

ADICONSUM Associazione Difesa Consumatori APS

Sede in Via Giovanni Maria Lancisi 25 - 00161 Roma

Codice fiscale: 96107650580

Relazione di Missione al 31.12.2023

1. Struttura e contenuto della Relazione di Missione

La Relazione di Missione illustra, da un lato, le poste di bilancio e dall'altro l'andamento economico e finanziario dell'Ente e le modalità di perseguimento delle finalità statutarie.

La Relazione di Missione, predisposta in ossequio a quanto stabilito dall'art. 13, comma 1, del D.Lgs. 117/2017 e secondo le indicazioni espresse dal nuovo OIC 35, rappresenta uno degli strumenti di trasparenza pensati dal legislatore per dare conto del modo con il quale l'Ente ha assolto alla missione che ha dichiarato di perseguire.

La presente Relazione di Missione è relativa all'esercizio chiuso il 31/12/2023.

2. Informazioni generali sull'Ente, missione perseguita e attività svolte

Adiconsum - Associazione Difesa Consumatori APS (in seguito Adiconsum), promossa dalla CISL, è stata costituita nel 1987 come Adiconsum Associazione Difesa Consumatori ed Ambiente. Nel mese di ottobre 2020, il Consiglio Nazionale ha approvato il nuovo Statuto Nazionale di Adiconsum, che prevede, tra l'altro, la variazione della denominazione con l'aggiunta di APS - Associazione di Promozione Sociale, riconosciuta ai sensi del Codice civile e della Legge del 6 giugno 2016 n.106 e del D. Lgs. del 3 luglio 2017 n. 117 (Codice del Terzo Settore), così come modificato dal D. Lgs. 3 agosto 2018 n. 105 (Codice del Consumo) e successive modifiche di legge, nonché l'eliminazione della parola "Ambiente".

Adiconsum Nazionale ha sede in Roma in Via Giovanni Maria Lancisi 25.

Altre sedi: Adiconsum ha una sede in ogni Regione/Provincia Autonoma e 160 tra sedi territoriali e sportelli (tutti gli indirizzi e riferimenti al seguente link: <https://www.adiconsum.it/sedi>).

Aree territoriali di operatività: intero territorio nazionale).

Adiconsum è iscritta con il numero 654/2009 nel Registro delle Persone Giuridiche tenuto presso la Prefettura di Roma, ai sensi del D.P.R. n. 361/2000. È altresì iscritta al Registro Nazionale delle Associazioni di Promozione Sociale ai sensi e per gli effetti della L. 383/2000 con il n. 136 del 41/05/2007.



Adiconsum è inoltre iscritta nell'elenco degli Enti beneficiari del 5xMille a far data dall'annualità 2006.

L'Associazione risulta regolarmente iscritta al Registro Unico Nazionale Enti del Terzo Settore (RUNTS).

Adiconsum gestisce, a partire dal 1998, il Fondo di prevenzione del fenomeno dell'usura di cui all'art. 15 Legge 108 del 07.03.1996.

Lo Statuto vigente è stato approvato il 1° giugno 2022: ha subito, negli anni, gli opportuni adeguamenti in relazione alle mutate necessità ed alle evoluzioni normative.

L'Associazione persegue finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, non ha scopo di lucro, e ha come oggetto la promozione e la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti, anche come risparmiatori e con particolari situazioni di disagio economico.

L'Associazione s'ispira ai principi della sussidiarietà, della partecipazione democratica, della solidarietà e promozione sociale, dell'autonomia e responsabilità e opera in conformità ai principi contenuti nei trattati istitutivi dell'Unione Europea, nel trattato sul funzionamento dell'Unione Europea e nella normativa comunitaria derivata.

L'Associazione si propone di implementare ogni possibile difesa e la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori-utenti quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- il diritto alla salute pubblica e privata, il diritto alla sicurezza ed alla qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto ad un'informazione adeguata e ad una pubblicità corretta;
- il diritto alla correttezza, trasparenza ed equità dei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi anche finanziari e bancari;
- il diritto all'erogazione dei servizi pubblici secondo standard di qualità ed efficienza;
- il diritto all'informazione ed alla formazione, all'educazione al consumo responsabile, critico e solidale, eco-compatibile e per un uso razionale dell'energia;
- il diritto alla tutela del risparmio,
- il diritto all'educazione all'uso del denaro per prevenire il fenomeno del sovra-indebitamento e dell'usura.

L'Associazione si propone inoltre i seguenti obiettivi:

- promuovere una cultura associativa fra consumatori e utenti, col fine di aggregarli come interlocutori organizzati delle istituzioni, delle altre forze sociali, dei produttori ed erogatori di beni e servizi;
- promuovere una cultura conciliativa per la risoluzione delle controversie;
- promuovere la bilateralità e la pariteticità con soggetti pubblici e privati, in una logica di tutela del consumatore attraverso la sussidiarietà, la concertazione, la solidarietà e la mutualità;
- promuovere il valore sociale dei servizi pubblici e privati, stimolarne un'equilibrata diffusione, verificarne il livello qualitativo.

Le attività dell'Associazione si indirizzano in modo sistematico e costante, verso tutti i suoi stakeholders:

- verso le istituzioni, nazionali ed europee, con una costante ricerca del contatto ed una puntuale partecipazione, oltre che ai lavori del CNCU presso il MISE, ad audizioni parlamentari, consultazioni, tavoli e gruppi di lavoro, comitati ecc., presso ministeri ed Authority. Quando richiesto, Adiconsum invia pareri e posizioni scritte. Adiconsum partecipa inoltre alle consultazioni europee promosse dalla CE;
- verso i consumatori: attraverso attività informative e di comunicazione mediatica, attività formative, progetti e campagne nelle scuole, iniziative rivolte a gruppi target specifici (consumatori vulnerabili, anziani, popolazione delle aree del Mezzogiorno, persone affette da digital divide, ecc).
- verso le imprese e loro associazioni, con attività di negoziazione per protocolli d'intesa finalizzati a: 1) migliorare la trasparenza e correttezza verso i consumatori; 2) dare piena attuazione ai loro diritti, come sanciti nella normativa nazionale e comunitaria; 3) promuovere la risoluzione conciliativa delle controversie; 4) condurre attività di monitoraggio delle criticità; 5) promuovere azioni congiunte di sensibilizzazione ed informazione del pubblico dei consumatori, progetti e campagne.
- verso le altre associazioni dei consumatori, le ONG e la società civile nel suo complesso: rafforzando ed allargando la partecipazione alle organizzazioni ombrello e alleanze, realizzando con esse iniziative specifiche di collaborazione e scambio di expertise, esperienze e buone prassi, eventi.
- verso i propri associati, cui Adiconsum ha garantito assistenza individuale e servizi (es. servizio di accesso ai SIC - Sistemi di Informazioni Creditizie, convenzioni, pubblicazioni, partecipazione alla vita associativa in varie forme, segnatamente quelle della democrazia interna).
- verso i consumatori non associati, cui Adiconsum ha offerto un servizio gratuito di assistenza individuale via Live Chat e libero accesso a tutte le pubblicazioni prodotte, consulenza gratuita sul sovraindebitamento e servizio di accesso al Fondo di Prevenzione Usura. Vanno anche menzionati i servizi di assistenza offerti nell'ambito di specifici progetti o iniziative, inclusi gli stand in fiera e in piazza, che sono sempre gratuiti e aperti a tutti.

Anche il 2023 è stato un Anno segnato dal drammatico conflitto in Ucraina e dalla conseguente crisi energetica che ha generato forte ripresa dell'inflazione. Un anno, il 2023, che ha visto le famiglie italiane perdere una buona fetta del potere d'acquisto. Adiconsum, nel corso del 2023, ha moltiplicato gli sforzi per presenziare tutti i tavoli di lavoro, dialogare in modo attivo e propositivo con le istituzioni, cercare spazi di collaborazione con le imprese, sostenere i cittadini in un percorso di autodifesa fatto di consapevolezza, accorgimenti e accurata programmazione.



La mole di impegno necessaria a far fronte alla maggior domanda di assistenza individuale non ha intaccato infatti l'impegno dell'Associazione sul fronte della tutela collettiva, che anzi ha necessitato di una voce forte e puntuale in difesa dei cittadini e consumatori più colpiti o penalizzati.

