

# Il consumo responsabile



**Carlo De Masi**  
Presidente Adiconsum

## Digitalizzazione: non è mai troppo tardi

La digitalizzazione della Pubblica Amministrazione e la conseguente alfabetizzazione digitale dei cittadini italiani è fondamentale per realizzare la transizione digitale, ma anche ecologica. Senza digitalizzazione non è possibile ottenere lo sviluppo della sostenibilità integrale indicata nei 17 GOAL dell'ONU.

L'Italia, essendo uno dei Paesi più longevi al mondo, ha maggiori difficoltà nell'alfabetizzare digitalmente la gran parte dei cittadini, molti dei quali in età avanzata e, quindi, poco disposti ad acquisire nuove nozioni per relazionarsi con la Pubblica Amministrazione e svolgere le funzioni online.

L'invecchiamento del Paese non deve però essere motivo di rinuncia alla digitalizzazione o al suo rallentamento. Anzi, deve essere il motivo per spingere a maggiori investimenti, in modo da accompagnare i cittadini/consumatori verso una sempre maggiore conoscenza digitale.

Le 19 Associazioni Consumatori riconosciute dalla legge e presenti nel CNCU, (Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti) possono essere le Organizzazioni del Terzo Settore deputate a contribuire all'alfabetizzazione dei cittadini, visto che sono presenti sul territorio nazionale e che si occupano di tutti i settori e dei mercati che riguardano i consumatori, dove si sviluppano la maggior parte delle transizioni.

Per quanto ci riguarda, come Adiconsum, già da tempo abbiamo realizzato progetti che aiutano l'alfabetizzazione dei cittadini, come ad esempio il

*(segue a pag.2)*

## Scegliere con coraggio



**Ubaldo Pacella**

Il moltiplicarsi di fattori di instabilità sulla scacchiera internazionale crea pesanti ricadute sull'economia, come sul commercio di beni e servizi.

Le fiammate dei prezzi di materie prime, le più disparate dai prodotti petroliferi al cacao, incidono sui costi dei prodotti al consumo, generando preoccupazione tra le famiglie, mentre a livello politico sia italiano sia internazionale questi fattori passano in secondo piano, più o meno volutamente, rispetto ai venti di guerra che infiammano il Medio Oriente, l'Ucraina e alle tensioni crescenti nel pacifico tra Cina, Filippine, Giappone e Australia per l'espansionismo militare del colosso asiatico nel mar della Cina meridionale, oltre alla sua pressione costante su Taiwan.

Una situazione resa ancor più complessa dalle attese che la società, le industrie insieme alla finanza internazionale paventano in merito alle tante elezioni che si svolgeranno nei prossimi mesi, in particolare tra Europa e Stati Uniti.

I commerci risentono, in modo molto evidente, del rallentamento dei flussi navali attraverso il Golfo Persico, dei tempi aggiuntivi di navigazione con il periplo del continente africano e le conseguenti maggiorazioni dei noli. Il bacino del Mediterraneo si

*(segue a pag.7)*

**Progetto ancora in essere DICO Sì - Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione**, finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (D.M. 6/5/2022 art. 5), rivolto in particolare alle categorie più scarsamente digitalizzate, come i consumatori e le consumatrici over 60, per avvicinarli all'acquisizione di competenze digitali di base; nonché il **Progetto Risorgimento Digitale** insieme ad altre Associazioni Consumatori e con il sostegno di TIM e rivolto a coloro che non avevano conoscenze digitali minimali.

Ma questi sono progetti sperimentali e occasionali, con attività SPOT, scarsamente finanziati che, tuttavia, hanno dimostrato le potenzialità da noi messe in campo, che, però, dovrebbero diventare strutturali con adeguati finanziamenti.

A tal proposito, ribadiamo la nostra convinzione sulla necessità dell'uso del digitale come anche dell'Intelligenza artificiale, debitamente attenzionata e regolamentata (l'Europa è stata la prima a farlo).

