorio nazionale più a rischio. Non convincono invece quelle disposizioni che prevedono l'offerta (obbligatoria/facoltativa) da parte delle compagnie di clausole o servizi con riduzioni di premio obbligatorie nel minimo. Si tratta di norme che omologano la competizione tra imprese e che prevedono inutili complicazioni gestionali. Molte delle clausole regolate sono già liberamente offerte dalle imprese con varietà di prodotto e di prezzo: perché irrigidire l'offerta di mercato?

Uno degli strumenti individuati dal ddl è il risarcimento in forma specifica. Quali garanzie avranno i danneggiati circa la qualità della riparazione effettuata da autoriparatori convenzionati con le imprese di assicurazione?

Il risarcimento in forma specifica viene già offerto dalle imprese, a prescindere da norme di legge, con previsione di sconti sul premio per i contraenti che lo accettino. Le clausole che lo regolano riconoscono la garanzia della riparazione eseguita ad opera d'arte e valevole per almeno due anni. Le imprese di carrozzerie incluse nei network assicurativi sono selezionate sulla base di caratteristiche di efficienza produttiva e affidabilità nelle prestazioni.

Accanto all'introduzione di clausole che prevedono la "scatola nera", il disegno di legge introduce un meccanismo di "portabilità" del dispositivo in caso di

passaggio dell'assicurato ad altra compagnia. Il fatto che l'offerta di queste clausole sia facoltativa per l'impresa, non rischia di vanificare il principio della portabilità?

La portabilità della scatola nera non è ancora stata regolamentata per difficoltà tecniche legate all'uniformazione dei dispositivi e dei protocolli di trasmissione adottati dai vari gestori dei servizi di controllo telematico dei veicoli.

Il discorso della facoltatività dell'offerta riguarda invece problemi giuridici (le compagnie non possono essere obbligate a stipulare determinati tipi di contratti per normativa europea sovraordinata a quella nazionale) e problemi di equilibrio economico legati all'obbligo per le compagnie di tenere a proprio carico tutti i costi di gestione dei dispositivi: gli sconti di premio possono essere offerti prevalentemente agli assicurati con indici di rischio più alti che, proprio per questo motivo, oggi pagano i prezzi più elevati, altrimenti le imprese non riescono neppure a recuperare i costi di gestione delle scatole nere.

Per incentivare ancora di più l'impiego di queste polizze - che peraltro hanno raggiunto già il numero considerevole di 2,5 milioni - si dovrebbe prevedere che tutti i veicoli di nuova immatricolazione abbiano in dotazione i dispositivi: si tratterebbe di una spesa modestissima per le case costruttrici con grandi vantaggi per il sistema.

Il ddl non prende in considerazione la conciliazione paritetica, tuttavia risulta che alcune compagnie di assicurazione stiano studiando la possibilità di offrire clausole (facoltative per l'assicurato) che rendano obbligatorio il tentativo di conciliazione paritetica a fronte di un ulteriore sconto sul premio. Cosa ne pensa Ania di questa ipotesi?

Effettivamente alcune compagnie si stanno orientando per una soluzione facoltativa regolata da clausole contrattuali. E' una via interessante che coniuga l'interesse dell'assicurato a pagare un premio più basso con l'interesse dell'impresa di evitare i costi del contenzioso giudiziario.

editoriale

Riforma del Terzo settore: il contributo di MC

segue dalla prima

Chiediamo che la lesione degli interessi collettivi possa trovare una risposta vera, anche di natura risarcitoria. Questa riforma, grazie al suo reale potere deterrente contribuirebbe a far emergere, questa volta in positivo, l'imprenditorialità che già si è data, come limite al proprio diritto di fare profitti, una propria etica sociale di impresa, intesa come rispetto delle regole di comunità e come rispetto dei beni comuni e degli interessi collettivi. In tal senso si chiede al Governo di riflettere se oltre a riformare l'accesso alla giustizia per le associazioni, possa essere opportuno provvedere anche a una radicale riforma della class action permettendole così di divenire un vero strumento di deterrenza, portandola fuori dal ristretto ambito del consumerismo per aprirla a contesti nuovi e diversi quali quelli in cui operano le associazioni di promozione sociale. Dal punto di vista fiscale, si chiede che si smetta di applicare l'Irap sulle Aps

che non svolgono attività commerciale. L'esenzione, oggi vale solo per le Onlus ed è facoltativa, le regioni, i comuni, le province possono prevederla o meno. Per questo MC chiede che la riforma recuperi una discriminazione delle Aps nei confronti delle Onlus, che non è giustificata, prevedendo però l'esenzione per legge nazionale. Non è possibile che un'associazione venga tassata se crea lavoro su progetti di utilità sociale. Le Aps non sono associazioni di volontariato. Hanno potenzialità occupazionali considerevoli. Ma se MC, ad esempio, fa un contratto a progetto per realizzare un'iniziativa di educazione alimentare nelle scuole, dovrà pagare l'Irap per aver creato lavoro, pur non avendo creato profitto/utile. La beffa ulteriore è che l'Irap non è una voce rendicontabile nei costi del progetto e quindi è un vero e proprio "buco" di bilancio per l'associazione.

Alessandro Mostaccio

PRIVACY

Non fatevi rubare l'identità

Quali sono i comportamenti a rischio e come evitarli per non incorrere nel furto dei dati personali ed essere vittima di segnalazioni nelle centrali rischi



di Marco Gagliardi*

Lidentità è un complesso di caratteri che distinguono una persona da tutte le altre: l'identità è un tesoro da salvaguardare.

Non tutti ne sono consapevoli, però. Su Internet e sui social network fotografie, data e luogo di nascita sono pubblici: il portafoglio di questi beni immateriali è a disposizione di chiunque voglia appropriarsene, non solo per finalità commerciali ("profilando" l'ignaro titolare dei dati personali, a seconda dei suoi interessi e delle sue caratteristiche, non unicamente ogni volta che clicca un "mi piace"), ma magari per farne un uso illecito.

Così può capitare che il consumatore che abbia giocato troppo con i propri dati personali, con un accesso a una centrale rischi - magari dopo la richiesta di un finanziamento per acquistare mobili, elettrodomestici o auto o di un mutuo per l'acquisto della casa - o dopo aver ricevuto una lettera da una finanziaria per un debito mai contratto o dopo misteriosi addebiti sul suo conto corrente o sulla sua carta di credito, scopra che qualcuno gli ha "rubato" (o meglio ha utilizzato) la sua identità.

Magari perché il truffatore, con la complicità del venditore, ha acquistato un bene a nome altrui con la formula del credito al consumo (per rivendere in un secondo momento il bene), oppure perché il consumatore ha abboccato a un "phishing", ossia ha digitato i propri dati bancari rispondendo a un'email o non ha curato con attenzione account e password con cui si è iscritto a siti Internet, o semplicemente ha buttato nella spazzatura bollette o corrispondenza dove sono raccolti dati personali.

Le conseguenze potrebbero essere gravi: non solo il rischio di dover rispondere di debiti mai contratti e difendersi in un eventuale giudizio, ma anche l'impossibilità di accedere immediatamente al credito, nonostante sussistano tutti i requisiti per essere considerati un "buon pagatore", e così magari non poter onorare importanti scadenze, come ad esempio quella di firmare il rogito dal notaio per l'acquisto della casa (con la conseguenza di perdere una caparra versata). Cosa si può fare per evitare un furto di identità e le conseguenze?

