



ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987



SEGNALAZIONI ALLE
ISTITUZIONI



TUTELA COLLETTIVA



TUTELA INDIVIDUALE



INFORMAZIONE



FORMAZIONE



CONCILIAZIONI

Bilancio sociale 2021



***Bilancio Sociale relativo all'esercizio 2021, predisposto ai sensi
dell'art. 14 del decreto legislativo n. 117/2017***

Prefazione del presidente Nazionale Adiconsum Carlo De Masi



Care associate e cari associati, consumatori, quadri, operatori e volontari dell'Associazione, imprese, istituzioni, enti della società civile, giornalisti e studiosi,

è con piacere e soddisfazione per il lavoro svolto, che vi presento il nostro secondo Bilancio Sociale: oltre ad essere il resoconto dell'impegno straordinario che il 2021 ha reso necessario, a causa del perdurare della pandemia e dei suoi effetti sul sistema economico e sociale, è altresì la narrazione di un cammino che parte dal lontano 1987 e che è stato costantemente indirizzato ad assistere ed orientare i consumatori, promuoverne diritti, difendere valori e attivare sinergie. Insomma, un cammino teso al progresso della Società, secondo una visione che ha come finalità d'azione la valorizzazione della persona.

Adiconsum si distingue nel panorama consumerista per la sua matrice sociale e sindacale: persegue la sua missione costruendo percorsi di progressiva conquista della centralità dei consumatori, attraverso il dialogo, l'ascolto e la proposta, non piuttosto nelle aule dei tribunali. Una metodologia che richiede costantemente di migliorare la propria capacità di analisi ed elaborazione politica. Si tratta di una scelta a volte faticosa, di pazienza e tenacia, necessarie ogni giorno, ma che si dimostra poi altamente premiante, conferendoci autorevolezza e assicurandoci la fiducia del pubblico.

Voglio ringraziare tutti coloro che ci hanno sostenuto ed accompagnato in questo lavoro e considero importante questo momento di rendicontazione, puntuale ed analitica, dei risultati che insieme abbiamo conseguito. L'invito è a partecipare sempre più numerosi ai momenti di socializzazione e alla vita democratica dell'Associazione.

Vi auguro una buona lettura.

Carlo De Masi

Indice

- Introduzione: il Bilancio Sociale di Adiconsum
- Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati
- Chi è Adiconsum: la nascita, lo statuto, l'associazione oggi
- Struttura organizzativa, organi statutari, democrazia interna, amministrazione
- Il volto dell'Associazione: il personale, i collaboratori e i volontari
- Come persegue la sua mission e quali attività conduce
- La situazione economica e finanziaria
- Altre informazioni
- Il monitoraggio dell'organo di controllo
- Postfazione

Introduzione: il Bilancio Sociale di Adiconsum

Adiconsum si impegna, anche quest'anno, nella redazione del proprio Bilancio Sociale: in osservanza alle nuove norme sugli Enti del Terzo Settore, nonché in linea con la positiva evoluzione della società civile, che sempre più si sta rendendo protagonista del progresso negli ambiti prioritari individuati dall'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile.

Va evidenziato, a onor del vero, che anche prima di aver sistematizzato ed esposto in forme standardizzate, con questo documento, tutte le informazioni sulla propria mission e sulle attività e l'utilizzo delle risorse, Adiconsum le ha sempre condivise e rese disponibili alla sua base associativa, alla cittadinanza ed alle istituzioni, oltretutto agli altri stakeholders. Siamo sempre stati orgogliosi dell'impegno profuso, delle battaglie fatte, dei risultati raggiunti, delle persone assistite ed accompagnate con azioni educative ed informative, individuali e collettive, politiche, solidaristiche, ecologiche.

Non abbiamo mai celato la fatica quotidiana di reperire risorse e la necessità di impiegarle in modo il più possibile efficace, per perseguire i nostri obiettivi di promozione del consumo sostenibile, informato, tutelato e critico.

Non abbiamo mai dimenticato l'importanza del lavoro dei tanti, tantissimi volontari che ogni giorno sostengono il lavoro dello staff nazionale e di quelli regionali e locali, nelle sedi Adiconsum.

Non abbiamo mai smesso di impegnarci per crescere, migliorare, ampliare i nostri ambiti di attività, per seguire una società che cambia e sviluppa sempre nuovi bisogni, evidenzia nuove emergenze e criticità. Tutto questo oggi trova, nel Bilancio Sociale 2021, una giusta dimensione di oggettività, verificabilità, sistematicità e comparabilità. È possibile che nei prossimi anni la redazione del nostro Bilancio Sociale si perfezioni nelle procedure e nelle forme di condivisione, partecipazione, approfondimento, per conferirgli il valore di un vero strumento di progettualità futura. Non possiamo che confidare nella comprensione dei lettori, per ogni eventuale mancanza attuale e sperare nei loro contributi di critica costruttiva e di riflessione, tesi a sostenere il nostro sforzo di Social Accountability.



CONCILIAZIONI GRATUITE

ASSISTENZA INDIVIDUALE

ASSISTENZA COLLETTIVA

SEGNALAZIONI ALLE ISTITUZIONI

FORMAZIONE E INFORMAZIONE

Cosa ti diamo con il tuo 5x1000

Dona il tuo 5x1000 ad ADICONSUM
Codice fiscale 96107650580

ADICONSUM
Associazione Onlus
Consumatori e Ambiente
promossa dalla CISL

Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati

Sulla base della precedente esperienza, il lavoro di redazione per questo Bilancio Sociale ha seguito in modo piuttosto fedele le indicazioni fornite dal DM 4 luglio 2019 *“Adozione delle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore.”* Non ha fatto riferimento, invece, ad uno standard di Social Accountability fra quelli adottati a livello internazionale. Per quanto riguarda gli obiettivi, i contenuti, le modalità di acquisizione, elaborazione e organizzazione delle informazioni, siamo in piena continuità con la precedente rendicontazione.



Il processo di raccolta dei dati, selezione e approfondimento ha interessato tutte le unità funzionali della sede nazionale e coinvolto anche le articolazioni territoriali dell'Associazione. L'ufficio Amministrazione e i consulenti esterni hanno contribuito alla definizione dei criteri di elaborazione dei dati, non sempre immediatamente riferibili ad un singolo ambito, non sempre disaggregabili, non sempre rilevabili con il grado di specificità ottimale.

Sono pertanto confluite le competenze ed il patrimonio informativo a disposizione di molte persone, sotto la guida attenta e rigorosa della Segreteria Nazionale. Sono stati collezionati dati e report di attività dei vari settori ed uffici, raccolti elementi di carattere finanziario orizzontali e trasversali; sono stati valutati e scorporati i costi, le azioni ed i target collocabili nel periodo temporale di riferimento, per tutte le attività ed i progetti pluriennali.

Chi è Adiconsum: la nascita, lo statuto, l'associazione oggi

Costituzione e Denominazione



ADICONSUM ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI APS – promossa dalla CISL e già costituita nel 1987 come Adiconsum Associazione difesa consumatori ed ambiente – con acronimo ADICONSUM – è una Associazione riconosciuta ai sensi del Codice Civile, ed è una Associazione di promozione sociale ai sensi della Legge 6 giugno 2016 n. 106 e del D.Lgs 3 luglio 2017 n. 117 Codice del Terzo Settore, così come modificato dal D.Lgs 3 agosto 2018 n. 105, del Codice del Consumo e successive modifiche di legge.

Codice fiscale: 96107650580

Indirizzo sede legale: Via G. M. Lancisi, 25 - 00161 - Roma

Altre sedi: Adiconsum ha una sede in ogni Regione/Provincia Autonoma e 157 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

Valori e finalità sociali

Lo Statuto vigente è stato approvato il 29 ottobre 2020: 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.

Attività Sociali

Nel perseguire i propri scopi associativi, l'Associazione esercita, in via esclusiva o principale, l'attività di interesse generale di cui all'art.5, comma 1, lettera w) del Codice del Terzo Settore: promozione e tutela dei diritti umani, civili, sociali e politici, nonché dei diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui all'articolo 5 CTS, promozione delle pari opportunità e delle iniziative di aiuto reciproco, in favore dei propri soci o di terzi, avvalendosi in modo prevalente, anche indirettamente, dell'attività di volontariato dei propri associati.



Adiconsum promuove l'informazione, la formazione e l'educazione al consumo dei beni e dei servizi, anche attraverso la pubblicazione di riviste, agenzie d'informazione, guide informative e altresì attraverso ricerche, studi, test, sondaggi, osservatori, manifestazioni, convegni e corsi di formazione, in proprio o per conto o in collaborazione con soggetti pubblici e privati.

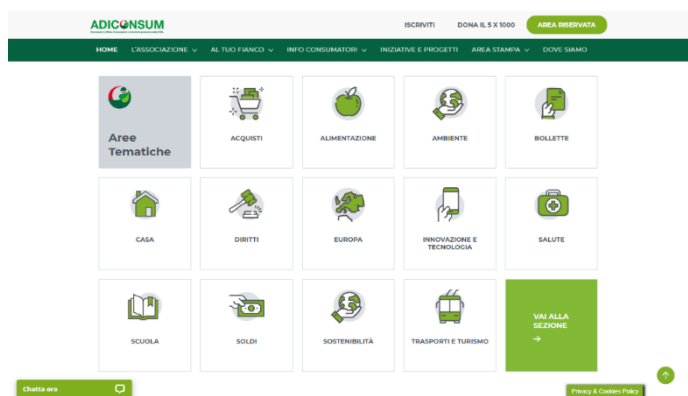
Adiconsum tutela gli interessi economici e giuridici individuali, diffusi e collettivi dei consumatori e utenti ricorrendo agli strumenti dell'azione collettiva, della costituzione di parte civile nel processo penale e della costituzione nel processo civile e amministrativo, della

trattativa, nonché alle azioni e ai ricorsi in sede amministrativa e giurisdizionale, al fine di ottenere un uso corretto dei mezzi pubblicitari, di eliminare forme di pubblicità ingannevole, di garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei beni di consumo e la tutela della salute e dell'ambiente, di evitare l'inserimento e

di accertare l'inefficacia delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, di eliminare ogni pratica contrattuale, commerciale ed economica scorretta ed abusiva, di far cessare gli abusi, le speculazioni e le frodi, di ottenere forme riparatorie idonee a correggere ed eliminare gli effetti dannosi derivanti dagli atti e comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti.

Adiconsum rappresenta gli interessi dei consumatori-utenti nei rispettivi organismi ai livelli territoriali, regionali, nazionali, europei e internazionali: rivendica una politica del consumo che divenga parte integrante della politica economica nazionale ed europea; un'adeguata legislazione in materia di assistenza e tutela dei consumatori che preveda anche la presenza di strutture consultive e decisionali legittimate ad esprimere gli interessi nei confronti delle istituzioni.

Adiconsum collabora con altre associazioni, organizzazioni e comitati di consumatori operanti sul territorio nazionale e con le altre organizzazioni europee e internazionali di consumatori per sviluppare un adeguato movimento dei consumatori; contratta con enti, associazioni, imprese, istituzioni pubbliche e private, norme e principi che assicurino adeguate informazioni, trasparenza e controllo ai consumatori-utenti e/o miglioramento della qualità del prodotto e dei servizi; promuove azioni contro ogni forma di inquinamento e per il controllo della qualità dei prodotti e dei beni di consumo, a tutela della salute e della sicurezza.



Adiconsum promuove iniziative di informazione e di educazione per il consumo eco-compatibile, per l'uso razionale dell'energia e lo sviluppo delle energie alternative, nella salvaguardia dell'ambiente e dell'ecosistema.

Adiconsum promuove osservatori per rilevare la qualità, i prezzi e le tariffe dei beni di consumo e dei servizi; promuove gruppi d'acquisto collettivi; stipula accordi e convenzioni che consentano

concreti risparmi o altre convenienze per gli associati; promuove azioni giudiziarie per reati che ledono gli interessi dei risparmiatori e dei consumatori, il buon andamento del mercato mobiliare e finanziario; promuove iniziative d'informazione per la tutela degli utenti dei servizi finanziari, bancari o assicurativi.

Adiconsum contrasta e contribuisce a prevenire il fenomeno dell'usura e del sovra-indebitamento, anche attraverso forme di tutela, prevenzione, assistenza ed informazione, attivando o partecipando ad iniziative di solidarietà in favore degli usurati e dei sovra-indebitati.

Promuove iniziative, attività, progetti e programmi, in proprio o con la collaborazione di altri Enti, Associazioni, Fondazioni e Organizzazioni, dell'Unione Europea, degli Stati, degli Enti Locali, delle Università, degli Istituti di Istruzione di ogni ordine e grado, e di altri organismi, pubblici e privati, italiani, comunitari ed esteri; stipula di contratti e convenzioni con enti pubblici e privati.

Il perimetro delle attività statutarie è in linea di massima più ampio di quelle effettivamente realizzate, che sono in ogni caso moltissime e abbracciano un ampio ventaglio degli obiettivi che l'Associazione si prefigge: sono soprattutto le attività strumentali e secondarie quelle meno sviluppate. Nel paragrafo *"Come persegue la sua mission e quali attività conduce"* del presente Bilancio si illustrano in modo sistematico e dettagliato le attività condotte nell'anno di riferimento.

Patti associativi e partnership

Con riferimento ai collegamenti con altri Enti del Terzo settore, nonché alle partecipazioni negli organismi di natura istituzionale e non, si evidenzia che:

Adiconsum è membro di:



Adiconsum è affiliato di:



Adiconsum è socio di:



Adiconsum è aderente a:



Struttura organizzativa, organi statutari, democrazia interna, amministrazione

In questa sezione del Bilancio Sociale diamo conto della struttura associativa, degli organi e delle loro funzioni, delle forme di democrazia interna e di altre importanti questioni della vita associativa: tuttavia, è necessario rimandare il lettore alla versione integrale dello Statuto, pubblicata sul sito web dell'Associazione www.Adiconsum.it, nella sezione "Trasparenza", raggiungibile dalla Home page.

Organi Statutari

Sono organi dell'Associazione:

- a) il Congresso Nazionale;
- b) il Consiglio Nazionale;
- c) il Presidente Nazionale;
- d) la Presidenza Nazionale;
- e) l'Organo di Controllo
- f) il Collegio Nazionale dei Probiviri.



Non può essere nominato componente degli Organi, e, nel caso, decade dal suo ufficio, l'interdetto, l'inabilitato, il fallito, o chi è stato condannato ad una pena che comporta l'interdizione, anche temporanea, dai pubblici uffici o l'incapacità ad esercitare uffici direttivi.

Al fine di favorire la rotazione nelle responsabilità dirigenziali, è possibile ricoprire il ruolo di Presidente Nazionale per un periodo massimo di due mandati, corrispondenti ad anni 8; per quanto concerne i ruoli di Presidenza Nazionale, nonché di Presidente o Segretario di Presidenza per i livelli regionale/interregionale o territoriale, per un periodo massimo di 3 mandati, corrispondenti ad anni 12.

Il Congresso Nazionale

Il Congresso Nazionale è il massimo organo deliberante dell'Associazione. Esso si riunisce in sessione ordinaria ogni quattro anni, salvo convocazione straordinaria. È costituito dai delegati eletti nei Congressi regionali/interregionali con le modalità previste nel Regolamento di attuazione dello Statuto.

Il Congresso determina l'indirizzo generale dell'Associazione. Elege e revoca, a scrutinio segreto:

- i componenti del Consiglio Nazionale, dopo averne determinato il numero;
- i componenti dell'Organo di Controllo;
- i componenti del Collegio Nazionale dei Probiviri.

Delibera sulla responsabilità dei componenti degli organi sociali e promuovere azione di responsabilità nei loro confronti. Delibera sulle modificazioni dello Statuto, come da art. 18 dello stesso. Delibera lo scioglimento, la trasformazione, la fusione o la scissione dell'Associazione, come da art. 17 dello Statuto.

Delibera su quant'altro demandato dalla Legge o per Statuto, o sottoposto al suo esame dal Consiglio Nazionale.

Le decisioni del Congresso Nazionale sono prese a maggioranza semplice (il 50% più uno dei votanti) ad eccezione di quelle per le quali si prevede la maggioranza qualificata.

Il Consiglio Nazionale

Il Consiglio Nazionale, composto da un minimo di 60 e un massimo di 70, è l'organo deliberante dell'Associazione tra un Congresso e l'altro; è formato da componenti eletti democraticamente dal Congresso e dura in carica quattro (4) anni. Si riunisce almeno due volte l'anno su convocazione del Presidente Nazionale ed ha il compito di definire gli indirizzi dell'attività associativa. Elegge al suo interno e revoca al suo interno il Presidente Nazionale e, su proposta di quest'ultimo, un eventuale vicepresidente e gli altri componenti della Presidenza. Su proposta della Presidenza Nazionale, formula il programma annuale dell'Associazione.

