

Il consumo responsabile



Carlo De Masi
Presidente Adiconsum

Il futuro tra noi

La transizione energetica è una chiave di volta per comprendere e adeguare gli stili di vita alle necessità della società.

Cari lettori, in questo primo numero della nostra rivista "Il consumo responsabile", fortemente voluta per avviare uno scambio di idee sui tanti temi cari ai consumatori, abbiamo scelto di parlare di sostenibilità.

Le continue innovazioni tecnologiche, le modificazioni sociali, culturali, produttive e di consumo, accelerate dalla pandemia in atto, ci impongono di essere flessibili per poterci adattare alle continue sollecitazioni che ci arrivano. Ci troviamo, infatti, in uno stato di transizione dove tutto è in divenire: transizione energetica, ambientale, ecologica e digitale.

Siamo incamminati verso la sostenibilità, che però deve essere anche sociale. Parlare di sostenibilità potrebbe sembrare parlare di qualcosa di astratto, ma non è così; anzi ci troviamo di fronte a qualcosa

(segue a pag.8)

La nostra voce



Cari Lettori, inizia oggi una nuova avventura editoriale, fortemente voluta dal Presidente e dalla segreteria nazionale di Adiconsum. Sono orgoglioso di essere stato chiamato a condividerne gli indirizzi, affiancando una persona illustre e squisita come Rino Tarelli, con il compito di informare attraverso un giornalismo di idee e contenuti, capace di sollecitare la riflessione dei nostri associati, che ben conoscono la qualità delle iniziative di Adiconsum. Abbiamo, insieme ad una squadra molto motivata, l'ambizione di farci leggere e con il

(segue a pag.8)



Rino Tarelli
Presidente
del Fondo di
Prevenzione Usura
Adiconsum

Conoscere, coinvolgere, informare

L'Adiconsum - Associazione Difesa Consumatori APS è da sempre attenta alle problematiche del Sovraindebitamento e dell'usura che affliggono moltissime famiglie italiane, trascinandole nella spirale dell'emarginazione sociale.

Fin dalla sua nascita ha svolto iniziative d'informazione, educazione, prevenzione, con l'obiettivo di educare a un uso consapevole e responsabile del denaro, informare sui canali e sulle modalità di accesso al credito legale, orientare i soggetti a rischio o usurati verso le strutture in grado di aiutarli in modo adeguato.

Con l'introduzione della Legge n°108/1996, fortemente voluta da questa Associazione, e l'istituzione del Fondo

(segue a pag.3 e 4)

Adiconsum nel settore agroalimentare

di Andrea Di Palma

Il quinquennio appena trascorso ha visto l'incessante attività di Adiconsum nell'ambito delle politiche agricole ed alimentari è stata intensa e diversificata, multilaterale e progettuale.

Sono state svolte attività di informazione e indagini conoscitive, inchieste e sondaggi, sono stati siglati accordi di collaborazione bilaterale, sono stati condotti progetti europei e nazionali,

sono state impegnate le risorse umane del servizio civile nazionale, sono state condotte attività di supporto alle politiche comunitarie e nazionali, anche in relazione all'appartenenza di Adicon-

(segue a pag.2)

Adiconsum nel settore agroalimentare

sum al BEUC, l'organizzazione europea delle associazioni dei consumatori. Adiconsum ha partecipato ad innumerevoli 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 numerose 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. 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, Tweet e Storie Instagram, spesso indirizzate a giovani e giovanissimi consumatori.

A proposito di rapporto con le giovani generazioni, abbiamo curato un lavoro costante di collaborazione con scuole primarie e secondarie di primo e secondo grado, per creare consapevolezza ed attenzione ai temi della corretta e sana alimentazione (per la prevenzione delle malattie come obesità, diabete, problemi cardio-circolatori), alla sostenibilità degli alimenti ed alla qualità delle produzioni italiane, dedicando anche

Stante la rilevanza dell'Agroalimentare per l'economia italiana, il potenziale contributo alla transizione ecologica e l'importanza di alcune innovazioni tecnologiche in corso di adozione nelle varie filiere Adiconsum ha partecipato nell'ultimo quadriennio a molteplici consultazioni al Parlamento Italiano, al Parlamento Europeo e in seno al Beuc elaborando una imponente serie di documenti di approfondimento e posizioni sui principali temi caldi del settore. I temi caldi su cui ci siamo confrontati e ci confronteremo nel 2022 sono il Nutriscore, le nuove tecnologie applicate all'informazione alimentare, la pubblicità ed il marketing indirizzati ai minori nel settore alimentare, le green claims,



una sezione apposita della campagna educativa sulla tutela della Proprietà Intellettuale (che ormai procede con successo per il quarto anno consecutivo), alla tutela dell'agroalimentare Made in Italy dai prodotti falsi, per palese contraffazione dei marchi o per la pratica scorretta dell'“Italian Sounding”.