Innanzitutto conservare il proprio tesoro di dati, facendo attenzione a dove e come sono pubblicati: l'incrocio di data e luogo di nascita determina in automatico il codice fiscale e, se sono pubblicate foto e indirizzo di residenza, un ladro avrebbe le stesse informazioni che compaiono su patente e carta d'identità.

Prima di ogni acquisto importante o di contrarre un mutuo o un finanziamento si consiglia inoltre di verificare presso le centrali rischi la propria posizione personale.

Se si scoprono irregolarità si deve scrivere alla banca o finanziaria che vanta il credito, mettendo per conoscenza la centrale rischi su cui compare la segnalazione anomala, chiedendo la consegna della documentazione sottoscritta per consentire la verifica della regolarità delle sottoscrizioni, contestando il furto di identità e chiedendo l'immediata cancellazione della segnalazione.

Sarà poi necessario denunciare la truffa alle competenti autorità (in caso di "phishing", furto di dati bancari sulla Rete, è competente la polizia postale) e monitorare la cancellazione della segnalazione.

Nel caso in cui questo non succeda oppure la banca o la finanziaria neghino la cancellazione, potrebbe essere necessario far verificare da un esperto grafologo l'autenticità della sottoscrizione e chiedere in via giudiziaria l'annullamento del contratto bancario.

Potrebbe essere contestata al soggetto che ha effettuato la segnalazione una responsabilità extracontrattuale ex art. 2043 c.c., oltre che un illecito trattamento dei dati personali in violazione dei dati personali in contrasto con quanto previsto dal Codice della privacy.

Grava infatti in capo agli intermediari bancari un dovere generale di protezione nei confronti degli utenti dei servizi bancari, anche se non legati da uno specifico rapporto contrattuale.

Da questo dovere discende una particolare diligenza del soggetto che eroga servizi bancari e che quindi segnala propri crediti alle centrali rischi, diligenza che "deve essere riferita non a quella di qualsiasi osservatore di medio interesse e di media diligenza, bensì a quella di un esaminatore attento e previdente, per il maggior grado di attenzione e di prudenza che la professionalità del servizio

consente di attendersi.

La diligenza cui l'accorto banchiere e la banca devono attenersi, dunque, non è quella di cui all'art. 1176 comma 1 c.c., ma precisamente quella del comma 2 dello stesso articolo: la diligenza qualificata di colui che esercita un'attività professionale (si veda ad esempio la pronuncia dell'Arbitro bancario finanziario di Roma del 6 dicembre 2012: in quel caso è stato riconosciuto il danno non patrimoniale subito dal consumatore, quantificato in 10 mila euro).

E' lo stesso principio stabilito dalla Corte di Cassazione con sentenza dell'11 febbraio 2009 n. 3350, con la quale è stato riconosciuto che nell'ipotesi di furto di identità e utilizzazione da parte del reo di un documento altrui in nulla alterato o modificato, al fine di aprire conti correnti ed emettere assegni, la riconoscibilità dell'abuso è da ritenere in re ipsa, e da presumere fino a prova contraria. È a carico della banca, quindi, e non del danneggiato, l'onere di fornire la prova della scusabilità del suo errore (per la somiglianza fra le due persone o per altra causa).

*ufficio legale Movimento Consumatori

* Cosa sono le centrali rischi?

Le centrali rischi sono sistemi di informazioni creditizie, banche dati concernenti richieste/rapporti di credito, gestite in modo centralizzato da una persona giuridica, un ente, un'associazione o altro organismo in ambito privato e consultabile solo dai soggetti che comunicano le informazioni in essa registrate e che partecipano al relativo sistema informativo (banche e società finanziarie, intermediari).

Il sistema può contenere:

- informazioni creditizie di tipo negativo, che riguardano soltanto rapporti di credito per i quali si sono verificati inadempimenti;
- informazioni creditizie di tipo positivo e negativo, che attengono a richieste/rapporti di credito a prescindere dalla sussistenza di inadempimenti registrati nel sistema al momento del loro verificarsi.

Ci sono centrali rischi private e pubbliche.

Le principali sono le centrali rischi della Banca d'Italia, CRIF, CTC ed Experian e la loro funzione dovrebbe essere quella di migliorare il processo di valutazione del merito di credito della clientela, innalzare la qualità del credito concesso dagli intermediari e rafforzare la stabilità finanziaria del sistema creditizio.

Le informazioni creditizie di tipo negativo relative a inadempimenti nei pagamenti non successivamente regolarizzati possono essere conservate nel sistema di informazioni creditizie non oltre 36 mesi dalla data di scadenza contrattuale del rapporto oppure, in caso di altre vicende rilevanti in relazione al pagamento, dalla data in cui è risultato necessario il loro ultimo aggiornamento, o comunque dalla data di cessazione del rapporto.

Il trattamento dei dati personali da parte delle centrali rischi è disciplinato da un Codice di deontologia, promosso dal Garante della privacy e pubblicato con provvedimento n. 8 del 16 novembre 2004.

IL NEGOZIATO TRA USA E EUROPA

Stop al trattato che mercifica i diritti dei popoli

Il TTIP rischia di completare l'opera di deregolamentazione di interi settori economici, rafforzando il potere delle grandi corporation sui cittadini e sulle loro nazioni

Il TTIP, Transatlantic Trade and Investment Partnership, il trattato di libero scambio tra Unione europea e Stati Uniti d'America, lanciato ufficialmente nel luglio 2013 e portato avanti in modo opaco e segreto dalla Commissione europea e dall'Amministrazione statunitense in vista di una sua possibile conclusione a fine 2014, disegna un quadro di pesante deregolamentazione dove obiettivo principale non saranno tanto le barriere tariffarie, già abbastanza basse, ma quelle non tariffarie, che riguardano gli standard di sicurezza e di qualità di aspetti sostanziali della vita di tutti i cittadini: l'alimentazione, l'istruzione e la cultura, i servizi sanitari, i servizi sociali, le tutele e la sicurezza sul lavoro. Con l'alibi di un'omogeneizzazione delle normative e la falsa illusione di risollevare l'economia dell'Europa, si assisterà ad una progressiva corsa verso il basso in cui saranno i cittadini e l'ambiente a farne principalmente le spese in un processo che porterà alla progressiva mercificazione di servizi pubblici e di beni comuni. Un rischio che viene tenuto sottotraccia a causa di trattative svolte a porte chiuse, sotto la forte pressione delle lobby delle industrie private senza un coinvolgimento efficace dei parlamenti e del congresso e senza che i cittadini vengano adeguatamente informati. Tra i principali obiettivi del negoziato, c'è la tutela dell'investitore e della proprietà privata, grazie alla costituzione di un organismo di risoluzione delle controversie, un vero e proprio arbitrato internazionale, cui le aziende potranno appellarsi per rivalersi su governi colpevoli, a loro dire, di aver

ostacolato la loro corsa al profitto. Qualsiasi regolamentazione pubblica che tuteli i diritti sociali, economici e ambientali, con la scusa della tutela della competizione e degli investimenti, rischierà di soccombere dinanzi alle esigenze delle aziende e dei mercati, tutelate da sentenze che saranno a tutti gli effetti inappellabili. Per questo, i sostenitori della campagna "STOP TTIP" (tra cui Movimento Consumatori) hanno deciso di mobilitarsi per opporsi a un disegno politico che ha nella mercificazione dei diritti e nella tutela dei mercati il suo obiettivo principale. I promotori della campagna si appellano a tutte le forze sociali, sindacali e politiche del nostro Paese, perché convergano su una mobilitazione comune per fermare il negoziato TTIP, esattamente come successe alla fine degli anni '90 con l'accordo multilaterale sugli investimenti, nel decennio scorso con la direttiva Bolkestein, o più recentemente con il negoziato Anti-Counterfeiting Trade Agreement (ACTA), il trattato che con la scusa della lotta alla "pirateria" informatica e della salvaguardia del diritto d'autore avrebbe attentato al diritto alla privacy e al libero accesso alla rete dei cittadini. Ribellarsi ora al TTIP, un trattato che antepone la logica del profitto illimitato alla tutela dei diritti inalienabili sanciti formalmente nelle convenzioni europee e internazionali, vuol dire assumersi la responsabilità di determinare un cambiamento che sia a beneficio di tutti e non ad appannaggio dei soliti noti. Per informazioni sulla campagna si può visitare il sito stop-ttip-italia.net.