Il Consiglio Nazionale, su proposta della Presidenza Nazionale:

- delibera il Regolamento attuativo dello Statuto dell'Associazione e l'eventuale regolamento assembleare;
- approva l'entità e le modalità delle quote associative proposte dalla Presidenza Nazionale;
- approva i bilanci annuali preventivi e consuntivi e le relative relazioni,
- delibera la gestione commissariale delle articolazioni regionali e territoriali nel caso di gravi violazioni dello Statuto, e nei casi di accertata violazione e/o carenza delle politiche associative del consumerismo, organizzative ed amministrative;
- convoca il Congresso Nazionale.

Il Presidente Nazionale

Il Presidente Nazionale dura in carica 4 anni e ha la rappresentanza legale e politica dell'Associazione e risponde unicamente delle decisioni e delle obbligazioni assunte dall'Associazione. Oltre ai compiti e alle funzioni previsti nel Regolamento di attuazione dello Statuto, il Presidente Nazionale rappresenta l'Associazione nei confronti dei terzi, delle pubbliche autorità e degli organi giurisdizionali; assume tutte le decisioni e gli atti necessari al normale funzionamento dell'Associazione, attua le decisioni dei superiori organi deliberanti.



La Presidenza Nazionale

La Presidenza Nazionale, composta dal Presidente Nazionale, dal Vicepresidente, se proposto, e dai Segretari Nazionali di Presidenza, è l'organo esecutivo delle deliberazioni assunte dal Congresso e dal Consiglio

Nazionale e dura in carica quattro anni. La Presidenza Nazionale risponde collegialmente del proprio operato e della gestione del patrimonio finanziario di fronte ai superiori organismi statutari.

La Presidenza Nazionale predispone i regolamenti interni e le loro eventuali modifiche; predispone i bilanci consuntivi e preventivi da sottoporre all'approvazione del Consiglio Nazionale e delibera le variazioni di bilancio e la destinazione di nuove entrate; nomina i dirigenti ed i responsabili dell'Associazione.

L'Organo di controllo

Anche qualora non ricorrano le fattispecie previste dall'articolo 30 del d.lgs 117/2017, l'Associazione si dota di un Organo di controllo composto da tre membri, di cui uno indicato come Presidente, più due supplenti, eletti dal Congresso Nazionale. Ai componenti dell'Organo di controllo si applicano l'articolo 2399 e 2397, comma secondo, del Codice civile. L'Organo di controllo esamina la gestione amministrativa e il patrimonio dell'Associazione, verifica il bilancio consuntivo e ne riferisce al Consiglio Nazionale con relazione scritta. Può esercitare, inoltre, la revisione legale dei conti al superamento per due esercizi consecutivi di due dei seguenti limiti, indicati dalla legge: a) totale dell'attivo dello stato patrimoniale: 1.100.000,00 euro; b) ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate: 2.200.000,00 euro; c) dipendenti occupati in media durante l'esercizio: 12 unità. In tal caso l'organo di controllo è costituito da revisori legali iscritti nell'apposito registro. L'Organo di controllo esercita, inoltre, compiti di monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale ed attesta che il bilancio sociale sia stato redatto in conformità alle linee guida.

Il Collegio Nazionale dei Probiviri

Il Collegio Nazionale dei Probiviri è organo di garanzia statutaria e di giurisdizione interna. L'attività del Collegio Nazionale dei Probiviri è improntata ai principi di autonomia e indipendenza. A tal fine il Regolamento attuativo dello Statuto stabilisce le incompatibilità. Esso ha il compito di decidere, previa adeguate istruttorie per l'accertamento dei fatti e relative contestazioni, sui ricorsi contro presunte violazioni dello Statuto e del Regolamento, sulle vertenze elettorali, oltretutto di dirimere le controversie, i conflitti tra i soci e gli organismi ai vari livelli. Il Collegio Nazionale dei Probiviri è composto da cinque componenti più due supplenti eletti dal Congresso Nazionale con procedura definita nel Regolamento d'applicazione dello Statuto. Il Congresso Nazionale elegge il Presidente del Collegio scegliendolo tra i componenti e tenuto conto dei requisiti e/o titoli di specifica competenza professionale. I Probiviri non possono far parte di organi dell'Associazione e di quelli delle Associazioni Adiconsum territoriali o regionali/interregionali dell'associazione, né ricevere incarichi professionali a qualsiasi livello.

Articolazioni

L'Associazione si articola nei livelli: regionale/interregionale e territoriale, secondo le modalità previste dal Regolamento di attuazione dello Statuto e può organizzarsi anche a livello europeo ed internazionale. I livelli associativi regionale/interregionale e territoriale sono istituiti dal Consiglio Nazionale secondo i criteri e le procedure stabilite nel Regolamento di attuazione dello Statuto. Le decisioni riguardo il conferimento della

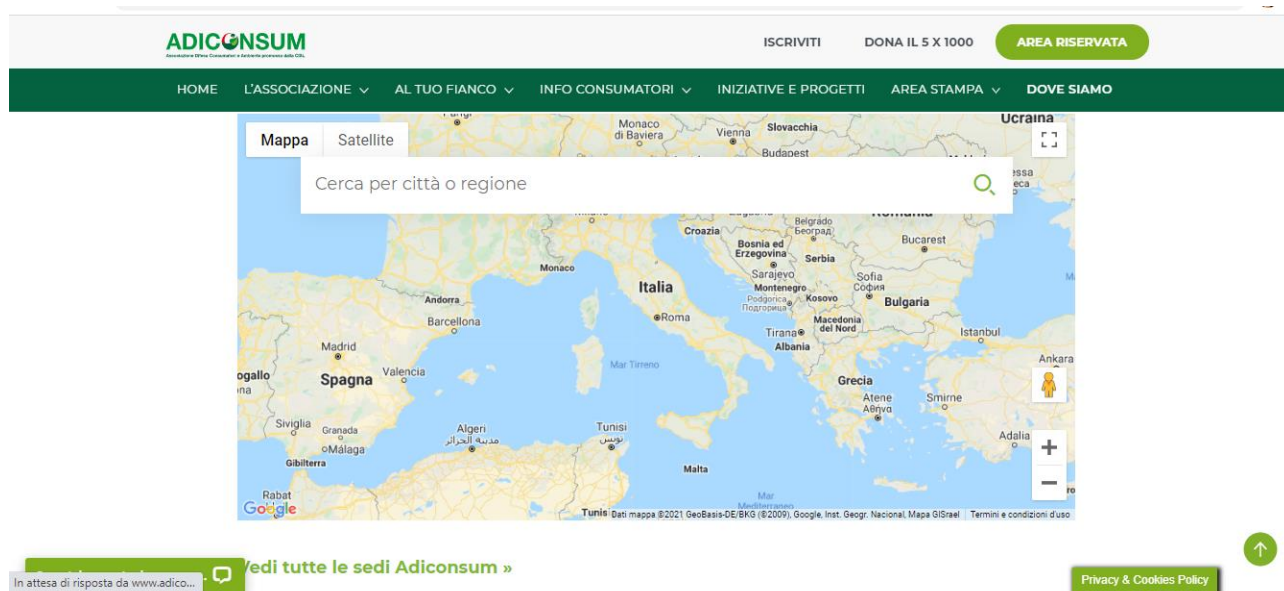
qualifica dei livelli associativi, così come le decisioni relative alla revoca di detto riconoscimento, sono di competenza del Consiglio Nazionale nel rispetto del Regolamento di attuazione dello Statuto.

Le Associazioni Adiconsum sopra citate, pur essendo riconosciute dall'Associazione, a cui devono aderire, sono dotate di autonomi Statuti e Regolamenti conformi allo Statuto Nazionale. I Presidenti regionali/interregionali e territoriali sono i rappresentanti legali e processuali per ogni controversia avente per oggetto problematiche o fattispecie riguardanti i propri ambiti di competenza politico-amministrativa. Le Associazioni Adiconsum regionali/interregionali e territoriali, per il territorio di competenza, sono titolari delle decisioni di politica consumerista nell'ambito degli indirizzi fissati dall'Associazione, a cui aderiscono. Le Associazioni Adiconsum territoriali regionali/interregionali possono disporre di sedi periferiche (zonali o comunali) quando ciò sia richiesto da esigenze di funzionalità.

Sono organi delle Associazioni Adiconsum territoriali: il Congresso territoriale, il Consiglio territoriale, la Presidenza territoriale e l'Organo di controllo. Al Congresso Territoriale partecipano i soci Adiconsum che eleggono i propri organi ed i delegati al Congresso regionale/interregionale.

Sono Organi della Associazione Adiconsum regionale/interregionale: il Congresso regionale/interregionale, il Consiglio regionale/interregionale, la Presidenza regionale/interregionale e l'Organo di controllo. Al Congresso Regionale/interregionale partecipano i delegati eletti nei Congressi territoriali e/o, in caso di Adiconsum regionalizzata, i delegati eletti nelle eventuali assemblee dei soci convocate, nell'ambito del territorio regionale, per questo esclusivo scopo, secondo modalità e termini stabiliti nel Regolamento di attuazione dello Statuto.

Tutte le sedi Adiconsum con indirizzi e dettagli di contatto su: <https://www.adiconsum.it/sedi/>



Patrimonio

Il patrimonio dell'Associazione è costituito dalle quote associative, dai contributi degli associati, lasciti, donazioni, beni mobili ed immobili di cui l'Associazione è proprietaria o titolare a qualsiasi titolo, e di tutti gli

altri beni su cui vanti diritto. Per il raggiungimento degli scopi associativi e per quanto altro è ritenuto utile per il migliore conseguimento degli stessi, l'Associazione s'avvale:



- a) dei contributi degli Enti locali, della Regione, dello Stato, delle organizzazioni europee e internazionali;
- b) delle risorse provenienti da progetti, studi, pubblicazioni, sondaggi, documentazioni, ricerche e quant'altro realizzato per conto degli aderenti e di terzi, istituzioni pubbliche od organismi privati;
- c) dei proventi ricavati da sottoscrizioni, contributi ordinari e straordinari, pubblici o privati, o da lasciti, donazioni, eredità, legati o atti di liberalità;
- d) della raccolta fondi, attraverso attività ed iniziative al fine

di finanziare le proprie attività di interesse generale, anche attraverso la richiesta a terzi di lasciti, donazioni e contributi di natura non corrispettiva, nonché attività di raccolta fondi, anche in forma organizzata e continuativa, mediante sollecitazione al pubblico o attraverso la cessione o erogazione di beni o servizi di modico valore, impiegando risorse proprie e di terzi, inclusi volontari e dipendenti, nel rispetto dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico, in conformità con le eventuali linee guida adottate dalle Autorità preposte;

e) proventi da attività diverse di cui all'art 6 del codice del terzo settore.

Associati

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 2021 è stato di 31.835 unità.

Il volto dell'Associazione: il personale, i collaboratori e i volontari

Come previsto dallo Statuto Adiconsum, l'Associazione può avvalersi di prestazioni di lavoro dipendente od autonomo, ricorrendo anche a propri associati, nei limiti previsti dall'articolo 36 del Codice del Terzo Settore. Nell'esercizio 2021, di cui il presente Bilancio Sociale riferisce, Adiconsum Nazionale si è avvalsa sia di personale dipendente a tempo indeterminato, che di collaboratori e consulenti, nonché di volontari.

Hanno operato presso Adiconsum Nazionale:

a) lavoratori dipendenti:

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

Ai lavoratori dipendenti si è applicato, fino alla fine del mese di marzo 2021, ai fini normativi e retributivi, il Regolamento per il Personale Dipendente CISL.

Successivamente, a far data dal 1° aprile 2021 ai

lavoratori dipendenti è stato applicato il CCNL del Terziario - Confcommercio per i dipendenti da aziende del terziario di mercato: distribuzione e servizi.

A tal proposito, lo Statuto prevede che *"I lavoratori dell'Associazione hanno diritto ad un trattamento economico e normativo non inferiore a quello previsto dai contratti collettivi di cui all'articolo 51 del decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81. In ogni caso, nell'Associazione, la differenza retributiva tra lavoratori dipendenti non può essere superiore al rapporto uno a otto, da calcolarsi sulla base della retribuzione annua lorda. L'Associazione dà conto del rispetto di tale parametro nel proprio bilancio sociale o, in mancanza, nella relazione di cui all'articolo 12.3 punto d) dello Statuto."*

La differenza retributiva già summenzionata è stata, nel 2021, pari al rapporto di 1:2,22.

b) Collaboratori coordinati e continuativi: hanno operato 3 collaboratori coordinati e continuativi, nel pieno rispetto delle norme applicabili.

c) Consulenti professionali: hanno operato 5 consulenti esterni, con specifiche competenze professionali.

d) Volontari: ha operato 1 volontario, nel pieno rispetto delle norme applicabili.

Come previsto dallo Statuto Adiconsum, i volontari sono persone che per loro libera scelta svolgono, per il tramite dell'Associazione, attività in favore della comunità e del bene comune, mettendo a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità. La loro attività deve essere svolta in modo personale, spontaneo e gratuito, senza fini di lucro, neanche indiretti, ed esclusivamente per fini di solidarietà.

L'attività dei volontari non può essere retribuita in alcun modo, neppure dai beneficiari. Ai volontari possono essere rimborsate dall'Associazione soltanto le spese effettivamente sostenute e documentate per l'attività



prestata, entro limiti fissati dal comma 4 art.17 CTS e alle condizioni preventivamente stabilite dal Consiglio Nazionale: sono in ogni caso vietati rimborsi spese di tipo forfetario. Nell'anno 2021, sono stati erogati complessivi euro 2000,00 di rimborsi spese documentati ai volontari.

La qualità di volontario è incompatibile con qualsiasi forma di rapporto di lavoro subordinato o autonomo e con ogni altro rapporto di lavoro retribuito con l'associazione.

L'Associazione assicura i volontari contro gli infortuni e le malattie connessi allo svolgimento dell'attività di volontariato, nonché per la responsabilità civile verso i terzi.



Il personale ha ricevuto formazione specifica in relazione alle necessità collegate alla mansione svolta e ad esigenze/opportunità di volta in volta emerse:

- contenuto informatico
- contenuto giuridico
- contenuto linguistico

Come persegue la sua mission e quali attività conduce

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.

Il 2021: l'anno della graduale ripresa. La gestione di Adiconsum in una stagione economica altalenante

Nel corso di quest'anno di passaggio, segnato ancora da periodi di interdizione generalizzata e distanziamento sociale, Adiconsum ha fatto ogni possibile sforzo non solo per tutelare la sicurezza e la salute dei propri operatori e volontari, ma anche per rilanciare con nuovo vigore l'insieme delle molteplici attività a sostegno dei cittadini-consumatori.

Con persistente sforzo si è mantenuta l'organizzazione dello smart working, per mantenere la sicurezza la sede, incrementando il livello di digitalizzazione del lavoro, smaterializzando alcuni processi e migliorando le competenze informatiche dello staff, che ha costantemente evoluto la propria capacità di lavorare a distanza, utilizzando strumenti molteplici di condivisione e collaborazione. Tutte operazioni che sono divenute ormai pratiche di uso quotidiano e che hanno permesso di rispondere efficacemente e puntualmente al maggior fabbisogno informativo degli associati, come anche del pubblico generale dei consumatori.

Dall'autunno in poi, è stato gradualmente possibile riprendere le attività in presenza, recuperando il tradizionale rapporto con gli associati. Adiconsum ha ripreso ad organizzare eventi pubblici (anche se il Webinar è rimasto, positiva conquista del periodo pandemico), la consulenza dal vivo, la partecipazione in presenza ai tavoli di lavoro e alle riunioni. La mole di impegno necessaria a far fronte alla maggior domanda di assistenza individuale, connessa ai disservizi che la pandemia ha provocato in alcuni ambiti, non ha intaccato 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:

- dialogato con le autorità preposte dei vari settori e con le imprese, per garantire la corretta interpretazione delle norme sui rimborsi per i servizi che non potevano essere prestati e la corretta gestione dei vouchers (biglietti di viaggio per il trasporto urbano, aereo, ferroviario, marittimo e di autolinee; pacchetti di viaggio e soggiorni in hotel ed altre strutture ricettive, abbonamenti a palestre, piscine, teatri e corsi di vario tipo, eventi sportivi e concerti, mense scolastiche, servizi estetici e per la salute non consentiti nel periodo del lockdown)
- 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 difficoltà ad ottenere rimborsi
- svolto un monitoraggio comparativo con gli altri paesi europei, in relazione alle differenze normative (deroghe a Regolamenti europei in materia di compensazione dei passeggeri aerei ecc.) ed alle forme di sostegno poste in essere per limitare il disagio sociale legato all'emergenza sanitaria, 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, che hanno avuto problemi nel ricevere a domicilio beni di necessità (la spesa, le medicine ecc.) e servizi di assistenza
- 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 (soprattutto per le famiglie con figli in DAD a causa della chiusura delle scuole)
- diffuso informazione ed offerto chiarimenti riguardo: alle misure di distanziamento sociale, alle pratiche consentite, alle sanzioni, ai numeri utili di pubblica utilità, ai consigli di prevenzione del contagio
- 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.

