



ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987

BILANCIO

SOCIALE

2020



**Bilancio Sociale relativo all'esercizio 2020, predisposto
ai sensi dell'art.14 del decreto legislativo n.117/2017**

*Prefazione
del Presidente Adiconsum
Nazionale*

CARLO DE MASI

Care associate e cari associati, consumatori, quadri, operatori e volontari dell'Associazione, imprese, istituzioni, enti della società civile, giornalisti e studiosi, con piacere – e con una punta di orgoglio - Vi presento il nostro primo Bilancio Sociale: è la narrazione non soltanto di un anno di impegno, difficile e irto di ostacoli a causa della pandemia, ma anche la narrazione di un cammino che procede, dal 1987, costantemente teso a migliorare la nostra capacità di ascoltare ed osservare, dialogare, proporre, assistere ed orientare, promuovere diritti, difendere valori e attivare sinergie, insomma contribuire al progresso della nostra società.

Adiconsum è la madre del consumismo sociale, un'organizzazione che, grazie alla sua matrice che origina dalla rappresentanza sindacale, persegue la sua missione costruendo percorsi di progressiva conquista della centralità dei consumatori, piuttosto che battendosi nelle aule dei tribunali. È una scelta che ha premiato la pazienza e la tenacia necessarie giorno per giorno, conferendoci autorevolezza e assicurandoci la fiducia del pubblico.

Devo ringraziare tutti coloro che ci hanno sostenuto ed accompagnato in questo lavoro e considero importante questo primo momento di rendiconta-

zione, 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

| | | |
|------------|---|---------------|
| 1. | INTRODUZIONE: IL PRIMO BILANCIO SOCIALE DI ADICONSUM | PAG 6 |
| 2. | METODOLOGIA DI RACCOLTA E SISTEMATIZZAZIONE DEI DATI | PAG 8 |
| 3. | CHI È ADICONSUM: LA NASCITA, LO STATUTO, L'ASSOCIAZIONE OGGI | PAG 9 |
| 4. | STRUTTURA ORGANIZZATIVA, ORGANI STATUTARI, DEMOCRAZIA INTERNA, AMMINISTRAZIONE | PAG 14 |
| 5. | IL VOLTO DELL'ASSOCIAZIONE: IL PERSONALE, I COLLABORATORI E I VOLONTARI | PAG 20 |
| 6. | COME PERSEGUE LA SUA MISSION E QUALI ATTIVITÀ CONDUCE | PAG 22 |
| 7. | LA SITUAZIONE ECONOMICA E FINANZIARIA | PAG 60 |
| 8. | ALTRE INFORMAZIONI | PAG 62 |
| 9. | IL MONITORAGGIO DELL'ORGANO DI CONTROLLO | PAG 65 |
| 10. | POSTFAZIONE | PAG 66 |

INTRODUZIONE:

il primo Bilancio Sociale di Adiconsum

Adiconsum si impegna quest'anno, per la prima volta, nella redazione del proprio Bilancio Sociale: in osservanza alle nuove norme sugli Enti del Terzo Settore, ma anche in linea con la positiva evoluzione della società civile, che sempre più si sta rendendo protagonista del progresso della nostra società 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, al pubblico generale dei cittadini ed alle istituzioni, nonché agli altri stakeholders. Siamo sempre stati orgogliosi – e dunque lieti di poter garantire assoluta trasparenza - 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 riflessione, tesi a sostenere il nostro sforzo di Social Accountability.

Facciamo *crescere*
le tue tutele di consumatore!

Firma il tuo **5xmille** ad Adiconsum

C.F. 96107650580



METODOLOGIA DI RACCOLTA E SISTEMATIZZAZIONE DEI DATI



Trattandosi della prima 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, non si possono rilevare discontinuità metodologiche rispetto al passato, essendo il primo Bilancio Sociale dell’Associazione.

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 incorporati 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 un'Associazione riconosciuta ai sensi del Codice Civile, ed è un'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

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.



ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987

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 e alla qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto a un'informazione adeguata e a 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 e 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, al 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 in-

ternazionali: 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; contrae 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 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 e/o collabora** con:





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), a eccezione di quelle per le quali si prevede la maggioranza qualificata.

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.

Il Consiglio Nazionale

Il Consiglio Nazionale, composto da un minimo di 60 e un massimo di 70 consiglieri, 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 e ha il compito di definire gli indirizzi dell'attività associativa. Elege 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.

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 predispose i regolamenti interni e le loro eventuali modifiche; predispose 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 controlla 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.

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.

Articolazioni

Le Associazioni Adiconsum sopracitate, 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

consumeristica 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 dell'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 vanta diritto. Per il raggiungimento degli scopi associativi e per quanto altro è ritenuto utile per il migliore conseguimento degli stessi, l'Associazione si 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 si distinguono in 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 2020 è stato di 34.023 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 o autonomo, ricorrendo anche a propri associati, nei limiti previsti dall'articolo 36 del Codice del Terzo Settore.

Nell'esercizio 2020, 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
- 6 operatori 1° livello
- 1 quadro livello A
- 1 quadro livello C

Ai lavoratori dipendenti si è applicato, fino alla fine del 2020, ai fini normativi e retributivi, il Regolamento per il Personale Dipendente CISL (successivamente il CCNL del Terziario, come sarà illustrato nel bilancio sociale del prossimo anno). 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 da 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 summenzionata è stata nel 2020 pari al rapporto di 1:2,22.

b) collaboratori coordinati e continuativi: hanno operato 4 collaboratori coordinati e continuativi, nel pieno rispetto delle norme applicabili

c) consulenti professionali: hanno operato 6 consulenti esterni, con specifiche competenze professionali, 2 dei quali per un periodo pari o inferiore a sei mesi

d) volontari: hanno operato 2 volontari, 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 forfettario. Nell’anno 2020, sono stati erogati complessivi euro 1.250,00 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 (in particolare il corso di inglese in sede, di cui hanno beneficiato 10 dei 14 dipendenti).



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 e 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 2020: l'anno della grande emergenza sanitaria.

La gestione di Adiconsum durante la pandemia da COVID-19

Nel periodo di lockdown “totale” e nei periodi successivi di distanziamento sociale con diverse forme di regolazione, Adiconsum ha fatto ogni possibile sforzo per tutelare la sicurezza e la salute dei propri operatori e volontari, pur mantenendo attivi i servizi e proseguendo i progetti, le iniziative e le attività di tutela, contenendo il più possibile i disagi per l'utenza ed i ritardi nel programma di lavoro. Lo sforzo per organizzare lo smart working e mettere in assoluta sicurezza la sede è stato notevole, ma ha dato frutti soddisfacenti. L'impegno in questo ambito ha avuto l'effetto positivo di incrementare il livello di digitalizzazione del lavoro, smaterializzando alcuni processi e migliorando le competenze informatiche dello staff, che ha imparato a lavorare a distanza utilizzando strumenti di videoconferenza. Molte delle attività in programma “dal vivo” si sono spostate sul canale online, consentendo anche risparmio di risorse finanziarie, che sono state impiegate per intensificare ed ampliare le altre attività dei progetti e delle campagne, mediante la rimodulazione concordata con gli enti finanziatori, quando necessario.

Adiconsum ha condotto, a partire dal mese di febbraio e per tutto il resto dell'anno, un'intensa attività di assistenza ai consumatori in relazione ai disagi e problemi, nonché al fabbisogno informativo, derivanti in modo diretto ed indiretto dall'emergenza COVID-19:

- ha 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)
- ha 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
- ha 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
- ha 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
- ha 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
- ha 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)
- ha diffuso informazione ed offerto chiarimenti riguardo alle misure di distanziamento sociale, alle pratiche consentite, alle sanzioni, ai numeri utili di pubblica utilità, ai consigli per la prevenzione del contagio
- ha 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
- ha 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

Adiconsum nel 2020 ha scritto al Governo e/o alle Authority dei vari settori in diverse occasioni:

- per chiedere il riconoscimento di servizio pubblico alla rete di ricarica per i veicoli elettrici (14 febbraio) come già avviene per la rete dei distributori di combustibili fossili
- 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 il rifinanziamento dei Fondi di Garanzia Mutui Prima Casa
- per chiedere la sospensione delle tariffe biorarie di luce e gas e la sospensione dei distacchi per morosità, causa COVID-19
- per fare proposte in favore di cittadini e imprese in difficoltà causa COVID e per contestare il voucher obbligatorio nei rimborsi ai consumatori
- per chiedere la sospensione delle rate di rimborso del prestito “Antiusura” erogato alle famiglie con il Fondo ex L. 108/96
- 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 la proroga dei termini per la richiesta del bonus bici e del bonus mobilità, a causa dei problemi di funzionamento sulla piattaforma di Poste Italiane
- 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
- per chiedere la regolamentazione del processo di metanizzazione della Sardegna, con garanzie ai cittadini sardi di parità di accesso al servizio e di prezzo.



