

Interrogazione a risposta scritta 4-03395

presentata da

ENZO RAISI

lunedì 23 aprile 2007 nella seduta n.148

RAISI. - Al Ministro dello sviluppo economico.

- Per sapere - premesso che: in queste settimane è in atto quella che sul sito internet del Governo e del Ministero dello sviluppo economico viene definita «Campagna di Informazione sul risarcimento diretto RC Auto»; al di là di ogni eventuale giudizio dell’Autorità garante della Concorrenza e del Mercato, secondo l’interrogante, è sufficiente esaminare i contenuti di tale campagna per capire che si tratta di un ingannevole spot pubblicitario a totale beneficio delle Compagnie;entrando più nello specifico: i messaggi (manchette pubblicitaria, spot radiofonico, spot audiovideo, piano di comunicazione, allegato Famiglia Cristiana) prospettano una maggiore assistenza alle Vittime della Strada quando questa - di fatto - è esplicitamente negata dall’articolo 9, comma 2, del decreto attuativo (decreto del Presidente della Repubblica 18 luglio 2006, n. 254, Gazzetta Ufficiale 28 agosto 2006) della procedura di risarcimento diretto che recita testualmente «Nel caso in cui la somma offerta dall’impresa di assicurazione sia accettata dal danneggiato, sugli importi corrisposti non sono dovuti compensi per la consulenza o assistenza professionale di cui si sia avvalso il danneggiato diversa da quella medico-legale per i danni alla persona»;lasciare il danneggiato nelle mani del proprio assicuratore, che deve fare quadrare i bilanci e rispettare i rigorosi forfait stabiliti dalla legge, privandolo dell’assistenza di un professionista indipendente costituisce un possibile e concreto conflitto di interessi;far passare tutto ciò per maggiore assistenza e tutela risulta, per usare un eufemismo, lontano dal vero;

mendaci paiono anche - a giudizio dell’interrogante - messaggi che richiamano a brevità e certezza dei tempi, perché i tempi previsti dalla nuova normativa per erogare il risarcimento sono identici alla procedura normale e le sanzioni in caso di mancato rispetto sono state addirittura ridotte rispetto alla normativa precedente;

ingannevoli - sempre secondo l’interrogante - nelle varie tipologie di spot paiono essere anche gli slogan di chiusura che recitano «passo dopo passo cresce la tutela del cittadino-consumatore» (con la firma e il logo della Presidenza del Consiglio dei Ministri, del Ministero dello Sviluppo Economico e dell’ISVAP) che dovrebbero essere corretti con «passo dopo passo si riduce la tutela delle Vittime della Strada»;

quali siano stati i costi sostenuti dal Governo per l’organizzazione e la realizzazione della campagna pubblicitaria e se non ritenga opportuna (o meglio necessaria) la sua sospensione, considerata la particolare e delicata questione trattata, considerato anche da ultimo che è già in corso una costosa e martellante campagna promossa dall’ANIA. (4-03395)