Le attività di tutela collettiva e promozione dei diritti dei consumatori, il dialogo con le istituzioni

Il 2021, con il parziale ritorno alla normalità post Covid, ha segnato un'intensa attività per l'Associazione:

- 26 Gennaio 2021 – Adiconsum avvia tavolo con Consap e PagoPa sul Cashback per aprire un Tavolo permanente per definire misure condivise di intervento e di risoluzione per risolvere criticità e contenziosi.
- 04 Febbraio 2021 – In occasione della giornata mondiale contro lo spreco alimentare, Adiconsum sostiene con forza le “3 R” Riduco-Riuso-Riciclo, il nuovo approccio che sta cambiando il modello di produzione e consumo.
- 19 febbraio 2021 – In occasione della settimana europea della “povertà energetica”, Adiconsum individua nella collaborazione tra i vari stakeholders la strategia per condurre in modo efficace la lotta al problema. In piena transizione energetica, i costi non devono ricadere sui consumatori.
- 17 marzo 2021 – Incontro Consap – Adiconsum per trovare soluzioni atte a snellire le procedure di verifica delle istanze pervenute al Fondo Indennizzo Risparmiatori (FIR).
- 22 marzo 2021 – Adiconsum si schiera fermamente contro la depenalizzazione del reato di vendita di cibo avariato.
- 30 aprile 2021 – Adiconsum richiede il trasferimento sulla fiscalità generale degli oneri generali di sistema non attinenti al comparto elettrico, nonché la costituzione di un Fondo sociale dedicato all'emergenza caro-bollette.
- 21 maggio 2021 – Accoglimento da parte del Governo, secondo la segnalazione di Adiconsum, della richiesta di modifica della legge di conversione relativa al decreto notifica atti PA.
- 26 maggio 2021 – “Pillola informativa” realizzata da Adiconsum sugli eventuali effetti della tecnologia “5G” attraverso la campagna informativa “Conoscere per consumare”.
- 8 Giugno 2021 – Adiconsum conduce, come soggetto incaricato per l'Italia dalla CE, la “Spring Campaign” contro la pirateria e la contraffazione dell'EUIPO (European Union Intellectual Property Office): l'Import europeo registra quasi il 7% di prodotti contraffatti, compresi i farmaci.
- 8 luglio 2021 – Nascita di “Plurale ETS”, una nuova rete associativa, con oltre 500 enti del Terzo Settore, co-partecipata da Adiconsum, volta a dare più voce alle persone svantaggiate.
- 16 settembre 2021 – Adiconsum denuncia con forza la perenne emergenza sul caro-bollette, a vent'anni dalla liberalizzazione. Si richiede un processo di revisione strutturale della tariffa elettrica.

- 22 ottobre 2021 – Adiconsum denuncia come grave errore la mancata proroga del superbonus per le abitazioni singole perché genera danno gravissimo per l'economia e l'ambiente.
- 23 novembre 2021 – Richiesta di Adiconsum di defiscalizzare i prezzi dei prodotti, per fronteggiare il caro vita innescato dal rialzo dei prezzi delle materie prime.
- 9 Dicembre 2021 – Netta rivendicazione di Adiconsum sull'acqua: No a considerarla come merce, Sì, invece, ad intenderla come bene comune e universale, accessibile a tutti.

Adiconsum nel 2021 ha scritto al Governo e/o alle Authority dei vari settori in diverse occasioni:

- per chiedere un maggiore supporto allo sviluppo della mobilità sostenibile
- per chiedere provvedimenti più protettivi verso i consumatori nei rimborsi COVID per servizi non prestati, con un maggiore coinvolgimento delle associazioni consumatori nelle decisioni del Governo
- Per chiedere la sospensione delle tariffe biorarie di luce e gas e la sospensione dei distacchi per morosità, causa COVID-19
- per potenziare le disponibilità finanziarie del “Fondo prima casa” nell’ottica di assicurarne l’operatività almeno per tutto il 2022. Si tratta del principale strumento pubblico nel mercato dei mutui per l’acquisto dell’abitazione principale;
- per rifinanziare e ampliare l’operatività del Fondo Gasparrini anche per i lavoratori autonomi e per i liberi professionisti, nonché per tutti i mutuatari a prescindere dal reddito;
- per richiedere la controgaranzia dello Stato a supporto del “Fondo per il credito ai giovani”, e del “Fondo di sostegno alla natalità” per rendere questi strumenti in linea con le regole di vigilanza dell’Accordo di Basilea per le banche;
- per fare proposte in favore di cittadini e imprese in difficoltà causa COVID e per contestare il voucher obbligatorio nei rimborsi ai consumatori;
- per richiedere, sulla fibra ottica, l’adeguamento delle linee guida alla legge in vigore dal 2015 per le nuove costruzioni ed ottenere incentivi simili al 110% per la realizzazione di impianti multiservizio nei condomini che ne sono sprovvisti, o per l’adeguamento e la messa in sicurezza di quelli già esistenti ed obsoleti;
- Per chiedere la sospensione delle rate di rimborso del prestito “Antiusura” erogato alle famiglie con il Fondo Ex L. 108/96;
- Per chiedere la revisione della struttura tariffaria ed un nuovo set di azioni condivise per il rilancio della transizione energetica;
- Per chiedere la proroga (causa COVID) dei termini concessi ai consumatori, per la domanda di rimborso al Fondo Indennizzo Risparmiatori, in relazione al default delle banche venete;
- Per chiedere l’obbligatorietà del blocco automatico dei servizi a valore aggiunto per gli operatori telefonici;
- Per chiedere che i costi della transizione energetica non gravino solo sui consumatori, misure più efficaci sul contrasto alla povertà energetica e maggiori garanzie nel mercato libero dell’energia;
- Per chiedere il ripristino delle agevolazioni (scadute e non rinnovate da ARERA) delle bollette di luce, gas e acqua per le case inagibili delle zone terremotate del Centro Italia e della Campania.

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

Adiconsum nazionale ha offerto informazioni personalizzate, assistenza al reclamo e orientamento gratuiti a 28.000 consumatori, tramite chat, telefono, e-mail, ricevimento in sede, sistemi di videoconferenza, presso la sola sede nazionale (oltre all'assistenza fornita presso le 150 sedi territoriali). L'associazione ha assistito in forma diretta, in sede stragiudiziale e non, 9.672 consumatori.

La tabella seguente mostra nel dettaglio questa attività.

Assistenza tramite sportelli fisici o on line	• n. 159 contatti di sportelli fisici o on line/call center • n. 3.225 contatti tramite numero telefonico prima assistenza (nazionale) • n. 14.265 contatti tramite e-mail prima assistenza (nazionale) • n. 9.647 contatti di assistenza nelle controversie transfrontaliere (CEC) • n. 2025 pratiche Fondo di Prevenzione Usura e Sovraindebitamento • n. 1.247 richieste informazioni tramite programma gestione pratiche • 7.238 sessioni di chat live dello sportello online	Totale di n. 28.000 consumatori assistiti
Tutela attraverso azioni stragiudiziali e non	• n. 5.830 reclami tramite programma gestione pratiche • n. 3.842 conciliazioni	Totale di n. 9.672 consumatori assistiti

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, LinkedIn, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter di Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia
- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.

Nel 2021 sono stati diffusi n. 39 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 2021 sono state diffuse n. 250 notizie.

L'attività di comunicazione ha prodotto nell'anno n. 41 interviste a dirigenti ed esperti Adiconsum e n. 389 uscite sui media.

MEZZI DI DIFFUSIONE DEI CONTENUTI

- *Il sito Web*

Rappresenta lo strumento di comunicazione principe con i consumatori e gli operatori della stampa. Il sito è adattato ai nuovi standard qualitativi del mercato e ai dispositivi mobile. È gestito tramite CMS ed è quindi aggiornato per consentire la pubblicazione dei contenuti sfruttando le funzionalità complete di Wordpress. Il numero di visualizzazioni attraverso il sito web www.adiconsum.it ha raggiunto 3.923.177 utenti: un dato più che triplicato, anche in relazione alla maggiore domanda di informazione ed assistenza generata dal protrarsi della crisi sanitaria da COVID-19.

- *I Social network*

Rappresentano il secondo strumento di comunicazione utilizzato per raggiungere i consumatori, gli operatori della stampa, ma anche le istituzioni.

Adiconsum è presente sui seguenti social network:

- Facebook (2 account: Adiconsum Nazionale e Centro Europeo Consumatori Italia). Altre pagine: Consumatori Auto Elettriche/Mobilità; Come ci succhiano i soldi dal telefonino; Adiconsum Scuola
- Twitter (2 account: @adiconsum e @ECCItaly)
- YouTube (2 account: Adiconsum Channel e Centro Europeo Consumatori Italia)
- Instagram (1 profilo: adiconsum)
- Pinterest (1 profilo: adiconsum)
- LinkedIn (1 profilo: adiconsum)

- *Le Pubblicazioni*

Sono a cura dell'Ufficio Stampa/Comunicazione di Adiconsum nazionale, la newsletter settimanale "Adiconsum informa" (n. 42 uscite nel 2021) e la newsletter quindicinale del Centro Europeo Consumatori Italia "Europa Consumi", nonché la realizzazione di inviti, brochure, locandine e guide informative.

- **Le App**

Le App disponibili per i consumatori sono:

- My Adiconsum riservata agli iscritti Adiconsum
- Prezzi Benzina per trovare il distributore di benzina più economico
- EducAzioni dedicata al risparmio.

Tutte le App sono scaricabili GRATUITAMENTE dal proprio smartphone o tablet, sia da App Store che da Google Play.

- **Il Servizio Televideo**

Lo spazio a noi riservato e da noi autogestito si trova alla pag. 462. Oltre ad una breve presentazione dell'Associazione, l'Ufficio stampa Adiconsum prepara delle pillole di informazione utili per i consumatori.

RAPPORTI

Con la Stampa

Sono proseguiti in maniera proficua, anche nel 2021, i rapporti con la stampa:

- le agenzie di stampa
- le redazioni di Tg e Gr
- i quotidiani
- le riviste
- le radio e le trasmissioni radiofoniche
- le televisioni e le trasmissioni televisive.
- Con Istituzioni, Enti, Associazioni di categoria, aziende
- L'Ufficio stampa intrattiene anche rapporti con:
- gli uffici stampa degli organi istituzionali, in particolare con le Authority (Antitrust, Autorità di regolazione per energia reti e ambiente, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Isvap, Garante della privacy, ecc.)
- gli uffici stampa delle principali aziende di servizio di energia, di telefonia, ecc.
- gli uffici stampa delle associazioni di categoria.

Con le sedi territoriali Adiconsum

- L'Ufficio stampa/Comunicazione fornisce il proprio contributo non solo alla stampa, ma rappresenta un punto di riferimento anche per i quadri e gli operatori delle circa 150 sedi territoriali dell'Associazione sparsi su tutto il territorio nazionale.

Con Ecc-Net Italia

L'Ufficio stampa/Comunicazione Adiconsum fornisce il proprio supporto anche alla realizzazione delle iniziative rivolte alla stampa organizzate dall'Ecc-Net Italia e alla diffusione della conoscenza delle attività del Centro proponendo interviste ai media, sia della carta stampata che dei network radiofonici e televisivi, produzione di foto/video, comunicati stampa e notizie.

L'Ufficio Stampa Adiconsum ha prodotto un elevatissimo numero di comunicazioni dirette al pubblico ed ai mass-media, con uscite quotidiane di comunicati stampa e news, pubblicazioni e post sui social media. L'attività di comunicazione ha coperto sia l'area politica delle attività associative, sia l'area di servizio, sia l'area progettuale, offrendo al pubblico ed agli stakeholders un contatto costante con la vita dell'associazione, le sue attività ed i risultati conseguiti.

Una funzione molto importante delle attività di comunicazione è stata quella di allertare il pubblico rispetto a problemi emergenti, truffe in corso, pratiche commerciali sleali riscontrate, fallimenti e default di imprese che potessero comportare perdite economiche, disservizi e problemi ai consumatori o che richiedessero attività da parte loro (insinuazione al passivo, domande e istanze per il recupero di somme versate ecc.), emergenze relative alla sicurezza dei prodotti o sicurezza alimentare. Adiconsum ha inoltre diffuso e illustrato valutazioni di impatto normativo, provvedimenti delle Autorità Garanti, sentenze e decisioni rilevanti degli organi giurisdizionali, offrendo al pubblico elemento di conoscenza, prevenzione e indicazioni per il corretto esercizio dei loro diritti.

Adiconsum ha aderito nel corso dell'anno a numerose giornate celebrative di rilievo nazionale, europeo e mondiale, attuando programmi di comunicazione dedicati, con l'intento di offrire un forte sostegno ai valori ed agli obiettivi di benessere collettivo che le ispirano, manifestare la posizione favorevole dell'Associazione e contribuire alla sensibilizzazione dl pubblico:

- Giornata Mondiale contro lo Spreco Alimentare (4 febbraio)
- Safer Internet Day (9 febbraio);
- Giornata Mondiale della Proprietà Intellettuale (26 aprile)
- World Ecolabel Day (13 ottobre);
- Giornata internazionale delle persone con disabilità (3 dicembre)



Adiconsum raccoglie e pubblica sul proprio sito web la rassegna stampa, necessaria sovente anche per la rendicontazione delle attività progettuali in termini di KPI (*Key Performance Indicators*).

I progetti

I progetti costituiscono una parte importante 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 2021. 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, con finanziamenti dal mondo imprenditoriale: 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 del presente Bilancio Sociale 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 STEP-IN

Il progetto "STEP-IN" – "Laboratori dal vivo per lo sviluppo di strategie sostenibili per la povertà energetica", finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del Programma comunitario Horizon 2020 "Energy Efficiency", ha sviluppato in tre anni di lavoro una metodologia globale per l'analisi e la lotta alla povertà energetica. Adiconsum ha partecipato come partner italiano, in un consorzio formato da 13 organizzazioni provenienti da 10 stati europei.



STEP-IN ha svolto attività sul campo, mediante tre Living Labs in Grecia, Inghilterra e Ungheria, che hanno organizzato Energy Cafés e visite domiciliari di energy auditors alle famiglie in povertà energetica; ha realizzato seminari ed incontri, conferenze e studi. Ha inoltre costruito una grande community internazionale



di esperti e Stakeholders (il Network of Interest con 46 partecipanti da tutta Europa) alla quale Adiconsum ha dato un contributo decisivo, coordinando peraltro il Gruppo di Lavoro "Consumers & Advocacy Groups", che ha prodotto una consistente Policy Paper. Eventi finali del progetto: la conferenza internazionale "Il diritto ad un equo accesso all'energia. Far ripartire le economie senza lasciare indietro chi è in povertà energetica",

organizzata da Adiconsum e che si è tenuta online il 18 febbraio 2021, in cui è stato presentato uno studio che ha illustrato una serie di proposte pratiche su come affrontare e superare il problema della povertà energetica; un Workshop online, svoltosi il 3 marzo 2021, per discutere delle possibili strategie da utilizzare per sconfiggere il problema della povertà energetica nei Paesi dell'Unione europea.

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 48 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.



Non-thermal physical technologies to preserve fresh and minimally processed fruit and vegetables

Progetto We ALL say NO

Il progetto "We All Say NO" (Wall-NO) 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 due precedenti progetti "Peers Say NO" e "Peers2Peers Say NO", un'esperienza avviata da Adiconsum con grande successo fin dal 2017.

Il progetto gode del patrocinio del Ministero dell'Istruzione, Ministero dell'Università e della Ricerca, ed è finanziato dalla Commissione Europea ed è svolto da Adiconsum e dall'Agenzia di stampa Dire.it. L'obiettivo è quello di far capire ai giovanissimi quanto importante sia la protezione della proprietà intellettuale per la



ricerca scientifica e medica, per il progresso tecnologico, per la produzione culturale, la moda, il design, l'intrattenimento, il Made in Italy. Tra le attività, incontri in 10 scuole in varie località italiane, ciascuna delle quali partecipa con 2 classi. Ad ogni classe viene donato un Tablet come strumento di laboratorio creativo. Successivamente, i ragazzi lavorano sotto la guida del docente, assistito dagli esperti del progetto, alla preparazione di un messaggio educativo contro la pirateria e la contraffazione, destinato ai coetanei. Il progetto prevede anche un concorso in modalità "sure to win", che premia tutti i lavori in grado di guadagnare un certo numero di visualizzazioni ed interazioni sui Social, che saranno pubblicati

online sul sito del progetto.

Per le università, un comitato scientifico di accademici mette a punto dispense didattiche e risorse multimediali; vengono, inoltre, organizzate lezioni in aula e lezioni a distanza.