Altre attività di carattere politico, finalizzate alla tutela collettiva dei consumatori e alla promozione della sostenibilità, dell'equità, della solidarietà, della sana concorrenza nel mercato:

- Adiconsum ha aderito alla campagna “M’illumino di meno” e si è impegnata a piantare 300 abeti.
- Adiconsum ha firmato il protocollo di collaborazione con TIM per una maggior tutela dei consumatori, un canale più rapido per la gestione dei reclami e tavoli di confronto trimestrali (17 febbraio)
- Adiconsum ha collaborato alla nascita della Carta dei servizi mobile di Fastweb (10 marzo)
- Adiconsum ha incontrato Intesa Sanpaolo per una maggiore flessibilità nell'erogazione dei crediti e per una maggiore implementazione/semplificazione delle pratiche di successione (5 maggio)
- Adiconsum ha collaborato al Manifesto per l'Energia del Futuro al fianco dei consumatori con imprese e ONG (14 maggio)
- Adiconsum ha aderito alla richiesta di incontro di Intesa Sanpaolo relativamente all'avvio delle procedure dell'Offerta Pubblica di Sottoscrizione (OPS) su Ubi Banca (8 luglio 2020)
- Adiconsum ha sottoscritto la Carta di Firenze per l'Economia Civile, consegnata al Presidente Mattarella, in occasione dell'omonimo festival, insieme a numerosissime altre ONG (25 settembre)
- Adiconsum ha partecipato, con una relazione del Presidente De Masi, alla riunione plenaria annuale dell'Osservatorio europeo sulle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale, insieme ai rappresentanti di tutti gli Stati Membri e delle istituzioni europee (30 settembre)
- Adiconsum ha promosso, insieme all'Acli di Roma, SiAMO IMPRESA, BCC Credito Cooperativo, Confcooperative e UCID, Il Festival della Dottrina Sociale tenutosi a Roma (23-25 novembre 2020)
- Adiconsum ha rinnovato l'accordo paritetico con A.N.CO.T. – Associazione Nazionale Consulenti Tributari, volto a migliorare la trasparenza informativa e l'individuazione di buone pratiche nel settore

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

Adiconsum nazionale ha offerto informazioni personalizzate, assistenza al reclamo e orientamento gratuiti a 36.000 consumatori, tramite chat, telefono, email, 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, 12.300 consumatori.

La tabella seguente mostra nel dettaglio questa attività.

| | | |
|---|---|---|
| Assistenza tramite sportelli fisici o on line | <ul style="list-style-type: none"> • n. 150 contatti di sportelli fisici o on line/call center • n. 4.320 contatti tramite numero telefonico prima assistenza (nazionale) • n. 9.927 contatti tramite email prima assistenza (nazionale) • n. 7.173 contatti di assistenza controversie transfrontaliere (CEC) • n. 1.191 pratiche del Fondo di Prevenzione Usura e <u>Sovraindebitamento</u> • n. 1.681 richieste di informazioni tramite programma gestione pratiche • 11.706 sessioni di chat live dello sportello online | Totale di n. 36.000 consumatori assistiti |
| Tutela attraverso azioni stragiudiziali e non | <ul style="list-style-type: none"> • n. 7.590 reclami tramite programma gestione pratiche • n. 4.710 conciliazioni, di cui 4.184 concluse positivamente e 526 con esito negativo | Totale di n. 12.300 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, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter di Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia
- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.
- Nel 2020 sono stati diffusi n. 114 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 2020 sono state diffuse n. 290 notizie.

L'attività di comunicazione ha prodotto nell'anno n. 98 interviste a dirigenti ed esperti Adiconsum e n. 676 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.

La diffusione di informazioni e campagne attraverso il sito web www.adiconsum.it ha raggiunto 1.067.790 utenti (erano stati 361.489 nel 2019), con 2.186.702 visualizzazioni di pagina (erano state 957.756 nel 2019): un dato più che triplicato, anche in relazione alla maggiore domanda di informazione ed assistenza generata dalla 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 (per i dettagli vedi modulo allegato)
- Twitter (2 account: @adiconsum e @ECCItaly) (per i dettagli vedi modulo allegato)
- YouTube (2 account: Adiconsum Channel e Centro Europeo Consumatori Italia)
- Instagram (1 profilo: adiconsum) (per i dettagli vedi modulo allegato)
- Pinterest (1 profilo: adiconsum (per i dettagli vedi modulo allegato).

Anche i canali Social di Adiconsum Nazionale hanno registrato nel 2020 un incremento di pubblico del 130% rispetto all'anno precedente. Nel 2020 sono state n. 290 le notizie uscite sui social di Adiconsum.

- **Le Pubblicazioni**

Sono a cura dell'Ufficio Stampa/Comunicazione di Adiconsum nazionale, la newsletter settimanale "Adiconsum informa" (n. 47 uscite nel 2020) 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 2020, 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.

- **Con altri Uffici stampa:**

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 diffusione delle attività del Centro Europeo Consumatori Italia (Ecc-Net Italia) quali iniziative, 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 elementi 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 del pubblico:

- Safer Internet Day (11 febbraio)
- Giornata Mondiale della Proprietà Intellettuale (26 aprile)
- Giornata Mondiale contro lo Spreco Alimentare (29 settembre)
- World Ecolabel Day (14 ottobre)
- Giornata internazionale delle persone con disabilità (2 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. Gli elenchi che seguono riportano i principali progetti che si sono svolti in tutto o in parte nel 2020. 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



STEP-IN

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. Gli eventi finali del progetto, inclusa la conferenza internazionale organizzata da Adiconsum, sono stati preparati nel 2020 ma si sono tenuti nel 2021 e saranno riferiti nel prossimo Bilancio Sociale.



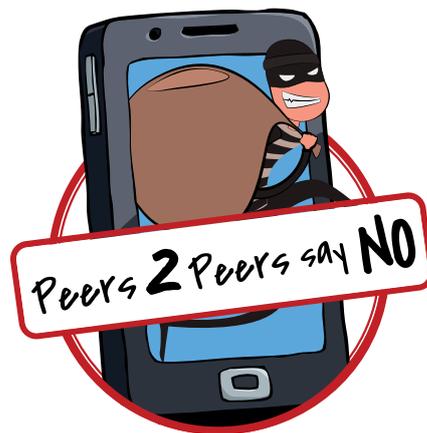
Progetto SHEALTHY

“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..



Progetto SCAN

Il progetto europeo “SCAN - Small Claims Analysis Net”, realizzato nell’ambito del Programma di Giustizia dell’Unione Europea (2014-2020), in cui Adiconsum è partner, ha avuto come scopo principale la più ampia diffusione e conoscenza del Procedimento europeo per le controversie di modesta entità, affinché possa essere uno strumento di risoluzione valido ed efficace al servizio dei consumatori, degli imprenditori e dei professionisti del diritto. A tal fine, è stata realizzata un’ampia attività di ricerca, coinvolgendo professionisti, cittadini/consumatori e associazioni di rappresentanza, per raccogliere e analizzare in ciascun Stato membro del consorzio l’attuale situazione di implementazione del suddetto procedimento europeo per poi elaborare delle linee guida armonizzate e specifici materiali di formazione dedicati a ciascuna categoria di destinatari. Adiconsum ha contribuito attivamente al progetto, svolgendo un’attività di diffusione dell’indagine e di promozione dello stesso procedimento e di tutti i risultati del progetto.



Progetto Peers2Peers Say NO

Il progetto “Peers 2 Peers Say NO”, finanziato dall’EUIPO, European Union Intellectual Property office, ha focalizzato la lotta alla pirateria e alla contraffazione. Ha interessato i ragazzi delle scuole primarie e secondarie ed è stato realizzato in collaborazione con l’Agenzia di stampa Dire.it, con il patrocinio del MIUR, e con il supporto di esperti della FA-PAV e del CREDA (MIBACT).

L’obiettivo è stato 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, lo sport, il cinema, la TV e il Made in Italy. Il progetto ha coinvolto i ragazzi in un lavoro di peer education che ha prodotto centinaia di messaggi creativi. Ai docenti, ha offerto una formazione di base e strumenti di approfondimento tema per tema, ma anche ausili didattici e suggerimenti per l’inserimento dell’educazione alla tutela della PI nella didattica curricolare (ad esempio nella storia, geografia, storia dell’arte, scienze e tecnologia, economia, educazione musicale, informatica, educazione tecnica, educazione fisica, ecc.). Il materiale educativo per gli studenti è stato prodotto in moltissimi diversi format (video, infografiche, schede cartacee, giochi online, cartoons ecc.) e sono stati realizzati incontri sia dal vivo che online con numerose scuole, oltre ad un webinar formativo e un evento finale di premiazione dei Team di Peer education. Le scuole partecipanti hanno ricevuto in dono un Tablet per ciascun Team e buoni acquisto Feltrinelli.

PROGETTI NAZIONALI

IO SONO
Originale



nessuno e-scluso

TECNOLOGIA DISABILITÀ POVERTÀ

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:

- 150 incontri nelle scuole secondarie di I e II grado e un concorso nazionale;
- 25 eventi in piazza sul territorio nazionale;
- 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,
- 35 seminari per gli studenti universitari in 6 atenei italiani,
- 2 Giornate dell'Innovazione presso 20/25 università.

Progetto Nessuno E-scluso: Tecnologia – Disabilità – Povertà

Dalla volontà di colmare il divario esistente tra potenzialità e accessibilità della tecnologia è nata l'idea del progetto "Nessuno E-scluso: Tecnologia – Disabilità – Povertà", che Adiconsum ha condotto in collaborazione con Assoutenti, Lega Consumatori e Centro Tutela Consumatori Utenti di Bolzano, grazie al contributo del Ministero dello Sviluppo Economico. L'obiettivo è assistere i cittadini più 'fragili' e le aree più 'deboli' della società (disabili, anziani, famiglie in difficoltà economica) per avvicinarli alla conoscenza della tecnologia in modo che questa diventi 'abilitante': attraverso un percorso educativo volto ad un miglioramento della propria qualità della vita e ad un rafforzamento della conoscenza dei propri diritti di consumatori, il progetto ha cercato di colmare quel gap digitale che impedisce agli utenti di fruire al meglio e in sicurezza delle opportunità e dei servizi offerti online. Adiconsum ha offerto ai consumatori assistenza specializzata attraverso una linea dedicata, un'apposita live chat online e una rete di sportelli Antenna locali. Ha poi creato e diffuso una serie di Video tutorial sui maggiori temi di interesse del Codice del Consumo e video interviste ad esperti su problematiche del consumo di rilevante attualità.