ALCUNI BUONI MOTIVI PER FERMARE IL TTIP



Sicurezza alimentare: le norme europee su pesticidi, Ogm, carne agli ormoni e più in generale sulla qualità degli alimenti, più restrittive di quelle americane e internazionali, potrebbero essere condannate come "barriere commerciali illegali".

Acqua ed energia: sono settori a rischio privatizzazione. Tutte quelle comunità che si dovessero opporre potrebbero essere accusate di distorsione del mercato.

Servizi pubblici: il TTIP limiterebbe il potere degli Stati nell'organizzare i servizi pubblici come la sanità, i trasporti, l'istruzione, i servizi idrici, educativi e metterebbe a rischio l'accesso per tutti a questi servizi a vantaggio di una privatizzazione che rischia di escludere i meno privilegiati.

Diritti del lavoro: la legislazione sul lavoro, già drasticamente deregolamentata dalle politiche di austerità dell'Unione europea, verrebbe ulteriormente attaccata in quanto potrebbe essere considerata "barriera non tariffaria" da rimuovere.

Finanza: il trattato comporterebbe l'impossibilità di qualsivoglia controllo sui movimenti di capitali e sulla speculazione bancaria e finanziaria.

Brevetti e proprietà intellettuale: la difesa dei diritti di proprietà delle imprese sui brevetti metterebbe a rischio la disponibilità di beni essenziali, quali ad esempio i medicinali generici. Così come la difesa dei diritti di proprietà intellettuale può limitare la diffusione della conoscenza e delle espressioni artistiche.

Gas di scisto: il fracking, già bandito in Francia per rischi ambientali, potrebbe diventare una pratica tutelata dal diritto. Le compagnie estrattive interessate ad operare in questo settore potrebbero chiedere risarcimenti agli Stati che ne impediscono l'utilizzo. In questo modo si violerebbe il principio di precauzione sancito dall'Unione europea, incentivando iniziative economiche che mettono in pericolo la salute umana, animale e vegetale, nonché la protezione dell'ambiente.

Libertà e Internet: i giganti della rete cercherebbero di indebolire le normative europee di protezione dei dati personali per ridurli al livello quasi inesistente degli Stati Uniti, autorizzando in questo modo un accesso incontrastato alla privacy dei cittadini da parte delle imprese private.

Democrazia: il trattato impedirebbe qualsiasi possibilità di scelta autonoma degli Stati in campo economico, sociale, ambientale, provocando la più completa esautorazione di ogni intervento da parte degli enti locali.

Biocombustibili: il TTIP attraverso l'armonizzazione delle normative europee in ambito energetico, incentiverebbe l'importazione di biomasse americane che non rispettano i limiti minimi di emissione di gas a effetto serra e altri criteri di sostenibilità ambientale.

ALIMENTAZIONE

Gli italiani scelgono più equo e più bio

Malgrado la crisi, per questi prodotti si registra un considerevole incremento nelle vendite. Segno che i consumatori cercano di ridurre le spese, senza rinunciare ad un cibo buono e "pulito"



Foto: Eduardo Martino

Crisi economica: non tutto il male viene per nuocere, almeno secondo alcuni dati sui consumi alimentari. Che sì, segnano un'importante contrazione, ma indicano anche uno spartiacque tra chi, per arrivare a fine mese, corre alla ricerca delle ultime promozioni e non guarda alla qualità di ciò che acquista e chi invece si ferma a pensare a come ridurre le spese senza rinunciare però ad un cibo buono e "pulito". Così, il settore registra un salto indietro di 30 anni con una contrazione importante sul pesce fresco (-20%), la pasta (-9%), il latte (-8%), l'olio extravergine di oliva (-6%), la carne (-2%) per fare solo alcuni esempi (dati ISMEA Coldiretti - marzo 2014).

Ma il comparto del bio cresce a 2 cifre (più 20%) così come il commercio equo certificato Fairtrade (il marchio di certificazione internazionale rappresentato nel nostro Paese dall'omonimo consorzio cooperativo e di cui Movimento Consumatori è socio), registra un incremento a valori di quasi il 17% rispetto al 2012.

Nello stesso anno Nielsen (leader mondiale nelle informazioni di marketing e nella rilevazione di dati sui consumi e sull'utilizzo dei media) aveva fotografato la situazione dei cittadini a livello globale nella ricerca Global Corporate Citizenship: il 64% dei consumatori under 40 e il 46% dei consumatori globali era disposto a spendere di più per prodotti di aziende socialmente responsabili. E l'Italia registrava la più alta percentuale in Europa di consumatori etici.

Nel 2012, i gruppi di acquisto solidale hanno superato quota 900 con un fatturato di oltre 40 milioni di euro. Sempre Fairtrade Italia ha annunciato un valore retail (ovvero di prodotto distribuito nei supermercati) di 76 milioni di euro. La crisi spinge, quindi, molti a tornare sul senso del proprio acquisto e a rinunciare a ciò che si ritiene superfluo: i prodotti trasformati vengono abbandonati, ad esempio, perché le persone riscoprono la voglia di fare da sé.

Così proliferano i corsi per la panificazione in casa, quelli di cucina, come pure lo scambio gratuito di competenze, di tempo, di case per le vacanze, all'insegna della condivisione, ma anche del riutilizzo.