il packaging degli alimenti, lo spreco alimentare, ecc. tutti nodi che l'anno che abbiamo davanti dovrà sciogliere anche tenendo conto delle delicate, complesse e discordanti posizioni che albergano a Bruxelles. □

Conoscere, coinvolgere, informare (segue da pag.1)

di Prevenzione dell'Usura e del Sovraindebitamento, l'Adiconsum è stata anche riconosciuta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze come organismo di assistenza e di solidarietà ai soggetti a rischio di usura. Il numero delle famiglie ascoltate, assistite, orientate nell'ambito di quest'attività, ormai più che ventennale, è considerevole, circa 7.000.

Adiconsum ha accumulato, quindi, un'esperienza diretta a contatto con le persone sovraindebitate o a rischio di cadere nella morsa dell'usura, nell'istruire le domande per i casi meritevoli di accesso ai finanziamenti garantiti dal Fondo.

L'attività, sostanzialmente riservata alle famiglie, prevede l'accesso a un percorso di soluzione del loro problema, di reinserimento pieno nella vita sociale, di mantenimento nel credito legale e, allo stesso tempo, recupera la cultura dell'uso responsabile del denaro.

È un dato di fatto che il ricorso all'indebitamento e particolarmente al credito al consumo da parte delle famiglie italiane, è cresciuto in modo esponenziale, tanto da diventare, in caso di comportamenti non consapevoli da parte delle famiglie ovvero di condotte aggressive da parte dei "proponenti", un elemento destabilizzante per le famiglie stesse.

L'uso irresponsabile di questo utile strumento di accesso al credito per le famiglie (che non hanno liquidità sufficiente per l'acquisto di beni di consumo necessari), ha portato anche l'Italia, come già accaduto nei paesi nord Europei, anche se in misura ridotta al Sovraindebitamento che è uno dei principali fattori per la caduta in usura.

A differenza di quanto si possa pensare, il problema del Sovraindebitamento Attivo è molto diffuso e riguarda ogni area geografica, ceto sociale, fascia di età.

Inoltre, sono ovviamente numerosissime le richieste di aiuto che pervengono al Settore, le cui motivazioni sono relative a situazioni di difficoltà economica determinata dal cosiddetto Sovraindebitamento Passivo, che l'evento pandemico generato dal Covid 19 ha evidentemente contribuito ad acuire soprattutto nei confronti delle fasce sociali più deboli e indifese.



Conoscere, coinvolgere, informare

Le cause che generalmente contribuiscono all'insorgere di questo fenomeno sono le seguenti:

- Perdita o diminuzione di uno o parte dei redditi del nucleo familiare;
- Malattia del capofamiglia o di uno o più componenti del nucleo familiare;
- Separazione o divorzio dal coniuge;
- Crisi della piccola o media impresa familiare;
- Gioco d'azzardo (Ludopatia/Gambling), shopping compulsivo, tossicodipendenza.

In questo ambito, come già detto, opera il Fondo di Prevenzione Usura Adiconsum, costituito nel 1997 grazie all'ex art. 15 della legge sull'Usura n. 108/1996, che ha previsto lo stanziamento di fondi da assegnare alle Associazioni Antiusura, Fondazioni e Confidi che così possono concedere (dopo opportune verifiche) garanzie presso Istituti di Credito convenzionati.

Il Fondo ha l'obiettivo di evitare che la mancanza di sufficienti garanzie impedisca la concessione di un prestito e la fuoriuscita dal credito legale e si rivolge alle famiglie in difficoltà economica (sovraindebitamento), non sono più in grado di coprire, con le loro entrate, le spese necessarie per il sostentamento del nucleo familiare (vitto, fitto, eventuale rata del mutuo, bollette, spese sanitarie, altri prestiti, ecc.). Per accedere al Fondo di Prevenzione Usura e quindi per ottenere garanzie, il Ministero dell'Economia e delle Finanze ha individuato alcuni criteri guida che il garante (Adiconsum Nazionale) deve rispettare nella valutazione delle domande:

1. EFFETTIVO STATO DI BISOGNO DEL RICHIEDENTE ;
2. SERIETÀ E RAGIONE DELL'INDEBITAMENTO CONNESSA ALLO STATO DI BISOGNO;

3. CAPACITÀ DI RIMBORSO IN BASE AL REDDITO O ALLA SITUAZIONE PATRIMONIALE;

4. FONDATE PROSPETTIVE DI SOTTRARRE L'INDEBITATO ALL'USURA.

È bene ricordare che il Fondo di Prevenzione Usura Adiconsum è l'unico ad operare a livello nazionale, pertanto, tutti coloro che si trovano nella situazione sopra descritta, possono rivolgersi agli sportelli periferici o utilizzare il sito internet www.adiconsum.it, per richiedere informazioni e modulistica. Per motivi di professionalità e riservatezza tutti i casi sono trattati esclusivamente a livello di struttura nazionale.