generazioni in circolo

Progetto GenerAZIONI in circolo

Il progetto “GenerAZIONI in CIRCOLO”, finanziato dal Ministero Del Lavoro e Delle Politiche Sociali e svolto in collaborazione con le associazioni CODICI e AECI Lazio, ha avuto l’obiettivo di sensibilizzare ed educare consumatori e imprese sui temi dell’economia circolare, contribuendo a dimostrare i benefici individuali e collettivi di un modello di consumo e produzione razionale, critico, socialmente responsabile, ecologicamente sostenibile e solidale. Attraverso un ampio e articolato intervento di educazione sociale, il progetto ha inteso contribuire sia a qualificare la domanda di prodotti e servizi ad elevato tasso di sostenibilità da parte dei consumatori che, conseguentemente, l’offerta da parte delle imprese, mediante l’attivazione di sinergie e meccanismi premiali di mercato. Le attività progettuali condotte da Adiconsum hanno incluso 1) una serie coordinata di prodotti e materiali educativi, dalla brochure al video tutorial, dalla testimonianza di un cittadino alla dimostrazione pratica di un esperto, per raggiungere un pubblico diversificato con attenzione alla personalizzazione sui vari target di consumatori; 2) una piattaforma web per lo scambio di buone prassi e per dare visibilità e riconoscimento alle diverse realtà del mondo del business e del sociale impegnate sui temi dell’economia circolare e del welfare di comunità; 3) campagne ed iniziative pubbliche a livello locale e nazionale; 4) concorsi per i consumatori e per le imprese; 5) un’indagine fra i consumatori tesa a rilevare gli ostacoli percepiti e i bisogni insoddisfatti in termini di informazione e strumenti per l’adozione di un consumo socialmente responsabile e sostenibile.



Progetto PIN 2 – Prevenire e Informare per Navigare sicuri

Il progetto è la nuova edizione di quello realizzato l’anno precedente nell’ambito di Noi&UniCredit, il programma di collaborazione fra UniCredit e 14 Associazioni dei Consumatori di rilevanza nazionale, attivo dal 2005. PIN 2 è dedicato ai cittadini senior o con bassa scolarizzazione e finalizzato a ridurre il digital divide, per accrescere le competenze e rafforzare le attività di prevenzione a carattere informativo, incoraggiando un utilizzo più ampio e sicuro dei sistemi digitali di pagamento e di accesso ai servizi bancari. Il progetto ha realizzato un’indagine demoscopica sul target specifico dei consumatori anziani e vulnerabili, ha offerto un centro di assistenza via Whatsapp, realizzato materiali informativi (3 infografiche, 3 video-tutorial, 3 webinar con esperti) e una consistente campagna mediatica di sensibilizzazione ed informazione con articoli, notizie, post sui social media.



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, intende 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 offre 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 2020, il progetto ha realizzato il sito web www.consumocircolare.it e lo ha popolato con pagine informative, leaflet, infografiche. Ha realizzato un webinar sulla lotta allo spreco alimentare il 29 settembre, in occasione della giornata mondiale contro lo spreco alimentare: l'iniziativa, oltre a lanciare il progetto, è stata inclusa nel programma del Festival dello Sviluppo Sostenibile 2020 dell'ASVIS.

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 conguaglio 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 Cresciamo Circolare

Il progetto “CREscIAMO circolare” è stato pensato come percorso di consapevolezza e sensibilizzazione per stimolare la riflessione, aumentare l'attenzione e incoraggiare all'azione sul tema dell'economia circolare. I giovani d'oggi sono i cittadini di domani e costituiscono la parte più aperta e ricettiva delle società, per questo il progetto è stato rivolto agli studenti delle scuole primarie e alle loro famiglie nell'anno scolastico 2019-2020. Il progetto è stato realizzato con il sostegno finanziario di ENI. Attraverso una serie articolata di attività, il progetto ha diffuso una cultura solidaristica e di attivismo sociale; ha attivato il pensiero critico, creativo ed emotivo nei bambini; ha risvegliato il senso di cittadinanza attraverso la cura dei beni comuni; ha diffuso e incoraggiato comportamenti virtuosi.

Si sono svolte una serie di giornate informative nelle scuole dell'infanzia ed elementari, sono state realizzati molti materiali educativi, videolezioni, tutorial, ed è stato distribuito gratuitamente nelle scuole un Kit didattico.

Progetto Consumerlab

Adiconsum partecipa, con le associazioni Adoc e Federconsumatori, al progetto Consumerlab che valorizza le migliori pratiche e i casi di successo per evidenziare le Imprese che presentano una gestione sostenibile e per stimolare i Consumatori alla cultura della sostenibilità. L'interazione costruttiva con le attività produttive favorisce scelte consapevoli: ai consumatori va garantito un ruolo determinante tra gli stakeholder delle imprese; devono partecipare attivamente alla redazione dei Bilanci di Sostenibilità non più come spettatori, ma come attori. Oggi i Bilanci non sono alla portata dei Consumatori, vanno resi più semplici e comprensibili. Occorre passare dal dire al fare, perché una gestione produttiva effettivamente sostenibile induce consumi sostenibili.

Ogni Impresa deve porsi la domanda (e dare la risposta ai Consumatori) se, in qualche modo, la sua attività non abbia vizi occulti, non apporti danni collaterali, non trascuri rischi incontrollati. In pratica dimostri di avvantaggiare (creando valore condiviso) e non svantaggiare (eliminando impronte, ostacoli e turbative) le comunità che, direttamente o indirettamente, sono interessate. Una gestione sostenibile, adottata come scelta strategica concreta, misurabile e non autoreferenziale, conviene perché è funzionale alla competitività, oltre che alla reputazione.

Progetto ANIA-Consumatori “Strategie e strumenti per assicurare benessere alla Terza età”

Il progetto è stato finanziato dal Forum ANIA-Consumatori e costituisce la prosecuzione di altre iniziative analoghe svolte in precedenza. Ha realizzato una ricerca sociale e il successivo evento pubblico online di presentazione dei risultati (webinar). Il tema centrale è stato quello della non autosufficienza e delle problematiche di assistenza sanitaria legate alla terza età, alle coperture assicurative o di sanità integrativa ed alle prestazioni del SSN e del sistema di Welfare pubblico, alla normativa ed alla fiscalità di settore, nonché alle proposte di legge e alle dotazioni del Fondo Nazionale per la Non Autosufficienza, alla situazione dei servizi di presa in carico, all'offerta di posti nelle RSA, centri diurni e servizi domiciliari presente sul territorio nazionale. Il progetto ha dapprima intervistato 300 cittadini fra 40 e 60 anni, per indagare il grado di percezione del rischio associato ad un'eventuale condizione di non autosufficienza, il grado di fiducia nella capacità del sistema pubblico di offrire risposte adeguate e l'opinione sugli strumenti normativi e finanziari attualmente impegnati; successivamente, Adiconsum ha incontrato esperti, rappresentanti istituzionali, attori della società civile e operatori del volontariato, hanno contribuito all'inchiesta con le loro conoscenze, esperienze e testimonianze. Ne è risultato un

corposo Dossier che è stato pubblicato, diffuso alla stampa e sottoposto all'analisi politica degli autorevoli relatori intervenuti all'evento di presentazione. Il Dossier ha consentito di conoscere meglio le aspettative e le preoccupazioni dei cittadini, ma anche di raccogliere istanze e bisogni insoddisfatti, da rappresentare e sostenere nel futuro.

Progetto Sportello online “Covid&Consumatori”,

che beneficia 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, 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.

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 mercato totalmente liberalizzato in due step, 1° gennaio 2022, per le utenze non domestiche con potenza impegnata superiori a 15 kW connesse in BT, e 1° gennaio 2023, per tutti i consumatori domestici e microimprese.

C'è ancora molto da fare infatti per sensibilizzare e responsabilizzare l'utenza ancora 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 poste.

Questo aspetto sarà oggetto di impegno per Adiconsum anche per l'anno 2021 poiché è ormai chiaro che i consumatori, anche a fronte di un possibile risparmio sui costi, non hanno ancora una adeguata fiducia nel mercato libero e il mercato tutelato sembra offrire una maggiore tranquillità. 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 tre 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.

Adiconsum ha assicurato, come tutti gli anni, identico impegno nella tutela individuale del consumatore, sia attraverso le varie modalità conciliative ma anche e 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.

Altro argomento seguito con attenzione è stato quello relativo alla ripresa della fatturazione dell'energia nelle aree del Centro Italia, colpite dagli eventi sismici del 2016. Anche su questo tema Adiconsum ha realizzato e favorito iniziative territoriali di incontro e informazione con i principali operatori del settore.

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. In questo ambito Adiconsum è impegnata, insieme alle altre Associazioni del CNCU, a richiedere modifiche all'Autorità 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.

Grande attenzione è stata riservata nel corso dell'anno al tema della Povertà Energetica, il cui lavoro si colloca all'interno del Manifesto per la Povertà Energetica, 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 elettrica, alla necessaria politica di efficientamento e allo sviluppo di un'economia circolare che aiuti il sistema energetico a diventare nella sua interezza realmente sostenibile.