Il motto è quello dello "Spreco Zero", inventato da Last minute market, l'iniziativa ideata da Andrea Segrè dell'Università di Bologna per combattere lo spreco del cibo (100 chilogrammi pro capite l'anno è il dato italiano). E ora anche il mondo del biologico ci pensa, con l'avvio, a Padova, città pilota italiana, di "Ultimo minuto bio", un progetto per la vendita scontata di prodotti biologici prossimi alla scadenza. La più recente di queste ricerche è quella commissionata - sempre da Fairtrade a Nielsen - per indagare il profilo dei consumatori etici e presentata a giugno di quest'anno. Un campione di 1000 persone responsabili di acquisto (75% donne) di età compresa tra i 25 e i 65 anni era chiamato a rispondere ad una serie di domande circa il proprio atteggiamento nei confronti dei marchi etici. Mentre il 97% ha

* Chi è Fairtrade

Fairtrade è il marchio internazionale di certificazione etica più riconosciuto al mondo. Il suo obiettivo è quello di supportare i produttori più svantaggiati dei Paesi in via di sviluppo, rendendoli capaci di entrare nel sistema commerciale in condizioni di trasparenza e correttezza e migliorando così i loro standard di vita. Attualmente continua l'impennata dei suoi prodotti, il cui valore cresce del +16,7% nel 2013, raggiungendo i 76 milioni di euro. E' questo uno dei dati più importanti che emerge dalla pubblicazione del "Report di attività 2013" di Fairtrade Italia, presentato recentemente. Il prodotto Fairtrade più venduto continua ad essere la banana, che aumenta complessivamente del +8%, sfiorando le 9 mila tonnellate. In particolare, di queste la quota del biologico cresce del +13%: ad oggi 6 banane bio su 10 hanno anche la certificazione del commercio equo. Registrano segnali positivi anche i volumi dei prodotti dolciari realizzati con mix di ingredienti Fairtrade: +52%, valore che esprime solo le potenzialità di sviluppo della categoria. Positivo anche il +15% del caffè, che raggiunge le 550 tonnellate (caffè verde). Presentati anche per la prima volta in Italia i programmi Fairtrade per il cacao, zucchero e cotone denominati "Fairtrade sourcing programs", che permetteranno alle aziende di acquistare quantitativi di queste materie prime per alcune tipologie di prodotto o per l'intera produzione aziendale a condizioni Fairtrade. I modelli rappresentano una modalità nuova di collaborazione che apre la strada all'innovazione di prodotto, dove una componente Fairtrade può diventare caratterizzante per la proposta commerciale, secondo un modello di responsabilità sociale d'impresa. "Fairtrade è un circuito virtuoso che continua a registrare segnali positivi - ha dichiarato Paolo Pastore, direttore operativo di Fairtrade Italia - Il trend di sviluppo ci incoraggia a portare avanti il lavoro svolto negli ultimi anni. Questo accade nei 20 anni dalla nostra fondazione, che festeggeremo ad ottobre, e ci dà piena soddisfazione rispetto ai risultati raggiunti".

dichiarato di leggere con attenzione le etichette degli alimenti, per verificare l'origine di un prodotto, il 65% conosce la categoria e la considera affidabile (41%). In sede di intervista inoltre il 90% delle persone ha familiarità con le caratteristiche del commercio equo ed è informata rispetto al fatto che si tratta di prodotti distribuiti e realizzati con attenzione alle condizioni sociali dei produttori e dei lavoratori, oppure che assicurano un prezzo giusto all'origine della filiera. Rispetto a Fairtrade, gli intervistati dichiarano di aver conosciuto il marchio principalmente attraverso i prodotti, ovvero dalle etichette, ma anche la comunicazione risulta un vettore importante per la diffusione dell'informazione. Secondo Nielsen, infine, il marchio di certificazione del commercio equo è riconosciuto da un consumatore etico molto consapevole, che comprende il valore del brand e lo colloca correttamente all'interno della categoria.

Il problema principale per la diffusione di questi prodotti risulta essere la loro reperibilità, ma anche il fatto che all'interno dello scaffale dei supermercati risultano invisibili. Ecco che Fairtrade ha chiesto al proprio panel di intervistati qualche suggerimento per migliorare la riconoscibilità del marchio: aumentare la visibilità a punto vendita, attraverso assaggi e angoli dedicati a questo tipo di prodotto; investire nella comunicazione pubblicitaria, ma anche in nuovi canali; aumentare la competitività dei prezzi che ad oggi sono un ostacolo all'acquisto dei prodotti certificati.

testo a cura di Fairtrade Italia

Consumers' approfondimenti

PARLIAMONE



Dati personali, un regolamento per il loro trattamento e la loro circolazione

di Gustavo Ghidini*

Regole sulla raccolta e sull'utilizzo di dati personali e sensibili sono un tema caldo. La questione è ancora più rilevante se si considera la mole di dati personali che vengono acquisiti attraverso i social e le applicazioni per smartphone e tablet. Dati che, quando vengono profilati e aggregati diventano, non solo strumenti atti a prevedere e influenzare i comportamenti degli utenti ma un "prodotto" sul mercato. Su questo fronte il diritto appare in ritardo. Fino ad oggi, quel mercato e quel potere sono stati individuati in relazione alla massa e al tipo di dati raccolti con l'adesione degli utenti a servizi a pagamento. Non per il mercato dei dati raccolti con adesione a offerte apparentemente gratuite. L'utente paga quei servizi con la moneta dei propri dati, spesso aderendo all'offerta senza consapevolezza delle modalità con cui questi verranno trattati, e degli scopi per i quali verranno impiegati. E se la responsabilità è spesso imputata all'interessato, è altresì vero che le privacy policies non sono di facile comprensione. Le conseguenze si traducono in un aumento dei dati raccolti dalle imprese così come della possibilità di sfruttare i dati raccolti in misura sconfinata: anche offrendo servizi a pagamento basati sullo sfruttamento dei dati acquisiti tramite offerte "gratuite". Vantaggi competitivi violando il principio di non eccedenza sancito dall'art 6 della direttiva 95/46/

CE. Tuttavia si è posta l'attenzione sul fatto che molti di questi dati, entrano nella disponibilità di grandi compagnie e rendono difficile offrire servizi alternativi o competitivi, per chi volesse fare il suo ingresso sul mercato. Il problema di questo tipo di competizione è la non replicabilità del potere di mercato: questi portali e servizi web realizzano la loro funzione grazie ad una massiccia diffusione tra gli utenti in modo apparentemente gratuito. I fattori di competizione su questo mercato sono costituiti dalla diffusione e, di recente, dalla protezione garantita agli utenti. Sebbene quella della diffusione sia una vera e propria barriera all'ingresso nel mercato dei servizi web, la competizione in questo senso è sostenuta anche attraverso le privacy policies. Se da una parte questa situazione potrebbe spingere le aziende a realizzare competizione riguardo a un miglioramento delle misure di riservatezza dei dati, dall'altra parte ci si è chiesti se non sia opportuno un intervento normativo. Il Garante europeo sollecita una congiunta attenzione e azione delle autorità di difesa della privacy, dei consumatori e della concorrenza. È in quest'ottica si muove la proposta di regolamento del Parlamento europeo e del Consiglio in materia di tutela di trattamento e circolazione dei dati che auspichiamo sia seguita anche dalla nostra AGCM e dal nostro Garante della privacy.

*presidente onorario Movimento Consumatori

* Domande e risposte

Attualmente state realizzando iniziative che Asiano d'aiuto alle famiglie per fronteggiare i diversi problemi legati alla crisi?