PROGETTI NAZIONALI

Progetto IO SONO ORIGINALE 2019 – 2021

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 6 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 SOSTENIBILE ANCHE PER NOI

Il progetto “Sostenibile anche per noi”, finanziato dal Ministero Del Lavoro e Delle Politiche Sociali ai sensi dell’art. 72 del decreto legislativo n.117/2017, ha l’obiettivo di perseguire la scelta della sostenibilità per tutti, inclusi i gruppi sociali svantaggiati economicamente e culturalmente, le famiglie a basso reddito, le persone con basso grado di istruzione, le persone colpite dal digital divide, gli anziani. Il progetto sta procedendo ad individuare, in tutti gli ambiti del consumo e della cittadinanza aperti allo sviluppo sostenibile, le modalità atte a rendere più comprensibili e condivisi i valori, nonché più accessibili a tutti le risorse, le buone prassi, gli ausili e gli incentivi, le conoscenze e competenze, le iniziative e gli strumenti di solidarietà, risparmio, recupero e condivisione. Focalizza percorsi di inclusione e partecipazione alla transizione dall’economia lineare all’economia circolare. E’ previsto un grande evento di tre giorni, il Villaggio della Sostenibilità, a fine progetto, con stand espositivi di produttori e filiere sostenibili.



Progetto SURF - Sostenibilità, Utilità sociale e Responsabilità della Finanza

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, è volto a coinvolgere i consumatori di tutte le età come veri protagonisti della transizione sostenibile, non più solo semplici spettatori. Il progetto, infatti, si prefigge di favorire la partecipazione responsabile dei consumatori ad un modello di sviluppo sostenibile, di accrescere la conoscenza dei criteri di carattere ambientale, sociale e di governance, attraverso cui l’azienda impatta sostenibilmente sulla vita economica e sociale dei cittadini nonché sensibilizzare sull’importanza del contributo del settore finanziario, trasversale a tutto il sistema economico, nel supportare la transizione sostenibile di imprese e privati. Il progetto partirà da una survey per capire il “sentiment” e il livello di consapevolezza dei consumatori sul tema e sui cui risultati saranno sviluppati materiali informativi



multimediali (infografiche, video, webinar, etc.) che saranno diffusi tramite i canali media e social di Adiconsum.

Progetto Sportello RESTART – Recuperare Efficienza e Sicurezza in Tutte Attività Relazionali Tipiche

È un progetto cofinanziato dalla Camera di Commercio di Roma, nell’ambito del Bando per il Sostegno alla competitività delle imprese e per lo sviluppo economico del territorio – Assistenza e supporto alle imprese del territorio per fronteggiare l’impatto dell’emergenza connessa al COVID-



19. Lo Sportello, con il suo supporto e la sua tutorship, ha inteso al tempo stesso migliorare la compliance dell’impresa rispetto alle norme e la sua capacità di incontrare le aspettative dei suoi interlocutori, a tutto vantaggio di un ambiente favorevole al concentrarsi delle energie sullo sforzo di ripartenza. Lo Sportello ha offerto gratuitamente informazione, assistenza e consulenza specialistica, in una vasta serie di materie e settori: gestione dei rapporti con i creditori e accesso al credito legale, fondi di prevenzione del sovraindebitamento e usura; diritti e la tutela del piccolo imprenditore nei rapporti con i fornitori di beni e servizi, grazie all’applicazione alle microimprese del Codice di Consumo (tutela dalle pratiche commerciali sleali); risoluzione extragiudiziale delle controversie ; organizzazione dello smart working per il personale.

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 un’ampia campagna di comunicazione sociale, tesa a dimostrarne i benefici individuali e collettivi. Il progetto è realizzato con il sostegno finanziario e di expertise da parte di APPLiA Italia, l’associazione Produttori Elettrodomestici. 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.

Nel 2021, il progetto ha continuato a popolare il sito web www.consumocircolare.it con ulteriori pagine informative, leaflet, infografiche. Ha realizzato un’indagine che ha studiato la correlazione tra lo spreco alimentare e il modo di fare la spesa, cioè lo stile con cui ciascuno si approccia al carrello, in base al tempo, al grado di consapevolezza, alle tasche, ma anche alla personalità. I risultati sono stati presentati a Roma con un “Aperitivo Circolare” presso “La Città del Gusto” del Gambero Rosso, invitando esperti, accademici e istituzioni a commentarne i risultati, e grazie ad un cooking show ha dimostrato che recuperare e valorizzare avanzi e parti meno nobili degli alimenti si può e che si ottengono anche risultati eccellenti.

Progetto "PQS20/22 - 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 18 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: 35 sportelli territoriali, sito web dedicato e attività di promozione multimediale.

Progetto SPORTELLO ONLINE "COVID&CONSUMATORI"

Ha beneficiato del contributo del Ministero del Lavoro e delle politiche sociali, ai sensi dell'art. 67 D.L. n. 34/2020 convertito in legge n. 77 del 17 luglio 2020, e prevede un programma di attività di rilevanza nazionale finalizzato a fornire ai cittadini-consumatori risposte ai bisogni sociali ed assistenziali emergenti dall'epidemia di COVID-19, attraverso il potenziamento del sistema di assistenza individuale con lo sportello online "Covid&Consumatori", dedicato alle problematiche dei cittadini e consumatori legate al COVID, nonché la realizzazione di una serie di materiali e schede tematiche per i consumatori sui temi della tutela inerenti le problematiche legate alla pandemia da Covid-19, in modo da assistere, informare e accompagnare le scelte ed i reclami di consumo.

Progetto "MISE DD 17/11/2020" - Iniziativa diretta ad incrementare il vantaggio per i consumatori in termini di utilità sociale nonché ad assicurare informazione ed assistenza specifica riguardo all'emergenza sanitaria da COVID. Data la particolare situazione emergenziale, l'associazione ha svolto la propria attività di orientamento, informazione, supporto ai consumatori, anche attraverso la chat live, soprattutto nel gestire situazioni complesse derivanti dalla pandemia, mettendo a disposizione figure professionali di specifica competenza per le materie trattate, inerenti alla casistica legata alla pandemia. E' stata realizzata una serie di schede tematiche per i consumatori sui temi della tutela inerenti alle problematiche conseguenti alla pandemia da Covid-19 e svolto una continua attività di informazione corretta e orientata alla tutela dei cittadini e dei consumatori con la pubblicazione di articoli e news per illustrare i provvedimenti governativi, gli incentivi fiscali, i bonus ed i sussidi per l'acquisto di beni o lavori di ristrutturazione, e in generale su argomenti di attualità legati alla pandemia da Covid-19 e alle politiche per la ripresa economica. Intensa è anche l'attività di comunicazione e divulgazione sui vari canali social associativi e attraverso la rete degli sportelli territoriali Adiconsum.

Il lavoro dei settori tematici

SETTORE ENERGIA

Nell'ambito del settore dell'energia, Adiconsum ha presidiato, nel corso dell'anno, il settore con un'intensa attività, come già ampiamente fatto negli anni scorsi, per incidere, con propri contributi in tutte le sedi opportune, sulla gestione di una fase particolarmente impegnativa per il settore che, dopo varie proroghe, dovrebbe vedere il completamento della liberalizzazione del mercato al 1° gennaio 2024, per tutti i consumatori domestici e microimprese.

C'è ancora molto da fare infatti per sensibilizzare e responsabilizzare l'utenza molto numerosa che preferisce restare nel mercato tutelato a causa della difficoltà in merito alla conoscenza e valutazione delle offerte del mercato libero, principalmente per la scarsa attività di informazione dedicata a questo argomento, anche da parte delle Autorità preposte.

La situazione nel corso dell'anno 2021, in particolar modo negli ultimi mesi, è diventata ancor più complessa, per effetto dell'aumento dei prezzi dell'energia (gas ed energia elettrica), determinato da fattori di natura prevalentemente geopolitica e speculativa, che purtroppo penalizzano in maniera estremamente pesante lo scenario energetico del nostro paese, non solo con effetti negativi per la liberalizzazione del mercato, ma anche per la complessa fase di transizione energetica, indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità prefissati dalla comunità europea.

Quindi, seppure in presenza di strumenti messi a disposizione di tutti i consumatori dall'Autorità, volti a favorire la mobilità verso il mercato libero (Portale delle Offerte e Portale dei Consumi), Adiconsum non li reputa sufficienti e continua a seguire con attenzione la problematica, prestando supporto ai consumatori con attività di informazione e sostegno. A tale scopo collabora, ormai da diversi anni, insieme ad altre associazioni, nella realizzazione di iniziative sul territorio nazionale per preparare i propri operatori, nell'ambito del Manifesto per l'Energia del Futuro che vede la partecipazione di nove associazioni dei consumatori e cinque aziende di vendita di energia. Il Manifesto ha prodotto, attraverso tavoli di lavoro su temi specifici, riguardanti gli Oneri Generali di Sistema, Albo dei Venditori, Povertà Energetica, Gestione della transizione dal mercato tutelato a quello libero, documenti e avvisi comuni, inoltrati alle competenti Commissioni Parlamentari e alla stessa Autorità.

Ha predisposto inoltre un Vademecum informativo che raccoglie in modo chiaro e semplice tutte le azioni indicate dal quadro normativo e regolatorio e le iniziative degli operatori per fronteggiare il periodo di emergenza pandemica Covid-19. Nell'anno 2021 l'attività del Manifesto ha però subito un arresto della propria attività, per le motivazioni sopra esposte.

Adiconsum ha assicurato, come tutti gli anni, identico impegno nella tutela individuale del consumatore, sia attraverso le varie modalità conciliative sia, soprattutto, continuando a svolgere una attività di formazione verso i consumatori con pubblicazioni e assemblee aperte ai cittadini in tutte le regioni, che spesso hanno coinvolto anche importanti aziende del settore. I temi oggetto dell'impegno di Adiconsum hanno riguardato le modalità della fatturazione dell'elettricità e del gas, con costanti informative e specificazioni sulla lettura delle bollette.

Sono sempre aperti i confronti con i principali player sulla conciliazione paritetica in quanto si avverte la necessità di migliorarla nel metodo e nella qualità con l'obiettivo anche di estenderla a più operatori del settore possibili. A questo proposito nel corso dell'anno si è tentato – purtroppo ad oggi senza successo – di realizzare in collaborazione con l'azienda HERA un Protocollo di Conciliazione Paritetica, anche su segnalazione e suggerimento delle Associazioni dei Consumatori dell'Emilia-Romagna. I due incontri effettuati nel corso dell'anno, però hanno registrato una sostanziale chiusura da parte dell'azienda; l'impegno di Adiconsum resta comunque quello di giungere ad un accordo considerato molto importante, anche per la dimensione dell'azienda interlocutrice.

In merito alle modalità e regole applicate negli ADR rispetto a quelle adottate nelle conciliazioni presso il Servizio Conciliativo di ARERA, gestito dall'Acquirente Unico, Adiconsum è stata impegnata nel corso del 2021, insieme alle altre Associazioni del CNCU, per richiedere modifiche all'Autorità, al fine di rendere omogenee tali regole e non penalizzare le conciliazioni paritetiche negli Organismi esistenti, impedendone la crescita numerica di cui si avverte la potenzialità. Tale esigenza è sentita in maniera cogente non solo dalle Associazioni dei Consumatori, ma anche da diversi operatori del settore, per questo si conferma tale impegno anche per l'anno 2022.

Grande attenzione è stata riservata nel corso dell'anno al tema della Povertà Energetica, argomento da sempre attenzionato da Adiconsum, anche in tempi meno sospetti. Proprio per questo, Adiconsum, a dicembre 2021, ha aderito al Manifesto "Insieme per Contrastare la Povertà Energetica" nell'ambito del Banco dell'Energia Onlus, promosso da A2A, che dovrà diventare un argomento dirimente per l'Associazione per l'attività degli anni futuri, in un contesto di radicale cambiamento di approccio al consumo dell'energia, alla necessaria politica di efficientamento e allo sviluppo di nuove forme di produzione e condivisione dell'energia, di una economia circolare che aiuti il sistema energetico a diventare nella sua interezza realmente sostenibile.

Adiconsum rafforza la sua proposta in merito all'eliminazione in bolletta dei costi non attinenti ai consumi elettrici e chiede un Fondo sociale dedicato. Si chiede una riforma strutturale della tariffa che ridisegni le diverse componenti e alleggerisca la bolletta, rendendola più trasparente con il trasferimento sulla fiscalità generale degli oneri generali di sistema non attinenti ai consumi elettrici. L'istituzione di un **Fondo sociale**, in aggiunta al bonus automatico, potrebbe diventare uno strumento utile per salvaguardare tutte le Parti coinvolte nel settore e dare certezza di costi a tutti i cittadini-consumatori.

ARERA - Autorità per la Regolazione Energia Reti e Ambiente.

Adiconsum ha lavorato per consolidare i rapporti con l'Autorità di Regolazione per Energia Reti ed Ambiente, ARERA, partecipando alle consultazioni pubbliche sui settori di competenza.

CONSULTAZIONI

Nel corso dell'anno 2021 abbiamo partecipato alle consultazioni indette dall'ARERA nei vari settori, producendo un contributo agli atti. Nello specifico:

- Consultazione Doc. 148/2021/R/com – Primi Interventi di Aggiornamento e Modifica della Regolazione della Bolletta 2.0

- Consultazione Doc. 263/2021/R/gas – Regolazione degli Output e delle Performance del Servizio di Misura e degli Obblighi di Fatturazione
- Consultazione Doc. 465/2021 Quadro Strategico 2022-2025 – Obiettivi Strategici e Linee di Intervento

RICHIESTE DI INCONTRO DELLE ASSOCIAZIONI ALL'AUTORITÀ

- Approfondimenti sulla regolazione in materia di richieste della sospensione di fornitura di utenze gas per morosità
- Tavolo Tecnico in tema di estensione graduale del sistema di tutele per i reclami e le controversie dei clienti ed utenti finali del settore idrico (del. 55/2018/E/idr)

OSSERVATORIO PERMANENTE DELLA REGOLAZIONE ENERGETICA, IDRICA E DEL TELERISCALDAMENTO. GRUPPI DI LAVORO

Adiconsum nel corso del 2021 ha partecipato ai Gruppi di Lavoro dell'Osservatorio dell'Autorità, relativi a:

- Energia Elettrica
- Efficienza Energetica
- Idrico

FOCUS GROUP TELERISCALDAMENTO E TELERAFFREDDAMENTO

Nel corso dell'anno si sono affrontati le seguenti tematiche:

- Ipotesi in materia di regolazione delle condizioni di accesso di impianti di produzione di calore di terzi alle reti di teleriscaldamento
- Ipotesi per la revisione della disciplina in materia di contributi di allacciamento e modalità di esercizio del diritto di recesso nel servizio di teleriscaldamento e tele-raffrescamento per il secondo periodo di regolazione (2022-2025);
- Proposte di revisione della disciplina in materia di regolazione della qualità commerciale nel servizio di teleriscaldamento e tele-raffrescamento per il secondo periodo di regolazione (2022-2025).

RAPPORTI CON LE ISTITUZIONI

Nel corso dell'anno 2021 Adiconsum ha inviato al Ministro dello Sviluppo Economico, On. Stefano Patuanelli, una comunicazione per evidenziare le problematiche del settore dell'energia, rispetto ad un processo di liberalizzazione del mercato poco definito ed incerto nelle modalità e regole, sottolineando e reiterando la richiesta dell'avvio di un confronto con le Associazioni dei Consumatori, unici rappresentanti della collettività, con particolare attenzione a quella più fragile e quindi più a rischio.

Nel corso dell'anno, nonostante numerose sollecitazioni, non si è insediato nessun tavolo di confronto.

L'aggravarsi della situazione dei costi dell'energia, come già illustrato, ha determinato, nel quarto trimestre dell'anno, un confronto fra tutte le Associazioni del Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti, per la definizione della PIATTAFORMA per l'ENERGIA del 29 novembre 2021, che riassume analisi e proposte delle Associazioni.

Il documento è stato inviato a tutte le Istituzioni ed Autorità competenti, richiedendo un coinvolgimento effettivo dei Rappresentanti dei Consumatori sulle decisioni governative in merito alle cogenti problematiche del settore energetico.

ATTIVITÀ IN AMBITO CONSIGLIO NAZIONALE CONSUMATORI UTENTI E COMMISSIONI COLLEGATE

Nell'ambito del settore energia, Adiconsum partecipa ai lavori della Commissione G - Servizi Pubblici - che si è riunita per valutare la legge di recepimento provvisoria della Direttiva Europea 2018/2001 RED 2, relativamente alle disposizioni inerenti alla realizzazione delle Comunità Energetiche nel nostro paese.

La commissione ha prodotto un documento che mette a confronto le norme della legislazione italiana, con quanto indicato nella Direttiva Europea, ed offre proposte di miglioramento della disciplina in atto.

Nel corso dei lavori della Commissione, si sono svolte le audizioni del rappresentante del GSE, oltre ai rappresentanti di cooperative energetiche impegnate nell'ambito della produzione di energia rinnovabile collettiva.