ARERA - Autorità di Regolazione per 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 2020 abbiamo partecipato alle consultazioni indette dall'ARERA nei vari settori, producendo un contributo agli atti. Nello specifico:

- Consultazione Doc. 220/2020/R/eel - Servizio a Tutele Graduali per le piccole imprese del settore dell'energia elettrica di cui all'art.1 comma 60 della legge n. 124/17 Orientamenti per la definizione della regolazione del servizio e delle modalità di identificazione degli esercenti

- Consultazione Doc. 204/2020/R/com - Orientamenti in materia di riconoscimento automatico agli aventi diritto ai bonus sociali nazionali (Decreto Legge n. 124/19)

- Consultazione Doc. 187/2020/R/idr - Orientamenti per l'adozione di misure urgenti nel servizio idrico integrato, alla luce dell'emergenza da COVID-19

- Consultazione Doc. 189/2020/R/rif - Orientamenti per la copertura dei costi efficienti di

esercizio e di investimento del servizio integrato dei rifiuti per il periodo 2018-2021 tenuto conto dell'emergenza pandemica Covid-19

TAVOLO TECNICO "ESAZIONE ONERI GENERALI DI SISTEMA"

Adiconsum, insieme ad altre Associazioni Consumatori, rappresenta il CNCU al Tavolo Tecnico "Esazione Oneri Generali di Sistema", promosso da ARERA per affrontare la tematica in oggetto. La tematica è di notevole importanza in quanto gli oneri generali di sistema rappresentano un peso rilevante sulle bollette dell'energia elettrica, con notevoli risvolti e ricadute negative sugli attori del sistema elettrico, con particolare riguardo ai consumatori finali che, secondo quanto in vigore attualmente, sarebbero chiamati a coprire anche quelli non saldati dagli utenti morosi. Il Tavolo, insediato il 29 ottobre 2019, si è poi articolato in due sottogruppi operativi, il "Tavolo Operativo Flussi Informativi", che si è riunito il 16 dicembre 2019 e il "Tavolo Operativo Gestione Progresso", che si è riunito il 27 gennaio 2020 e il 28 settembre 2020. Sono stati prodotti documenti all'attenzione degli organi competenti dell'Autorità.

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

Adiconsum nel corso del 2020 ha partecipato ai Gruppi di Lavoro dell'Osservatorio dell'Autorità, relativi a:

- Energia Elettrica
- Efficienza Energetica
- Idrico.

FOCUS GROUP TELERISCALDAMENTO E TELERAFFREDDAMENTO

Si sono affrontate le seguenti tematiche:

- ipotesi in materia della regolazione della misura del servizio di telecalore alla luce delle osservazioni al DOC. 22/2020/R/tlr
- ipotesi in materia di regolazione delle condizioni di accesso di impianti di produzione di calore di terzi alle reti di teleriscaldamento.

ATTIVITÀ CON LE ISTITUZIONI

Nel corso dell'anno 2020 Adiconsum ha partecipato all'Audizione della X Commissione del SENATO (Industria, Commercio e Turismo), in

merito a:

- Razionalizzazione Trasparenza e Struttura di costo del Mercato Elettrico e sugli effetti in bolletta in capo agli utenti

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 sul tema del Servizio Idrico Integrato 4 volte nel 2020: sono stati esaminati alcuni aspetti del servizio idrico integrato che continuano a presentare criticità, in particolare con riferimento ad alcune aree del Paese, in termini di:

- Riforma della governance
- Qualità del servizio e livello di soddisfazione delle famiglie
- Qualità della risorsa idrica, sfiducia nell'acqua di rubinetto e ricorso alle acque minerali
- Condizione delle infrastrutture ed investimenti necessari
- La questioni degli sprechi della risorsa e dei cambiamenti climatici.
- Nel corso dei lavori si è svolta anche l'audizione del rappresentante dell'Autorità competente.

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 AA.CC. del CNCU e svolge al suo interno attività di analisi e proposte
- ENEL ENERGIA ed ENEL X - Interlocuzione e confronto volti a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, in un'ottica di valorizzazione del ruolo delle Associazioni di rappresentanza
- ENI GAS E LUCE - Interlocuzione e confronto volti a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, in un'ottica di valorizzazione del ruolo delle Associazioni di rappresentanza
- ITALGAS - Interlocuzione e confronto volti 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.





SETTORE TRASPORTI

ATTIVITÀ IN AMBITO CONSIGLIO NAZIONALE CONSUMATORI UTENTI E COMMISSIONI COLLEGATE

Nell'ambito della Commissione G - Servizi Pubblici - si è avviato un confronto per esaminare le problematiche nell'ambito del trasporto aereo, sia in merito al servizio, anche con un'attenzione alle situazioni determinate dalla pandemia da Covid-19, che alla qualità dei servizi aeroportuali.

I lavori sono al momento sospesi, in attesa dell'audizione richiesta ad ENAC.

TRASPORTO FERROVIARIO REGIONALE

Nel corso dell'anno 2020 si è avviato il confronto con Trenitalia per la realizzazione della conciliazione paritetica nel trasporto regionale. Il percorso, rallentato dalla pandemia, si è concluso con la stipula e firma del Protocollo di Intesa tra Trenitalia -Divisione Trasporto Regionale e le AA.CC. del CNCU nei primi mesi del 2021. L'operatività di questa nuova conciliazione paritetica dovrebbe realizzarsi entro l'anno corrente.

SETTORE COMUNICAZIONI ELETTRONICHE

È continuata l'attività esclusiva realizzata da Adiconsum per inviare GRATUITAMENTE alle aziende di tlc le richieste dei consumatori per ottenere il risarcimento per la vicenda relativa alla fatturazione a 28 gg. Adiconsum ha firmato, insieme ad altre 5 AA.CC., un protocollo d'intesa con Tim finalizzato a potenziare il rapporto di fiducia con i consumatori e rinnovare la relazione fra l'azienda e i propri clienti "in termini di una sempre maggiore trasparenza, chiarezza e completezza delle informazioni su servizi offerti, novità commerciali, innovazioni tecnologiche e sviluppi di mercato". Il protocollo permette la realizzazione di un nuovo canale, dedicato alla gestione dei reclami presentati attraverso le diverse Associazioni.

Adiconsum ha partecipato agli incontri promossi da Agcom per integrare il regolamento di ConciliaWeb adeguandolo alla partecipazione delle AA.CC.; Adiconsum in rappresentanza dei consumatori ha partecipato alle riunioni di Agid e alle riunioni del tavolo promosso da Agcom.

Dopo aver collaborato per la realizzazione della Carta dei Servizi per la telefonia fissa, Adiconsum, ha partecipato alla nuova Carta dei Servizi Mobile di Fastweb, per una sempre maggiore trasparenza e tutela dei consumatori. Grazie al protocollo siglato con Fastweb si è rafforzato il confronto continuo tra le parti: la Carta dei Servizi Mobile, come quella dedicata alla telefonia fissa, è un documento più semplice, più facile da consultare e che contiene informazioni chiare sulle modalità di sottoscrizione, attivazione e chiusura del contratto, indicazioni puntuali sulla gestione dell'abbonamento, nonché il dettaglio degli impegni previsti da parte dell'azienda in caso di reclamo, con chiara indicazione dei diritti del cliente e delle modalità per farli rispettare. È stato anche deciso, nel mese di giugno, di eliminare la penale per la riattivazione, in caso di sospensione per mancato pagamento di servizi non soggetti a contestazione da parte dell'utente, delle offerte di rete mobile in abbonamento e con ricarica automatica. Non si applicherà più l'addebito previsto di 24 euro. Adiconsum ha organizzato un webinar formativo de-

dicato alle conciliazioni realizzate nel settore della telefonia, con la partecipazione del Vice direttore della Direzione Tutela Consumatori dell'Agcom, Avv. Enrico Cotugno.

Adiconsum ha condiviso la decisione di Wind Tre di escludere in automatico l'accesso ai servizi a valore aggiunto (VAS) e di renderlo accessibile solo dietro richiesta del consumatore con il rilascio di un apposito PIN. Finalmente una vecchia battaglia di Adiconsum è andata in porto. Solo escludendo in maniera automatica i c.d. servizi a sovrapprezzo che interessarono anni fa migliaia di utenti della telefonia fissa, infatti, si riuscirono a sradicare pratiche commerciali scorrette. Era arrivato il momento che ciò si realizzasse anche per la telefonia mobile.

Nel nostro Paese, un'ampia fetta di popolazione non ha ancora accesso alla rete a banda larga. Questa indisponibilità è ulteriormente emersa con l'emergenza Covid-19, evidenziando come la connettività sia da annoverare quale bene primario e irrinunciabile. Per questo Adiconsum, (unitamente ad altre AA.CC.) ha inviato al Presidente del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti, on. Alessia Morani, e per conoscenza al Sottosegretario con delega alle Telecomunicazioni, on. Mirella Liuzzi, all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e ad Infratel Italia, la richiesta di un'audizione per essere messi a conoscenza dei tempi di realizzazione della rete di banda larga, del piano di investimenti, delle ragioni di eventuali ritardi.

Adiconsum, in relazione alla situazione di pandemia, ha organizzato nel mese di luglio un webinar formativo dedicato alle conciliazioni ADR nel mercato delle comunicazioni elettroniche, con la partecipazione dei rappresentanti delle aziende delle segreterie di conciliazione.

Adiconsum (con alcune AA.CC.) ha offerto il proprio supporto ai nuovi corsi di formazione gratuita di "Operazione Risorgimento Digitale", la grande alleanza promossa da TIM e oltre 30 partner di eccellenza del settore pubblico, privato e del no profit per chiudere il digital divide culturale nel Paese.

Da novembre ha preso il via il percorso formativo che proseguirà fino a dicembre 2021 "Consumatori digitali, consapevoli e sicuri", con contenuti

e webinar gratuiti rivolti a cittadini e consumatori per favorire l'utilizzo intelligente, sicuro e consapevole della tecnologia. Adiconsum ha realizzato la propria attività in collaborazione con la fondazione "Digital Transformation Institute", trattando nei webinar i temi legati alla digitalizzazione della PA e al corretto uso del commercio elettronico.

Adiconsum e la Fondazione "Digital Transformation Institute", presieduta dal Prof. Stefano Epifani, hanno sottoscritto un Protocollo di collaborazione. L'epidemia da coronavirus ha dato una spinta alla trasformazione digitale nel nostro Paese, impegnando tutti all'uso degli strumenti digitali, per fare smartworking, DAD, acquisti online e rapportarsi con le pubbliche amministrazioni. La collaborazione è strategica per permettere ad Adiconsum di incrementare le conoscenze e la formazione che la digitalizzazione impone.