Adiconsum ha, concretamente:

- raccolto e convogliato, alle istituzioni nazionali e comunitarie, segnalazioni sulle problematiche emergenti e le violazioni ai diritti dei consumatori, evidenziando lacune normative e proponendo correzioni alle disposizioni vigenti;
- svolto attività di monitoraggio e analisi statistica dei settori più critici, dei disagi subiti, dei costi sostenuti dalle famiglie e delle speculazioni;
- svolto un monitoraggio comparativo con gli altri paesi europei, in relazione alle differenze normative ed alle forme di sostegno poste in essere per limitare il disagio sociale, mediante attività di collaborazione e scambio informativo con il BEUC e la rete ECC-Net dei Centri Europei Consumatori;
- ascoltato e seguito da vicino le difficoltà delle persone più fragili, come gli anziani e le persone con disabilità;
- evidenziato alle istituzioni competenti (con lettere e petizioni anche congiunte) e all'opinione pubblica le nuove emergenze come l'aggravarsi della povertà energetica, le forme di emarginazione e deprivazione legate al digital divide;
- diffuso informazione ed offerto chiarimenti riguardo alle misure introdotte dal Governo e dalle Authority, i bonus ecc.;
- pubblicato centinaia di articoli, comunicati stampa, news e post sui Social media; ha realizzato video-tutorial e webinar con esperti e rappresentanti di istituzioni, imprese, ONG;
- assistito i consumatori sui singoli casi con il sistema di live chat, enormemente potenziato per rispondere alla forte domanda.

Il 2023 ha visto un intenso dinamismo dell'Associazione: di seguito riportiamo le principali attività politiche e prese di posizione così come comunicate alla stampa, ricordando che comunque molto altro è stato realizzato all'interno di specifici progetti e non è stato oggetto di comunicati, ma è stato annunciato sui canali Social o nelle Web News e nella Newsletter:



- 4 gennaio 2023 – Richiesta al Governo di apertura di un Tavolo per la riforma strutturale dell'energia e carburanti
- 11 gennaio 2023 – Audizione alla Camera su modifiche al Decreto legislativo sulla class action
- 12 gennaio 2023 – Chiesto incontro alle aziende energetiche sulle modifiche unilaterali dei prezzi
- 13 gennaio 2023 – Incontro con Ministro Adolfo Urso sul caro carburanti
- 23 gennaio 2023 – Chiesto intervento del Governo per gli aumenti di oltre il 5% per i clienti di Tim e WindTre
- 26 gennaio 2023 – Adiconsum chiede che il fascicolo sanitario diventi interoperabile tra tutti i sistemi regionali
- 26 gennaio 2023 – Accordo con Plenitude sulla rateizzazione delle bollette per i consumatori in difficoltà
- 2 febbraio 2023 – Firma del Protocollo d'intesa con Ferrovie dello Stato
- 9 febbraio 2023 – Adiconsum alla BCE: un errore aumentare ancora i tassi
- 23 febbraio 2023 – Presentazione del Rapporto "5G e Cultura digitale"
- 28 marzo 2023 – Insieme al Coordinamento free su fotovoltaico galleggiante e mercato elettrico
- 29 marzo 2023 – Eurovita: Adiconsum chiede a Governo risposte chiare, concrete, urgenti ai risparmiatori coinvolti
- 19 aprile 2023 - Casa/Energia: Riparte il Tour 2023 "La Casa Si Cura" di Adiconsum e Prosiel. 1^ tappa a Taranto
- 26 aprile 2023 - Casa/Energia: Riparte da Taranto il Tour 2023 "La Casa Si Cura"
- 2 maggio 2023 - Eurovita: Adiconsum e le altre Associazioni Consumatori in attesa di risposte sul riscatto delle polizze
- 2 maggio 2023 - Ryanair: Sistema di verifica identità del passeggero danneggia chi acquista un pacchetto turistico
- 5 maggio 2023 - Folgorata in vasca, manca cultura sulla sicurezza. La promuove Adiconsum col Tour "La Casa Si Cura"
- 8 maggio 2023 – Adiconsum chiede di rendere strutturale la garanzia pubblica dell'80% del Fondo Prima Casa
- 11 maggio 2023 - Adiconsum rileva criticità su alcuni BFP
- 18 maggio 2023 - Casa: Adiconsum: Il Tour "La Casa Si Cura" arriva a Cagliari il 24 e 25 maggio
- 18 maggio 2023 - Maltempo: associazioni Cncu chiedono stop a bollette per 3 mesi
- 25 maggio 2023 - Eurovita: Adiconsum chiede al Commissario Santoliquido una convocazione urgente
- 1 giugno 2023 – Made in Italy: Apprezzamento di Adiconsum del DDL. Pronti per sinergica collaborazione con MIMIT
- 1 giugno 2023 – Relazione Banca d'Italia: Adiconsum condivide Considerazioni finali di Visco
- 5 giugno 2023 - Eurovita: Commissario Santoliquido convoca Associazioni Consumatori il 7 giugno 2023





ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987

- 8 giugno 2023 – Eurovita: Adiconsum incontra l'Amministratore Straordinario Santoliquido
- 19 giugno 2023 – Truffa su conto online: Adiconsum Cagliari fa recuperare 64.500 euro
- 20 giugno 2023 – Relazione Banca d'Italia: le riflessioni di Adiconsum
- 20 giugno 2023 – Intelligenza artificiale: come dovrebbe essere secondo Adiconsum
- 21 giugno 2023 - Indagine Ipsos: Associazioni Consumatori al II posto come gradimento
- 22 giugno 2023 - Casa: il Gazebo del Tour "La Casa SI Cura" in piazza a Matera
- 3 luglio 2023 - Sostenibilità/Parità di genere: Adiconsum lancia il Sondaggio "Give me 5 for Gender Equality"
- 18 luglio 2023 - Eurovita: incontro IVASS-Adiconsum e altre Associazioni. Serve Fondo di garanzia
- 25 luglio 2023 - DDL Capitali: l'opinione di Adiconsum
- 31 luglio 2023 - Canone Rai: Adiconsum dice no al canone Rai sulla telefonia mobile
- 1 agosto 2023 - Tim: Adiconsum dice NO all'indicizzazione tariffaria delle bollette
- 2 agosto 2023 – Energia: fine del mercato imminente. Arera sblocchi fondi per la Campagna. Ampliare le funzioni dei CAF
- 29 agosto 2023 – Prezzi: Serve Tavolo per riforme strutturali e Mr. Prezzi nelle province per combattere speculazioni
- 31 agosto 2023 – Tlc: Andare oltre la NetCo. Realizzare Rete Unica Nazionale
- 5 settembre 2023 - Energia: Futuro "nebuloso" per i consumatori. Serve Campagna comunicativa delle Associazioni Consumatori
- 8 settembre 2023 - Adiconsum Sardegna contro i tagli delle rotte di Ryanair
- 11 settembre 2023 - Banche: Adiconsum accoglie con favore dichiarazioni Antitrust
- 15 settembre 2023 - Mutui: Le proposte di Adiconsum sul Fondo Prima Casa
- 20 settembre 2023 - Casa: la V tappa del Tour "La Casa SI Cura" sarà a Monza
- 21 settembre 2023 - Eurovita: Adiconsum auspica stretto coinvolgimento delle Associazioni Consumatori
- 26 settembre 2023 - DL Energia: Adiconsum chiede proroga Mercato Tutelato, certezze su Maggiore Tutela, Campagna informativa
- 26 settembre 2023 - Eurovita: Bene la nascita di "CRONOS". Adiconsum invita i risparmiatori a non riscattare le polizze
- 27 settembre 2023 - DDL Capitali: Le preoccupazioni di Adiconsum
- 5 ottobre 2023 - Trimestre anti-inflazione: per Adiconsum serve di più
- 9 ottobre 2023 - Casa/Energia: La VII tappa del Tour "La Casa SI Cura" sarà a Udine
- 11 ottobre 2023 - Banche: Adiconsum chiede convocazione sul caso Intesa Sanpaolo e Isybank
- 27 ottobre 2023 - Eurovita: Adiconsum sollecita IVASS sull'informazione ai risparmiatori
- 6 novembre 2023 - Eurovita/Cronos Vita: Adiconsum consiglia cautela nella richiesta dei riscatti
- 6 novembre 2023 – Intesa Sanpaolo/Isybank: Adiconsum chiede incontro urgente

- 9 novembre 2023 - Tlc/DL Concorrenza: Adiconsum contro emendamento su divieto offerte differenziate per consumatori provenienti da operatori low-cost
- 9 novembre 2023 - Fondo Idennizzo Risparmiatori: Le richieste di Adiconsum
- 14 novembre 2023 - Isybank: nuova procedura di adesione frutto del confronto tra Adiconsum/Associazioni Consumatori e Intesa Sanpaolo
- 20 novembre 2023 - Parità di genere: online i risultati del Sondaggio Adiconsum "Give me 5 for Gender Equality"
- 30 novembre 2023 - Facebook/Meta: Adiconsum aderisce a iniziativa del BEUC contro il "pay-or-consent"
- 30 novembre 2023 - Intesa Sanpaolo/Isybank: Agcm accoglie proposte di Adiconsum su assenso esplicito
- 30 novembre 2023 - Fine del servizio di tutela: Adiconsum/Associazioni Consumatori chiedono incontro urgente al Ministro Pichetto-Fratin
- 7 dicembre 2023 - Giornata dell'Innovazione: il 12 dicembre "Io sono Originale" al Museo Ferroviario di Pietrasa
- 11 dicembre 2023 - "Ricomincio da tRe", progetto del MIMIT con Adiconsum/Associazioni Consumatori
- 18 dicembre 2023 - "5G": un'indagine di Adiconsum/Associazioni Consumatori rivela che solo il 21% al Sud la utilizza

Le attività di assistenza individuale: consulenza, assistenza al reclamo e conciliazioni

Nel 2023, per il quale disponiamo per ora di dati aggregati, possiamo riferire: 22.354 consumatori assistiti attraverso i nostri canali di informazione e di prima assistenza ed ulteriori 19.802 consumatori assistiti per reclami, conciliazioni e consulenza specifica in vari ambiti: il totale è di 42.156.

