



**FREE**  
coordinamento  
I membri  
del Coordinamento FREE  
seccitano

**ADICONSUM**  
Associazione Italiana Consumatori e Ambiente  
unione delle CTS

## SERVE UN NEW DEAL DEL CONSUMERISMO

Carlo De Masi, Presidente Adiconsum

Siamo in una fase fortemente emergenziale dove i cittadini-consumatori rappresentano l'anello debole della catena, sia dal punto di vista economico-sociale sia sul versante ambientale.

Il cambiamento climatico e la crisi energetica, aggravata dal conflitto russo-ucraino, stanno mettendo in ginocchio l'economia del nostro Paese; il più debole sul versante energetico per scelte politiche non fatte e per le speculazioni sui prezzi delle materie prime che si ripercuotono sulle spalle dei cittadini-consumatori.

Nonostante siano passati quasi 25 anni dalla liberalizzazione del settore elettrico e

quasi 15 dalla liberalizzazione del mercato, ci troviamo, infatti, nel bel mezzo di una transizione ecologica in stallo per mancanza di una precisa strategia energetico-ambientale.

Una transizione che porterà dei cambiamenti epocali in quanto la crescita delle energie rinnovabili, la diffusione dell'auto-produzione e della generazione distribuita e condivisa, accompagnata dall'utilizzo di sistemi di storage in larga scala, determinerà il cambiamento dei modelli produttivi, distributivi e di consumo; per questo va accompagnata con interventi concreti affinché si concluda con successo e con il migliora-



**ADICONSUM**  
Associazione di Utenti, Consumatori e Consumenti

mento delle condizioni per i cittadini-consuttori, le imprese e il Paese. Tra gli interventi da mettere in atto occorre, prima di tutto, rimodulare i costi dell'energia attraverso:

- una revisione della struttura tariffaria, adeguandola alla strategia energetica che il Paese si vorrà dare;
- la conferma del trasferimento parziale degli oneri generali di sistema sulla fiscosità generale, mantenendo in capo alle tariffe energetiche solo quelle atti-

rinnovabili occorre intervenire dal lato produttivo, distributivo e di consumo. Dal lato produttivo, bisogna investire nella ricerca per lo storage, l'idrogeno verde e il nucleare di fusione e attuare l'approvvigionamento del gas per la sicurezza del sistema energetico.

Dal lato distributivo, occorre investire sulle infrastrutture di rete per creare la c.d. generazione distribuita (smart-grid, smart-city, domotica, sistemi di demand response, ecc.) per una vera digitalizzazione dell'energia.

Dal lato consumo, per accompagnare la trasformazione da consumatore a prosumer, serve:

- aumentare la produzione da fonti di energia rinnovabile;
- superare le opposizioni a prescindere da parte di associazioni del "non fare";
- semplificare gli iter burocratici e completare la fase di realizzazione dei decreti attuativi per la costituzione delle comunità energetiche, sia per l'autoconsumo singolo sia collettivo;

prevedere agevolazioni per la costituzione dei gruppi d'acquisto, specie quelli solidali;

- andare oltre gli interventi di sostegno finanziario temporanei e attivarsi per dotare le persone, a partire da quelle vulnerabili e in povertà energetica, di apparecchiature efficienti energeticamente e di impianti per l'autoproduzione di energia rinnovabile.

Come Adiconsum crediamo sia arrivato il momento di avviare una riforma complessiva del consumerismo italiano sia per adeguarlo agli altri Paesi, europei e non, sia per allinearla con i tempi che attraversiamo. Una sorta di consumerismo partecipato, a partire da una tematica fondamentale come quella energetica, con un ruolo attivo delle Associazioni Consumatori riconosciute dalla legge e appartenenti al Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU).

In questo senso, a nostro avviso, il ruolo futuro delle Associazioni Consumatori per accompagnare al meglio i cittadini-consuttori verso la transizione energetica e il contenimento dei costi delle bollette è quel-

lo di:

- sostenere la costituzione delle comunità energetiche che possono diventare il vero veicolo della socializzazione di energia, finalizzata alla sostenibilità e a contenere i costi in bolletta;
- dare corso a gruppi di acquisto solidali che darebbero forza e consistenza agli associati, come già accade in alcune altre realtà produttive;
- associare i prosumer. Questa figura è il modello teorico ideale sul quale orientare la promozione delle nuove forme di produzione di energia, non solo per le proprie necessità domestiche ma anche per la mobilità (con la ricarica delle autovetture elettriche) e per l'offerta di servizi alla rete di distribuzione.

In definitiva, per accompagnare la transizione energetico-ecologica, si deve sviluppare, a nostro avviso, un vero e proprio "New Deal" del consumerismo, una transizione culturale di cui le Associazioni Consumatori possono farsi promotori in maniera efficace attraverso campagne istituzionali informative, comunicative e formative. ■



26