Adiconsum è intervenuta per il blocco causato a SPID di Poste Italiane, durante le richieste per il bonus mobilità. Adiconsum ha chiesto a Poste Italiane di attivarsi per risolvere con urgenza il problema e al Governo di posticipare scadenze che non potevano essere rispettate dai cittadini consumatori a causa del blocco.

MOBILITÀ SOSTENIBILE

Adiconsum ha scritto al Governo per chiedere il riconoscimento di "servizio pubblico" alla rete di ricarica in pubblico dei veicoli, come già avviene per il rifornimento dei carburanti fossili. Adiconsum auspica che le norme che deriveranno dal PNIEC saranno adeguate agli obiettivi posti e che garantiranno anche la soluzione di due problematiche che non hanno ancora trovato spazio nei documenti del Governo, ma che invece riguardano da vicino chi utilizza i veicoli elettrici: la certezza della qualità del servizio erogato e delle tutele all'utente da parte di chi fornisce il servizio di ricarica elettrica; il prezzo dell'energia per la ricarica in pubblico deve essere inferiore rispetto a quelli dei carburanti fossili.

Adiconsum è stata l'unica associazione consumatori a partecipare al tavolo di lavoro promosso da ARERA per trovare una soluzione che incentivi la mobilità elettrica; ha preso parte anche ai tavoli per le tariffe di ricarica mobile con Motus-E. Adiconsum ha organizzato un webinar formativo sulla Mobilità elettrica e ha partecipato a Trieste alla manifestazione in 3 giorni con convegni ed esposizione sulla mobilità elettrica promossa dalla Facoltà di Ingegneria dell'Università di Trieste.



SETTORE CONCILIAZIONI

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

La pressione esercitata da Adiconsum anche sulle aziende medie e piccole di questo settore, ha portato un risultato importante: molte aziende, via via, stanno adottando l'ADR, ma 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.

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 sono state 3.300 circa ed hanno riguardato gli ambiti dell'energia, delle telecomunicazioni, attività postali e finanziarie, trasporto autostradale e ferroviario, commercio online.

Nell'anno 2020 per l'attività conciliativa relativa ai settori di telecomunicazione, servizi postali, trasporto e commercio online è stato rinnovato il Bando Ministeriale INVITALIA scaduto il 30 settembre 2018 che aveva determinato nell'anno 2019 una diminuzione del numero delle conciliazioni.

Si è inoltre conclusa nei primi mesi dell'anno 2020, attraverso il nostro sito web, l'iniziativa volta a ristorare i consumatori del maggior onere pagato in occasione della fatturazione a 28 giorni effettuata



tra il 2017 e 2018 dai quattro maggiori operatori del settore delle telecomunicazioni.

L'iniziativa che voleva essere di stimolo per far applicare l'automatismo del rimborso, come sancito dalla delibera dell'AGCOM, e invece non rispettata da alcun operatore, terminata il 30 aprile 2020, ci ha permesso di raccogliere ben 11.119 richieste di rimborso, puntualmente inoltrate alle aziende competenti che stanno effettuando i rimborsi dovuti.

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 dei consumatori europei nel settore alimentare.

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 2020, il settore ha seguito gli sviluppi del progetto "Shealthy" e del progetto "GenerAZIONI in circolo" e ha avviato il progetto "2gether2green" (si veda il paragrafo dedicato ai due progetti rispettivamente), condotto alcuni webinar sullo spreco alimentare, sul recupero dell'olio di cucina esausto, ecc., ha aderito a giornate ed eventi dedicati ai temi della sostenibilità. Ha anche partecipato, in qualità di partner, a due proposte progettuali sul tema della produzione agroalimentare sostenibile coordinate dall'Università di Verona.

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 (fra cui casi di listeriosi, escherichia coli, prodotti ritirati dal commercio) ed alla pubblicazione periodica dei rapporti istituzionali sia a livello nazionale che comunitario (RASFF, NAS, ecc.). 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 2020 ha elaborato un documento politico che definisce 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 2020 è stato l'anno della grande pandemia Covid 19: Adiconsum non ha fatto mancare il proprio contributo di sostegno e tutela dei consumatori in un momento così critico, adoperandosi nel favorire la tenuta economica delle famiglie attraverso una serie continua di accordi sia con le associazioni degli intermediari (ABI e ASSOFIN), che con gli Istituti di vigilanza (BANCA D'ITALIA e CONSOB), le Istituzioni (MEF) ed i singoli operatori. Infatti, le ricadute dell'effetto COVID-19, anche sulla condizione economica delle famiglie, hanno rischiato di aggravare la già preoccupante situazione sanitaria. È per questo che Adiconsum, fin dai primi giorni del manifestarsi dell'emergenza, ha sollecitato le Istituzioni per agevolare e rendere meno pesanti le condizioni di vita dei consumatori.

- In primo luogo, è stato richiesto ad ABI di rinnovare e semplificare la possibilità delle famiglie di chiedere la sospensione delle rate dei mutui prima casa e prestiti, in caso di riduzione o interruzione dell'orario di lavoro, utilizzando il Fondo di solidarietà "Gasparrini" che la prevede fino a 18 mesi
- Al MEF, è stata sollecitata l'introduzione di 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, intervenendo anche presso l'Autorità europea Esma al fine di avviare un coordinamento per la gestione della crisi che ha investito le piazze europee con l'emergenza Covid-19.

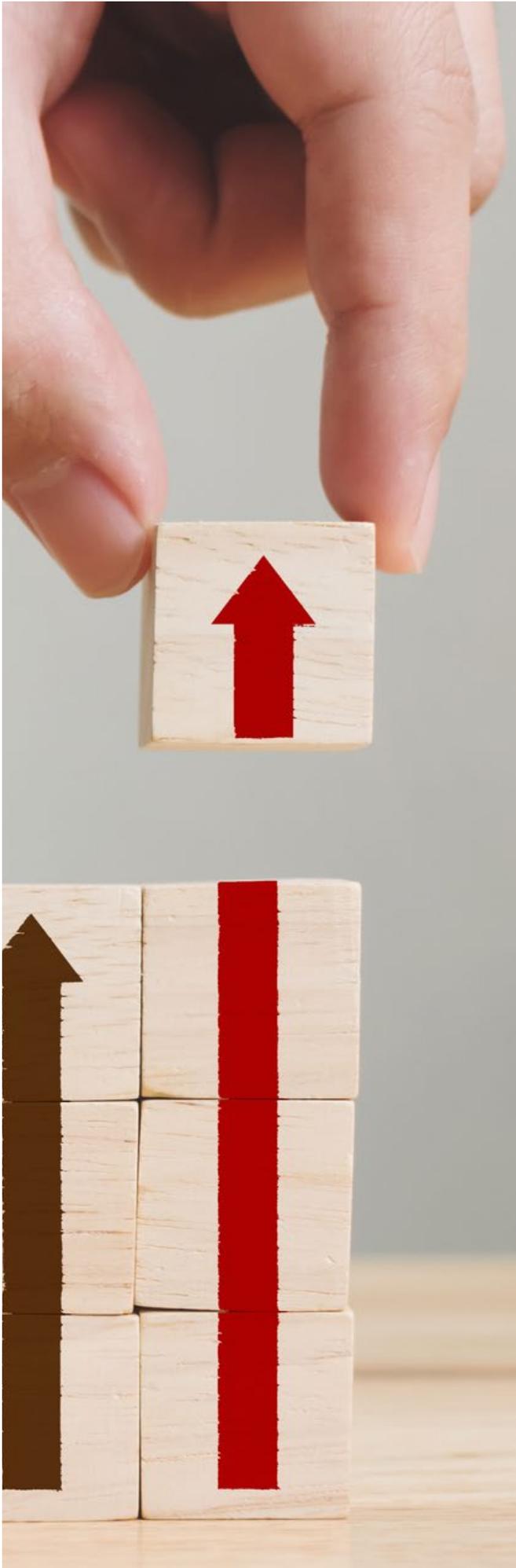
Le famiglie italiane che hanno acceso finanziamenti per la ristrutturazione della prima casa, per immobili non adibiti ad abitazione principale o per necessità di prestiti personali, ed hanno vissuto momenti di difficoltà economica o periodi di mancanza temporanea di liquidità hanno avuto la possibilità di avere un po' di respiro sospendendo

la quota capitale delle 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."

La moratoria realizzata con ABI ed ASSOFIN, 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, compresi i lavoratori "atipici", per almeno 30 giorni (cassa integrazione o altri ammortizzatori sociali) o per i professionisti che hanno subito un calo del fatturato in un trimestre successivo al 21 febbraio 2020, superiore al 33% rispetto all'ultimo trimestre del 2019 a causa di chiusura o sospensione dell'attività con la riduzione del fatturato che poteva essere autocertificata. La possibilità di sospensione è stata inerente: 1) ai mutui garantiti da ipoteche su immobili non di lusso erogati prima del 31 gennaio 2020 a persone fisiche per ristrutturazione degli stessi immobili ipotecati, liquidità o acquisto di immobili non adibiti ad abitazione principale, che non rientrano nei benefici previsti dal Fondo Gasparrini; 2) ai prestiti non garantiti da garanzia reale a rimborso rateale erogati prima del 31 gennaio 2020. La sospensione ha compreso anche le eventuali rate scadute e non pagate dopo il 31 gennaio 2020 e fino al 30 giugno 2020. La sospensione non ha determinato l'applicazione di alcuna commissione. La ripresa del processo di ammortamento avviene al termine del periodo di sospensione con il corrispondente allungamento del piano di ammortamento per una durata pari al periodo di sospensione. Per ottenere la moratoria è stata sufficiente una richiesta scritta, anche con mail, alla banca che ha erogato il prestito.