Maria Assunta Loi - Sassari

L'attuale crisi economica che si protrae ormai da diversi anni ha colpito gravemente i cittadini e, in particolare, le famiglie. Una situazione questa che è andata progressivamente peggiorando, soprattutto per le famiglie a reddito fisso, che hanno conosciuto una contrazione sempre più marcata del proprio potere di acquisto. La realtà, infatti, è che oggi una famiglia su tre non riesce a far fronte alle esigenze essenziali. Per questo MC ha realizzato insieme ad altre associazioni di consumatori il progetto "Salva Famiglie", finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico. Questa iniziativa nasce dalla constatazione che, il cittadino-consumatore italiano vive in una condizione di forte difficoltà economica e sociale, e che questa situazione viene raccolta e, talvolta, amplificata all'interno della famiglia come primo e principale nucleo aggregativo di comunità. Partendo da queste considerazioni le associazioni promotrici del progetto Adoc, Adusbef, Asso-consum, Federconsumatori e Movimento Consumatori, intendono fornire le informazioni e gli strumenti utili ad aumentare la conoscenza dei consumatori riguardo ai propri diritti e agli strumenti di tutela di cui dispongono, concentrandosi principalmente su tre categorie di prodotti/ servizi che quotidianamente interessano la vita delle famiglie dei consumatori: acquisti, casa, portafoglio. Nell'ambito del progetto, sono state recentemente pubblicate sul sito www.salvafamiglie.it e sui siti tematici creati per l'iniziativa utili guide che si possono scaricare e stampare per averle sempre a portata di mano. Le guide trattano ognuna argomenti diversi: dall'abbigliamento ai giocattoli, dal condominio alle utenze, dagli investimenti alle polizze vita, fino ad arrivare ad un vademecum sull'accesso al credito e su come evitare il rischio indebitamento. Sono ricche di consigli e rappresentano dei validi strumenti di informazione per i consumatori.

* Laogai Research Foundation a cura di Francesca Romana Poleggi

Nel numero scorso, abbiamo cominciato a parlare della sicurezza alimentare in Cina e delle notizie allarmanti che ci giungono grazie a coraggiosi reporter come Zhou Qing. Due programmi televisivi della CCTV hanno denunciato, pochi anni fa, funghi resi lucidi con etilendiamina e rongalite, sostanze gravemente nocive alla salute. Anche il tè è risultato adulterato: dopo una denuncia proveniente da una consumatrice americana, alcune società produttrici sono state coinvolte in un'inchiesta che ha evidenziato come la presenza eccessiva di fluoruro nel tè possa danneggiare la struttura ossea umana. In Cina addirittura il sale da cucina è risultato spesso gravemente adulterato. Se poi si tratta di prodotti semilavorati, o conservati, o piatti pronti, la situazione assume tinte addirittura paradossali: il Sudan Red è stato ritrovato nelle uova d'anatra, degli stock di melanzane sono stati tinteggiati con un colorante artificiale che ha provocato allergie, asma, cefalea e tremore; nel miele è stato trovato cloramfenicolo: nel Regno Unito, la Food Standard Authority ha vietato la vendita del miele cinese; la salsa di soia è risultata essere il prodotto della fermentazione di ... capelli umani. Per ottenere verdure "pulite" gli agricoltori usano sostanze vietate come l'organofosforo e il cloro organico. Per garantire la quantità vengono usati ormoni o altre sostanze stimolanti per mettere sul mercato carne, frutta e verdura nel più breve tempo possibile. Sono stati scoperti allevamenti di anguille nelle cui vasche erano disciolti chili di pillole anticoncezionali: gli ormoni contenuti nelle stesse ne favorivano la crescita. Il Giappone, che - come nota Qing - da sempre considera la Cina come il proprio orto, dai primi anni del XXI secolo ha riscontrato che i farmaci presenti nella verdura surgelata importata dalla Cina sono in misura ben 180 volte superiore alla norma.

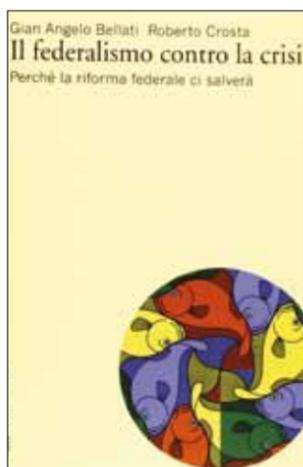
<http://www.laogai.it>

Tra le righe di Lorenzo Miozzi, presidente Movimento Consumatori

Il buon federalismo e la legalità condivisa

Da tempo ormai tutto gira intorno alla crisi, una crisi non solo economica, ma anche dell'intero sistema finanziario che ha forti ripercussioni sociali per il nostro Paese e che determina un continuo stato d'allerta e l'adozione di provvedimenti accomunati da un inesorabile "ri-accentramento" delle risorse pubbliche e da una battuta d'arresto del processo federalista. Questo libro intende invece dimostrare che il federalismo ha il merito di sviluppare l'efficienza e la qualità nell'amministrazione della cosa pubblica, di favorire la competitività del sistema locale e, quindi, di conseguenza, del sistema europeo nel suo insieme.

Un processo, quindi, su cui puntare, perché - volendo usare le parole degli autori - la riforma federale ci salverà.



Gian Angelo Bellati, Roberto Crosta
Il federalismo contro la crisi
Marsilio
160 pagine - 16,00 euro

Un libro che racconta storie di uomini e di donne che hanno lottato e vinto contro la violenza, il malaffare e l'omertà. Insieme hanno alzato la testa e insieme ce l'hanno fatta. L'essenza di questo libro è nel suo titolo: la legalità del noi vuol dire essere uniti per vincere contro la criminalità organizzata. Come ha fatto Ercolano, prima città del sud nel quale il pizzo è stato dichiarato fuorilegge; grazie all'impegno e al coraggio dei cittadini, delle istituzioni e delle forze dell'ordine. Come il caso della Calcestruzzi Ericina di Trapani che faceva gola alla mafia, riscattata invece dalla cooperativa di ex dipendenti dell'azienda. Storie di intere comunità che riaffermano con forza la cultura della legalità e che insegnano che insieme si è in grado di sconfiggere anche chi finora l'ha fatta da padrone.



Gianni Bianco, Giuseppe Gatti
La legalità del noi
Città Nuova
184 pagine - 12,00 euro

Consumers' notizie

Consumo consapevole

MC e Heineken ancora insieme per promuovere il bere responsabile



Mondo Ichnusa
Edizione 2014
25 e 26 luglio

Marina di Torregrande (Oristano)

Dopo il successo ottenuto negli anni passati da questa iniziativa di Heineken e Movimento Consumatori, presentata per la prima volta nel 2011, "Operazione gratta la risposta" è tornata anche in occasione di alcune delle partite principali della Coppa del Mondo, momenti che potevano essere di grande entusiasmo e in cui il rischio di comportamenti poco responsabili poteva essere più elevato. L'obiettivo dell'iniziativa, infatti, è ogni volta quello di invitare i giovani – e non solo – ad un momento di riflessione sui pericoli connessi all'abuso di alcol e alla guida in stato di ebbrezza.

Fino alla fine del mese di giugno scorso, gli operatori del Movimento Consumatori si sono recati in alcune delle principali zone della movida milanese (dai Navigli a Sempione, fino al "Villaggio dei Mondiali" in piazza Castello) e durante la serata hanno coinvolto il popolo della notte, distribuendo card e regalando etilometri monouso.

Gli operatori MC hanno proposto una rosa di sei domande sui temi del consumo responsabile, aiutandosi con delle apposite card sulle quali erano stampate, oltre alla domanda, anche una serie di risposte, sia giuste sia sbagliate.

Per scoprire la risposta esatta al quesito, bisognava grattare l'apposita banda collocata sul retro della cartolina, sotto alla quale era indicato anche il riferimento al sito Internet dedicato www.beviresponsabile.it e al sito www.movimentoconsumatori.it.

Questa modalità ha permesso di sensibilizzare in maniera ludica il pubblico che, pur non sentendosi giudicato, ha potuto riflettere sulle proprie abitudini, anche mediante il supporto dell'etilometro che permette di misurare contestualmente il proprio livello alcolemico e di riconoscere i limiti.