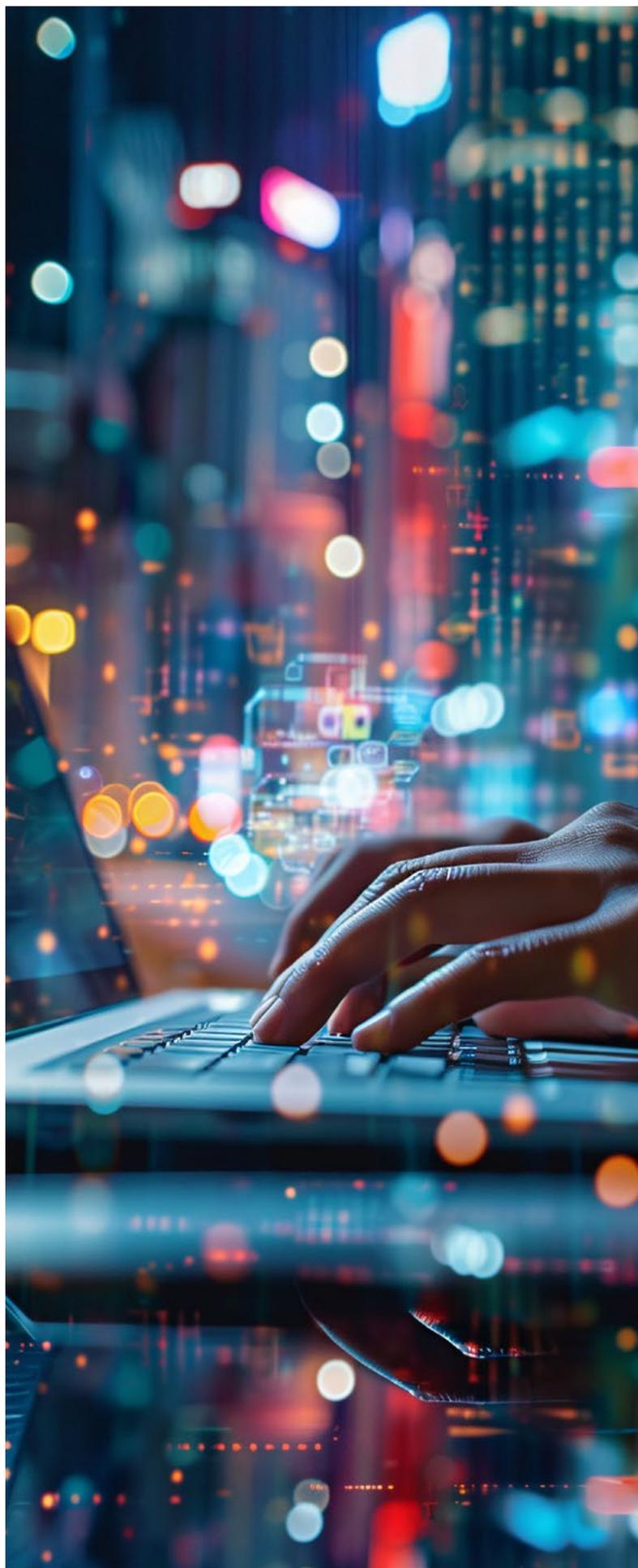
La digitalizzazione, ma ancora peggio l'intelligenza artificiale, se non governate possono creare grossi problemi a chi non ha le giuste conoscenze: le truffe, gli inganni, la perdita dei diritti sono spesso create dall'uso fraudolento del digitale, che vanno contrastate con azioni di sicurezza cibernetica ma, soprattutto, con la conoscenza e la consapevolezza degli utilizzatori nell'uso degli strumenti digitali sempre più diffusi.

Il Protocollo d'Intesa recentemente sottoscritto con la Fondazione "Italian Digital Hub" si pone lo scopo appunto da un lato di attuare una sinergia comune per favorire l'alfabetizzazione in ambito digitale e dall'altro di sviluppare l'educazione finanziaria, una delle tematiche più delicate da attenzionare.

Non basta, quindi, investire solo in sviluppo tecnologico, serve anche investire sulla formazione dei cittadini/consumatori, per evitare di creare una digitalizzazione che, invece, di risolvere i problemi li complica e li amplifica.

Gli strumenti digitali, se usati correttamente, garantiscono un consumerismo responsabile e maggiormente sostenibile, perché grazie alle tecnologie digitali sarà sempre più possibile avere informazioni sulla produzione, sulle filiere produttive, sulla tracciabilità, sulla veridicità delle informazioni e delle certificazioni, sulla correttezza dei pagamenti. È per questo che occorre sviluppare sempre più rapporti fra Associazioni e organismi che hanno le stesse finalità, ma anche con le Istituzioni, le Authority e in particolare con la Pubblica Amministrazione che si occupa della digitalizzazione del Paese. □

*Carlo De Masi*



# LE RICERCHE

## di Adiconsum

Conoscenza ed uso dell'intelligenza artificiale, tecnologia applicata all'agroalimentare, pagamenti digitali, sono stati questi i temi affrontati dall'indagine di **Adiconsum**, commissionata all'Istituto Piepoli, nell'ambito del progetto "**DICO Si-Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione**", finanziato dal **Ministero delle Imprese e del Made in Italy** (D. M. 6/5/2022 art. 5), che sono stati presentati lo scorso 7 maggio.

