

Consumo, Denaro, Educazione finanziaria

Progetto Dolceta

Roma, 4 maggio 2011

Luisa Crisigiovanni

Agenda:

1. Chi siamo
2. Perché promuovere consapevolezza
3. Criticità e Opportunità
4. Conclusioni

Perché AC ? La prima e più diffusa organizzazione di consumatori italiana

ALTROCONSUMO è un'associazione di consumatori nata a **Milano nel 1973** indipendente, efficace, rappresentativa e riconosciuta ai sensi dell'art. 137 del Codice del Consumo (Dlgs. 206/2005)

Membro **BEUC** – federazione composta da 44 organizzazioni di consumatori di 31 paesi europei – dal 1978 di cui Paolo Martinello ha assunto la presidenza nel 2008 per 4 anni.

Luisa Crisigiovanni è direttore dell'associazione e suo rappresentante in CNCU
Marino Melissano è Vicepresidente
Giovanni Pessina è il tesoriere

Dal 1990 membro di **Consumers International** (225 associazioni per 115 paesi)

La nostra attività **in cifre** (2009):

330.000 soci

oltre 352.000 consulenze erogate

oltre 410 interventi pubblici, 16 denunce AGCM, 85 dossier aperti

oltre 5.200 citazioni sui media

oltre 7.000.000 visite su www.altroconsumo.it

7 pubblicazioni periodiche e numerose guide

oltre 100 test

oltre 180 professionisti al servizio dei consumatori



185 professionisti dalla tua parte

Un team di esperti affianca quotidianamente i consumatori nelle decisioni, li tutela e difende i loro diritti. Obiettivo comune, competenze diverse, che ciascuno mette in campo nel proprio settore con impegno e passione: giornalisti e redattori, giuristi, alimentaristi, farmacisti, ingegneri, economisti, statistici e analisti finanziari, addetti al contact center, esperti in comunicazione e relazioni esterne, analisti di mercato e addetti alle inchieste, impiegati in servizi generali, logistica, marketing, risorse umane e contabilità, informatici ed esperti di internet, grafici e addetti alla produzione.

 **ALTROCONSUMO**
Il tuo punto di forza

Perché occorre promuovere consapevolezza dei propri diritti

- La crisi finanziaria internazionale ha richiamato l'importanza della trasparenza, del rispetto delle regole e della conoscenza dei propri diritti per potersi difendere
- Il consumatore non educato al confronto si informa poco
- Il consumatore ha difficoltà ad orientare la propria scelta perché non sempre sa dove reperire le giuste informazioni
- Il consumatore ha sempre meno tempo, ma è sensibile al passaparola e ai claims



Perché educare al consumo consapevole ?

- Perché è un diritto come la protezione della salute, la sicurezza, la difesa degli interessi economici, l'informazione e la rappresentanza ex art.153 del Trattato UE e ai sensi dell'art.4 del Codice del consumo (Dlgs 206/2005)
- Perché è indispensabile conoscere per esercitare consapevolmente una scelta soprattutto nel settore dei servizi che si stanno aprendo alla concorrenza dove prevale l'asimmetria informativa
- Perché conviene: fare la scelta giusta significa spesso risparmiare denaro

**Quanto costa avere un conto corrente ?
Come faccio a scegliere il conto corrente migliore
per me ? Il costo medio annuo in Italia per la
gestione di un conto corrente = 250 €.**

La media europea è di 112.

In Olanda si spendono 46 €

**Scegliendo un conto online un giovane con un
profilo che prevede 164 operazioni può risparmiare
30 € rispetto agli 80€ che pagherebbe allo sportello**

informazione

=

prevenzione

Criticità e opportunità

- Mercato non sempre trasparente
 - Il costo dello scoperto è spesso dissimulato in interessi passivi e nuove spese
 - Non tutte le banche propongono mutui ancorati a tassi BCE
 - ISC non considera gli oneri fiscali o gli interessi passivi sul rosso di C/C
 - Isc delle carte di credito non comprende spese legate all'utilizzo o d'invio del resoconto
- Autorità di vigilanza non sempre sufficientemente pronte a sanzionare abusi e violazioni ma promotrici di standard informativi
- Crescente implementazione RSI
- Progetti educativi

Conclusioni: più intersezioni tra i diversi strumenti

- Le associazioni di consumatori oltre che rappresentare e difendere i consumatori devono **informare per favorire la prevenzione** dei problemi. Altroconsumo lo fa da oltre 35 anni principalmente attraverso i suoi 7 periodici e il proprio sito
- Inserire l'insegnamento della tutela del consumatore nei **programmi educativi**
- Dare continuità ai **progetti di educazione** al consumo senza prescindere dal contatto costante con le associazioni di consumatori che praticano quotidianamente **l'ascolto** e tentano la risoluzione dei problemi reali dei cittadini
- Sviluppare **partnership mirate** a far avanzare progetti specifici finalizzati alla diffusione della cultura del consumo declinata in modo utile ed utilizzabile dai diversi possibili target

Grazie
per l'attenzione