La moratoria per il credito ai consumatori ha permesso a molte famiglie di sospendere il pagamento delle rate di prestiti e finanziamenti superiori a € 1.000 fino ad un massimo di 6 mesi. 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 2020 il settore credito e finan-



za, compatibilmente con le restrizioni vissute, ha continuato la sua attività di programmazione e coordinamento delle attività nazionali, 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. In particolare, in ABI, con la finalizzazione del potenziamento di tutta una serie di misure straordinarie per il credito alle famiglie, è proseguita l'iniziativa "CREDIAMOCI" realizzando risultati significativi come il sostegno – come già ribadito - in favore delle famiglie in difficoltà con il pagamento delle rate, di alcune forme di credito al consumo a medio e lungo termine e di credito ipotecario. Sempre a seguito del rinnovo del protocollo "CREDIAMOCI", si è provveduto alla definizione di alcune linee guida relativamente a: fintech, accesso al credito, rafforzamento della consapevolezza. 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

- Ampliamento dell'operatività del "Fondo di solidarietà dei mutui", grazie al rifinanziamento dello strumento attraverso il DL Cura Italia, nell'ottica di assicurarne l'operatività anche per tutto il 2020
- Concessione della sospensione del pagamento delle rate di mutuo anche per il mutuatario che ha 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

- Incrementare la consapevolezza e l'educazione finanziaria del consumatore, anche attraverso la realizzazione di specifiche occasioni di approfondimento e di iniziative di informazione
- Redigere e condividere un documento sintetico che riassume tutti 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.

Sono stati individuati infine dei 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 migranti.

Nell'ambito del confronto con l'Associazione bancaria italiana, sul Progetto "Trasparenza semplice" si è proseguito il lavoro sulle tematiche inerenti i servizi di pagamento, l'importanza dell'utilizzo della moneta elettronica e 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 dirimere efficacemente le singole controversie insorte con i consumatori (ed acuitizzate 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 con banche

(UNICREDIT e INTESA SANPAOLO), 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.

Rapporto con le banche

Nell'anno sono proseguiti tavoli di lavoro con molti intermediari che ci hanno consentito di dare tutele ed informativa condivisa al consumatore-cliente, grazie anche al nostro radicamento territoriale che ci ha consentito l'effettuazione di un'attività di formazione diretta.

Il 2020 è iniziato male per i risparmiatori per gli azionisti e obbligazionisti della Banca Popolare di Bari rimasti imbrigliati nell'impossibilità di vendere i titoli comprati a caro prezzo e che rischiano di pagare il conto più alto anche con la conclusione della gestione commissariale e l'acquisto da parte di Mediocredito Centrale della quota di maggioranza dell'Istituto.

Con Unicredit si è lavorato nell'ambito dei progetti: "Cantiere Mutui", "Cantiere Cessione Quinto dello stipendio"; "Prodotti e servizi innovativi a supporto dei consumatori", "Facile&sicuro", Piani di investimento del Risparmio, Sicurezza informatica.

Con Intesa Sanpaolo si sono realizzati su tutto il territorio nazionale percorsi formativi di alto livello per gli operatori delle associazioni. Inoltre, con l'Istituto sono stati avviati momenti di confronto a tutela dei risparmiatori a seguito dell'acquisizione delle banche venete.

Con Assofin si è sviluppato un intenso lavoro per proporre iniziative in tema di conciliazione paritetica con riferimento all'autoregolamentazione nel comparto della cessione del quinto e sulle modalità di valutazione del merito creditizio, volte a prevenire casi di sovraindebitamento; contributi relativi al testo sulla CQS/P e sviluppo degli strumenti per l'implementazione del protocollo d'intesa sulla cessione del quinto dello stipendio/pensione e delegazioni di pagamento da parte degli

intermediari bancari/finanziari.

È proseguita l'attività dell'Osservatorio Abi-Assofin/AA.CC. in tema di collocamento delle polizze assicurative facoltative connesse ai mutui ed agli altri finanziamenti; si è definito il protocollo delle Procedure di conciliazione paritetica tra intermediari bancari e finanziari con le Associazioni di rappresentanza dei consumatori.

Adiconsum ha partecipato al comitato tecnico della Fondazione per l'educazione finanziaria (FEduF) svolgendo sia attività d'indirizzo che sul territorio. Nel Comitato di Consultazione di FEduF, ADICONSUM ha operato al fine di rimodulare il programma della fondazione alla luce della grave pandemia, rinviando gli incontri pubblici e con possibilità di effettuarli o organizzarli con mezzi informatici. Allo stesso tempo ha collaborato alla decisione di aggiornare ed implementare le schede informative del sito "Cura i tuoi soldi", anche con schede informative con misure più urgenti e attuali. Sono state individuate tematiche ancora attuali e utili quali: profili di sicurezza sugli strumenti di pagamento; le forme di tutela previste a vantaggio delle casalinghe.

Nell'ambito assicurativo, l'attenzione alla funzione socio/economica delle coperture. Sono state inoltre affrontate le nuove regole in tema di default delle persone e come dialogare con la banca e usarla comodamente (servizi via internet e mobile banking; servizi via telefono; social network) – indicazioni sulla sicurezza. Sempre in un'ottica di educazione finanziaria ed assistenza alle proprie strutture, per tutto l'anno, Adiconsum ha editato numerose circolari legate ad approfondimenti e novità sui temi del settore.

Adiconsum ha partecipato a numerosi webinar sui temi del credito, del risparmio, del sovraindebitamento e dell'educazione finanziaria, sulle truffe on line e la cyber sicurezza. Ci si è inoltre distinti nell'ambito del "Forum della Finanza sostenibile" e del "Festival dell'Economia Civile" per le azioni messe in campo in tema di impegno civico di promozione dell'inclusione finanziaria e sociale.



SETTORE POSTE

Con riferimento a Poste Italiane, sulla base del Protocollo sottoscritto in data 15 dicembre 2011 tra Poste Italiane e le AA.CC., anche nel 2020 sono proseguiti gli incontri del “Cantiere Consumatori”. Il Cantiere Consumatori, formato dai responsabili dell’Ufficio tutela consumatori di Poste Italiane e i rappresentanti delle AA.CC. appartenenti al CNCU, è il luogo deputato dalle parti per monitorare:

- qualità dei prodotti e dei servizi offerti dall’Azienda
- trasparenza e correttezza nei confronti della clientela
- informazione al consumatore per un uso corretto e consapevole dei prodotti e servizi offerti dall’Azienda.

Nel corso del 2020 Adiconsum ha partecipato alle procedure di Conciliazione secondo i protocolli firmati con l’azienda (procedura postale, bancoposta, postepay e postemobile).



SETTORE ASSICURAZIONI

Adiconsum, nel corso del 2020 ha operato sui temi assicurativi all'interno del Forum ANIA – Consumatori (di seguito Forum), Fondazione costituita il 16 novembre 2007 tra le AA.CC. e l'ANIA (Associazione Nazionale Imprese Assicuratrici) con lo scopo di promuovere la collaborazione e il dialogo tra le Imprese di assicurazione e gli assicurati, mediante studi, approfondimenti e altre iniziative dirette a:

- 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.

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 sta affrontando a seguito dell'emergenza sanitaria Covid-19. In particolare, nel 2020, è stato condiviso di realizzare un nuovo progetto di ricerca del Forum ANIA-Consumatori in collaborazione con il Censis, focalizzato sugli effetti che emergono sul versante società/opinione pubblica. L'indagine è stata portata a termine nel 2021 ed è raccolta all'interno della collana di volumi "Gli scenari del welfare". Nell'ambito del Programma "Più informati, più protetti" avviato nel 2019 che prevede la realizzazione da parte delle associazioni aderenti al Forum di progetti finalizzati a informare i consumatori su un ventaglio di temi preventivamente individuati dal Consiglio Generale della Fondazione (sanità, risparmio, catastrofi naturali e innovazione), Adiconsum ha realizzato nel 2020 il progetto "Strategie e strumenti per assicurare benessere alla terza età", dedicato al tema dell'invecchiamento

demografico e dell'assicurazione LTC. L'iniziativa è stata realizzata attraverso una ricerca ed un evento webinar, nonché veicolata sui media attraverso attività di comunicazione realizzate direttamente dalle associazioni dei consumatori in accordo con il Forum (comunicati stampa, pubblicazioni su house organ, siti e social network delle associazioni dei consumatori, flash mob, ecc.).

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. In particolare, nel corso della pandemia e del lockdown è stata realizzata e diffusa la pubblicazione "Coronavirus: cosa cambia con l'assicurazione", che illustra i principali riflessi dell'emergenza sanitaria sul settore assicurativo, di particolare interesse per i consumatori. Inoltre, considerata l'importanza delle frodi in ambito assicurativo sia per le imprese che per le Associazioni dei consumatori, a settembre 2020 il Forum ANIA-Consumatori ha realizzato 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, a dicembre 2020 è stata realizzata e pubblicata una nuova guida della collana dedicata al tema dei canali a disposizione dei consumatori per l'acquisto delle polizze e per la risoluzione delle controversie in tema di sinistri Rc 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 Italia 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 2020, il numero di richieste di informazioni gestite dal Centro, ben 11.86, ha subito un incremento del 98,4% rispetto al 2019. L'accessibilità del servizio di consulenza è garantita dalla messa a disposizione di una serie di canali di contatto: posta ordinaria, email, telefono e live chat con operatore.

Il Centro Europeo Consumatori Italia offre assistenza individuale ai consumatori nella valutazione giuridica dei singoli casi e nell'individuazione delle procedure più appropriate per la risoluzione delle problematiche inerenti 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 Italia ne assume la gestione e, in collaborazione con il Centro Europeo Consumatori 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 affidata ad esperti in diritto di consumo transfrontaliero (case-handlers).