ATTIVITÀ CON LE AZIENDE

Nel corso dell'anno si sono sviluppate varie interlocuzioni ed attività con le aziende /operatori del settore energetico:

- EDISON – Adiconsum partecipa al Protocollo di Autoregolazione Volontaria in rappresentanza delle AACC del CNCU e svolge al suo interno attività di analisi e proposte.
- ENEL ENERGIA ed ENEL X - interlocuzione e confronto volte a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, in un'ottica di valorizzazione del ruolo delle Associazioni di rappresentanza
- ENEL ENERGIA – Progetto formativo Energy Academy in collaborazione con I-COM (Istituto per la Competitività), rivolta a figure individuate tra gli operatori del territorio (due per ogni associazione)
- ENI GAS E LUCE - interlocuzione e confronto volte a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, in un'ottica di valorizzazione del ruolo delle Associazioni di rappresentanza
- ENI – Realizzazione in collaborazione con le altre Associazioni del CNCU, della CARTA DEL CONSUMO CIRCOLARE
- ENI – Visita della Bio-Raffineria di Gela e confronto in merito alle scelte di transizione energetica (ottobre 2021)
- ITALGAS - interlocuzione e confronto volte a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, in un'ottica di valorizzazione del ruolo delle Associazioni di rappresentanza, anche con l'obiettivo dello sviluppo della metanizzazione nelle aree del paese più indietro-
- ITALGAS – avvio di un confronto per la realizzazione di un Protocollo di Intesa con la figura del distributore del gas (percorso in essere)

SETTORE TRASPORTI

TRASPORTO FERROVIARIO REGIONALE

Nel corso dell'anno 2021 si è concluso il confronto con Trenitalia per la realizzazione della conciliazione paritetica nel trasporto regionale. Il percorso, rallentato dalla pandemia, avviato nell'anno 2020, si è completato con la stipula e la firma del Protocollo di Intesa tra Trenitalia -Divisione Trasporto Regionale e le AACC del CNCU nel mese di aprile 2021. L'operatività di questa nuova conciliazione paritetica ha avuto avvio concreto a gennaio 2022, mentre si sta ancora lavorando per aumentare la platea dei conciliatori, lato

Associazioni a livello locale; ciò permetterà l'ottimale gestione delle problematiche a livello locale, che presentano particolarità differenti, in relazione ai diversi contratti di servizio in essere tra Trenitalia e Amministrazioni Regionali.

ALTRE ATTIVITÀ

Nel mese di ottobre si realizza un importante Convegno che tratta la transizione ecologica in atto ed i riflessi significativi sul cambiamento del nostro modo di muoverci. Adiconsum afferma e sostiene la necessità della realizzazione di un sistema dei trasporti sostenibile, un "obiettivo" di tutti che, in quanto tale, richiede il confronto e l'impegno congiunto delle autorità pubbliche, dell'industria e della società civile.

COMUNICAZIONI ELETTRONICHE, TLC, MOBILITÀ SOSTENIBILE, AMBIENTE

Gennaio 2021

- Sottoscrizione di un protocollo di collaborazione con la fondazione "Per La Sostenibilità Digitale" del Prof. Stefano Epifani.
- Realizzazione di webinar formativi per i consumatori in collaborazione con la Fondazione per la sostenibilità digitale all'interno del progetto TIM denominato RISORGIMENTO DIGITALE, dedicati all'utilizzo del digitale nella PA e all'acquisto corretto on line
- CASHBACK: Adiconsum avvia un Tavolo permanente con CONSAP e PagoPa in un clima di fattiva collaborazione, per risolvere criticità/contenziosi con la creazione di una sezione dedicata sul sito web Adiconsum.
- Incontri con AGCOM per apportare variazioni nel Regolamento del sistema di conciliazione CONCILIAWEB.
- Gruppo di lavoro con MOTUS-E per investimenti PNRR su mobilità
- Avvio di incontri con altre Associazioni dei Consumatori e FASTWEB per realizzare un Protocollo Integrativo a quello già precedentemente sottoscritto.

Febbraio 2021

- Partecipazione al tavolo 5G istituito da AGCOM
- Intervento sull'assegnazione dei DIRITTI TELEVISIVI CALCIO, per rivendicare il diritto dei consumatori di scegliere la piattaforma trasmissiva da utilizzare e di non subire l'esclusiva di una trasmissione solo in streaming. Sì alla concorrenza fra aziende – NO fra piattaforme trasmissive. Adiconsum scrive a AGCOM e chiede di intervenire con urgenza per non creare discriminazioni fra i cittadini e per garantire ai consumatori l'esercizio del diritto della libera scelta. Scrive inoltre alla Lega Calcio Serie A, affinché le scelte commerciali vengano prese tenendo sempre in considerazione il rispetto dei diritti dei consumatori.
- Attività in Motus-E nel tavolo dedicato alle tariffe elettriche per la mobilità
- Partecipazione al Gruppo di Lavoro realizzato da ARERA, unica Associazione Consumatori, su proposte per migliorare le modalità di ricarica privata delle auto elettriche

- Partecipazione alla consultazione pubblica di AGCOM, delibera n. 604/20/CONS, in materia di misure riservate a consumatori disabili per i servizi di comunicazione elettronica da postazione fissa e mobile.
- Partecipazione Comitato Scientifico di NEXT, per la definizione di Index di autovalutazione del Terzo Settore.
- Partecipazione in PROSIEL per la realizzazione del Libretto Elettrico
- Attività nel Comitato Scientifico di EQUALITAS, Sistema di Certificazione della Sostenibilità Integrale nel Settore Vinicolo.

Aprile 2021

Partecipazione ai Gruppo di Lavoro di ASVIS

Maggio 2021

- 5G: Adiconsum lancia “Il 5G e la salute”, prima video-pillola della Video-Rubrica “Conoscere per Consumare”. Le video pillole sono realizzate in collaborazione con il *Consiglio Nazionale delle Ricerche* e alla *Federazione Nazionale degli Ordini dei Medici Chirurghi e degli Odontoiatri*, con la partecipazione di due esperti: **Prof. Valerio Rossi Albertini**, fisico e ricercatore del CNR, e **Dott. Alessandro Conte**, coordinatore del sito “Dottore ma è vero che...?” realizzato dalla FNOMCeO.
- Incontri in VALORITALIA

Giugno 2021

- Partecipazione alla Consultazione AGCOM, Delibera 85/21/CONS, su linee guida per la realizzazione degli impianti verticali per la fibra ottica nei condomini. **Adiconsum propone:** *Le linee guida non siano mero elenco di regole comportamentali. Gli Impianti verticali assumano il ruolo di impianti multiservizio per consentire ai consumatori di utilizzare le innovazioni tecnologiche del futuro. AGCOM adegui le linee guida alla legge in vigore dal 2015 per le nuove costruzioni e si faccia portavoce presso il Governo e i legislatori perché prevedano incentivi simili al 110% per la realizzazione di impianti multiservizio nei condomini che ne sono sprovvisti o per l'adeguamento e la messa in sicurezza di quelli già esistenti ed obsoleti, strategici per la trasformazione digitale*
- Avvio di incontri con WND3 per la realizzazione di un protocollo integrativo a quello già esistente.
- Partecipazione al Consiglio Direttivo di PROSIEL per attività dedicata al progetto CASA SICURA; nello specifico, Adiconsum presenta una sua proposta progettuale.

Luglio 2021

- Incontro con NETCOMM per la realizzazione di un Osservatorio con le Associazioni dei Consumatori

Agosto 2021

- CASO DAZN: Adiconsum invia una lettera al Parlamento, all'AGCOM, alla Lega Calcio Serie A ed a DAZN, in cui analizza le criticità emerse in merito al servizio di live streaming offerto, e presenta alcune proposte per risolverle. Nello specifico, si chiede:
 - 1 al Parlamento: *di legiferare per evitare le problematiche emerse con DAZN inserendo anche le OTT sotto il controllo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) e obbligando la neutralità tecnologica con la trasmissione su tutte le piattaforme.*
 - 2 alla Lega Calcio: *di rivedere immediatamente l'assegnazione dei diritti di trasmissione garantendo anche la trasmissione televisiva che, ricordiamo, è ritenuta dal nostro ordinamento, servizio universale, mentre internet non lo è. Per bar, ristoranti e hotel tale procedura è già in atto, provocando forti discriminazioni nei confronti dei consumatori.*
 - 3 ad AGCOM e AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) *di adoperarsi affinché DAZN stipuli un accordo con un operatore che trasmetta il campionato su piattaforma televisiva, restituendo in tal modo al consumatore il diritto di scegliere la propria piattaforma trasmissiva.*
 - 4 a DAZN, *di aprire un Tavolo con le Associazioni Consumatori per definire una Carta dei Servizi condivisa che preveda inoltre modalità di reclamo/rimborsi/risarcimenti per i disservizi, compresi quelli in corso, attraverso la conciliazione paritetica con le Associazioni dei Consumatori e fornire informazioni trasparenti sulla qualità dei servizi offerti.*

Settembre 2021

- Patrocinio al GDPR DAY
- Partecipazione di Adiconsum al Festival dell'Economia Civile di Firenze
- CASO DAZN: La IX Commissione della Camera approva una risoluzione per far sì che DAZN assicuri un servizio adeguato ai cittadini e garantisca maggior trasparenza nella rilevazione degli ascolti. Vengono accolte parte delle proposte di Adiconsum come il rafforzamento del ruolo dell'AGCOM.
- Per risolvere nell'immediato il servizio inadeguato di DAZN agli abbonati, Adiconsum lancia una petizione per estendere l'accordo che DAZN ha sottoscritto nel business anche ai consumatori-abbonati da casa.

Ottobre 2021

- Adiconsum attiva un osservatorio sui disservizi provocati dagli OTT più diffusi ricevendo le segnalazioni dei consumatori. Aderiscono oltre 2000 utenti.
- Adiconsum fa un appello al Parlamento in merito al superbonus 110%. Per quanto concerne la proroga del Superbonus 110% in manovra, si ritiene che un'eventuale esclusione dall'estensione degli edifici unifamiliari e plurifamiliari non vada solo a danno di un enorme numero di famiglie proprietarie o detentrici di tali immobili (circa 8 mln), ma anche di tantissime piccole imprese artigiane idrauliche o elettriche, le più colpite dalla pandemia, che di fatto verrebbero tagliate fuori dall'opportunità di ripresa delle loro attività, solo dopo un anno dall'avvio dello strumento, in una fase ancora delicata di ripresa economica nel nostro Paese.
- Adiconsum è presente con uno stand ad ECOMONDO di Rimini

Novembre 2021

- Adiconsum interviene all'HD forum
- Adiconsum partecipa ad un AUDIT di VALORITALIA
- Adiconsum partecipa ad una serie di eventi in Friuli-Venezia Giulia dedicati al Nuovo Switch off della TV digitale per una migliore digitalizzazione del Paese.
- Incontro con ASTEL per promuovere un progetto sulla corretta diffusione delle connessioni a fibra ottica

Dicembre 2021

Dopo la lunga attività di Adiconsum sul caso DAZN, AGCOM avvia un procedimento per la definizione di parametri di qualità per la fruizione dei servizi di diffusione in live streaming delle partite di campionato di calcio. Adiconsum partecipa con una propria relazione e una successiva audizione con proprie proposte per migliorare e identificare la qualità di servizi in streaming.

SETTORE CONCILIAZIONI

Gli ADR, costituiti con i maggiori operatori del sistema energetico, trasporti, telecomunicazioni Poste e Commercio Online, hanno dimostrato la loro utilità, ma continuiamo ancora a considerare troppo basso il ricorso a questo strumento, soprattutto nell'ambito energetico.

In questo settore, infatti, è innegabile la competitività che si registra tra la conciliazione paritetica ADR e quella effettuabile presso lo Sportello del Consumatore, istituito da ARERA in ambito Acquirente Unico. Presso l'Autorità, infatti, è ammessa la figura del Distributore nel procedimento, che aiuta le soluzioni delle varie pratiche, a discapito di quelle effettuate presso l'ADR, dove ciò non è possibile. Nel corso dell'anno tale problematica, seppur evidenziata, non è stata risolta, pertanto resta una priorità da perseguire, per valorizzare la conciliazione ADR e renderla uno strumento complementare e non competitivo con quella di ARERA.

Tale competitività non si registra, invece, nel settore delle Telecomunicazioni, dove, pur in presenza di una piattaforma conciliativa, CONCILIAWEB, realizzata dall'Autorità, a tale strumento si può ricorrere solo in assenza di Protocolli di Conciliazione Paritetica con il gestore interessato dalla problematica.

Adiconsum ha svolto nel corso dell'anno attività di conciliazione attraverso i propri sportelli diffusi su gran parte del territorio nazionale, a supporto dei consumatori che vi si sono rivolti.

Le conciliazioni effettuate negli ambiti dell'energia, delle telecomunicazioni, attività postali e finanziarie, trasporto autostradale e ferroviario, commercio online sono state 2500 circa.

Nell'anno 2021 per l'attività conciliativa relativa ai settori di telecomunicazione, servizi postali trasporto e commercio online è scaduto il Bando Ministeriale INVITALIA alla data del 30 settembre 2021; tale condizione, allo stato attuale, non ci permette di consuntivare le conciliazioni, ricadente nel bando stesso, del IV trimestre 2021.

Nel mese di Aprile 2021, nell'ambito del settore energia, è stato stipulato il Protocollo di Intesa sulla Negoziazione Paritetica tra le aziende dei sette Organismi ADR del settore (ACEA SPA, A2A SPA, EDISON ENERGIA SPA, ENEL ITALIA SPA, ENI GAS E LUCE SPA, E. ON ENERGIA SPA e IREN SPA) e le Associazioni dei Consumatori di cui all'art.137 del Codice del Consumo.

Il Protocollo è stato voluto con convinzione da tutte le parti, a conferma dell'importanza dello strumento

conciliativo, sempre più fondamentale per la soluzione rapida e accessibile delle controversie, in particolare di dimensioni economiche contenute, rispetto ai costi di accesso alla giustizia ordinaria, ma che non necessariamente è di minore portata per le famiglie interessate.

L'omogeneizzazione delle procedure attraverso protocolli unificati costituisce un ulteriore momento di crescita dell'attività conciliativa.

SETTORE ALIMENTAZIONE E POLITICHE AGRICOLE

L'attività dell'Associazione nell'ambito delle politiche agricole ed alimentari è stata sempre intensa e diversificata, multilaterale e progettuale. Con essa, si svolgono attività di informazione e indagini conoscitive, inchieste e sondaggi, si siglano accordi di collaborazione bilaterale, si conducono progetti europei e nazionali, si segue con attenzione e impegno lo sviluppo delle politiche comunitarie e nazionali, anche in relazione all'appartenenza di Adiconsum al BEUC, l'organizzazione europea delle associazioni dei consumatori, nonché alla sua adesione a SAFE (Safe Advocacy Food Europe), organizzazione europea indipendente focalizzata nella protezione e rappresentanza i consumatori europei nel settore alimentare. Grazie a queste membership, Adiconsum segue l'attualità di settore, si confronta con altre organizzazioni operanti in Europa, elabora posizioni e proposte. Nel 2021, un tema caldo è stata la riforma europea dell'etichettatura "front of pack" (con l'intenso dibattito che accompagna le proposte Nutriscore e Nutrinform, ma anche l'etichettatura e i sistemi di rating dedicati specificamente ai requisiti di sostenibilità degli alimenti. L'argomento è di grande importanza ed il dibattito proseguirà.

Adiconsum ha partecipato ad innumerevoli riunioni e consultazioni, gruppi di lavoro e comitati di esperti, sui vari aspetti della sicurezza e qualità degli alimenti, sulla trasparenza e l'etichettatura, sulla sostenibilità, sulla tutela della salute e l'educazione alimentare, sull'uso degli additivi, sulle nuove tecnologie per la conservazione e il packaging, sulla lotta allo spreco alimentare, sull'agricoltura biologica ecc. In occasione delle varie consultazioni in sede parlamentare, sono stati prodotti documenti di posizione politica, supportati da evidenze scientifiche o di ricerca sociale ed economica.



Sono numerosissime le campagne che abbiamo condotto, incentrate su aspetti legati all'agroalimentare: l'importanza del settore deriva dalla rilevante quota di share che esso rappresenta sulla spesa delle famiglie, ma anche dal notevole impatto sulla sostenibilità (sia della produzione che del consumo, con aspetti correlati come la produzione di rifiuti sia industriali che domestici).

Nell'ambito delle campagne che abbiamo svolto per la promozione dell'economia circolare, l'agroalimentare è stato sempre al centro: abbiamo messo in campo competenze interne, ma anche avviato contatti e collaborazioni con importanti enti ed istituti di ricerca, università, aziende, in grado di offrire supporto tecnico-scientifico alla nostra produzione di contenuti, all'elaborazione di posizioni e alla programmazione delle priorità in agenda per il lavoro futuro di breve e medio termine.

Nel 2021, il settore ha seguito gli sviluppi del progetto Shealthy, del progetto 2gether2green e del progetto Sostenibile anche per Noi (si veda il paragrafo dedicato ai progetti) e condotto un'importante ricerca sulle determinanti dello spreco alimentare, presentata in occasione di un evento a Roma.