### IL CAMPIONE ESAMINATO

La ricerca è stata condotta su un campione rappresentativo di 1.000 persone dai 18 anni in su, segmentato per sesso ed età. La presentazione, affidata a **Livio Gigliuto**, Presidente dell'**Istituto Piepoli**, ha messo in evidenza su questi temi un gap generazionale che riflette un Paese spaccato a metà.

### I RISULTATI PIÙ SIGNIFICATIVI

#### *Intelligenza artificiale*

- Tra i risultati più significativi sull'**intelligenza artificiale**, oltre alla conoscenza dell'IA che è comune a tutte le fasce d'età, lo spaccato si evidenzia quando si affronta il ruolo dell'IA nella propria vita e nel misurare un miglioramento o peggioramento della vita dei cittadini-consumatori in generale; tutti d'accordo invece sul fatto che le aziende che usano l'IA devono dichiararlo e indicare le modalità di utilizzo. A sorpresa, invece, il dato comune a tutte le fasce d'età sull'ingerenza dell'IA sulla propria privacy. C'è preoccupazione sì, ma non è predominante.

#### *Tecnologia applicata all'agroalimentare*

- Tra i risultati più significativi sulla **tecnologia applicata all'agroalimentare**, in merito al ruolo svolto dalle innovazioni tecnologiche e ai riflessi di tali applicazioni in termini di miglioramento della produzione e della qualità dei prodotti, anche in questo caso le fasce d'età più giovani ritengono che ci sia un miglioramento, diversamente da quanto esprimono le fasce successive già da quella 55-64 anni. Risultati più trasversali si trovano in merito ai riflessi della tecnologia e dell'IA sulla sostenibilità: in questo caso, infatti, nonostante il 54% ritenga che possano essere d'aiuto, il dato poco/nulla non è appannaggio solo della fascia over 64 (42%), ma anche delle fasce 25-34 e 55-64. Uniformità dei giudizi in tutte le fasce d'età anche relativamente alla questione della difesa del pianeta attraverso forme di agricoltura alternativa allo sfruttamento del terreno: la maggior parte non si sono espresse né positivamente né negativamente. Sui riflessi positivi in termini di miglioramento della qualità e sostenibilità ambientale dell'uso delle nuove tecnologie, ma senza il ricorso alla manipolazione genetica, il 54% si è dichiarato molto/abbastanza d'accordo, ma anche qui pesa il giudizio poco/nulla d'accordo espresso non solo tra gli over 64enni, ma anche tra le fasce 25-34 e 55-64 anni di età.

dicosì





### Pagamenti digitali

- Tra i risultati più significativi sui **pagamenti digitali**, è emerso un aumento del loro uso, anche se un 10% dichiara di usare i contanti; in merito alle motivazioni sul loro uso/non uso, in controtendenza la fascia 25-34 che dichiara di non usarli perché non si fida.

## LE CONCLUSIONI DEL PRESIDENTE DI ADICONSUM, CARLO DE MASI

Nel concludere i lavori, il Presidente De Masi ha focalizzato l'attenzione su tre questioni fondamentali:

- **alfabetizzazione digitale di tutti i cittadini-consumatori**
- **promozione all'utilizzo corretto delle tecnologie digitali**
- **tutela ex ante** per prevenire tutte le possibili deviazioni a danno dei consumatori.

L'intelligenza artificiale rappresenta una grande opportunità per il futuro, ma l'entusiasmo per le sue potenzialità non deve farci dimenticare l'etica o, come afferma Papa Francesco, l'elemento umano e, soprattutto, i decenni di lotte per i diritti, per la democrazia, per un mercato sano e concorrenziale, per la sicurezza e la tutela dei dati personali, per la protezione dei cittadini vulnerabili oppure discriminati.

## GLI INTERVENTI DEI RELATORI

### Luca Raffaele, Direttore generale di NeXt Nuova Economia e CEO/Founder di Gioosto:

Il digitale non è fare un qualcosa in più, ma un cambio di paradigma nel nostro modo di fare. La scarsa consapevolezza del digitale nella fascia di età più alta della popolazione emersa dall'indagine Adiconsum deriva dalla mancata misurazione dei suoi benefici. È arrivato il momento di dare contezza dei vantaggi e dei miglioramenti che il digitale può portare nella vita di tutti i giorni.