Le attività di comunicazione

L'Ufficio Stampa/Comunicazione si occupa della produzione di comunicati stampa rivolti ai media, della produzione di notizie di servizio rivolte ai consumatori, di curare ed organizzare interviste e partecipazioni a trasmissioni televisive e radiofoniche dei rappresentanti dell'Associazione, nonché di contributi scritti per i media cartacei.

Produzione dei comunicati stampa:

- stesura e titolazione del comunicato
- invio telematico alle caselle di posta elettronica sia delle redazioni delle varie testate che ai contatti dei singoli giornalisti, differenziando gli invii a seconda dell'argomento del comunicato
- pubblicazione sul sito internet dell'Associazione (www.adiconsum.it)
- pubblicazione sui social network (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter di Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia



- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.

Nel 2023 sono stati diffusi n. 64 comunicati stampa.

Produzione delle notizie di servizio:

- ricerca ed elaborazione di notizie di servizio rivolte ai consumatori
- pubblicazione sul sito internet dell'Associazione (www.adiconsum.it)
- pubblicazione sui social network (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia
- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.

L'ufficio stampa/Comunicazione dell'Adiconsum nazionale veicola la notizia adattandola ai vari mezzi di comunicazione, cercando di darle la più ampia visibilità possibile. Si cerca di dare in questo modo la possibilità ai consumatori di scegliere la modalità più consona alle proprie attitudini.

L'Ufficio stampa Adiconsum supporta anche tutta l'attività di comunicazione dell'Ufficio progetti dell'Associazione con la produzione e l'invio dei Save the date, degli inviti stampa, la produzione di video/foto e la pubblicazione del materiale sul sito web e sui social. Nel 2023 sono state diffuse n. 191 notizie. L'attività di comunicazione ha riguardato n. 83 eventi che hanno visto la partecipazione dei dirigenti ed esperti Adiconsum e n. 656 uscite sui media.

I progetti

I progetti costituiscono la parte rilevante dell'attività associativa: generano collaborazione con altre organizzazioni della società civile, le imprese, le istituzioni, gli enti di ricerca e le università, i soggetti analoghi operanti in altri paesi; focalizzano una criticità o un bisogno specifico dei consumatori e mettono in atto campagne o iniziative pilota; organizzano eventi; producono molti tipi di materiale informativo; svolgono ricerche di tipo socio-economico o collaborano a ricerche di tipo scientifico; producono conoscenza ed esperienza; prevedono corsi di formazione specialistici per gli operatori e gli esperti dell'Associazione su tutto il territorio nazionale; raccolgono e promuovono buone prassi; finanziano servizi, iniziative ed attività rilevanti sul piano della tutela individuale e collettiva dei consumatori; rendono l'associazione più autorevole e più presente sui mass media, incrementando la sua popolarità fra i consumatori.

L'ufficio Progetti Adiconsum presenta e realizza numerosi progetti sia a livello nazionale che europeo, cura la collaborazione e lo scambio di esperienze con numerosi partner, avviando importanti campagne di informazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico e socialmente responsabile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale. L'elencazione che segue riporta i principali

progetti che si sono svolti in tutto o in parte nel 2023. Questi, tuttavia, non esauriscono tutta la partecipazione di Adiconsum ad altre iniziative in ambito italiano ed europeo, che spesso consiste nello svolgere attività di documentazione, pubblicazioni, consultazioni pubbliche, ricerche giuridiche, rilevazioni di prezzi, tariffe e problematiche del consumo, sondaggi di opinione, ecc., spesso in partnership con altri soggetti. Costante, inoltre, il monitoraggio dei bandi e delle opportunità di finanziamento a livello nazionale ed europeo.

Qui illustriamo brevemente i singoli progetti: per informazioni più complete e per il materiale prodotto dai vari progetti, si rimanda all'apposita sezione del sito web www.adiconsum.it, da cui sono anche raggiungibili i siti web creati appositamente per alcune campagne o progetti.

I progetti sono finanziati con risorse proprie, con fondi pubblici, e in rari casi con contributi da privati. La maggior parte di essi si svolge su periodi di tempo superiori all'anno e comunque non necessariamente in coincidenza con l'anno solare: pertanto, ricadono nel periodo di riferimento della presente Relazione di Missione solamente parte delle attività, dei risultati e degli impieghi di risorse (umane, materiali e finanziarie) di ciascun progetto, con la conseguente necessità di stimare i dati e l'inevitabile approssimazione.

PROGETTI EUROPEI

Progetto SHEALTHY: "SHEALTHY - Non-thermal physical technologies to preServe HEALTHiness of fresh and minimally processed fruit and vegetables" - è un progetto di ricerca, finanziato nell'ambito del programma Horizon 2020 dell'Unione Europea, con il coinvolgimento di Adiconsum e di 20 prestigiose organizzazioni - pubbliche e private - di 8 Paesi europei (Italia, Spagna, Germania, Olanda, Regno Unito, Danimarca, Belgio e Serbia), ha l'obiettivo di sviluppare, nell'arco della sua durata di 54 mesi, combinazioni ottimali di tecnologie innovative per la sanificazione, preservazione e stabilizzazione di frutta e verdura fresca minimamente processata, allo scopo di migliorare la sicurezza alimentare e la qualità nutrizionale e allo stesso tempo preservarne la qualità organolettiche, prolungandone la scadenza e riducendo in questo modo lo spreco di cibo. Adiconsum contribuisce al progetto attraverso le seguenti attività: realizzazione di 3 focus group in Italia e interviste approfondite coinvolgendo i consumatori per la preparazione di un'indagine sulla percezione dei consumatori rispetto all'innovazione tecnologica sugli alimenti e sulle abitudini di consumo e conservazione degli alimenti (frutta e verdura fresca e succhi); collaborazione e supporto all'organizzazione di test sensoriali e di prodotto con i consumatori; supporto nella progettazione di strategie ottimali di comunicazione verso i consumatori e di etichettatura sul fronte della confezione; realizzazione di un video-documentario di presentazione del valore aggiunto del progetto; campagna informativa e mediatica verso i consumatori.

Progetto We ALL say NO 2 Fakes

Il progetto "We All Say NO 2 Fakes" (Wall-NO 2) in materia di educazione alla difesa della Proprietà Intellettuale (PI), rivolto ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie e agli studenti universitari, è la prosecuzione dei 3 precedenti progetti "Peers Say NO", "Peers2Peers Say NO" e "We ALL say NO", un'esperienza avviata da Adiconsum con grande successo fin dal 2017.

Il progetto è finanziato da EUIPO - Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale e supportato da FAPAV - Federazione per la Tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali, Adiconsum, Università di Verona, Università del Salento, CISL scuola università e ricerca, Fondazione Digital Transformation Institute e Centro Europeo Consumatori Italia (ECC-Net Italia). L'obiettivo del progetto è quello di avvicinare i giovani alla tutela della proprietà intellettuale attraverso esempi legati al loro vissuto quotidiano. L'edizione 2023 è in special modo dedicata al tema dell'intelligenza artificiale, un argomento che suscita molti dubbi e incertezze, soprattutto per quanto riguarda la gestione del diritto d'autore. Tra le attività, incontri dal vivo e online con gli studenti e i docenti delle scuole primarie e secondarie in varie località italiane; la realizzazione di un KIT "IP in scatola" una collezione di materiali e giochi rivolti ai ragazzi (medie e superiori), con una versione speciale dedicata anche ai giovanissimi (elementari) e una sezione focalizzata sull'AI; il coinvolgimento di studenti e docenti universitari che prenderanno parte alle attività del progetto attraverso lezioni e webinar.

Progetto SCAN 2 - Small Claims Analysis Net 2

Il progetto, realizzato nell'ambito del Programma di Giustizia dell'Unione Europea (2021-2027), parte dai risultati della prima edizione del progetto che aveva come scopo principale la più ampia diffusione e conoscenza del Procedimento europeo per le controversie di modesta entità come strumento di risoluzione valido ed efficace al servizio dei consumatori, degli imprenditori e dei professionisti del diritto.