Sul piano delle attività di comunicazione, tese a raggiungere con una voce autorevole e un'informazione puntuale il pubblico degli associati, il pubblico generale e i mass media, abbiamo curato la pronta reattività della nostra Associazione alle varie emergenze verificatesi in fatto di sicurezza alimentare ed alla pubblicazione periodica dei rapporti istituzionali, sia a livello nazionale che comunitario. Abbiamo anche curato la presenza sui social media delle attività di settore, con numerosissimi post su Facebook, Twitter e Storie Instagram, spesso indirizzate a giovani e giovanissimi consumatori.

Adiconsum nel 2021 ha costantemente aggiornato le linee strategiche della tutela del consumatore e della promozione dell'alimentazione sostenibile, analizzando le criticità dei vari settori e delle filiere, delle nuove tecnologie di produzione e lavorazione, nonché definendo la posizione dell'Associazione rispetto alle proposte normative attualmente in discussione in sede nazionale ed europea.

SETTORE FINANZIARIO

Il periodo post pandemia nel settore banche e finanza si è caratterizzato per i consumatori in situazioni di disagio con la parte finale della moratoria realizzata con ABI ed ASSOFIN che ha dato ossigeno a molte famiglie ed ha riguardato tutti coloro che, a seguito dell'emergenza sanitaria, hanno subito una riduzione dello stipendio o una sospensione/riduzione dell'orario di lavoro. È stato necessario quindi implementare i contenuti di questi strumenti operando sia verso gli intermediari che verso il Governo al fine di alimentare i plafond dei diversi "Fondi solidali" presenti.

Per coloro che invece hanno retto bene alla situazione di crisi, vi è stata una spinta di fiducia che ha generato l'impulso nell'acquisto della prima casa di abitazione, anche grazie alla congiuntura favorevole che ha determinato la possibilità di accedere a finanziamenti con tassi molto bassi.

A ciò si deve aggiungere la necessità di proseguire nel confronto con ABI della definizione di un protocollo per l'ampliamento dell'accesso ai finanziamenti per ristrutturazione ad alta efficienza energetica, in sintonia con il Piano di azione europeo per finanziare la crescita sostenibile, l'attenzione per l'accesso delle giovani coppie e per la sicurezza antisismica degli edifici.

Inoltre, vanno perseguiti gli obiettivi sui filoni di intervento alla luce del Piano Europeo per finanziare la Crescita Sostenibile e l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite sullo Sviluppo sostenibile, l'innovazione tecnologica nei servizi bancari e finanziari verificando le opportunità, i rischi e gli strumenti di tutela, concludendo con l'inclusione finanziaria dei soggetti deboli e dei migranti.

Va quindi rafforzata la consapevolezza del consumatore, incrementando l'educazione finanziaria, anche attraverso la realizzazione di specifiche occasioni di approfondimento e di iniziative di informazione, redigendo e condividendo un documento che riassume tutti gli strumenti a disposizione del consumatore per l'accesso e il sostegno al credito.

Sul fronte del risparmio, vanno messe in campo azioni verso i risparmiatori, finalizzate alla consapevolezza nel realizzare un progetto d'investimento tale da valorizzare il proprio patrimonio, in termini di prospettiva per sé ed i componenti la famiglia, anche nella direzione di investimenti sostenibili (ESG).

Inclusione significa anche saper affrontare le leve della digitalizzazione, i profili di sicurezza sugli strumenti di pagamento e sapere come dialogare con la banca, usarla comodamente (servizi via internet e mobile banking; servizi via telefono; social network), tenendo sempre presenti le indicazioni sulla sicurezza ed i rischi legati alle sempre più frequenti frodi informatiche sui c/correnti e le carte di credito/debito.



E' sempre più importante mettere il consumatore nelle condizioni di affrontare il cambiamento, utilizzando più strumenti, dalle schede informative ai percorsi on line.

Il rapporto con gli intermediari deve essere un confronto caratterizzato da modalità di "problem solving", dove ADICONSUM può contraddistinguersi per capacità negoziali, di partecipazione alla definizione di linee guida,

accrescendo il sempre più presente tema reputazionale, di cui il sistema bancario italiano continua a soffrire.

- Nel corso dell'anno, è stato richiesto ad ABI di rinnovare e semplificare la possibilità delle famiglie, all'occorrenza, di accedere alla sospensione delle rate dei mutui prima casa e prestiti, in caso di riduzione o sospensione dell'orario di lavoro, utilizzando il Fondo di solidarietà "Gasparrini" che prevede la sospensione delle stesse fino a 18 mesi.
- Col MEF, si è ottenuto un provvedimento finalizzato a concedere più tempo ai risparmiatori danneggiati dalle banche messe in liquidazione, per fare domanda al Fondo Indennizzo Risparmiatori (FIR).
- È stato inoltre richiesto all'Autorità di Vigilanza (CONSOB) di assumere le necessarie iniziative atte a inibire le speculazioni sui nostri mercati, attuate attraverso le vendite allo scoperto di ordini dati su titoli che non si possiedono, così come sulle tematiche delle criptovalute.

Le famiglie italiane che hanno acceso finanziamenti per ristrutturazione della prima casa, per immobili non adibiti ad abitazione principale o per necessità di prestiti personali, ed hanno vissuto momenti di difficoltà economica o periodi di mancanza temporanea di liquidità, hanno avuto la possibilità di aver un po' di respiro sospendendo la quota capitale della rate. La nostra sollecitazione ad ABI ed ASSOFIN nel farsi carico delle difficoltà delle famiglie ed a condividere la filosofia di quanto disposto dall'allora Decreto-legge sulla sospensione delle rate dei mutui, pur non essendoci un "obbligo" per finanziamenti ed altre tipologie di prestiti, è un segnale di attenzione e di responsabilità delle banche."

Anche le famiglie italiane che hanno utilizzato il credito al consumo ed i prestiti sono state oggetto del nostro interesse, attraverso la sollecitazione ad ASSOFIN a farsi carico delle difficoltà delle famiglie ed a condividere la filosofia di quanto disposto dal Decreto-legge sulla sospensione delle rate dei mutui, pur non essendoci un "obbligo" per il credito al consumo: questo è stato un segnale di attenzione e di responsabilità sociale delle banche e finanziarie. È stato un importante passo avanti, un lavoro costruttivo fatto di proposte, confronto e collaborazione con Assofin, che ADICONSUM ha promosso attivamente in una triangolazione anche con Banca d'Italia ed Abi, ed ha portato a indicazioni preziose per i cittadini. La moratoria Covid-19 per il credito

ai consumatori ha dato ossigeno a molte famiglie, permettendo loro la sospensione fino ad un massimo di 6 mesi, di prestiti e finanziamenti superiori a € 1.000. La moratoria, di sei mesi per i finanziamenti superiori ai mille euro, poteva essere per l'intera rata del finanziamento o per la sola quota capitale, a discrezione della società finanziatrice. Il debitore che ha richiesto la moratoria non ha sostenuto alcun costo.

Inoltre, nell'anno 2021 il settore credito e finanza di Adiconsum Nazionale ha continuato la sua attività di programmazione e coordinamento delle attività, assistenza alle strutture territoriali ed a quei consumatori direttamente rivoltisi ad Adiconsum Nazionale, nonché attività di cooperazione con gli interlocutori normativi e di vigilanza competenti, implementando altresì le attività di interlocuzione con gli intermediari del settore finanziario e bancario, al fine di condividere soluzioni e scelte di prevenzione in termini di tutela per i consumatori. Considerati i risultati raggiunti e proponendosi di consolidare ulteriormente gli ambiti di collaborazione, sono state individuate nuove soluzioni, o rafforzamento delle iniziative in corso. In particolare:

Sostegno alle famiglie in difficoltà

- è stata promossa l'attività di ampliamento dell'operatività del "Fondo di solidarietà dei mutui", grazie al rifinanziamento dello strumento attraverso il DL Cura Italia;
- è stata ampliata la sospensione del pagamento delle rate di mutuo anche qualora il mutuatario abbia ottenuto misure di sostegno al reddito, ovvero in caso di riduzione dell'orario di lavoro per difficoltà del datore di lavoro (quali ad esempio la CIG o CIGS).

Accesso al credito

- si è definito con ABI un protocollo per l'ampliamento dell'accesso ai finanziamenti per ristrutturazione ad alta efficienza energetica, in sintonia con il Piano di azione europeo per finanziare la crescita sostenibile, e per la sicurezza antisismica degli edifici;
- si è proposta la revisione dell'operatività del "Fondo per lo studio", al fine di semplificarne le modalità di accesso a tutela degli studenti.

Rafforzamento della consapevolezza del consumatore

- si è incrementata la consapevolezza e l'educazione finanziaria del consumatore, anche attraverso la realizzazione di specifiche occasioni di approfondimento e di iniziative di informazione;
- si è redatto e condiviso un documento sintetico con gli strumenti a disposizione del consumatore per l'accesso e il sostegno al credito.

Sul fronte del risparmio, abbiamo messo in campo azioni verso i risparmiatori, finalizzate alla consapevolezza nel realizzare un progetto d'investimento, tale da valorizzare il proprio patrimonio.

Nell'ambito del confronto con l'Associazione Bancaria Italiana, sul Progetto "Trasparenza semplice" si è proseguito il confronto sulle tematiche inerenti i servizi di pagamento, l'importanza dell'utilizzo della moneta elettronica, l'utilizzo delle carte di credito, in una logica anche di abbattimento dei costi legati alla gestione del denaro contante.

Nell'opera di assistenza, informazione e formazione dei consumatori e delle proprie strutture a livello territoriale, Adiconsum ha continuato a promuovere iniziative di risoluzione stragiudiziale delle controversie con gli intermediari, mediante l'assistenza ai consumatori circa le modalità e tempistica (e spesso con una preventiva valutazione della fondatezza dei reclami), la promozione dei diversi sistemi tra cui in particolare l'Arbitro bancario finanziario e l'incentivazione di canali di conciliazione diretta con banche e finanziarie, al fine di redimere efficacemente le singole controversie insorte con i consumatori (ed acutizzatesi con

l'indebitamento derivato dalla generale crisi economica). Non di meno, sono state messe in campo numerose opportunità formative e informative, attraverso webinar sulle truffe on line e la cyber sicurezza, in collaborazione a banche (UNICREDIT e INTESASANPAOLO), piuttosto che con POSTE ITALIANE con il coinvolgimento degli operatori telefonici.

Nel corso dell'anno, è proseguito il tavolo di lavoro multi-stakeholder in sede ABI sulla situazione finanziaria delle famiglie e sulla lotta al sovraindebitamento; sono continuati i rapporti con le principali società finanziarie, banche e associazioni di categoria con le quali si è concordato sulla necessità di proseguire nell'attività di collaborazione sui temi della protezione del consumatore.

SETTORE POSTE

Con riferimento a Poste Italiane, sulla base dell'ormai decennale Protocollo sottoscritto in data 15 dicembre 2011 tra Poste Italiane e le AA.CC., anche nel 2021 sono proseguiti gli incontri del Cantiere Consumatori.

Si tratta di un tavolo di lavoro permanente istituito fra l'azienda e le Associazioni, per analizzare tutte le novità dei servizi e dei prodotti che hanno un impatto diretto con la clientela. Quest'anno gli argomenti trattati sono stati i seguenti:

- Servizi di corrispondenza
- Uffici postali
- Proroga iniziativa di tutela per Fondo Obelisco
- Sospensione mutui e prestiti
- Sintesi attività dell'ufficio in questi tre mesi di lockdown
- Condivisione della prima riunione dell'Organismo
- Iniziativa di Agcom: interpellanza sugli UP
- Iniziative di Poste Italiane per i consumatori: lettura delle fatture, dalla stampa alla consegna, come previsto dalla normativa
- Blocco PosteMobile, iniziative per i clienti (Giovanni Lione, Affari legali PostePay S.p.A.)
- Presentazione offerta aziendale riguardo Ecobonus e Sismabonus (Anna Rita Giagheddu, BancoPosta Business&PA)
- Sanzione Antitrust, posizione aziendale (Francesco Russo, Responsabile di Affari Regolamentari e Rapporti con le Authority)

Nel corso del 2021 Adiconsum ha partecipato alle procedure di Conciliazione secondo i protocolli firmati con l'azienda (procedura postale, bancoposta, postepay e postemobile), gestendo oltre 100 domande.

SETTORE ASSICURAZIONI

Adiconsum, nel corso del 2021 ha continuato ad operare sui temi assicurativi all'interno della Fondazione Forum ANIA – Consumatori (di seguito Forum), che è una Fondazione non riconosciuta, costituita il 16 novembre 2007 tra le AA.CC. e l'ANIA (Associazione Nazionale Imprese Assicuratrici).

Lo scopo permane quello di promuovere la collaborazione e il dialogo tra le Imprese di assicurazione e gli assicurati, mediante studi, approfondimenti e altre iniziative dirette a realizzare gli obiettivi permanenti:

- monitorare il rapporto, le attese e la soddisfazione dei consumatori nei confronti del servizio assicurativo

- consentire scelte consapevoli da parte dei consumatori, anche tramite iniziative di informazione ed educazione sui temi assicurativi;
- migliorare la soddisfazione degli assicurati;
- stimolare la riflessione sul ruolo sociale dell'assicurazione nei nuovi assetti del welfare.

Dalla sua costituzione, il Forum sostiene e realizza attività di studi e progetti nelle seguenti aree tematiche:

- a) Iniziative in tema di welfare;
- b) Iniziative in tema di informazione ed educazione sui temi assicurativi;
- c) Attuazione di accordi tra ANIA e associazioni dei consumatori.



All'interno del Consiglio Generale del Forum, sono state discusse la situazione e le criticità che il Paese ha dovuto affrontare e quelle ancora da sostenere, per il perdurare dell'emergenza sanitaria Covid-19. Sulla scorta di queste premesse, si è prospettata l'ipotesi di sviluppare una iniziativa di studio dedicata ad analizzare le conseguenze sociali ed economiche della pandemia.

Sin dal 2020 è stato deciso di realizzare un nuovo progetto di ricerca del Forum ANIA-Consumatori in collaborazione con il Censis, focalizzato sugli effetti che emergono sul versante società e nell'opinione pubblica. L'indagine è stata portata a compimento a inizio 2021. Il rapporto finale è stato accolto all'interno della collana di volumi "Gli scenari del welfare", edito da Franco Angeli e presentato nel corso di un convegno-webinar tenutosi nel 2021.

Sin dall'ormai lontano 2019, è stato avviato, in collaborazione con altre associazioni dei consumatori, il programma, tutt'ora in corso, "Più informati, più protetti", che prevede la realizzazione da parte delle associazioni aderenti al Forum di progetti finalizzati a informare i consumatori e a valorizzare eventuali proposte condivise, su un ventaglio di temi che sono stati preventivamente individuati dal Consiglio Generale della Fondazione: sanità, risparmio, catastrofi naturali e innovazione.

Sempre in tema di collaborazione è stato realizzato il convegno congiunto dal titolo "Capitale umano, Consumatori, Alfabetizzazione e Inclusione Finanziaria" organizzato da Adiconsum e Feduf per il Mese dell'Educazione Finanziaria, Milano.

All'interno del Forum ANIA-Consumatori, viene realizzata la collana di guide "L'Assicurazione in chiaro", con l'obiettivo di illustrare con un linguaggio semplice e concreto i temi assicurativi di maggiore interesse per il pubblico.

Inoltre, considerata l'importanza delle frodi in ambito assicurativo, sia per le imprese che per le Associazioni dei consumatori, a settembre 2021 il Forum ANIA-Consumatori ha realizzato il Webinar "Frodi assicurative: come proteggersi" e pubblicato un'informativa su questo tema, predisposta in collaborazione con il servizio antifrode di ANIA, con informazioni e contenuti condivisi con le stesse Associazioni.

Infine, è stata aggiornata la guida della collana dedicata al tema dei canali a disposizione dei consumatori per l'acquisto delle polizze e delle controversie in tema di sinistri R.C. Auto, in vigore tra ANIA e le principali AA.CC.

Il Centro Europeo Consumatori ECC-Net Italia

Sin dal 2006 Adiconsum ricopre il ruolo di soggetto incaricato a svolgere le funzioni di Centro Europeo Consumatori, sulla base di periodiche gare di assegnazione svolte dal MISE e dalla CE.