**Chiara Corbo**, Direttrice dell'Osservatorio Smart Agrifood del Politecnico di Milano e dell'Università di Brescia: Come Osservatorio studiamo l'impatto del digitale lungo la filiera agroalimentare. Tante sono le tecnologie digitali che apportano benefici nell'agri-food sulla sostenibilità ambientale e sociale, ma senza anche la sostenibilità economica per le aziende non c'è futuro.

**Davide Franzoni**, Milk Quality manager Gruppo Lactalis Italia: La raccolta e la gestione dei dati provenienti dagli imprenditori agricoli sono fondamentali per migliorare le capacità produttive. Il miglioramento della produzione significa fare la scelta giusta al momento giusto. Oggi tutto questo è possibile grazie all'intelligenza artificiale che può essere definita come una "democrazia del dato". Il consumatore chiede trasparenza e tracciabilità dei prodotti e quindi c'è bisogno di più dati possibili.



**Giuseppe Iacono**, esperto di competenze digitali ed autore del libro "Le sfide della società onlife", coordinatore dell'iniziativa Repubblica Digitale del Dipartimento per la trasformazione digitale: Da alcuni dati dell'indagine Adiconsum emerge la realtà di un Paese di 24 milioni di persone tra i 16 e i 74 anni che non hanno le competenze digitali di base (di cui 18 milioni, nonostante tutto, sono utenti internet), e questo perché nel nostro Paese manca un sistema di apprendimento permanente. Se non metteremo al centro delle politiche le competenze, ci ritroveremo a subire, e non a governare, come invece dovremmo fare, l'evoluzione tecnologica e la trasformazione che ne consegue e perderemo una grande opportunità.



**Maurizio Pimpinella, Presidente di A.P.S.P.:** Pagamenti e tecnologie sono due mondi che devono unirsi, perché sono completamente scollati. Serve un upgrade della scuola e delle competenze, perché se è vero che i giovani oggi nascono nativi digitali è anche vero che non hanno una grande consapevolezza del digitale. Non c'è economia digitale se non c'è un pagamento. Conoscere i sistemi di pagamento significa risparmiare. Per farli conoscere serve un percorso congiunto tra esperti e Associazioni Consumatori come Adiconsum di alfabetizzazione dei giovani e una politica che investa per essere in grado di competere in un futuro molto prossimo.



**Claudio Bardazzi, Responsabile Osservatorio Findomestic** In merito ai consumi delle famiglie italiane, emerge una situazione di stallo. Le intenzioni di acquisto a tre mesi sono in costante calo. Il rinvio degli acquisti è predominante anche tra coloro che hanno disponibilità economica. Per sbloccare tale situazione serve una comunicazione pragmatica delle aziende, una comunicazione che illustri i vantaggi concreti dell'acquisto dei prodotti in termini di risparmio e di utilità.



Per la presentazione dei risultati, **CLICCA QUI**



Per l'indagine integrale, **CLICCA QUI**



# Intervento del Presidente Adiconsum, Carlo De Masi, alla Corte dei Conti Europea

*Modernizzazione delle reti elettriche dell'EU in vista  
della transizione energetica*

*16 aprile 2024*

Le Reti elettriche sono asset fondamentali per la sicurezza dei cittadini e lo sviluppo industriale e sociale del Paese. Esse rappresentano quell'architettura di sistema sulla quale poggia una moderna Società sia in ambito economico sia dal punto di vista sociale e dell'inclusione. Queste strutture strategiche servono a garantire l'universalità del servizio ai cittadini/consumatori con standard di qualità da rapportare alle nuove esigenze.

Lo sviluppo sostenibile ed ecocompatibile dell'Italia per meglio governare la transizione energetica, la crescita della domanda di energia e l'implementazione delle rinnovabili si dovrà fondare sulla moderna articolazione delle Reti e la loro interconnessione a livello europeo.

A tal proposito, l'Italia deve saper sfruttare il suo posizionamento geografico come elemento di cerniera tra le aree dell'Est Europa ed il versante Mediterraneo e neo Asiatico.

Le Reti elettriche debbono essere imprescindibilmente integrate a livello continentale, secondo standard comuni di efficienza e performance, attraverso un'interconnessione europea, in grado di supportare adeguatamente i sistemi locali in caso di anomalie o criticità.