Sulla base dell'esperienza pregressa, questa seconda edizione mira in particolare a favorire il miglioramento dell'applicazione delle sentenze relative al procedimento europeo (ESCP) attraverso la stesura di una Roadmap sulle procedure nazionali di esecuzione nei 26 Stati membri dell'UE delle sentenze dell'ESCP al fine di superare l'attuale mancanza di armonizzazione tra i paesi membri che rappresenta una grave debolezza per la sua applicazione; la semplificazione e la digitalizzazione delle procedure di attuazione del procedimento ESCP. Partendo da un approccio di valutazione dei bisogni e dall'importanza di istituire un meccanismo di accesso alla giustizia completamente digitalizzato ai cittadini, il progetto intende sviluppare una piattaforma informatica e un sistema Blockchain per colmare il divario esistente nell'applicazione dell'ESCP in tutta l'Unione Europea. In linea con la mission associativa, Adiconsum partecipa al progetto SCAN 2 supportando e contribuendo alla stesura della Roadmap nei 26 e alla raccolta di informazioni; alle azioni di pilot test, verificando, insieme agli utenti finali, la fruibilità e la comprensione della nuova interfaccia della piattaforma informatica in fase di sviluppo per facilitare l'accesso all'ESCP; allo sviluppo del sistema Blockchain applicato al procedimento ESCP, verificando la percezione degli end-users mediante focus group; all'attività di promozione e diffusione dei risultati del progetto attraverso tutti i canali associativi e l'organizzazione di eventi per i consumatori.

Progetto CREA 2 - Conflict Resolution with equitable algorithms

Altra iniziativa finanziata dal programma europeo Justice 2021-2027, nell'ambito del bando "Action grants to support National or Transnational e-Justice projects JUST-2021- EJUSTICE". CREA 2 è il seguito del progetto di ricerca europeo CREA, implementato nel biennio 2017-19, e che basandosi sui risultati del predecessore, ha l'obiettivo di assistere le persone fisiche e giuridiche nella risoluzione delle loro controversie in ambito civile attraverso l'apporto di regole e principi derivanti da discipline extra giuridiche, come l'applicazione di algoritmi teorici di gioco innovativi e l'introduzione di strumenti di Intelligenza Artificiale (AI). L'obiettivo

principale è facilitare l'accesso degli utenti ai meccanismi di risoluzione delle controversie online (ODR) e, di conseguenza, evitare l'impossibilità o difficoltà strutturali nell'accesso alla giustizia. Il progetto coinvolge numerosi stakeholders a livello europeo, tra cui avvocati, notai, mediatori, associazioni di consumatori, accademici, studenti, aziende di settore, policy maker. Adiconsum partecipa, curando in particolare, l'attività di promozione e diffusione dei risultati tra i consumatori con una serie di azioni dedicate, anche al fine di valutarne l'utilità per la collettività.

Progetto 2GETHER4FORESTS

Dopo l'intensa attività del 2022, i primi mesi del 2023 hanno salutato l'avvio ufficiale della nuova regolamentazione comunitaria, frutto della campagna Together4Forests. Il gruppo, nutrito e coeso, dei partner della coalizione, impegnati a livello globale e distribuiti in numerosi paesi non solo europei, si è incontrato online il 12 gennaio per una "celebrazione" che ha ripercorso un anno di impegno e di lotta, confrontato le difficoltà e le iniziative messe in campo da ciascuno, apprezzato i risultati. Il 7 marzo si è tenuto nella sede Europea del WWF un evento conclusivo. Adiconsum ha mantenuto attivi i canali di comunicazione e collaborazione con i partner, aderendo a varie iniziative congiunte "spot" (con lettere a ministri italiani e ad europarlamentari) in favore di una tutela più adeguata degli ecosistemi rispetto all'impatto della produzione e del consumo.

PROGETTI NAZIONALI

Progetto IO SONO ORIGINALE 2019 - 2023

Iniziativa in continuità con le precedenti campagne di comunicazione promosse dalla Direzione Generale Lotta alla Contraffazione - Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico ed in linea con l'impegno delle istituzioni italiane ed europee per prevenire e contrastare la contraffazione. Le associazioni proponenti, tra cui Adiconsum, negli ultimi 7 anni, stanno ormai dedicando un ramo sempre più importante della loro attività per la promozione di scelte di consumo responsabili e quindi anche legali. L'attuale campagna informativa e di sensibilizzazione ha previsto una fitta serie di attività tra le quali:

una piattaforma per la formazione in e-learning sul tema dedicata ai docenti degli istituti secondari di I e II grado e agli operatori delle associazioni di consumatori;

150 incontri nelle scuole secondarie di I e II grado e un concorso nazionale;

25 eventi in piazza sul territorio nazionale;

35 seminari per gli studenti universitari in 6 atenei italiani;

2 Giornate dell'Innovazione presso 20/25 università.

Progetto "DICO Sì - Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione"

Il progetto "DICO Sì - Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione - Per la cittadinanza digitale piena e consapevole", avviato da Adiconsum già nel 2022, con il finanziamento del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nell'ambito delle Iniziative a vantaggio dei consumatori, di cui all'articolo 148, comma 1, della legge 23 dicembre 2000, n. 388. (DM 6/5/2022 articolo 5), pone come obiettivo principale quello di sviluppare tra i consumatori un approccio socialmente, ambientalmente ed economicamente sostenibile nei confronti della digitalizzazione e del consumo. Le fasce di popolazione più vulnerabili, non

solamente dal punto di vista economico, ma anche da quello sociale, continuano ad essere i gruppi target principali a cui si rivolge il progetto. Il piano di attività prevede un'indagine sulle tendenze di consumo sostenibile con focus specifici su tematiche rilevanti come, ad esempio, tecnologia e filiera agroalimentare; un'attività di Dialogo con aziende ed istituzioni in collaborazione con università con la realizzazione di n. 3 Forum su tematiche progettuali, in particolare su energia, intelligenza artificiale, agricoltura e consumi sostenibili; una Campagna mediatica supportata dai canali di comunicazione dell'Associazione; la Collana "I Quaderni del Consumatore" focalizzata sulle tematiche progettuali (n. 6 miniguide) rivolta ai consumatori; un'attività di Assistenza gratuita tramite Chat Live sui temi della digitalizzazione. Nell'ambito della presente iniziativa, Adiconsum, insieme ad altre 9 Associazioni dei Consumatori, porta avanti il progetto congiunto "Ricomincio da tRe" dedicato all'educazione ad un consumo sostenibile e all'economia circolare, con specifici interventi a favore dei consumatori: un evento di lancio, presso il Museo Nazionale delle Ferrovie di Pietrarsa (Napoli), 12-14 dicembre 2023, un Eco-tour in 40 città italiane, materiali informativi sulle diverse tematiche affrontate, comunicazione coordinata.

Progetto Give me 5 for Gender Equality

Il progetto, realizzato in collaborazione con UniCredit, nell'ambito di Noi&UniCredit, il programma di partnership fra la banca e 14 Associazioni Consumatori di rilevanza nazionale a cui Adiconsum partecipa attivamente dal 2005, si focalizza sulla parità di genere, che spesso passa in secondo piano rispetto alla sostenibilità ambientale, nonostante sia indicata come GOAL n. 5 dell'Agenda 2030 dell'ONU e sia egualmente importante per lo sviluppo del Paese. Nello specifico, il progetto si concentra sulla percezione delle persone nei confronti di questo tema indagando temi di carattere consumeristico come la pink tax e promuovendo il concetto di sostenibilità sociale. Tra le attività, un sondaggio realizzato e diffuso tramite i canali media e social dell'associazione e che ha restituito un profilo per aiutare consumatori e consumatrici a prendere consapevolezza di quanto siano attivi su questo fronte e quali altre azioni possono mettere in campo per contribuire al raggiungimento dell'obiettivo n. 5. Le evidenze emerse dal sondaggio sono state sintetizzate in un report per fare un punto sul concetto di parità di genere e sulle sfide che si prospettano in termini di sostenibilità sociale. Infine, una campagna media e social è stata realizzata, sui canali media e social di Adiconsum, per comunicare i risultati dell'indagine e promuovere l'uguaglianza di genere.

Progetto Green Circle

Il progetto Green Circle si pone l'obiettivo di promuovere una sostenibilità per tutti, impegnandosi a rimuovere tutti quegli ostacoli di carattere sociale ed informativo che impediscono alle persone di abbracciare uno stile di vita più rispettoso dell'ambiente e delle persone.

Attraverso il coinvolgimento attivo dei consumatori, degli shareholder e stakeholder del sistema di produzione e consumo il progetto punta ad identificare le cause degli ostacoli e individuare possibili approcci e soluzioni.

Le attività progettuali includono:

- Studio qualitativo e quantitativo sulle barriere che limitano l'inclusività della transizione verde.