Nel 2020 il Centro ha gestito 1.084 controversie transfrontaliere insorte tra consumatori italiani nei confronti di professionisti con sede in un Paese dell'UE differente, nel Regno Unito, Islanda e Norvegia (+ 75% rispetto al 2019) e 1.036 controversie insorte tra consumatori europei e professionisti italiani (+ 30% rispetto al 2019). Il Centro Europeo Consumatori Italia 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'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) quale Autorità competente a sanzionare il comportamento illecito. Il Centro Europeo Consumatori Italia 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 dei consumatori, informazioni tecniche inerenti il funzionamento della piattaforma ODR, le regole procedurali applicate dagli organismi ADR e gli ulteriori mezzi di ricorso quando non è stato possibile risolvere il reclamo attraverso la piattaforma ODR. Nell'anno 2020 sono state gestite 2.312 richieste; nello specifico, 777 sono pervenute direttamente all'interno della piattaforma, mentre le restanti 1.535 sono pervenute al di fuori della stessa (per telefono o attraverso l'indirizzo email 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 di consumo transfrontaliero; i social network; l'invio mensile della Newsletter 'Europa Consumi' per un totale di 12 edizioni ad una mailing list di oltre 11.000 consumatori; la realizzazione di guide e opuscoli informativi tra cui due leaflet sui diritti dei passeggeri nel trasporto via mare e con autobus e un leaflet informativo sulle funzioni della rete sulla cooperazione per la tutela dei consumatori (CPC Network).

Il Centro Europeo Consumatori Italia, ritenendo rilevante l'informazione di prossimità, organizza frequentemente eventi e partecipa a fiere o manifestazioni pubbliche. Tuttavia nell'anno 2020, le attività a diretto contatto con il pubblico sono state limitate o convertite in eventi online a causa della diffusione della pandemia. Il Centro ha organizzato un desk informativo sui diritti dei viaggiatori in occasione della prima edizione dell'evento fieristico "Roma Travel Show" svoltosi a Roma dal 31 Gennaio al 2 febbraio ed è stato altresì presente al desk informativo organizzato da Adiconsum in occasione dell'evento "Villaggio Elettrico" tenutosi a Trieste il 19 e 20 Settembre. 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 in materia di commercio elettronico, pratiche commerciali scorrette, rifiuti elettrici ed elettronici partecipando con i propri consulenti in diversi seminari online.

Il Centro Europeo Consumatori Italia 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 alla quale sono state segnalate le pratiche commerciali scorrette di diversi operatori commerciali come "Edreams" e il sito di dropshipping "Pneumaticone", quest'ultimo sanzionato con una multa da 500.00 euro. Il Centro ha altresì messo a disposizione del mondo imprenditoriale la propria esperienza e competenza in ambito di consumo transfrontaliero e, in tale ambito, ha sottoscritto un 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 partecipa ad importanti attività condotte a livello europeo: nel 2020 ha preso parte al "Consumer Summit" tenutosi a Bruxelles il 30 e 31 Gennaio; ha supportato la Commissione Europea nell'attività di comunicazione, ma anche in quella di programmazione politica e intervento legislativo, partecipando alle consultazioni lanciate dalla Commissione Europea (Nuova strategia di tutela dei consumatori, la nuova legge sui servizi e sui mercati digitali, la valutazione ex post delle normative a tutela dei consumatori). Il Centro ha preso parte alle attività comuni con i Centri partner della rete sia assicurando la propria attiva 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 altresì alla produzione dei contenuti, una serie di campagne informative realizzate dalla Rete ECC-Net su tematiche consumeristiche differenti (una per ogni mese). Tali campagne sono state organizzate nell'ambito delle attività realizzate per celebrare il quindicesimo anniversario della Rete ECC-Net unitamente alla creazione un sito web europeo dedicato ai servizi offerti e alla pubblicazione di un report sulle attività e i traguardi raggiunti nel corso dei quindici anni. La celebrazione dell'anniversario si è conclusa con un importante evento presenziato dal Commissario europeo per la Giustizia e i consumatori Reynders.

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 Giudiziarica 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 da 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 14 maggio 2020, 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 2020, in relazione agli sviluppi delle misure di distanziamento sociale imposte dalla pandemia da COVID-19, che hanno determinato la mancata esecuzione di contratti dei consumatori in molti ambiti (trasporti, viaggi organizzati, spettacoli, sport, servizi alla persona, ecc.), il BEUC ha intrapreso una serie di iniziative di appello ai decisori politici nazionali, perché non fossero sospese mediante legislazione in deroga le garanzie offerte ai consumatori dalla normativa comunitaria. Adiconsum ha partecipato attivamente verso le istituzioni italiane coinvolte.

Adiconsum è stata partner italiano dei due progetti “Consumer Law Ready” e “Consumer Pro”, incentrati rispettivamente sulla formazione alle PMI in materia di rispetto dei diritti dei consumatori e sulla formazione specialistica degli operatori delle associazioni dei consumatori.

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 consumeristiche, 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

Dal 1998 Adiconsum gestisce, unica Associazione consumatori, su incarico del Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Fondo di prevenzione del sovraindebitamento e dell'usura, rivolto alle famiglie e alle imprese familiari, in situazioni di difficoltà economica, in possesso di specifici requisiti stabiliti dalla Legge 108/1996 ex art. 15.

Il Comitato Tecnico Scientifico (C.T.S.) nel corso del 2020 si riunisce 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.

Il C.T.S. ha trattato nell'anno di competenza n. 222 richieste, deliberandone n. 54, di cui erogate, dalle Banche convenzionate al giorno 31 dicembre 2020, n. 49.

Il rapporto tra le pratiche garantite e quelle respinte deliberate resta sempre alto. Purtroppo, 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).

A causa della pandemia mondiale da Covid 19 le riunioni di Comitato sono state sospese in data 05.03.2020, per poi riprendere in data 04.05.2020 dopo una complessa riorganizzazione del Settore Antiusura Adiconsum e la difficile ripresa dei rapporti con le Banche Convenzionate. Tale riorganizzazione del lavoro ha ovviamente comportato per motivi di sicurezza sanitaria la disposizione che le riunioni debbano avvenire solo in via telematica, con conseguente inoltro dei fascicoli deliberati alle Banche convenzionate sempre attraverso il mezzo informatico. Con il nuovo sistema abbiamo ridotto considerevolmente anche i tempi di ricevimento delle domande (che riceviamo sempre in via telematica), la loro istruttoria, la loro delibera e l'invio alle Banche Convenzionate dei fascicoli deliberati. Sempre a causa della pandemia abbiamo dovuto rivedere alcuni degli accordi vigenti con le Banche Convenzionate, le quali, ad esempio, si sono impegnate a inviare le richieste di finanziamento alle loro filiali attraverso il loro sistema informatico.

Questo nuovo metodo ha realizzato importanti vantaggi per i beneficiari delle garanzie, i quali dal momento della delibera da parte di Adiconsum, al ricevimento delle loro richieste alle Filiali delle banche sul territorio, hanno mediamente dovuto attendere al massimo 2/3 giorni lavorativi. Inoltre, è bene sottolineare che, rispetto agli anni precedenti, abbiamo rilevato un notevole incremento dei prestiti erogati dalle Banche Convenzionate, in relazione alle pratiche garantite. Infatti, le Banche hanno erogato nel 2020 prestiti per un importo complessivo pari a 1.370.498,33 euro, a fronte di un garantito dal Fondo pari a 1.498.920,00 euro. Abbiamo monitorato anche una forte diminuzione dei tempi di attesa tra il ricevimento dei fascicoli da parte delle Filiali e le delibere, passato mediamente da 30/35 giorni a circa 20/25 giorni. In alcuni casi le richieste sono state accolte nel giro di una decina di giorni dal ricevimento. Ovviamente ci auguriamo che il trend possa proseguire anche in futuro.

Da segnalare anche la grave situazione di disagio socio/economico delle famiglie italiane già censita prima della pandemia. Questo disagio si è gravemente accentuato nel corso dell'ultimo anno, con un alto numero di segnalazioni e richieste di aiuto pervenute al nostro settore: circa 1.550 contatti tra email e telefonate registrati nell'anno 2020, 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. 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.

L'Associazione, a prescindere dalle disposizioni Governative emanate a tutela dei cittadini o delle piccole imprese in difficoltà, ha raggiunto con tutte le Banche Convenzionate accordi che permettono ai beneficiari del Fondo di poter usufruire della sospensione temporanea dei prestiti in essere, in regolare ammortamento, per mesi 6, con possibilità di ulteriore sospensione per altri 3 mesi. Questa iniziativa ha permesso a molte famiglie di dirottare i pochi fondi disponibili a sostegno delle spese di prima necessità, con conseguente e imprescindibile tutela dei Fondi statali utilizzati per le garanzie concesse. Infatti, nel corso del 2020 l'Associazione ha censito una sola richiesta di escussione, d'importo pari a 7.205,62 euro. In ogni caso, come evidenziato dai tabulati ricevuti dalle Banche Convenzionate, non sono poi alla fine state molte le richieste di sospensione temporanea dei rientri rateali, rispetto all'alto numero dei finanziamenti in essere, che presentano un regolare piano di ammortamento, a riprova del comportamento virtuoso dei cittadini beneficiari, che, nonostante il grave periodo che stiamo vivendo, comunque riescono ad onorare gli impegni economici presi.

VALORIZZAZIONE DELLE RISORSE E RIMBORSO DELLE SPESE DI GESTIONE DEL SETTORE ANTIUSURA

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.

CONTATTI E RICHIESTE TRATTATE NEL 2020

Per permettere ai soggetti vittime del sovraindebitamento 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 (06.44170234 – prima assistenza; indirizzo di posta elettronica dedicato prevenzionusura@adiconsum.it; sezione dedicata sul sito istituzionale dell'Associazione www.adiconsum.it, ove oltre a raccogliere 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).