Il Centro Europeo Consumatori Italia è il punto di contatto nazionale della

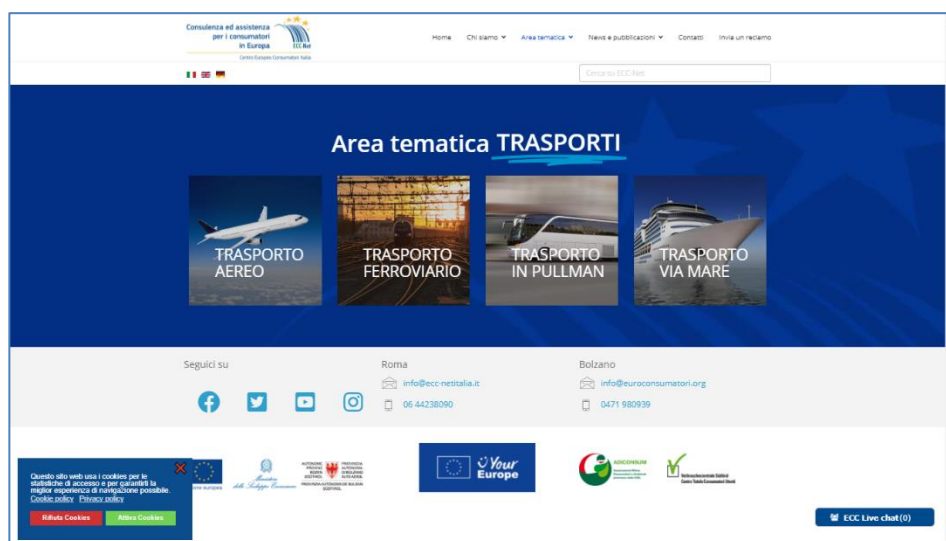
rete ECC-Net, istituita dalla Commissione Europea e cofinanziata dagli Stati Membri, con l'incarico di informare i consumatori sui diritti loro riconosciuti dalla normativa europea e assisterli nella risoluzione stragiudiziale delle controversie di consumo transfrontaliere.



Nel corso degli anni, con il continuo sviluppo del commercio elettronico oltre le frontiere nazionali e del turismo, il Centro Europeo Consumatori Italia, la cui missione primaria è quella di rafforzare la fiducia dei consumatori nel mercato interno, ha assunto un ruolo chiave nella promozione di un consumo consapevole, attraverso un'intensa attività di informazione dei consumatori sui diritti loro riconosciuti quando acquistano beni e servizi all'interno dell'UE, soprattutto nel mercato online, di assistenza per la risoluzione stragiudiziale degli eventuali contenziosi insorti con professionisti stabiliti in un Paese dell'UE diverso dal proprio, anche agevolando l'accesso a procedure di risoluzione alternativa (procedure ADR) o giudiziale (procedimento europeo per le controversie di modesta entità) transfrontaliere.

Il Centro Europeo Consumatori presta i propri servizi di informazione, consulenza e assistenza ai cittadini europei in forma gratuita, garantendo una consulenza personalizzata anche in caso di questioni prettamente nazionali o di quesiti posti da consumatori extra UE, cercando, ove possibile, di indirizzare i consumatori all'organismo più appropriato (associazioni dei consumatori, ADR, autorità di enforcement ecc.). Nel 2021, il numero di richieste di informazioni gestite dal Centro è stato di 7682. L'accessibilità del servizio di consulenza è garantita dalla messa a disposizione di una serie di canali di contatto: posta ordinaria, e-mail, telefono e live chat con operatore.

Il Centro Europeo Consumatori offre assistenza individuale ai consumatori, nella valutazione giuridica dei singoli casi e nell'individuazione delle procedure più appropriate, per la risoluzione delle problematiche inerenti a un contratto di acquisto di beni e servizi transfrontaliero. Il Centro supporta il consumatore nell'affermazione dei propri diritti, assistendolo nella formulazione del primo reclamo nei confronti del professionista mediante la predisposizione di fac-simile di lettere, l'assistenza nella compilazione di eventuali moduli online di contatto o nella predisposizione di reclami ad hoc, provvedendo anche alla traduzione linguistica, qualora necessario. Quando il primo reclamo formulato dal consumatore non sortisce un effetto risolutivo, il Centro Europeo Consumatori ne assume la gestione e, in collaborazione con il CEC dello Stato membro in cui è stabilito il professionista, facilita la comunicazione tra le parti, con lo scopo di giungere ad un componimento bonario della lite insorta. Il servizio di gestione stragiudiziale dei reclami è affidato ad esperti in diritto di consumo transfrontaliero (case-handlers).



Nel 2021 i reclami gestiti come Consumer ECC (insorte cioè fra consumatori italiani e imprese con sede in altro paese UE, regno Unito, Islanda e Norvegia) sono stati 834. La principale area problematica è stato il settore dei trasporti, pari a quasi la metà (49,6%) del totale numero di reclami condivisi con altri ECC. L'80% dei reclami in questo

settore è legato al trasporto aereo. Il numero delle denunce relative all'annullamento di pacchetti turistici ed eventi (5,8%) e prenotazioni alberghiere (7%) ha registrato un prevedibile decremento rispetto al 2020, anno del lockdown. Su 834 casi, 689 sono stati chiusi e il 51% con un risultato positivo a favore del consumatore. Il Centro Europeo Consumatori è stato designato dal Ministero dello Sviluppo Economico quale organismo cui segnalare, in prima istanza, eventuali violazioni da parte dei professionisti, del divieto di discriminazione basato sulla cittadinanza o luogo di residenza o domicilio del consumatore (Geo-blocking). In tale veste il Centro svolge un'attività di moral suasion nei confronti del professionista che ostacola il consumatore nell'acquisto di beni e servizi oltre frontiera, in ragione del Paese in cui lo stesso risiede e, se del caso, segnala la violazione all'AGCM quale autorità competente a sanzionare il comportamento illecito. Il Centro Europeo Consumatori è anche punto di contatto nazionale della piattaforma ODR istituita nel 2016 dalla Commissione Europea, attraverso cui consumatori e professionisti di tutta Europa possono tentare di risolvere in via stragiudiziale le controversie insorte nell'ambito di un contratto di acquisto di beni e servizi concluso online. In tale veste, il centro assiste i consumatori nella presentazione del reclamo attraverso la piattaforma ODR, fornisce informazioni generali sui diritti, informazioni tecniche inerenti il funzionamento della piattaforma ODR, le regole procedurali applicate dagli organismi ADR e gli ulteriori mezzi di ricorso, quando non sia possibile risolvere il reclamo attraverso la piattaforma ODR. Nell'anno 2021 sono state gestite 1794 richieste; nello specifico, 834 sono pervenute direttamente all'interno della piattaforma, mentre le restanti 960 sono pervenute al di fuori della stessa (per telefono o attraverso l'indirizzo e-mail odr@ecc-netitalia.it).

Il Centro ha svolto, altresì, una capillare attività di informazione sui diritti dei consumatori attraverso: il sito web www.ecc-netitalia.it, su cui sono stati costantemente pubblicati nuovi articoli e materiale informativo in materia di diritto del consumo transfrontaliero; i social network; l'invio mensile della Newsletter 'Europa Consumi' per un totale di 11 edizioni ad una mailing list di oltre 11.000 consumatori; la realizzazione di FAQ, guide e numerosi opuscoli informativi.

Il Centro Europeo Consumatori Italia, ritenendo rilevante l'informazione di prossimità, organizza frequentemente eventi e partecipa a fiere o manifestazioni pubbliche.

Il 2021 ha segnato una ripresa moderata delle attività in presenza: tuttavia, anche in questo contesto difficile, il CEC è stato attivo e presente, partecipando ad eventi significativi: dal 26 al 29 ottobre, il Centro ha partecipato ad Ecomondo, la fiera internazionale sull'economia verde e circolare, con uno stand insieme alla struttura ospitante Adiconsum. Si è svolto online l'importante convegno del 21 ottobre 2021 "Mobilità

2030, strategie per la transizione verso un sistema dei trasporti sostenibile, moderno, tutelato ed universalmente accessibile" organizzato dal CEC in collaborazione con l'Autorità per i trasporti, per il lancio della campagna informativa sui diritti dei passeggeri. Infine, il 3 novembre 2021, presso la Sala Parlamentino del Ministero dello sviluppo economico, il CEC Italia è intervenuto al "Consumer Dialogue in Italy". Il centro ha altresì promosso i servizi offerti, le forme di risoluzione stragiudiziale e giudiziale a livello transfrontaliero e i diritti dei consumatori, in particolare materia di commercio elettronico, pratiche commerciali scorrette, rifiuti elettrici ed elettronici, partecipando con i propri consulenti in diversi seminari online.

Il CEC collabora e dialoga con tutti gli stakeholder, al fine di assicurare maggiori sinergie e supportare l'intervento repressivo da parte delle autorità competenti. In tale contesto, ha condotto un'intensa attività di scambio di informazioni e dati con ENAC, in relazione ai comportamenti tenuti dai vettori aerei in seguito alla cancellazione dei voli causa COVID 19, così come con l'Organizzazione europea dei consumatori BEUC in preparazione di un'azione coordinata di contrasto alle violazioni commesse dalle compagnie aeree a livello europeo. Il Centro ha inoltre continuato a collaborare con l'Autorità Garante della Concorrenza del Mercato (AGCM), alla quale sono state segnalate pratiche commerciali scorrette di diversi operatori commerciali

Il Centro ha messo a disposizione del mondo imprenditoriale la propria esperienza e competenza in ambito di consumo transfrontaliero e ha rinnovato il protocollo d'intesa con il consorzio Netcomm, finalizzato a rendere il mercato online più sicuro, attraverso una serie di azioni di sensibilizzazione verso i consumatori e le imprese che offrono i propri beni e servizi online.

Il Centro Europeo Consumatori Italia ha partecipato a numerose consultazioni lanciate dalla Commissione Europea ed a numerose indagini condotte congiuntamente dai centri della Rete ECC.Net. Il Centro ha preso parte alle altre attività comuni del network, assicurando la propria partecipazione agli incontri di pianificazione del programma di lavoro, di informazione con la Commissione europea e di formazione. Il Centro ha trasposto a livello nazionale, contribuendo alla produzione dei contenuti, una serie di campagne informative realizzate dalla Rete ECC-Net.

Collaborazioni fruttuose sono intercorse con il Ministero dello Sviluppo Economico, attraverso la partecipazione in gruppi di lavoro, con il Ministero di Giustizia, nel ruolo di punto di contatto nazionale della Rete Giudiziaria Europea (EJN) e con il Dipartimento per le politiche Europee presso la Presidenza del Consiglio dei ministri, per l'implementazione dello Sportello Unico Digitale.

La membership nel BEUC e le altre relazioni in Europa

Adiconsum già dal maggio 2019 ha aderito al BEUC, organizzazione che raccoglie a livello europeo 46 associazioni dei consumatori da 32 paesi, come membro affiliato (modalità di partecipazione che esclude unicamente il diritto di voto per il rinnovo degli organi e per le ammissioni di nuovi membri). Ha partecipato alla General Assembly in modalità virtuale il 20 maggio 2021, a numerose riunioni e conference call sia in modalità plenaria che in gruppi di lavoro, ha contribuito alla discussione sulle strategie e politiche del BEUC, alla valutazione dei documenti comuni proposti all'esame dei membri, alle numerosissime consultazioni su position papers, bozze normative e dossier su argomenti specifici, a questionari e indagini, raccolte di dati congiunte, iniziative di comunicazione e di lobby politica congiunte. Nel corso del 2021, in relazione agli sviluppi dei rimborsi per mancata esecuzione di contratti (trasporti, viaggi organizzati, spettacoli, sport,

servizi alla persona ecc.), legati alle misure di distanziamento sociale imposte dalla pandemia da COVID-19, il BEUC ha proseguito la sua attività di monitoraggio e richiesta alle istituzioni, di garantire la tutela dei consumatori prevista dalle normative: Adiconsum ha partecipato attivamente verso le istituzioni italiane coinvolte.

Nell'ambito del sistema di priorità adottato con piano pluriennale dal BEUC, Adiconsum segue 6 diversi tavoli di lavoro, che con appositi "expert meetings" monitorano l'evoluzione delle problematiche consumeriste, dei provvedimenti comunitari e delle posizioni o istanze delle controparti imprenditoriali, accedendo ad expertise molto specializzata e ad una visione più ampia sul mercato europeo, sia delle criticità che delle buone prassi.

Il Fondo di Prevenzione Usura

Il Comitato Tecnico Scientifico (C.T.S.) nel corso del 2021 si è riunito mediamente una volta alla settimana. Tutte le decisioni assunte dal C.T.S. sono registrate nel "Verbale delle Riunioni" redatto da uno dei Componenti del Comitato e sottoscritto dal Presidente del Fondo Ex art. n.15 Legge n.108/1996. Il documento risulta tra gli allegati alla Relazione Annuale.

Il C.T.S. ha trattato nell'anno di competenza n.236 richieste, deliberandone n.57, di cui erogate dalle Banche convenzionate al giorno 31 dicembre 2021 n.33.

Rispetto all'anno precedente è purtroppo aumentata la forbice tra l'importo effettivamente erogato dalle Banche convenzionate e l'importo, molto superiore, che era stato garantito dall'Associazione.



Infatti, a fronte di un importo complessivo garantito nel 2021 pari a circa 1.700.000 euro (1.733.719,07) le Banche hanno erogato una cifra molto inferiore, pari a circa 900.000 euro (910.895,07). Molte delle decisioni negative assunte dalle Banche convenzionate sono state contestate dall'Associazione, in quanto a nostro giudizio le

richieste presentate risultavano oltre che meritevoli di aiuto, anche pienamente rispondenti ai parametri stabiliti dal Regolamento Attuativo Ministeriale. A tal proposito ipotizzando il protrarsi da parte delle Banche del trend negativo iniziato nel 2021, l'Associazione ha preso già contatto con altri Istituti di Credito al fine di verificare la possibilità di sottoscrizione di nuove convenzioni, che potranno essere ratificate con lo scopo anche di sostituire quelle vigenti. Il Fondo nei 23 anni di attività ha garantito prestiti per 28.799.455,53 euro di cui erogati dalle banche 22.770.116,93.

Per avvalorare quanto appena affermato, confermiamo lo scrupolo e le attenzioni che il CTS di Adiconsum adotta nell'istruttoria e nella valutazione delle richieste di accesso al Fondo pervenute al Settore Antiusura. Infatti, anche nel 2021 il rapporto tra le pratiche garantite e quelle respinte deliberate è restato molto alto.

Di fatto la maggioranza delle richieste pervenute non risponde ai requisiti di Legge a causa della scarsa capacità di rimborso e del debito complessivo molto elevato, di norma superiore al plafond massimo garantibile, regolato dalle Convenzioni in essere con le Banche presso le quali sono depositati i Fondi Pubblici.

Per questo motivo, per molte delle richieste declinate si è provveduto a fornire ai cittadini le necessarie informazioni ed i riferimenti delle strutture operative sul territorio di residenza per un possibile tentativo di accesso alla Legge n.3/2012 (Composizione delle Crisi da Sovraindebitamento dei Nuclei Familiari).

Viene purtroppo confermata la grave situazione di disagio socio/economico delle famiglie italiane già censita prima della pandemia. Questo disagio si è gravemente accentuato anche nel corso dell'ultimo anno, con un alto numero di segnalazioni e richieste di aiuto pervenute al nostro settore: 1646 contatti tra e-mail e telefonate registrati nell'anno 2021, che però a causa della grave situazione di indigenza dei soggetti ascoltati, non si sono tramutate in vere e proprie domande di accesso al Fondo ex art.15 Legge 108/1996.

Molte famiglie che invece hanno avuto accesso al Fondo ci hanno contattato per informarci della difficoltà sopraggiunta a causa della perdita del lavoro o della messa in cassa integrazione di uno o più componenti del nucleo familiare a causa dell'evento pandemico. Di conseguenza ci hanno manifestato l'impossibilità ad adempiere al rientro dei prestiti garantiti da Adiconsum attraverso i Fondi erogati dal MEF, facenti capo alle Legge 108/1996 Ex art.15.

A differenza dell'anno precedente dove non era stata registrata alcuna escussione (anche grazie agli accordi presi con le Banche, relativi alla possibilità di sospensione temporanea del rientro delle rate dei prestiti intestati a soggetti che dimostravano delle difficoltà nei rientri dovute a situazioni direttamente correlate alla pandemia), nel corso del 2021 l'Associazione ha dovuto suo malgrado autorizzare n.5 escussioni per un importo complessivo incamerato dalle Banche convenzionate pari a 115.113,11 euro.

Purtroppo, il protrarsi della situazione legata all'evento pandemico non ha evitato (nonostante i vari solleciti da parte dell'Associazione) la ripresa delle escussioni da parte delle Banche, con applicazione solo random della possibilità di sospensione temporanea delle rate.

L'Associazione, sulla base delle statistiche rilevate nelle richieste pervenute negli ultimi due anni al settore, prevede nei prossimi mesi un possibile aumento delle richieste di escussione. Ovviamente continueremo a portare avanti l'attività di recupero dei crediti escussi nei casi dove sarà possibile e conveniente farlo.

Per quanto riguarda invece la modalità relativa agli ascolti delle famiglie richiedenti il Fondo, a causa della pandemia la nostra Associazione, sulla base delle disposizioni Governative, ha continuato a svolgere anche per il 2021 per lungo tempo il lavoro in modalità smart working. Pertanto, per motivi di sicurezza sanitaria, non avendo potuto ricevere i soggetti sovra indebitati direttamente presso la nostra sede, i contatti con i soggetti beneficiari e non delle garanzie pubbliche sono avvenuti tramite i canali telematici e telefonici. Questa situazione non ha di fatto inciso sulla produttività del settore, né ha provocato alcun disagio alle famiglie che si sono rivolte al Fondo. A partire dal mese di febbraio 2022 si è proceduto a riprendere con continuità il lavoro presso la Sede Nazionale.