- Interviste in profondità e raccolta di testimonianze attraverso la rete territoriale di Adiconsum; questionario online ai consumatori, con profilazione e Report di ricerca da inviare alla stampa ed ai policy makers.
- Redazione e pubblicazione de "I quaderni del consumatore" una collana di 4 manuali digitali contenente consigli e informazioni specifiche per adottare uno stile di vita più green, con effetti benefici in termini di impatto ambientale e risparmio economico.
- Realizzazione del Manifesto del Consumo Sostenibile e Inclusivo: una dichiarazione sulla volontà di partecipare alla transizione verso la green economy, da parte di organizzazioni e gruppi rappresentativi della società civile, con una richiesta pubblica alle istituzioni, alle aziende e agli stakeholder rilevanti, di compiere ogni sforzo possibile per promuovere l'accessibilità di prodotti e servizi sostenibili.
- Attività di sensibilizzazione ed educazione rivolte al pubblico dei consumatori (social media, articoli, interviste, pubblicazioni digitali, infografiche, ecc.), con particolare attenzione ai gruppi vulnerabili (quelli con basso livello di istruzione, colpiti da digital divide, basso reddito, sovraindebitamento) promuovendo pratiche di stile di vita sostenibili anche sotto il profilo economico

Progetto 2GETHER2GREEN

Il progetto 2GETHER2GREEN, per la promozione dell'economia circolare e dei comportamenti di acquisto e di consumo coerenti con i suoi principi e valori, realizza con respiro pluriennale un'ampia campagna di comunicazione sociale, tesa a dimostrarne i benefici individuali e collettivi. Aiutando il consumatore a cogliere appieno i vantaggi dell'economia circolare e sensibilizzando le imprese a produrre in modo più eco-responsabile, si sostiene un modello di sviluppo che punta all'eliminazione dello spreco e alla riduzione dell'effimero, al recupero del "valore d'uso" dei beni, alla durabilità, alla condivisione, al riuso e al riciclo, al minimo impegno di risorse naturali e materie prime, alla minima produzione di rifiuti e smaltimento differenziato, al minimo consumo di energia ed acqua, alla minima produzione di CO2 ed altri inquinanti, al recupero di materiali riciclabili, al maggiore accesso a beni e servizi da parte delle fasce sociali meno abbienti. L'attività 2023 ha risentito della "sovrapposizione tematica" che in materia di circolarità e sostenibilità ha visto acquisire priorità ad altre campagne, ma Adiconsum sta riorganizzando il piano di lavoro per il proseguimento anche di questa importante iniziativa.

Progetto "PQS20/23 - Energia: Diritti a Viva Voce"

Prosegue l'esperienza e la denominazione delle precedenti edizioni con l'obiettivo di rendere i consumatori più informati e più consapevoli in materia di energia e gas. Sono 17 le Associazioni dei consumatori che promuovono il progetto, finanziato dalla Cassa conguglio per il settore elettrico su disposizione dell'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente. Nonostante gli aspetti positivi del passaggio al mercato libero vi sono delle criticità che questa liberalizzazione ha innescato. Casi di comportamenti commerciali scorretti, situazioni di doppie fatturazioni o semplicemente difficoltà nel passaggio da un venditore all'altro e inoltre la comprensibilità delle bollette e le informazioni sul servizio hanno portato ad una flessione del livello di soddisfazione dei clienti domestici e delle imprese. Il progetto tende a ottenere questo

obiettivo attraverso l'insieme di servizi fisici e telematici per la tutela dei consumatori e utenti del servizio energetico italiano. Le azioni essenzialmente sono: oltre 35 sportelli territoriali, sito web dedicato e attività di promozione multimediale.

Progetto "La Casa Si Cura"

L'iniziativa si propone di diffondere la cultura della sicurezza, dell'efficienza e dell'uso razionale dell'energia elettrica nelle case degli italiani, informandoli, anche, delle possibilità offerte dalle nuove tecnologie. La campagna, già avviata nel 2022, ha previsto anche nel 2023 un tour itinerante in altre 10 città per sensibilizzare i cittadini-consumatori sui temi suddetti a partire dal 28 aprile con Taranto, visitando le seguenti città: Cagliari (24/5), Matera (22/6), Padova (14/9), Monza (27/9); Pisa (6/10); Udine (13/10), Cesena (17/10), Macerata (27/10) e Genova (18/12). Durante ciascuna tappa, lo staff di Adiconsum incontra la cittadinanza nelle piazze principali dei centri cittadini o nei centri commerciali con elevata affluenza di pubblico, dove viene allestito uno stand, attrezzato con le principali tecnologie e completamente autonomo e sostenibile (alimentato da generatore a batteria alimentato da un pannello solare) e dove i consumatori possono vedere e provare le funzionalità degli apparati elettrici destinati alla sicurezza degli. Nell'edizione 2023, in ogni tappa è stato realizzato un CONVEGNO dal titolo "LA CASA SI CURA: TUTTO CIÒ CHE OCCORRE SAPERE PER UNA CASA SICURA CHE FA RISPARMIARE E RISPETTA IL PIANETA" al fine di raccogliere una maggiore risonanza mediatica a livello locale e di chiarire e rispondere più approfonditamente e, ad un pubblico più ampio, ai principali dubbi e alle domande più frequenti rispetto ai temi trattati. A supporto del tour, un'intensa campagna mediatica attraverso tutti i canali di comunicazione di Adiconsum.

Più Informati Più Protetti

Campagna informativa sull'r.c. auto nell'ambito del programma di attività, nato nel 2018 e promosso dal Forum Ania-Consumatori, a cui Adiconsum aderisce, giunto alla sua II edizione. Si tratta di una campagna finalizzata ad informare i cittadini su temi di interesse per i consumatori e per il settore assicurativo: assicurazione auto, frodi in ambito assicurativo e catastrofi naturali. La Campagna è stata veicolata attraverso i social di Adiconsum attraverso 10 infografiche su facebook, twitter, instagram e linkedin rispetto alle seguenti tematiche: risarcimento r.c. auto, procedura di conciliazione, frodi assicurative e risparmio della polizza. Nell'ambito della Campagna abbiamo anche realizzato un'intervista al Segretario Generale del Forum Ania-Consumatori, Giacomo Carbonari, disponibile sulla rivista di Adiconsum "Il consumo responsabile".

Registro pubblico delle opposizioni

Campagna informativa istituzionale del Ministero delle Imprese e del Made in Italy in collaborazione con le Associazioni Consumatori del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU), per far conoscere ai consumatori a cosa serve il nuovo Registro delle opposizioni (RPO).

A partire dalla fine del mese di giugno e fino a ottobre 2023, in linea con le indicazioni ministeriali e in coordinamento con l'Ufficio Stampa del MIMIT, abbiamo realizzato materiali, comunicati stampa, articoli, newsletter e una pagina web dedicata all'iniziativa che è stata veicolare ai nostri iscritti e alla cittadinanza tutta tramite i nostri canali di comunicazione online (sito web, profili social, newsletter associativa) e che sono stati messi a vostra disposizione per

rendere ancora più capillare ed efficace l'attività di promozione e comunicazione al pubblico dei consumatori.

Progetto "La responsabilità è un gesto normale"

In collaborazione con il MOIGE (Movimento Italiano dei GENITORI) e la FIT (Federazione Italiana Tabaccai) e con il patrocinio del comune di Milano, Adiconsum ha promosso una campagna nell'area di Milano e interland, tesa a sollecitare il rispetto della legge e in particolare il divieto di vendita di sigarette e e-cig ai minorenni. Attraverso un'ampia indagine campionaria, rivolta agli adulti ma anche ai minori stessi, condotta da Euromedia Research, si è rilevato un diffuso problema di mancato rispetto del divieto. Si è poi proceduto a predisporre, con l'aiuto della società di comunicazione Lifonti & Company, di cartellonistica stradale ed altre forme di comunicazione, incluse locandine e vetrofanie da utilizzare nei punti vendita fisici. L'obiettivo è stato quello di sensibilizzare ad un più rigoroso controllo dell'età degli acquirenti.

3. Dati sugli Associati, sulle attività svolte nei loro confronti e informazioni sulla partecipazione degli Associati alla vita dell'Ente

I Soci dell'Associazione sono di due categorie: Soci Ordinari persone fisiche, Soci aderenti collettivi. La qualità di Socio Ordinario persona fisica è attribuita a tutti coloro senza distinzione di età, di nazionalità, di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali, che ne facciano richiesta, aderendo all'Associazione direttamente o attraverso l'iscrizione alle Associazioni Adiconsum aderenti, territoriali o regionali/interregionali, condividendone i principi e le finalità e impegnandosi a versare la quota associativa.