Il numero medio dei contatti telefonici giornalieri si è attestato nel 2020 a circa 30/40 telefonate al giorno ricevute. Ogni telefonata ha avuto una durata media tra i 15 e 20 minuti, il tempo necessario minimo per fornire la giusta consulenza sul funzionamento del Fondo soprattutto ai non residenti nel Lazio, i quali per motivi di distanza non possono essere ascoltati direttamente presso la Sede Nazionale di Roma. Per quanto riguarda le email, il settore ha ricevuto e inoltrato nell'anno 1.224 mail.

La consulenza diretta in sede, causa pandemia, è stata organizzata previo appuntamento, dando per motivi di sicurezza sanitaria precedenza prevalentemente a contatti di tipo telefonico o telematico. Mediamente abbiamo ricevuto tra i 5 e i 10 soggetti a settimana, con una durata media per incontro che si è attestata tra i 45 e i 60 minuti.

PROTOCOLLO D'INTESA CON LE SIC

È confermato il protocollo d'intesa sottoscritto con le SIC (Crif, Ctc ed Experian). Tale utile strumento è stato anche utilizzato dal Comitato per verificare la veridicità delle informazioni contenute nelle richieste di accesso al Fondo. Nel 2020, il settore ha ricevuto 215 richieste di accesso a Crif, Ctc ed Experian per un numero totale di report ricevuti pari a 645.

Gli eventi e le campagne

In sostituzione dell'abituale, intensa attività convegnistica, fieristica e di stand in piazza, legata alle campagne informative e di sensibilizzazione del pubblico o ai progetti, Adiconsum ha sviluppato nel 2020 una sostanziosa attività di videoconferenze, fiere digitali, videopillole e pubblicazioni digitali.

Adiconsum ha partecipato comunque ad alcuni eventi pubblici "live" (alcuni pre-COVID, altri nei mesi della pandemia) come: Roma Travel Show - Salone del turismo, al Palazzo dei Congressi (insieme al Centro Europeo Consumatori ECC-Net Italia, dal 31 gennaio al 2 febbraio 2020); il Festival dell'Economia Civile (dal 25 al 27 settembre 2020); il Festival della Dottrina Sociale (dal 23 al 25 novembre 2020).

Sono state purtroppo cancellate le previste partecipazioni a numerose fiere ed eventi (che non si sono tenuti causa COVID-19), da quelli legati al "Festival dello sviluppo sostenibile" promosso dall'ASVIS (tenutosi poi online, anche con un evento Adiconsum il 29 settembre), alla fiera "Fa' la cosa giusta" che era prevista a Milano per il mese di marzo 2020.





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 (5 x mille, 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 2020 in forma disaggregata. Va precisato che le entrate riferibili a progetti finanziati (sia di provenienza pubblica che privata) sono imputate secondo il principio di cassa: nel leggere i dati, bisogna tenere conto del fatto che i progetti cui si riferiscono possono avere durata pluriennale e che i saldi di questo tipo di attività possono determinare entrate temporalmente sfasate anche di oltre un anno rispetto al periodo progettuale.

Ricavi e Proventi da attività di interesse generale

| | 31/12/2020 | | 31/12/2019 | |
|--|------------|-----------|------------|-----------|
| Proventi da quote associative | | 36.228 | | 41.597 |
| Proventi del 5 per mille | | 137.449 | | 370.016 |
| Contributi da strutture sindacali | | 9.000 | | 55.500 |
| Ricavi per prestazioni a terzi | | 504.685 | | 414.480 |
| Contributi da CISL | | 36.000 | | 36.000 |
| Altri Ricavi, rendite e proventi | | 49.629 | | 49.380 |
| Contributi per progetti | | 840.765 | | 875.725 |
| Sopravvenienze attive | | 59.419 | | 23.053 |
| Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale | | 1.673.175 | | 1.865.751 |

Progetti nazionali a finanziamento pubblico e privato

| 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 |
| MISE | Nessuno e-scluso | 262.658,67 | 262.658,67 |
| MLPS | Generazioni in circolo | 234.750,00 | 176.062,50 |
| CCIAA Roma | Sportello Restart | 69.375,00 | 34.687,50 |
| MISE | Mise Covid - D.D. 17/11/2020 | 140.163,64 | 140.163,64 |

Progetti europei a finanziamento pubblico e privato

| Ente finanziatore | Titolo del progetto | Budget attività Adiconsum € | Finanziamento per Adiconsum € |
|-----------------------|---------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| EU – Dg Sanco | Ecc- net Italy | 402.355,00 | 402.355,00 |
| EU – Horizon 2020 | Step - in | 65.687,50 | 65.687,50 |
| EU – Dg Justice | Scan small claims | 79.732,48 | 63.203,00 |
| EU - Euipo | Peers2Peers Say No | 47.000,00 | 37.600,00 |
| EU – Horizon 2020 RIA | Shealthy | 160.250,00 | 160.250,00 |
| EU – Dg Justice | Crea | 15.000,00 | 12.000,00 |
| BEUC | Consumer Law Ready | 3.600,00 | 3.600,00 |
| BEUC | Consumer Pro | 3.000,00 | 3.000,00 |

Non vi sono state segnalazioni di criticità emerse nella gestione di questi finanziamenti da parte degli amministratori.

ALTRE INFORMAZIONI

Impatto ambientale

Per quanto riguarda la gestione dell'impatto ambientale, l'attenzione di Adiconsum è insita nella sua natura di associazione per la difesa dei consumatori e dell'ambiente: la dirigenza ed il personale hanno elevata sensibilità individuale, costantemente rinnovata dalla promozione di campagne rivolte al pubblico, di iniziative politiche, di attività educative nelle scuole e di attività in piazza, la partecipazione a fiere come "Ecomondo" e "Fa' la cosa giusta", la produzione di materiali nelle più svariate forme. Naturalmente, i comportamenti dello staff nell'operatività quotidiana sono specchio di questa vocazione. I margini di riduzione dei consumi energetici ed idrici, della produzione di rifiuti ecc. sono relativamente bassi, in un'attività di ufficio, se confrontati a quelli di insediamenti produttivi agricoli o industriali.

Tuttavia, l'impegno di Adiconsum è sempre stato costante ed intenso, attraverso l'adozione di buone prassi presso la sede nazionale come:

- la rigorosa differenziazione dei rifiuti (dalla carta, ai rifiuti connessi ai pasti in ufficio, ai rifiuti che richiedono avvio a trattamento speciale come i toner delle stampanti, i RAEE, ecc.)
- la drastica riduzione della plastica (per scoraggiare l'uso di stoviglie monouso si è organizzata una piccola zona pranzo fornita di stoviglie normali, con lavello e disponibilità di saponi e spugne)
- la riduzione del consumo di carta mediante sostenuta smaterializzazione degli archivi e diffusione di circolari al personale, che ricordano di stampare solamente lo stretto necessario; la scelta di produrre in formato elettronico la maggior parte delle pubblicazioni;
- 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 creatasi 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 diminuito i consumi generali della sede, a causa del massiccio ricorso

allo smart working, che ha drasticamente 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 raffrescare, 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 stilata una convenzione con GIOOSTO, lo shopping online sostenibile, per l'acquisto dei premi destinati ai concorsi promossi da alcuni progetti Adiconsum. E uno sconto sulla spesa effettuata per tutti gli iscritti all'Associazione.

Adiconsum ha aderito alla campagna "M'illumino di Meno" e oltre all'impegno per la riduzione dei consumi e della produzione di CO2 ha contribuito al recupero ambientale con la piantumazione di 300 abeti.

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.”

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 2020 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 35 volte, il Consiglio Nazionale 2 volte, il Collegio dei Revisori 4 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 25/06/2021, 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 2020 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.

Care lettrici e cari lettori,

avete con pazienza letto il resoconto complesso di un anno di impegno: un anno difficile per tutti, nel quale la nostra associazione è stata – pur tra mille difficoltà – al fianco di tutti i cittadini e consumatori.

Quanti di voi non la conoscessero ancora da vicino, si saranno fatti un'idea di chi sia e come operi Adiconsum, delle persone che la portano avanti, dei valori e degli obiettivi, delle attività, dei progetti per il futuro. Ecco, sono proprio i progetti il cuore dell'attività Adiconsum, perché ogni battaglia per promuovere o difendere un diritto è - o può diventare - un progetto di campagna informativa, un'iniziativa di sinergia con gli stakeholders, una serie di attività sul territorio, uno sportello di assistenza, un servizio online, una conferenza, un corso di formazione per gli operatori, un'indagine socio-economica, un'occasione per assicurare all'Associazione le risorse necessarie a dare forma e vita al suo impegno.

Spero sinceramente che questa “mentalità progettuale”, fatta di concretezza e lavoro organizzativo, ma che tuttavia non perde mai di vista la mission e le radici sociali dell'organizzazione, sia trapelata nelle pagine che precedono. La capacità di trasformare le ambizioni e la voglia di incidere positivamente sulla società in azioni concrete e attività progettuali è un tratto distintivo di Adiconsum: per questo il primo Bilancio Sociale è nato proprio nell'Ufficio Progetti Adiconsum.

Consapevole delle inevitabili imperfezioni di questo lavoro, che è un prototipo senz'altro migliorabile e che evidentemente sconta le difficoltà

*Postfazione
del Segretario Nazionale
Adiconsumi*

ANDREA DI PALMA

determinate dalla pandemia in corso, me ne assumo la responsabilità e mi scuso per eventuali errori oppure omissioni, che abbiano eventualmente sottorappresentato il lavoro di qualche articolazione, ufficio o settore dell'Associazione, ovvero che abbiano illustrato in modo incompleto le risorse ricevute e il loro impiego che, è bene ribadirlo, è sempre stato e sarà totalmente ed 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, in modo da renderlo sempre più conforme alle giuste aspettative dei suoi stakeholders: inviateli liberamente a: analisi ricerca@adiconsum.it.

Vi ringrazio per la pazienza e vi do appuntamento al prossimo anno.

Andrea Di Palma