"Operazione gratta la risposta" rientra all'interno di un lungo percorso di Heineken finalizzato alla promozione del consumo responsabile, un impegno che da oltre dieci anni vede il gruppo in prima linea nell'attivazione di iniziative di sensibilizzazione e nella realizzazione di specifiche campagne di advertising e di comunicazione divenute popolari.

Dopo questo appuntamento milanese, "Operazione gratta la risposta" sarà anche a "Mondo Ichnusa 2014", l'ormai famoso evento musicale che si terrà il 25 e il 26 luglio prossimi, in Sardegna, a Marina di Torregrande (provincia di Oristano).

Nei due giorni di musica, gli operatori specializzati dell'associazione coinvolgeranno il pubblico con un simpatico quiz sul bere responsabile, proponendo alcune riflessioni sui pericoli legati all'abuso di alcol e alla guida in stato d'ebbrezza.

* In evidenza

Tutela del credito: forum UNIREC e AACC

L'Unione Italiana delle Imprese a Tutela del Credito e le associazioni dei consumatori Adiconsum, Cittadinanzattiva, Federconsumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, hanno avviato il Forum della Tutela del Credito, un tavolo di lavoro strutturato tra imprese e consumatori.

Alla luce del ruolo economico, sociale e strategico per l'economia del Paese svolto dal settore, imprese e consumatori coinvolti direttamente si sono strutturati, attraverso le loro rappresentanze, per affrontare insieme in maniera più efficace le tematiche di comune interesse. Per questo, è stata istituita una collaborazione permanente basata su priorità precise, basilari e imprescindibili, definite e condivise da tutti i partecipanti:

- deontologia e trasparenza nella relazione con i consumatori, attraverso la condivisione di un codice deontologico e di un codice comportamentale;
 - divulgazione delle buone prassi e istituzione della conciliazione paritetica, accessibile direttamente dai consumatori per affrontare e risolvere eventuali controversie;
 - definizione di regole certe per gli operatori con il Ministero dell'Interno, che negli anni ha protetto il settore da infiltrazioni illecite: si chiederà al Ministero l'emissione di una circolare volta a sistematizzare la normativa esistente e a validare le buone prassi condivise;
 - formazione e professionalità degli operatori del settore: individuazione di percorsi formativi che dovranno essere validati dal Ministero dell'Interno e certificati da enti terzi.
- Per avere informazioni più dettagliate sull'iniziativa si può visitare il sito Internet www.unirec.it, il sito www.movimentoconsumatori.it, oppure quelli delle altre associazioni di consumatori aderenti al forum.



* Dalle sezioni

Torino

Diritti passeggeri: MC dà assistenza

L'entrata in vigore del decreto legislativo n. 70/2014 ha attribuito all'Autorità dei trasporti, che ha sede a Torino, il potere sanzionatorio sulle imprese ferroviarie in caso di violazione dei diritti dei passeggeri.

L'Autorità è ora tenuta ad adottare procedure, anche telematiche, per la ricezione delle segnalazioni.

"Finalmente Trenitalia dovrà impegnarsi a rispettare standard di qualità del servizio europei non solo nell'alta velocità, ma anche in ambito di trasporti regionali", ha commentato Marco Gagliardi, responsabile del settore Trasporti MC.

Le sedi di Movimento Consumatori Piemonte (indirizzi su <http://piemonte.movimentoconsumatori.it>) informano i cittadini che forniscono assistenza sia nella compilazione dei reclami contro Trenitalia e altri gestori, sia nella raccolta delle segnalazioni all'Autorità dei trasporti.

torino@movimentoconsumatori.it

Caserta

Energia: giornata consumatore informato

Il 1° luglio scorso, Movimento Consumatori Caserta ha incontrato i cittadini e ha offerto aiuto agli utenti alle prese con problemi legati alle forniture di luce e gas. In questa "Giornata del consumatore informato", realizzata nell'ambito del progetto "Energia: Diritti a Viva Voce", gli operatori MC sono stati presenti nella Sala della Biblioteca Diocesana in via Redentore, diffondendo materiale informativo e fornendo consulenze ai cittadini su conguagli, errori di fatturazione, consumi non effettuati, contratti non richiesti, truffe, ecc. Lo scopo di questa iniziativa è fornire agli utenti un'adeguata conoscenza dei propri diritti in materia di energia e aiutarli a risolvere problemi con le utenze di luce e gas, dandogli efficaci strumenti di difesa. Per ulteriori informazioni sul progetto "Energia: Diritti a Viva Voce" si può contattare la sezione di Movimento Consumatori Caserta o visitare il sito Internet www.energiadirittivivoce.it.

caserta@movimentoconsumatori.it

Andria

Regole per i condizionatori d'aria

Se si ha intenzione di farsi installare un condizionatore d'aria è importante tenere presente alcune regole importanti. In seguito all'introduzione delle norme di cui al D.P.R. n. 43/2012 recante attuazione del Regolamento (CE) n. 842/2006, è previsto che le apparecchiature contenenti F-GAS, tra le quali climatizzatori e "split", debbono essere installate (e sottoposte a manutenzione) esclusivamente da personale certificato e da aziende qualificate iscritte nel Registro Nazionale FGAS. Le sanzioni (pecuniarie e penali) previste a carico degli utenti/cittadini che si rivolgono a soggetti non autorizzati risultano particolarmente pesanti. Confartigianato promuove una campagna di sensibilizzazione, anche a mezzo volantaggio nelle aree adiacenti ipermercati e rivenditori di apparecchi tecnologici, per una adeguata informazione sui rischi derivanti da incauti acquisti e installazioni, in collaborazione anche con MC.

andria@movimentoconsumatori.it

Consumers' iniziative

UNA CAMPAGNA PER LA SICUREZZA DEGLI UTENTI DELLA STRADA

Torna "Siamo tutti pedoni"



600 morti e 20.000 feriti ogni anno. Sono le cifre dei pedoni vittime della strada in Italia. Sono cifre da bollettino di guerra. Anzi, peggio, se si pensa ad esempio che le vittime occidentali della guerra in Afghanistan sono meno della metà. Le tragedie che riguardano i pedoni sono particolarmente odiose perché chi cammina è la tipologia di utente più debole sulla strada. E deboli tra i deboli sono gli anziani che rappresentano più del 50% delle vittime.

Ridurre la strage di chi cammina richiede interventi a diversi livelli, ma prima di tutto a cambiare deve essere la cultura

di chi guida, che vede in chi cammina soprattutto un ostacolo. Basti pensare che un terzo dei pedoni viene ucciso mentre attraversa sulle strisce.

Per questo è tornata la campagna "Siamo tutti pedoni". Per accrescere la sensibilità sociale ai problemi di chi si muove a piedi, cioè tutti, chi più chi meno, e richiamare quindi tutti ad un maggiore senso di responsabilità.

Tanti i testimonial sostengono "Siamo tutti pedoni", prestando il proprio volto e le proprie parole: dal giornalista Massimo Gramellini al comico Vito, passando per lo scrittore Valerio Varesi. Dagli attori di "Un posto al sole" Lucio

Allocca e Germano Bellavia ai segretari nazionali dei sindacati dei pensionati, Carla Cantone, Gigi Bonfanti e Romano Bellissima. Ai personaggi reali si affiancano personaggi di fantasia, ma di grande impatto come Diabolik, Dylan Dog e Lupo Rosso.