Accettandone le finalità e gli scopi, il socio si impegna a partecipare alle attività sociali e a osservare lo Statuto, il Regolamento di attuazione dello Statuto Nazionale e le delibere degli Organi Sociali.

Possono aderire all'Associazione, quali Soci collettivi nei termini previsti e con le modalità previste dalla legge e dal Regolamento di attuazione dello Statuto Nazionale, tutte le associazioni dotate, o meno, di personalità giuridica, che abbiano finalità non contrastanti con quelle dell'Associazione, che abbiano sede legale in Italia e in Europa e non abbiano scopo di lucro, che condividano i principi e le finalità e si impegnano a rispettare il presente Statuto e a versare la quota associativa.

L'Associazione sviluppa e incoraggia la partecipazione democratica degli associati, anche attraverso momenti di studio, informazione, confronto, dibattito, sia all'interno sia all'esterno dell'associazione; individua forme di coinvolgimento degli associati nell'elaborazione e nell'attuazione dei progetti e delle iniziative volte alla tutela collettiva dei consumatori e utenti.



Il numero di associati (medio, in quanto la tessera associativa ha validità di un anno dalla data di iscrizione e non coincide con l'anno solare) nel corso del 2023 è stato di 37.501 unità.

4. Illustrazione delle poste di bilancio

Fatti di particolare rilievo avvenuti nel corso dell'esercizio

Nel corso dell'esercizio 2023, segnato dal drammatico conflitto in Ucraina, dalla crisi energetica e dalla forte ripresa dell'inflazione, Adiconsum ha svolto la propria attività, in linea con le finalità sociali, ai sensi dell'Art. 2 dello Statuto, proseguendo il suo impegno a sostegno della tutela collettiva ed individuale dei cittadini-consumatori, attraverso campagne di sensibilizzazione, la realizzazione di progetti derivanti da fondi pubblici e privati e presenziando i tavoli di lavoro alla ricerca di un dialogo attivo e propositivo con le istituzioni e le imprese.

a. Introduzione al Bilancio di esercizio 2023

Il bilancio consuntivo di Adiconsum chiuso al 31 dicembre 2023, evidenzia un avanzo di esercizio pari ad Euro 6.545.

Il Bilancio è costituito dallo Stato Patrimoniale, dal Rendiconto Gestionale e dalla presente Relazione di Missione che è parte integrante del Bilancio Sociale.

Il Rendiconto Gestionale è stato predisposto a sezioni divise e contrapposte, strutturate in coerenza con le caratteristiche della Associazione, al fine di dare una chiara rappresentazione delle specifiche modalità gestionali adottate.

Come previsto, gli schemi dello Stato Patrimoniale e del Rendiconto Gestionale sono stati opportunamente integrati, in relazione ad alcune specifiche poste dell'Associazione, al fine di migliorarne la lettura e la comprensione.

Il bilancio corrisponde alle risultanze delle scritture contabili regolarmente tenute ed è soggetto a verifica da parte dell'Organo di Controllo, a norma dell'art. 13 del nuovo Statuto di Adiconsum, adottato in seguito alla sua approvazione in data 1 giugno 2022.

Esso è stato redatto in conformità ai principi generali di redazione del bilancio e ai criteri di valutazione di cui, rispettivamente agli art. 2423, 2423 bis e 2426 del Codice Civile e ai principi contabili elaborati dall'Organismo Italiano di Contabilità in quanto applicabili.

La presente Relazione di Missione è stata predisposta secondo quanto previsto dall'art. 2427 del Codice Civile tenuto anche conto di quanto previsto dall' IC 35.

Lo Stato patrimoniale, il Rendiconto Gestionale e la Relazione di Missione sono espressi in Euro, come previsto dall'art. 2423, comma 5, del Codice Civile.

Il presente bilancio presenta, ai fini comparativi, i dati dell'esercizio precedente.

b. Criteri di valutazione e principi di redazione

La valutazione delle voci di bilancio è stata fatta ispirandosi ai criteri generali di prudenza, competenza e divieto di compensazione di partite, nella prospettiva della continuazione dell'attività dell'Associazione.

Esponiamo nel seguito i criteri che sono stati adottati per la valutazione delle poste più significative del bilancio, in osservanza di quanto disposto dall'art. 2426, del Codice civile.

o Immobilizzazioni materiali

Sono iscritte al costo di acquisto.

L'Associazione, è solita spendere al conto economico dell'esercizio tutti i cespiti acquistati nell'esercizio di valore unitario non superiore ad Euro 516, in linea con quanto previsto dalla prassi fiscale.

Le immobilizzazioni materiali iscritte in bilancio sono esposte al netto dei relativi Fondi di ammortamento.

o Crediti

Sono iscritti al valore di presumibile realizzo. Nello Stato Patrimoniale vengono separatamente evidenziati tutti i crediti esigibili oltre l'esercizio successivo.

o Disponibilità liquide

Sono iscritte al valore nominale.

o Risconti attivi

Sono stati determinati secondo il criterio dell'effettiva competenza temporale dell'esercizio.

o Patrimonio netto

Il Patrimonio netto è composto dal Fondo di dotazione dell'Ente, dagli avanzi di gestione degli esercizi precedenti, nei quali è confluito il risultato positivo dell'esercizio 2022 e dal Risultato Gestionale dell'esercizio 2023. Il Patrimonio è disponibile per le finalità istituzionali e non è distribuibile, anche in caso di liquidazione dell'Associazione.

Ai sensi dell'art. 17 dello Statuto, in caso di scioglimento, il Patrimonio della Associazione verrà devoluto ai fini di utilità sociale.

o Trattamento di fine rapporto

Rappresenta l'effettivo debito maturato verso i dipendenti alla data di chiusura dell'esercizio, in conformità alla legge e al contratto di lavoro vigente.

o **Debiti**

Sono rilevati al loro valore nominale, pari al valore di estinzione. Nello Stato Patrimoniale vengono separatamente evidenziati tutti i debiti esigibili oltre l'esercizio successivo.

o **Risconti passivi**

Sono stati determinati secondo il criterio dell'effettiva competenza temporale dell'esercizio.

o **Ricavi e Proventi**

Questi sono distinti nelle seguenti macrocategorie, suddivise per attività:

- *Ricavi, rendite e proventi da Attività di interesse generale:* sono iscritti secondo il principio di competenza economica ed in base alla loro natura si distinguono in:
 - *Contributi per progetti*
 - *Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi*
 - *Contributi da Terzi*
 - *Proventi del 5 per mille*
 - *Altri Ricavi, rendite e proventi*
 - *Proventi da quote associative*
- *Ricavi rendite e Proventi da Attività finanziarie e patrimoniali:* si riferiscono agli interessi attivi bancari maturati nell'esercizio.

o **Costi e Oneri**

I costi e gli oneri sono stati sostenuti dall'Associazione, nel periodo di riferimento del bilancio, per lo svolgimento delle proprie attività e sono iscritti sulla base del principio della competenza economica.

Questi sono distinti nelle seguenti macrocategorie, suddivise per attività:

- *Costi e Oneri da Attività di interesse generale:* si riferiscono principalmente agli oneri sostenuti dall'Associazione per supportare l'attività istituzionale.
- *Costi e Oneri da Attività finanziarie e patrimoniali:* si riferiscono agli oneri finanziari relativi ai rapporti bancari.

c. Dettaglio delle voci dello Stato patrimoniale

Per ogni voce è indicato il saldo relativo all'esercizio precedente.



Immobilizzazioni

Immobilizzazioni materiali

	2023		2022	
Costo sostenuto		36.059		34.205
Fondo di ammortamento		-13.111		-6.370
Valore al 31 dicembre		22.948		27.835

Il saldo al 31/12/2023 è rappresentato dal costo di acquisto sostenuto nell'esercizio e in anni precedenti, al netto dei relativi fondi di ammortamento. La voce si riferisce principalmente a macchine elettroniche e mobili di ufficio.

Immobilizzazioni finanziarie

Partecipazioni

La voce risulta così composta:

	31/12/2023		31/12/2022	
		Valore di carico		Valore di carico
Partecipazioni		5.150		5.150

Attivo circolante

Crediti

	31/12/2023		31/12/2021	
Crediti verso Strutture		144.612		257.152
Crediti per Progetti		405.543		507.913
Crediti verso assicurazione per TFR dipendenti		188.734		160.333
Crediti diversi		248.767		406.116
Totale crediti		987.657		1.331.515



Nel corso dell'esercizio è stata effettuata una ricognizione dei crediti per valutare la loro effettiva esigibilità. A seguito di tale analisi, l'Associazione ha ritenuto di dover svalutare alcune tra le posizioni più datate in quanto ritenute non più recuperabili.

In bilancio sono iscritti iscritti crediti di durata superiore a 5 anni per un importo totale di 66.939,17 euro.