Valorizzazione delle risorse pubbliche ricevute dal MEF

Come per l'anno 2020, anche per il 2021 La crisi dei mercati finanziari, accentuatasi con l'avvento della pandemia mondiale legata al coronavirus Covid-19, ha indotto l'Associazione a tenere comportamenti ancor più accorti nella gestione delle risorse messe a disposizione dal MEF attraverso la Legge 108/1996 ex art. 15. Dopo una serie di verifiche effettuate direttamente con i referenti delle Banche convenzionate e attraverso

la consulenza di professionisti esterni, c'è stata una conferma sul fatto che l'andamento dei mercati finanziari non permette la possibilità di valorizzazione dei Fondi gestiti attraverso i prodotti indicati dal MEF, come ad esempio i Titoli di Stato. Pertanto, in presenza di gestioni patrimoniali accese in tempi precedenti, laddove le rendite previste dai contratti prevedevano la possibilità di ottenere alla scadenza degli investimenti una plusvalenza accettabile, si è deciso di mantenere in essere il portafoglio. Per quanto riguarda la quota residua, si è deciso di temporeggiare in attesa di un miglioramento dei mercati finanziari, lasciando i fondi sui conti correnti dedicati.

Canali di contatto

Per permettere ai soggetti vittime del Sovra-indebitamento e alle istituzioni di mettersi in contatto con il Fondo, restano operativi i seguenti canali di accesso: servizio telefonico assicurato tramite il Centralino Nazionale di Adiconsum; sono attualmente disponibili per il cittadino due linee dedicate (06.44170238 – pratiche attive) e (06.44170259 – prima assistenza; indirizzo di posta elettronica dedicato prevenzioneusura@adiconsum.it; sezione dedicata al Settore nel sito istituzionale dell'Associazione www.Adiconsum.it, ove oltre a trovare tutte le informazioni relative al funzionamento del Fondo è possibile scaricare il modello necessario per la richiesta di accesso al Fondo ed il modulo delega utilizzato dall'Associazione per la richiesta dei report finanziari alle SIC (Sistemi d'Informazione Creditizia).

Protocollo d'intesa con le SIC

È stato confermato anche per il 2021 protocollo d'intesa sottoscritto con le SIC (Crif, Ctc ed Experian). Tale strumento è stato anche utilizzato dal Comitato per verificare la veridicità delle informazioni contenute nelle richieste di accesso al Fondo. Nel 2021 il Settore ha ricevuto 261 richieste di accesso Crif, CTC ed Experian per un numero totale di report ricevuti pari a 783.

Gli eventi e le campagne



Anche nel 2021, per il proseguo della situazione pandemica si è dovuto contenere, ma non interrompere del tutto, l'intensa attività convegnistica, fieristica e di stand in piazza, legata alle campagne informative e di sensibilizzazione del pubblico o ai progetti che Adiconsum è solita mettere in campo.

Si è quindi, da una parte, continuato come nell'anno precedente a realizzare una sostanziosa attività di videoconferenze, fiere digitali, video-pillole e pubblicazioni digitali. Dall'altra, anche grazie alla diffusione della vaccinazione si è potuto riprendere, in parte, gli eventi in presenza.

La situazione economica e finanziaria

La raccolta fondi è esclusivamente finalizzata allo svolgimento delle attività statutarie, segnatamente il sostentamento della struttura operativa dell'associazione, l'erogazione di servizi di assistenza ed informazione individuale ai consumatori e lo svolgimento di campagne informative/progetti focalizzati su aspetti specifici di protezione dei consumatori o promozione dei loro diritti e del consumo consapevole.

In osservanza alle norme sulla trasparenza, Adiconsum pubblica sul sito istituzionale i dati sui finanziamenti ricevuti e sulla relativa destinazione; pubblica altresì, per ciascuna attività/progetto/servizio, delle pagine specifiche di dettagliata illustrazione degli obiettivi, delle azioni, delle partnership attivate, dei materiali prodotti, degli eventi organizzati e dei risultati conseguiti o valutazioni di impatto svolte.

Come analiticamente e dettagliatamente illustrato nei documenti di bilancio, Adiconsum riceve sia fondi di provenienza pubblica (5xmille, finanziamenti per progetti), che privata (quote associative individuali, finanziamento a progetti e attività bilaterali da imprese o fondazioni). La tabella sottostante riferisce i proventi dell'anno 2021 in forma disaggregata.

Ricavi e Proventi da attività di interesse generale

	31/12/2021		31/12/2020	
Proventi da quote associative		33.496		36.228
Proventi del 5 per mille		451.240		137.449
Contributi da strutture sindacali		6.750		9.000
Ricavi per prestazioni a terzi		271.780		504.685
Contributi da CISL		36.000		36.000
Altri Ricavi, rendite e proventi		43.627		49.629
Contributi per progetti		883.580		840.765
Sopravvenienze attive		30.874		59.419
Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale		1.757.348		1.673.175

Progetti nazionali a finanziamento pubblico*

Ente finanziatore	Titolo del progetto	Budget Adiconsum €	Finanziamento per Adiconsum €
CSEA	PQS – Energia: diritti a viva voce	45.153,05	45.153,05
MISE	Io sono originale 4	186.243,12	186.243,12
MLPS	MLps Covid	61.540,00	61.540,00
MLPS	Sostenibile anche per noi	333.750,00	250.312,50
CCIAA Roma	Sportello Restart	69.375,00	34.687,50
MISE	Mise Covid - D.D. 17/11/2020	140.163,64	140.163,64

asciugamani con rotolo di stoffa anziché di carta, che viene poi avviato a lavaggio e sanificazione industriale

- la riduzione del consumo di detersivi e l'acquisto di detersivi ecologici biodegradabili, sia per i dispensatori di sapone per le mani (dotati anche di sistema schiumogeno a mousse per minimizzare il quantitativo necessario) che per le pulizie della sede.
- la riduzione dei consumi elettrici, mediante installazione di ciabatte con pulsante di spegnimento, per evitare lo stand-by delle apparecchiature, e mediante disattivazione dal quadro elettrico delle linee di fornitura non necessarie durante le ore di inattività della sede
- il contenimento delle temperature impostate nelle stanze per il riscaldamento invernale e il condizionamento estivo, con accortezza di mantenere spenti gli apparecchi di climatizzazione nelle stanze non utilizzate.



La situazione protrattasi con la pandemia da COVID-19 ha incrementato da una parte la produzione pro-capite di rifiuti indifferenziati (mascherine monouso) e il consumo sia di prodotti igienizzanti ad uso ambientale che personale; ha però contenuto i consumi generali della sede, a causa del massiccio ricorso allo smart working, che ha abbassato le presenze di staff, a maggior tutela della salute delle persone, ma anche con effetti secondari di riduzione dell'impatto ambientale.

Anche la conduzione in modalità online di molti meeting, interni ed esterni, seminari, convegni e corsi di formazione, ha consentito di abbattere significativamente le emissioni di CO₂ connesse alle attività associative (distribuzione dei documenti preparatori in formato elettronico, nessun viaggio dei relatori e dei partecipanti, nessuna sala da illuminare e riscaldare o raffreddare, nessun allestimento da produrre e smaltire).

Nella scelta dei materiali per la produzione di alcuni specifici output progettuali (brochure, gadget) si è scelto di privilegiare la carta riciclata e i materiali naturali; si sono svolti alcuni incontri con l'associazione Made in Carcere (una ONG che crea prodotti tessili riciclando scarti di lavorazione industriale e impiegando il lavoro delle donne in stato di detenzione) per pianificare occasioni di collaborazione e promozione delle iniziative di economia circolare; si è ulteriormente migliorata la collaborazione con GIOOSTO, lo shopping online sostenibile.

Relazioni interne

Per quanto riguarda gli aspetti di natura sociale, la parità di genere, il rispetto dei diritti umani, la lotta contro la corruzione ecc. Adiconsum fa riferimento al Regolamento per il personale CISL.

In merito, il Regolamento CISL recita: *"Il sistema delle relazioni interne è strutturato negli istituti dell'informazione, della consultazione e del confronto, strumenti indispensabili per realizzare un corretto e partecipato rapporto tra la Direzione di Sede, la Rappresentanza del Personale e lo stesso personale. A questo fine, tra la Direzione di Sede e la Rappresentanza del Personale viene messa in atto un periodico confronto sulle materie che riguardano il miglioramento generale dell'organizzazione del lavoro, la formazione del personale e la definizione degli obiettivi e dei risultati."*

Responsabilità sociale di impresa

In merito, il Regolamento CISL recita: *"L'informazione e il coinvolgimento degli operatori a comportamenti, a valori e principi di collaborazione reciproca, per il benessere delle persone assieme alla qualità del lavoro rappresentano un impegno di tutti gli operatori della centrale confederale. Per promuovere una più attenta Responsabilità sociale, la Direzione di Sede si impegna a favorire politiche e iniziative mirate alla"*

valorizzazione delle persone che lavorano presso la Sede confederale. Una particolare attenzione deve essere anche rivolta agli aspetti ambientali, al risparmio energetico, al risparmio sui materiali utilizzati e negli acquisti, con la possibilità di orientarsi su prodotti più rispondenti a criteri ecologici e sociali in un programma di miglioramento ambientale continuo.”

Pari opportunità

In merito, il Regolamento CISL recita: *“La Cisl nel promuovere il principio di non discriminazione e di parità fra uomo e donna, avvia un’attività interna destinata alle Pari Opportunità. Per un sereno svolgimento del lavoro, per prevenire qualsiasi azione o comportamento teso a discriminare la condizione del personale dipendente della sede confederale, la Direzione di Sede avvierà un dialogo periodico tra DdS e RdP anche allo scopo di promuovere progetti e programmi di azioni positive.”*

La formazione

In merito, il Regolamento CISL recita: *“La crescita professionale delle risorse umane è un obiettivo fondamentale ai fini del miglioramento qualitativo e dell’efficienza organizzativa della sede confederale. Viene riconosciuto il diritto - dovere di tutto il personale alla formazione continua e alla riqualificazione professionale. All’atto dell’assunzione, durante la vita professionale e la carriera lavorativa, a ciascun livello e per ciascuna funzione e mansione svolta, è indispensabile che il lavoratore sia collocato al centro di interventi formativi continui e permanenti.*

Tali interventi si strutturano in:

- *formazione di base, con carattere trasversale alle diverse aree professionali, mirata all’acquisizione di competenze nell’area tecnologica e nell’area dei linguaggi e all’utilizzo di almeno una lingua straniera, per i principali scopi comunicativi e operativi;*
- *formazione specifica, orientata al “contenuto tipico” del lavoro sindacale. La formazione specifica viene effettuata sulla base di una valutazione dei fabbisogni formativi, condotta dalla Direzione di Sede. Sulla scorta degli esiti di tale ricognizione, d’intesa con la Rappresentanza del Personale, la Direzione di Sede ha elaborato ed elaborerà ulteriori piani formativi o delle attività ed iniziative, a carattere obbligatorio e volontario, progettate, gestite ed erogate sia da strutture interne all’Organizzazione, sia da soggetti esterni accreditati.*

Oltre alla formazione già individuata, si conviene sulla partecipazione degli operatori Cisl a corsi di formazione specifica riferiti:

- *ad una qualificazione linguistica elevata per operatori impegnati e coinvolti nelle attività internazionali;*
- *all’aggiornamento qualificato e tempestivo degli addetti ai servizi di informatica;*
- *alla Salute e Sicurezza e miglioramento ambientale;*
- *all’utilizzo degli strumenti informativi e comunicativi della Cisl*

Per tutto il personale il possesso certificabile di competenze costituirà un elemento da considerare ai fini della progressione della carriera.

La formulazione dei progetti formativi mirati all’acquisizione delle competenze non dovrà, comunque, discriminare i lavoratori rispetto al loro livello di istruzione di partenza.”

Le tutele nel lavoro

In merito, il Regolamento CISL recita: *“La Centrale confederale, applicando quanto previsto dalle norme vigenti, valorizza la solidarietà sociale nello svolgimento concreto del rapporto di lavoro, garantendo trattamenti di miglior favore e flessibilità di orario in materia di:*

- a) tutela della maternità e paternità, della cura ed assistenza familiare;*
- b) tutela dei portatori di handicap, dei tossicodipendenti, degli alcolisti, dei siero positivi e malati di AIDS;*
- c) partecipazione alle attività di volontariato ed alle associazioni di promozione sociale;*
- d) tutela della salute e sicurezza dei lavoratori nei luoghi di lavoro*

A tale fine vengono previsti adeguati periodi di aspettativa, congedi e permessi straordinari come definiti negli articoli successivi.”

Attività di volontariato e associazioni di promozione sociale

In merito, il Regolamento CISL recita: “Per la partecipazione alle attività di volontariato ed alle associazioni di promozione sociale costituite esclusivamente ai fini di solidarietà, nei casi in cui il lavoratore risulti associato alle medesime o per l’intervento in casi di calamità naturale, sono riconosciute flessibilità di orario. Per la tutela delle lavoratrici e dei lavoratori in posizione svantaggiata (diversamente abili, alcolisti, tossicodipendenti, sieropositivi e malati di AIDS) si applicano le normative di legge.”

Nel corso del 2021 gli organi dell’Associazione, nonostante le limitazioni imposte dalle misure di prevenzione sanitaria legate alla pandemia da COVID-19, hanno regolarmente funzionato e assolto ai loro compiti. La Segreteria Nazionale si è riunita 42 volte, il Consiglio Nazionale 3 volte, il Collegio dei Revisori 6 volte. I verbali sono disponibili presso la segreteria di Presidenza.

Il monitoraggio dell’organo di controllo

L’Organo di Controllo è il Collegio dei Revisori. Il Collegio, in data 02/05/2022, previo esame del documento, prende atto che Adiconsum ha redatto il bilancio Sociale 2020 secondo le indicazioni fornite dalle linee guida ministeriali di cui all'art. 7 comma 2 del codice del Terzo settore.

Il Collegio ha verificato nel corso dell’anno 2021: l’osservanza delle finalità sociali, il perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria; il rispetto, nelle attività di raccolta fondi, dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico; ha verificato altresì l'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali.

Postfazione del Segretario Nazionale Adiconsum

Andrea Di Palma



Care lettrici e cari lettori,

come avrete avuto modo di apprezzare nella lettura, anche il 2021 è stato un anno di intenso lavoro: un anno difficile per tutti, nel quale la nostra associazione è stata – pur tra mille difficoltà – al fianco di tutti i cittadini e consumatori, che hanno sofferto le restrizioni e le privazioni imposte dalla pandemia, l'incertezza sulle disposizioni del distanziamento sociale, le vaccinazioni e i green pass continuamente mutevoli, i maggiori costi per beni e servizi, l'inflazione, i problemi con i voucher, la difficoltà di districarsi nella giungla dei bonus governativi, in un contesto di diffusa fragilità, precarietà lavorativa, riduzione del reddito disponibile e insufficiente accesso a misure di supporto per la resilienza finanziaria.

Oggi, per chi ci conosceva poco, il Bilancio Sociale costituisce un'occasione per gettare uno sguardo più attento alla vita associativa, per conoscere Adiconsum da vicino. Avrete visto quante iniziative e progetti, quante pubblicazioni ed eventi, quante ricerche e sondaggi, quanti servizi, quante relazioni con gli stakeholders e con il mondo accademico. La maggior parte di queste attività si realizza con i progetti, che spesso accompagnano la pur fondamentale attività politica di Adiconsum. Il pubblico, le imprese, le istituzioni e le organizzazioni della società civile ci riconoscono valore, anche e soprattutto perché facciamo studi economico-sociali, campagne informative, iniziative di sinergia o attività dal vivo sul territorio, ognuna legata da un progetto specifico, alla cui base ci sono i nostri valori e la nostra identità, la nostra voglia di lottare per difendere i diritti e promuovere la responsabilità dei consumatori. Ritengo che questo Bilancio Sociale sia pervaso di questa "mentalità progettuale", fatta di concretezza e lavoro organizzativo, che tuttavia non perde di vista la mission e le radici sociali dell'Adiconsum. Non a caso, anche questo secondo bilancio sociale si colloca fra le responsabilità proprio dell'ufficio progetti Adiconsum.

Consapevole delle inevitabili imperfezioni del presente lavoro, mi scuso per eventuali errori e/o omissioni che possano aver sottorappresentato il lavoro di qualche articolazione, ufficio o settore dell'Associazione, ovvero illustrato in modo incompleto le risorse ricevute e l'impiego fattone. Quest'ultimo è sempre stato e sempre sarà esclusivamente destinato al perseguimento dei fini statutari, con trasparenza e rigore. Adiconsum accoglierà con piacere i vostri suggerimenti per integrare e completare il Bilancio Sociale, per renderlo sempre più conforme alle giuste aspettative dei suoi stakeholders: inviateli liberamente a: analisiicerca@adiconsum.it. Vi ringrazio e vi do appuntamento al prossimo anno.

Andrea Di Palma