La campagna stimola la riflessione anche attraverso il sorriso amaro suscitato dalle vignette e dalle illustrazioni di alcuni dei maggiori autori italiani: Vauro, Pirlinini, Jezek, Gomboli, Mausoli, Ricci e Mencherini. Per chi vuole approfondire l'argomento il libretto contiene invece alcuni testi dei maggiori esperti italiani sul tema: Sergio Dondolini, direttore generale della sicurezza stradale del Ministero dei Trasporti; Marco Giustini dell'Istituto Superiore di Sanità; Giulietta Pagliaccio, Presidente FIAB; Dario Mannetti, presidente dell'associazione "La Città Possibile" e autore dell'omonimo libro; Mauro Palazzi dell'AUSL della Romagna.

La campagna è promossa da una vasta rete di istituzioni, associazioni (tra cui Movimento Consumatori) e aziende sanitarie. Oltre 300 soggetti coordinati del Centro Antartide di Bologna, con il sostegno dell'Osservatorio per l'educazione stradale e la sicurezza dell'Emilia Romagna e dei sindacati pensionati Spicgil, Fnp-Cisl e Uilp-Uil. Importantissimo anche il ruolo di 150 emittenti radiotelevisive che trasmetteranno gratuitamente lo spot registrato appositamente per la campagna da Piero Angela.

Perché, come dice un noto proverbio, "se si sogna da soli è solo un sogno, se si sogna insieme è la realtà che comincia". Per ulteriori informazioni si può visitare il sito Internet www.siamotuttipedoni.it.

* Dire, fare, riciclare

Vacanze ecologiche anti crisi

L'utilizzo dei materiali di riciclo per realizzare oggetti di design è stato sdoganato ormai da anni, anzi, il fatto che un oggetto sia creato utilizzando solo materie arrivate a fine vita e rigenerate, lo rende ancor più lodevole.

Oggi c'è solo l'imbarazzo della scelta e Comieco lo dimostra con l'ultima uscita delle monografie dell'Altra faccia del macero dedicata al Tempo Libero.

Con la bella stagione, non potevano mancare gli accessori in cartone per il tempo libero in fibra riciclata e riciclabile, con un occhio all'ambiente e al portafoglio.

Dalla pic-nic box, passando alle valigie di cartone in chiave contemporanea e a qualche sacca più o meno colorata per vivacizzare le passeggiate all'aria aperta.

Ecobussola, macchina fotografica e occhiali da sole in carta riciclata saranno i compagni di viaggio all'insegna del glamour e della sostenibilità economica ed ambientale.

In caso di visite inaspettate si possono ospitare gli amici utilizzando il letto in cartone, facile da smontare e riporre, la lampada di design e aggiungere delle comode grucce nell'armadio. Durante le vacanze, ed in generale durante il tempo libero, non è possibile trascurare l'aspetto ludico: racchette da ping pong, carte da gioco, burattini, fino all'intramontabile calcio balilla sono solo alcuni dei prodotti che terranno compagnia ai vacanzieri.

Se poi con chi parte viaggia anche l'amico a quattro zampe ci sono a disposizione cucce, tiragraffi, scatole-gioco, per un'estate all'insegna del divertimento anche con i compagni animali più fedeli.

Per chi fosse rimasto incuriosito, c'è la possibilità di collegarsi al sito Internet di Comieco e sfogliare l'Altra faccia del macero dedicata al Tempo libero per continuare a stupirsi.

www.comieco.org



FOCUS FAIRTRADE

Fairtrade aderisce a Libera

L'uomo, la sua dignità e la sua libertà, il diritto di progettare il proprio futuro sono al centro del commercio equo, contro ogni tipo di sfruttamento e marginalità. Nei Paesi in via di sviluppo le mafie si presentano sottoforma di intermediari commerciali, i coyotes, che impongono prezzi, prebende a loro favore o taglieggiano. Oppure come monopolisti che sfruttano i lavoratori. Anche da noi le mafie sono simili: non solo prosperano là dove non c'è lavoro, dove le persone sono costrette a scorciatoie illegali per sopravvivere, ma lo inquinano anche dove è presente entrando con i loro capitali illeciti nel tessuto produttivo, praticando l'usura, coltivando la

collusione. Fairtrade Italia ha così deciso di aderire a Libera, che da decenni ha il merito di impedire che le mafie siano considerate un fatto normale con il quale le istituzioni, l'imprenditoria e la società devono convivere, se non addirittura trattare. No, le mafie sono un bubbone da estirpare, ci tolgono il futuro. I principi di equità, trasparenza, rispetto del lavoro e tutela dell'ambiente sono fondamentali per un territorio, generano lavoro e occupazione. Allo stesso modo in cui Fairtrade da anni pratica un commercio giusto grazie al quale le comunità locali traggono benefici, così Libera in Italia ha saputo anche essere nuova forma di economia: con il sistema di Libe-

ra Terra e Libera Terra Mediterraneo le produzioni agricole sono tornate a fiorire nei terreni confiscati alle mafie. La legalità ha così dimostrato di produrre reddito: Fairtrade lo rende possibile nei Paesi in via di sviluppo, la rete Libera in Italia. L'adesione di Fairtrade è legata al fatto di condividere la stessa visione della società, ma anche alla speranza di sviluppare prodotti equi che mettano assieme materie prime del sud del mondo ottenute nel rispetto degli standard di Fairtrade con i prodotti agricoli di migliaia di giovani siciliani, campani, pugliesi, calabresi (ma dovremo parlare anche di regioni del nord), ora forti e autonomi nei presidi liberati dalle mafie.

Consumers' magazine

CONSUMERS' MAGAZINE - Periodico mensile
Registrazione del Tribunale di Roma n. 464
dell'8 ottobre 2007

MOVIMENTO CONSUMATORI - ASSOCIAZIONE
via Piemonte, 39/A - 00187 ROMA

Direttore responsabile: Rosa Miracapillo

A cura di Angela Carta e Piero Pacchioli

Progetto grafico: GIPSI Soc. Coop. Sociale ONLUS
via G. Gerlin, 16/8 - 30173 Mestre Venezia

Stampa: CENTRO SERVIZI EDITORIALI S.r.l.
via del Lavoro, 18 - 36040 Grisignano di Zocco

Consumers' news

LE NOTIZIE DEI CONSUMATORI



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

insieme per una società responsabile



Consumers' news La Newsletter del **MOVIMENTO CONSUMATORI**

Fonsai **E' ancora possibile costituirsi parte civile**
MC ha già raccolto oltre 200 costituzioni di parte civile di azionisti. La stessa MC si è costituita parte civile. Il tribunale ha rinviato il processo per valutare la legittimità delle costituzioni di parte civile depositate.
[Leggi l'Articolo](#)

ABI-Consumatori **Intesa su trasparenza polizze**
Sempre più trasparenza e concorrenza per le polizze assicurative per mutui e altri finanziamenti. Questo l'obiettivo del protocollo d'intesa firmato da Abi, Assofin e le associazioni dei consumatori.
[Leggi l'Articolo](#)

Iscriviti alla nostra Newsletter Consumers' news

Riceverai ogni settimana aggiornamenti puntuali sulle attività e sulle iniziative del Movimento Consumatori, le ultime news sui consumi e le promozioni, le convenzioni e i servizi offerti dalla nostra associazione. Per iscriverti: <http://www.movimentoconsumatori.it/signup.asp>. L'iscrizione è semplice e gratuita. E puoi decidere di cancellarti in ogni momento.