L'innovazione tecnologica delle Reti connessa alla digitalizzazione richiede l'utilizzo di energia elettrica in misura sempre più crescente, con valori esponenziali rispetto alle attuali necessità; basti pensare alle quantità richieste per gli sviluppi dell'intelligenza artificiale. Dobbiamo, pertanto, pensare ad utilizzi innovativi delle Reti e della loro architettura: una diffusione sempre più spinta, di impianti a energia rinnovabile e delle Comunità energetiche, che richiede Reti flessibili periferiche per recepi-

re la generazione distribuita.

Non sembra sufficiente, tuttavia, concentrare l'attenzione, gli investimenti e il ridisegno strategico solo sulle Reti ad Alta Tensione e Media Tensione (che nel nostro Paese deve assolutamente rimanere verticalmente integrata), trascurando quelle terminali (Bassa Tensione), poiché si deve scongiurare la fragilità di queste ultime, quelle cioè che, di fatto, arrivano nelle case dei cittadini/consumatori e nei siti produttivi medi e piccoli.

Solo così il sistema elettrico nazionale raggiungerà le condizioni di stabilità ed efficienza necessarie per una reale competitività e stabilità.

La Produzione, la Trasmissione e la Distribuzione di energia elettrica risultano cruciali per garantire una crescita equilibrata e un accesso universale a tutte le Comunità.

L'ottimale utilizzo dell'energia, senza dispersioni, costituisce il fulcro non solo di una transizione energetica destinata a segnare un vero crinale della storia, bensì la garanzia, a tutti i cittadini/consumatori, dell'utilizzo di un bene essenziale, superando i vincoli del passato.

Solo con questa impostazione, sul versante energetico-ambientale, l'Europa potrà ricucire la frattura, tra Aree forti e deboli del territorio, responsabile degli squilibri socio-economici esistenti.

È indispensabile, pertanto, che l'accesso all'energia, abilitato dalle Reti, avvenga a prezzi contenuti, favorendo l'utilizzo ottimale ad ogni Realtà geografica e ad ogni situazione socio-ambientale.

L'Italia, in ambito europeo, deve rafforzare la posizione strategica all'interno del sistema integrato delle Reti, sia in fatto di eco-produzione, sia di inter-

scambio, con un nuovo ruolo della componente mediterranea rispetto a quella continentale; un paradigma che varierà di continuo nei prossimi decenni e che deve essere saldamente gestito e accompagnato.

È necessario, per questo, rivedere l'insieme del sistema regolatorio, sia per quanto concerne l'accesso al mercato, sia per la proprietà delle infrastrutture strategiche e gli investimenti connessi.

Va opportunamente messo a fuoco ciò che è un monopolio naturale da quello che è attività di impresa, legata alle commodity, contendibile e di mercato: chi e come deve sostenere i grandi investimenti strategici e chi deve assicurare la competitività.

Al riguardo, il PNRR costituisce nell'immediato una leva finanziaria importante: le risorse previste devono essere concentrate prevalentemente sugli interventi di ottimizzazione ed innovazione delle Reti, verso le smart grid e le smart city, poiché il risparmio e l'efficientamento energetico vanno di pari passo con l'innovazione per garantire una reale armonizzazione dei processi legati alla transizione ecologica.

Come enunciato, sussistono numerose questioni, nell'ambito esteso dei servizi elettrici, che interessano direttamente i cittadini/consumatori, sia sul versante delle regole, sia su quello dell'efficienza e delle tutele delle categorie più fragili: costi calmierati e accessibilità equivalente ne sono un esempio.

Per questo, riteniamo urgente, e lo abbiamo sollecitato nelle diverse sedi istituzionali, l'avvio di un Tavolo tecnico, con il Governo italiano, anche con il coinvolgimento delle Associazioni Consumatori riconosciute dalla legge, per adottare le soluzioni strutturali più efficaci, superando ogni resistenza di parte, al fine di rendere più efficiente e garantito l'intero sistema elettro-energetico italiano ed europeo.

**Scegliere con coraggio***(segue da pag.1)*

trova, una volta di più, a pagare un conto salato all'instabilità politica. I porti, non solo quelli italiani, registrano arretramenti e crolli di traffico destinati a riverberarsi sui livelli occupazionali del territorio e sui costi finali dei prodotti, gonfiati da una logistica più complessa e dispendiosa. I consumatori finiscono così per essere l'anello più debole di questa catena del valore, coloro che pagano il prezzo più alto.