Disponibilità liquide

	31/12/2023	31/12/2022
Depositi bancari e postali	241.545	81.883
Denaro e valori in cassa	247	247
Totale disponibilità liquide	241.792	82.130

La voce depositi bancari corrisponde al saldo alla data del 31/12/2023 dei conti correnti di Adiconsum in essere presso i diversi Istituti di Credito.

Ratei e risconti attivi

	31/12/2023	31/12/2022
Risconti attivi	4.749	937
Totale Risconti attivi	4.749	937

Patrimonio netto

	31/12/2023	31/12/2022
Fondo di Dotazione dell'Associazione	147.343	147.343
Avanzo dell'esercizio in corso	6.545	2.813
Riserve accantonate in esercizi precedenti	12.709	9.895
Totale Patrimonio netto	166.597	160.052

Rispetto all'esercizio 2022, il Patrimonio netto ha subito un incremento di Euro 6.545, pari all'avanzo dell'esercizio 2023, come di seguito rappresentato.



<i>Descrizione</i>	<i>Saldo al 31.12.2022</i>	<i>Decrementi</i>	<i>Incrementi</i>	<i>Saldo al 31.12.2023</i>
Fondo di dotazione	147.343			147.343
Riserve vincolate destinate da terzi				
Riserve di utili o avanzi	9.895		2.813	12.708
Avanzo / disavanzo di gestione	2.813	(2.813)	6.545	6.545
Arrotondamenti	1			1
Totale	160.052	(2.813)	9.358	166.597

La voce "Riserve di utili o avanzi" accoglie gli avanzi di gestione degli esercizi precedenti ed ha subito rispetto allo scorso esercizio un incremento di euro 2.813, pari al risultato gestionale dell'esercizio 2022.

Come precisato nel paragrafo relativo ai criteri di valutazione, il patrimonio è a disposizione per le finalità istituzionali, non distribuibile, anche in caso di liquidazione dell'Associazione.

Ai sensi dell'art. 17 dello Statuto, in caso di scioglimento il patrimonio dell'Associazione verrà devoluto ad altri Enti non aventi fine di lucro che perseguano scopi analoghi.

Trattamento di fine rapporto

	31/12/2023	31/12/2022
T.F.R.	200.250	184.887

Rappresenta l'effettivo debito maturato verso i dipendenti di Adiconsum alla data del 31 dicembre 2023, in conformità alle norme di legge e del contratto di lavoro vigente.



Debiti

La voce al 31/12/2023 presenta un saldo pari ad Euro 774.828 ed ha subito una variazione in diminuzione rispetto allo scorso esercizio di Euro 180.952.

	31/12/2023	31/12/2022
Debiti verso Banche	160.025	2.569
Debiti verso Strutture	137.018	146.793
Anticipi su Progetti	24.462	151.131
Debiti verso Fornitori	145.427	128.460
Debiti verso Partners per Progetti	143.082	133.419
Debiti Tributari	22.847	28.088
Debiti verso Istituti di previdenza e di sicurezza sociale	36.206	37.102
Debiti verso Dipendenti e Collaboratori	30.380	30.412
Altri Debiti	75.380	297.806
Totale Debiti	774.828	955.780

Con riferimento alle voci "Debiti verso strutture", "Debiti verso fornitori" e "Altri debiti" nel corso dell'esercizio è stata effettuata un'analisi delle posizioni debitorie risalenti ad anni precedenti per valutarne l'effettiva esigibilità. A seguito di tale verifica, l'Associazione ha concluso alcune transazioni e stralciato le posizioni più datate in quanto ritenute non più dovute.

Ratei e risconti passivi

	31/12/2023	31/12/2022
Risconti passivi	120.663	146.890

La voce Risconti passivi si riferisce alla quota dei contributi del 5 per Mille incassati dall'Associazione alla fine dell'esercizio 2023 e in quello precedente, ma di competenza dei futuri esercizi, nei quali verranno svolte le corrispondenti attività e sostenuti i relativi costi.



Fondo Prevenzione Usura

Adiconsum gestisce, a partire dal 1998, il Fondo di prevenzione del fenomeno dell'usura di cui all'art. 15 Legge 108 del 07.03.1996.

Le somme relative al Fondo di prevenzione del fenomeno dell'usura sono iscritte nei conti d'ordine a bilancio dello Stato Patrimoniale all'attivo per un importo pari ad € 6.704.233,10 sotto la voce "Altre informazioni e impegni", nel passivo, sempre nei conti d'ordine, distinguendoli tra capitale investito per € 5.310.000 e capitale giacente in C/C bancario per un importo pari ad € 1.394.233,10.

Il capitale investito, pari a € 6.704.233,10, è a sua volta suddiviso tra somma impegnata in prestiti attivi e somma impegnata a copertura di tali prestiti per un ammontare complessivo di € 3.037.727,79; e, una somma ancora concedibile per prestiti, pari ad € 3.666.505,31.

Nel corso del 2024 si provvederà al reintegro di € 2.719,04 del Fondo speciale antiusura, generati da una discrasia tra la situazione contabile di diritto e la situazione contabile di fatto e ad un possibile reintegro, in quanto ancora da verificare, di € 856,03 per un erroneo addebito, avvenuto nel 2022, al suddetto Fondo delle spese relative al pagamento di cartelle esattoriali emesse dall'Agenzie delle Entrate relative al mancato versamento dell'imposta di registro su atti giudiziari relativi al Fondo.

d. Dettagli delle voci del Rendiconto Gestionale

Ricavi e Proventi da attività di interesse generale

	31/12/2023	31/12/2022
Proventi da quote associative	37.506	32.394
Proventi del 5 per mille	146.890	94.971
Contributi da terzi	0	2.250
Ricavi per prestazioni a terzi	237.150	276.400
Altri Ricavi, rendite e proventi	279.207	128.222
Contributi per progetti	847.170	1.224.038
Sopravvenienze attive	231.473	11.722
Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale	1.779.396	1.769.997

L'incremento della voce "Sopravvenienze attive" si riferisce essenzialmente alle transazioni e allo stralcio di posizioni debitorie, così come indicato alla voce Debiti.

Proventi da quote associative



Con riferimento ai *proventi da quote associative*, si riporta di seguito il dettaglio delle quote di tesseramento (deliberato per un importo pari a 1 Euro per ciascun Associato), 2023 e 2022, suddivise per Struttura regionale:

Struttura regionale	Tesseramento anno 2023 (numero)	Tesseramento anno 2022 (numero)
Abruzzo	600	369
Basilicata	304	307
Calabria	1165	841
Campania	143	221
Emilia Romagna	2872	1960
Friuli V.G.	1234	1209
Lazio	7723	5856
Liguria	769	594
Lombardia	3828	2959
Marche	3178	3276
Molise	106	121
Piemonte	2905	2319
Puglia	2273	2174
Sardegna	2818	2626
Sicilia	1029	750
Toscana	1843	1577
Trentino A.A.	162	117
Umbria	464	340
Valle d'Aosta	70	104
Veneto	4015	2939
Totale Euro	37.501	30.659

Proventi del 5 per Mille

Il "5x1000" è una misura fiscale che consente al contribuente di destinare la quota parte (5x1000) dell'imposta sul reddito delle Persone Fisiche - IRPEF - risultante dalla dichiarazione annuale dei redditi, agli Enti che svolgono attività di interesse sociale, Associazioni di Volontariato o di Promozione Sociale, Onlus, Associazioni Sportive o Enti di Ricerca Scientifica e Sanitaria, che svolgono prevalentemente attività socialmente utili.

Il contributo accreditato nel 2023 all'Adiconsum è riferito alle dichiarazioni dei redditi relative all'anno d'imposta 2022 e comprende l'importo delle 5.785 scelte espresse, pari a € 111.708,85, più l'importo proporzionale per le scelte generiche pari a € 8.830,65, più € 123,18 quale importo proporzionale dovuto alla ripartizione delle somme raccolte inferiori € 100, per un contributo complessivo totale di € 120.662,68 (riscontrabile nella voce "Risconti passivi").

Ricavi per prestazioni a terzi

Con riferimento alla voce *ricavi per prestazioni a terzi*, questa si riferisce alle seguenti attività:

Progetti privati

Rientrano in tale categoria, le attività riferite a progetti finanziati da Enti privati e finalizzate a creare un valore per i consumatori e per le imprese. In particolare, Adiconsum svolge le seguenti attività:

- **esamina** la nota illustrativa, il contratto generale di servizio e la comunicazione commerciale dell'impresa (compresi i materiali informativi e le altre forme di pubblicità). Su tale documentazione è riportato il logo di Adiconsum, in qualità di Associazione garante delle prassi aziendali.
- **controlla** la correttezza e la congruità dei tassi di interesse applicati nel contratto (taeg e tan che superino i massimali previsti dalla legge - tassi usurari) e l'assenza di eventuali clausole vessatorie.
- **verifica** che sia prevista la possibilità di effettuare una conciliazione in caso di contestazione successiva alla sottoscrizione del contratto (con l'assistenza di Adiconsum) e realizza un monitoraggio ed un accompagnamento per i soggetti cd. "fragili" (es. coloro che perdono il lavoro e non sono più in condizione di portare avanti il finanziamento).
- **svolge azioni di educational** attraverso progetti di sensibilizzazione sulle varie tematiche del consumo.

