



Non una cifra irrisoria: 15 milioni di italiani sono assicurati a loro insaputa, con oltre 1600 tipologie di “pacchetti” offerti. Tante sono le polizze occulte propinate ai consumatori e nascoste in contratti di fornitura di luce e gas e pacchetti viaggio, oppure abbinate a offerte commerciali che spesso sono presentate come un benefit - come, ad esempio, il rimborso delle spese mediche o di perdita di bagaglio - oppure quelle che le banche offrono automaticamente ai nuovi correntisti.

L’IVASS (Istituto di Vigilanza sulle Assicurazioni) ha puntato il mirino su agenzie di viaggio, concessionarie auto, banche, aziende di trasporto, aziende fornitrici di energia elettrica e associazioni sportive, e ha comunicato la sua indagine all’Antitrust, all’Autorità per l’energia e al Garante della Privacy per tutelare l’interesse del consumatore. Ha infatti riscontrato una scarsa conoscibilità delle condizioni contrattuali, soprattutto per l’online, dove viene sì inserita la possibilità di deselezionare la copertura assicurativa, ma tale opzione risulta introvabile, e il più delle volte l’utente abbandona la ricerca. Inoltre viene molto spesso utilizzata la formula del silenzio-assenso per aderire alle polizze, ma in realtà è pratica vietata in Italia dalla normativa assicurativa per i contratti a distanza. Sotto l’occhio vigile dell’IVASS sono finite 34 compagnie italiane e dieci estere.



Nel 61% dei casi il **premio è inferiore a 30 euro**, mentre il 23% supera premi di 100 euro. Ancora: solo nel 46% dei casi il premio è esplicitamente indicato e distinto dal costo del bene o servizio che si vuole acquistare, mentre nei restanti casi invece, le aziende dichiarano che la polizza è a titolo gratuito o che è inclusa nel prezzo generale del pacchetto. In tal caso non è così facile verificare se davvero questi costi non si ripercuotano effettivamente sui consumatori. Problemi anche con le modalità di recesso: può accadere, infatti, che all’assicurato venga chiesto di recedere in modo esplicito dal contratto, sebbene l’adesione sia avvenuta in automatico.

L'obiettivo è quello di rendere il consumatore consapevole di aderire ad eventuali coperture assicurative, in modo da conoscerne i relativi costi e di beneficiarne in caso di bisogno. L'indagine è stata trasmessa anche alle Associazioni di consumatori per offrire loro gli spunti per ulteriori iniziative, dato che già più volte avevano segnalato questi tipi di abusi e adesso pretendono che tali azioni vengano sanzionate.

Manuela Caputo