È indispensabile costruire nuovi modelli di mercato che tengano insieme l'interdipendenza dei territori con approvvigionamenti facili e di prossimità.

La transizione energetica, le innovative esigenze ambientali, la connessa riduzione dei fattori inquinanti, primo tra tutti quello della CO2 dovuta ai combustibili fossili, impongono un radicale cambiamento di paradigma; nulla potrà in futuro essere simile a quello che si è sviluppato a livello planetario durante il '900, tra l'altro con distorsioni così evidenti da compromettere una equilibrata crescita dei popoli.

Dobbiamo ripensare da oggi il mondo del consumo, sarà il riutilizzo la chiave indispensabile per una innovativa economia ambientale.

La consapevolezza del mondo consumeristico, unita all'interesse economico, potrà risultare un fattore di profondo mutamento culturale in grado di influenzare positivamente la società, con tutti i suoi modelli funzionali.

La partecipazione dei cittadini a questa trasformazione appare ineludibile, oltre che un fattore di riequilibrio destinato a sanare sia le ferite dei territori, sia le disparità, riducendo le troppe fragilità che costellano l'attuale tessuto sociale. Stiamo sperimentando in questi giorni in Italia, come consumatori, gravi difformità e inconvenienti nelle tariffe di elettricità, gas, acqua e prodotti petroliferi, tali da proporre inquietanti interrogativi sul ruolo dei poteri di controllo, primo tra tutti quello delle Authority. Mutamenti arbitrari dei contratti che riguardano milioni di cittadini producono proprio gli effetti distorsivi da noi temuti, nonostante gli allarmi lanciati per tempo negli anni scorsi, in vista di un fenomeno che avrebbe potuto creare gravi squilibri, proprio quelli oggi più evidenti. La transizione energetica attualmente è attraversata da innumerevoli contraddizioni, non solo per via delle tariffe, bensì

per scelte sempre più opinabili fatte dai gestori, dai responsabili politici o da altri soggetti riconducibili ad interessi privati o di parte.

Si incentiva, da un lato, l'uso delle auto elettriche, sebbene la distribuzione delle colonnine di ricarica sia gravemente insufficiente, dall'altro assistiamo ad una impennata del prezzo dell'energia che ha toccato di recente il 69%, sommato ad un altro cospicuo aumento alla fine del 2023, con il risultato di aver raddoppiato il costo di un pieno di elettricità. La tariffa al kilowatt è largamente superiore al costo della benzina a parità di chilometri percorsi, sebbene non vi siano ragioni per questi incrementi, l'onere di produzione è di fatto quasi invariato, così come quello della distribuzione; che la ragione sia nella volontà dei gestori di speculare sul mercato? Un interrogativo più che lecito. Rimane il fatto che questo disincentiva la mobilità elettrica, anche quella plug in. Perché un consumatore che ha già subito il costo maggiore dell'auto deve pagare addirittura di più di quello che utilizza le fonti fossili? Senza dimenticare che le accise gravano sull'elettrico molto meno che sui carburanti. Moltissimo resta da fare lungo l'impervio cammino di una politica ambientale socialmente sostenibile.

Le prossime elezioni Europee di giugno, come ha ricordato con abituale chiarezza il Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, sono l'occasione per una grande partecipazione popolare, una responsabilità di tutti i cittadini affinché si avviino i processi di rinnovamento europeo, superando regole anacronistiche e distorsioni che non avvicinano le persone alle istituzioni.

I consumatori dal canto loro sono chiamati a far sentire la loro voce in modo più chiaro e costruttivo, superando quella afonia che ne limita i contributi. Siamo e vogliamo sempre di più essere protagonisti dell'innovazione, inclusiva, solidale, condivisa. □

**Ubaldo Pacella**

IL CONSUMO RESPONSABILE - Periodico bimestrale di informazione consumeristica. Anno III - numero 2 - Bimestrale 2024. Direttore editoriale: Carlo De Masi - Direttore: Rino Tarelli - Condirettore responsabile: Ubaldo Pacella - Amministrazione: Adiconsum, Via G.M.Lancisi, 25 - 00161 Roma. Iscrizione al Registro Stampa del Tribunale di Roma n.6-7/2022 del 18 gennaio 2022 - Iscriz. ROC n. 1887. Tipografia: Printamente snc, Via Della Maglianella, n. 80/A - 00166 Roma.

# ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987



TUTELA  
D  
DIRITTI  
ASSOCIAZIONE  
CONFRONTO  
CONSUMATORI  
DIFESA  
U  
INFORMAZIONE