Conciliazioni

Adiconsum, attraverso le proprie sedi territoriali, offre il servizio delle conciliazioni ADR e paritetiche, ovvero la via extragiudiziale di risoluzione delle controversie, che consente alle parti - consumatori e aziende, tramite i propri rappresentanti - di confrontarsi al fine di trovare una soluzione condivisa e realmente soddisfacente per entrambe, in tempi rapidi ed in maniera economica, evitando il ricorso in giudizio. A fronte dello svolgimento delle suddette conciliazioni, sono previsti contributi pubblici, come da relativi bandi, corrisposti in seguito alla presentazione della relativa documentazione comprovante l'attività di conciliazione svolta con esito positivo.

Contributi per progetti

I progetti rappresentano la principale fonte di ricavo di Adiconsum.

Adiconsum partecipa a bandi pubblici nazionali ed europei ottenendo finanziamenti per la realizzazione di iniziative, avviando importanti campagne di informazione/educazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico, socialmente responsabile e sostenibile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale.

Adiconsum, inoltre, partecipa ad altre iniziative in ambito italiano ed europeo, per le attività di documentazione, pubblicazione, consultazioni pubbliche, ricerche giuridiche, rilevazioni di prezzi, tariffe e problematiche del consumo, sondaggi di opinione, ecc. Tali iniziative sono svolte spesso in partnership con altri soggetti.

I principali progetti europei e nazionali, realizzati nel 2023 sono i seguenti:

Ente finanziatore	Titolo del progetto
EU - MIMIT	Ecc- net Italy & ODR 2023
EU - DG Justice	Crea2 - Conflict Resolution with equitative algorithms
EU - DG Justice	SCAN2- Small claims Analysis Net 2
EU - Euipo	We all say NO 2 Fakes!
EU - Horizon 2020 RIA	Shealthy
CCSEA	PQS - Energia: diritti a viva voce
MIMIT - UIBM	Io sono originale 2019 - 2023
MIMIT (DD 5/6/2023)	"DICO Sì - Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione"
MIMIT (D.P.R. 26/2022)	Campagna "Registro pubblico delle Opposizione"

Ricavi e Proventi da attività finanziarie e patrimoniali

	31/12/2023	31/12/2022
Da rapporti bancari	1.750	144
Dividendi		-
Totale Ricavi e Proventi da attività finanziarie e patrimoniali	1.750	144

Costi e Oneri da attività di interesse generale

	31/12/2023	31/12/2022
Materie prime, sussidiarie, di consumo e merci	8.403	6.744
Servizi	619.614	664.401
Godimento beni di terzi	37.043	35.217
Personale	667.223	687.646
Ammortamenti	6.741	6.370
Oneri diversi di gestione	7.745	32.739



Sopravvenienze passive	23.811	18.595
Contributi associativi e a strutture	205.966	131.742
Svalutazioni	158.752	146.372
Totale Costi e oneri da attività di interesse generale	1.735.298	1.729.826

Con riferimento alla voce "Svalutazioni", si fa riferimento a quanto indicato a commento della voce Crediti.

Costi e Oneri da attività finanziarie e patrimoniali

	31/12/2023	31/12/2022
Su rapporti bancari	7.106	5.381
Totale Costi e Oneri da attività finanziarie e patrimoniali	7.106	5.381

Compensi dei componenti del Consiglio Nazionale e dei membri dell'Organo di Controllo

I componenti del Consiglio Nazionale dell'Associazione non hanno ricevuto alcun compenso nell'esercizio per l'opera svolta. L'attività è prestata a titolo gratuito.

Ai sensi dell'art. 13 dello Statuto, l'Organo di Controllo della Associazione è costituito da tre membri. Per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023, il compenso dell'Organo di Controllo è stato stabilito in complessivi Euro 20.008. Ai componenti dell'Organo di Controllo non sono stati attribuiti compensi per servizi diversi.

Informazioni sui dipendenti

	31/12/2023	31/12/2022
Numero medio dipendenti	14 unità	15 unità

A far data dal mese di aprile 2021, è applicato il C.C.N.L. del Terziario - Confcommercio per i Dipendenti di Aziende del Terziario - Distribuzione e Servizi, in linea con le disposizioni imposte dalla Riforma del Terzo Settore.

Hanno operato presso Adiconsum Nazionale i seguenti lavoratori dipendenti:

- 1 operatore 4° livello
- 2 operatori 3° livello
- 3 operatori 2° livello



- 7 operatori 1° livello
- 1 quadro

Con riferimento alle retribuzioni annue lorde dei lavoratori dipendenti dell'Ente, secondo quanto previsto dall'art.16 del DLGS 117/2017, le differenze tra stesse non superano il rapporto di 1 a 8.

L'Adiconsum Nazionale si avvale di n. 60 Volontari, regolarmente iscritti nel Registro Volontari, di cui all'art. 17 comma 1 D.Lgs 117/2017, che svolgono la loro attività senza percepire alcuna indennità.

Informazioni ex art. 1, comma 125, della Legge 4 agosto 2017, n. 124

Ai sensi dell'art. 1, comma 125, della Legge 4 agosto 2017, n. 124, in ottemperanza agli adempimenti in tema di trasparenza in ordine alle sovvenzioni, ai contributi ed a vantaggi economici di qualunque genere ricevuti da pubbliche amministrazioni, si segnala che nel corso del 2023, l'Associazione ha ricevuto i seguenti importi:

Margini di crescita e investimenti

Adiconsum ha nei progetti, quelli pubblici in particolare, la maggior fonte di sostentamento e la migliore espressione della propria mission di politiche rivolte alla tutela dei consumatori.

Si segnala in particolare che già nel mese di dicembre 2022 Adiconsum è stata nuovamente designata dal MIMIT quale soggetto che dovrà svolgere le funzioni di Centro Nazionale della rete ECC-NET anche per il periodo 2024 - 2028.

Nell'Anno 2023 è stato pubblicato il bando DD 5 giugno 2023 per finanziare le attività a favore dei consumatori, tuttavia destano particolare preoccupazione i ritardi da parte degli enti pubblici preposti nell'emettere bandi a favore delle Associazioni dei Consumatori e analoga preoccupazione si riscontra nell'Ente preposto all'emissione dei bandi relativi alle conciliazioni. Se dovesse permanere la situazione di stallo si rischierebbe di compromettere significativamente l'equilibrio economico della struttura.

Degno di nota il "Villaggio della sostenibilità", che si è tenuto quest'anno a Pietrarsa (NA) presso il Museo Storico delle Ferrovie dello Stato, iniziativa realizzata a dicembre 2023 e caratterizzata da eventi, stand, convegni, ecc., con la quale si è inteso promuovere il principio della sostenibilità come strumento di crescita da parte dei cittadini della consapevolezza sui temi dell'economia circolare con particolare attenzione al riciclo, riuso e riduzione dei consumi dei prodotti.

Tale iniziativa, che ha visto una numerosa partecipazione di cittadini, Istituzioni ed Aziende è, compatibilmente con l'uscita di bandi di finanziamento, intenzione di Adiconsum replicare anche nell'anno 2024, proprio per continuare a svolgere un ruolo di accompagnamento



culturale della cittadinanza verso una sempre più consapevole scelta di prodotti a basso impatto ambientale.

Nel 2024 si provvederà inoltre alla creazione di gruppi di acquisto finalizzati al contrasto alla povertà energetica, cercando di venire incontro alle esigenze della popolazione con minore capacità di reddito.

E ancora, nel corso del 2024 l'Associazione si impegnerà con iniziative di formazione ed informazione per la creazione delle Comunità Energetiche Rinnovabili (CER) finalizzate alla costituzione di aggregazioni di cittadini che diventeranno prosumer e dunque produttori e consumatori di energia.

Attraverso le azioni sopra descritte, c'è la convinzione che l'Associazione potrà intraprendere percorsi virtuosi di crescita tali da raggiungere una platea di potenziali iscritti sempre più vasta.

Proposta di destinazione dell'Avanzo di esercizio

In relazione al risultato di gestione positivo dell'anno 2023, pari ad Euro 6.545, si propone al Consiglio Nazionale dell'Associazione di riportare a nuovo l'intero avanzo di esercizio, accantonandolo tra le Riserve del Patrimonio netto.

Roma, 8 maggio 2024



The image shows a handwritten signature in black ink over a circular stamp. The stamp contains the text "PRESIDENZA NAZIONALE" around the top edge and "ADICONSUM" in the center.