TUTTI I CITTADINI SONO SOPRATTUTTO CONSUMATORI. TUTTI I CONSUMATORI HANNO DIRITTI

Movimento Consumatori è un'associazione autonoma e indipendente senza fini di lucro, nata nel 1985 per iniziativa di un gruppo di cittadini e di esperti. Si propone di offrire ai cittadini migliori condizioni di consumo, cercando di influenzare le controparti istituzionali e private affinché forniscano servizi e prodotti adatti alle esigenze degli utenti. MC aiuta, segue e consiglia i propri soci con servizi di consulenza specializzati, li rappresenta presso organismi pubblici e privati, erogatori di servizi e fornitori di beni, e li sollecita a prendere coscienza dei propri diritti e delle proprie responsabilità. Le 60 sedi sul territorio nazionale erogano sia un servizio di informazione e orientamento sui diritti dei consumatori, sia consulenza e tutela legale ex-post. Il Movimento Consumatori mette a disposizione dei soci i seguenti servizi di consulenza: assicurativa, conciliazione (Fastweb, Postemobile, Telecom-Tim, TeleTu, Vodafone, Wind, A2A, Edison, Enel, Eni, Sorgenia, Alitalia, Assotravel, Astoi, Trenitalia, Bancoposta, Intesa San

Paolo, MPS, Ania, Poste Vita, Unipol, Poste Italiane), ecologia quotidiana, immobiliare e condominiale, legale, fiscale e tributaria, pratiche commerciali e pubblicitarie scorrette, sicurezza alimentare, rapporti con le banche, risparmio e investimento, salute e sanità, diritti del malato, farmaci, sicurezza domestica, SOS turista, utenze, trasporti e servizi pubblici. L'associazione collabora a livello nazionale e internazionale con altri enti non profit e istituzioni impegnati nella tutela degli interessi dei cittadini consumatori-utenti. MC è membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti, membro della Federazione Arci, membro del Comitato editoriale di Vita, socio dell'Associazione Valore Sociale, socio di Consumers' Forum, di Fairtrade Italia, del Forum per la Finanza Sostenibile, socio del Forum del Terzo Settore, sostenitore della campagna Sbilanciamoci! che elabora alternative sostenibili per una spesa pubblica che favorisca i diritti e la solidarietà e sostenitore del Comitato TV e Minori.

diventa socio

Movimento Consumatori si finanzia attraverso la partecipazione a progetti assegnatigli dalle pubbliche istituzioni e attraverso le quote associative. Iscrivendoti a MC nazionale sarai:

TUTELATO: avrai diritto a un qualificato servizio di consulenza legale in caso di violazione dei tuoi diritti di consumatore, per esempio in materia di contratti, utenze (telefonia, energia elettrica, gas, acqua, etc.), acquisti in garanzia, vacanze rovinare, disservizi pubblici (trasporti, poste), multe e cartelle esattoriali, etc.

INFORMATO: riceverai in abbonamento direttamente a casa tua Consumers' magazine, il nostro periodico, per essere sempre informato con notizie dal mondo del consumerismo.

AGGIORNATO: riceverai Consumers' news, la newsletter che ti aggiorna sulle iniziative di Movimento Consumatori.

Puoi diventare:

Socio Sostenitore - quota 35 euro - iscritto a Movimento Consumatori nazionale con diritto alla consulenza legale, all'abbonamento a Consumers' magazine e alla newsletter Consumers' news. I servizi hanno durata biennale.

Puoi versare la quota associativa tramite:

bollettino postale c/c n° 66.700.709;

bonifico bancario BANCOPOSTA - IBAN: IT 36 N 07601 03200 0000 66700709 intestato a: **Movimento Consumatori** - Sede nazionale - via Piemonte, 39/A - 00187 Roma.

Puoi utilizzare anche la carta di credito, pagando on line su <http://www.movimentoconsumatori.it/associarsi.php>.

Per attivare il prima possibile il sistema di tesseramento invia un'email, confermando i tuoi dati a tesseramento@movimentoconsumatori.it.

Per maggiori informazioni puoi telefonare allo **06 4880053**.

* Sezioni e sportelli

ABRUZZO

Chieti, tel. 388 4079131
Pescara, tel. 085 297233

CALABRIA

Lamezia - Vibo, tel. 320 2295896
Mendicino, tel. 346 8740433
Reggio Calabria, tel. 329 8487688

CAMPANIA

Benevento, tel. 0824 975431
Caserta, tel. 0823 1970205
Napoli, tel. 0823 1970205

EMILIA ROMAGNA

Bologna, tel. 051 277111
Modena, tel. 059 3367171

LAZIO

Roma, tel. 06 64771284
Roma Capitale, tel. 06 4067413
Sede distaccata Municipio I, tel. 06 39735013
Tivoli, tel. 0774 334270

LIGURIA

Genova, tel. 010 0982191
Sanremo, tel. 0184 597675
Savona, tel. 340 0759343
Valdimagra, tel. 018 7626660

LOMBARDIA

Bergamo, tel. 035 0277412
Lecco, tel. 0341 365555
Milano, tel. 02 80583136
Varese, tel. 0332 810569

MARCHE

Macerata, tel. 0733 236788

MOLISE

Campobasso, tel. 0874 411086

PIEMONTE

Cuneo, tel. 0171 602221
Torino, tel. 011 5069546
Valsesia, tel. 0163 833420

PUGLIA

Andria, tel. 0883 591030
Bari, tel. 080 2026822
Brindisi, tel. 0831 523190
Foggia e provincia, tel. 0882 223774
Lecce, tel. 0832 399128
Molfetta, tel. 080 3354776
Noci, tel. 334 9043239
Trani, tel. 347 8006116

SARDEGNA

Assemini, tel. 070 9459025

SICILIA

Caltanissetta, tel. 339 2046198
Catania, tel. 340 8935897
Messina, tel. 090 2924994
Palermo, tel. 091 6373538
Siracusa, tel. 0931 463897
Trapani, tel. 388 1962601

TOSCANA

Arezzo, tel. 055 901643
Cecina, tel. 0586 754504
Firenze Nord, tel. 055 4250239
Livorno, tel. 0586 219158
Lucca, tel. 0583 490004
Pisa, tel. 050 41047
Prato, tel. 0574 635298
Piombino, tel. 348 8974227
Versilia, tel. 055 901643

UMBRIA

Perugia, Tel. 075 5731074

VENETO

Padova, tel. 049 8256920
Treviso, tel. 0422 545000
Venezia-Mestre, tel. 041 5318393
Verona, tel. 045 595210
Vicenza, tel. 0444 325767

LA TUA È UN' AUTO FANTASMA



Se la tua auto è assicurata con una compagnia non autorizzata rischi il sequestro del mezzo ed, in caso di incidente, di risarcire tutti i danni ed il pagamento di una multa.

SCEGLI LA POLIZZA PIU' CONVENIENTE ATTRAVERSO CANALI SICURI.

Puoi verificare se la tua auto è correttamente assicurata su www.ilportaledellautomobilista.it e con la app **ipatente** del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti. Controlla la lista delle polizze contraffatte su www.ivass.it.

Per maggiori informazioni: www.campagnarcauto.it - Numero verde 800821263



Programma realizzato da:



con il patrocinio e il contributo finanziario del Consiglio Nazionale Consumatori Utenti