Le decisioni di concessione della garanzia sono deliberate dopo un'istruttoria effettuata dal Competente Comitato Responsabile del Fondo, operante nella sede Nazionale dell'Associazione.

Il Comitato è presieduto da un Presidente e da una serie di Esperti con competenze specifiche nelle materie finanziarie, giuridiche e sociali, e fornisce sempre risposta, positiva o negativa, alle richieste presentate.

Il Comitato esprime il suo giudizio valutando la sostenibilità dell'intervento grazie alle analisi delle entrate e delle uscite del nucleo familiare, della capacità di rimborso, della motivazione dell'indebitamento.

In caso di concessione della garanzia il Comitato invia una comunicazione scritta (con allegata documentazione) alle banche convenzionate con il Fondo che, sulla base dei protocolli sottoscritti, concedono il prestito a condizioni pattuite con le Banche attraverso singole Convenzioni stipulate a questo scopo, certamente migliori rispetto a quelle che offre il mercato.

Il Fondo grazie alla rotatività prevista dalla Legge di riferimento, a partire dal 1998 ha garantito alle famiglie circa 27 milioni di euro, di cui circa 22 milioni erogati dalle Banche convenzionate gestendo di fatto circa 10 milioni di euro. Solo nei primi 11 mesi del 2021 l'Associazione ha già garantito prestiti per circa 1,8 milioni di euro. □



Inquadra il QR code
e scarica la domanda



Spreco alimentare: mai più nel nostro futuro

Non è un caso che il 12mo dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile è dedicato al "consumo e alla produzione sostenibili", nel quale rientra il cibo e il valore che esso rappresenta per l'umanità.

Il cibo riveste significati molteplici nella nostra società ed è investito di una valenza anche simbolica. Attraverso il cibo ci si prende cura di sé e dei propri cari, si avvalorano appartenenze culturali e sociali, si realizza la convivialità, si esprimono gli orientamenti etici e finanche le preferenze politiche. È in questo insieme di bisogni secondari che si innescano però delle dinamiche disfunzionali e si genera lo spreco: la produzione, la distribuzione ed il consumo sono soggetti a condizionamenti che lasciano cibo perfettamente commestibile sul campo, che lo fanno deperire sugli scaffali o che lo mandano a finire nella pattumiera delle nostre case. Lo spreco alimentare domestico è quello più vistosamente contrario all'etica, al rispetto ambientale ed al buonsenso. Nonostante i buoni propositi, sprechiamo circa 65 kg di cibo a testa all'anno, a cominciare dai freschi come verdura, frutta, pane e prodotti lattiero caseari.

Il progetto "2Gether2Green"

Adiconsum, nell'ambito di "2Gether2Green", il progetto di educazione al consumo circolare realizzato in collaborazione con APPLiA Italia, l'associazione dei produttori di elettrodomestici, ha indagato più a fondo su chi spreca e sui meccanismi d'azione dello spreco "evitabile", gli errori quotidiani che traducono i buoni propositi dei consumatori in un bidone della spazzatura sempre pieno. L'indagine ha studiato la correlazione tra lo spreco alimentare e il modo di fare la spesa, cioè lo stile con cui ciascuno si approccia al carrello, in base al tempo a disposizione, alla consapevolezza nelle scelte di acquisto, al grado di conoscenza delle tecniche e buone

prassi di conservazione, alla sicurezza nel valutare se il cibo "è ancora buono", alla gestione ordinata e attenta del frigorifero, alla fiducia nelle tecnologie che possono aiutare a non sprecare.

Il sondaggio "2Valuable2Waste"

I risultati del sondaggio "2Valuable2Waste" sono stati presentati a Roma nella cornice del Gambero Rosso, con un "Aperitivo circolare". Ne sono venuti fuori 4 tipologie di consumatori, che, hanno evidenziato come ci sono ancora margini per un deciso abbattimento dello spreco alimentare domestico, disinnescando i condizionamenti sbagliati, colmando le lacune di informazione e costruendo competenze di corretta gestione della dispensa, conservazione degli alimenti, consumo creativo degli avanzi.

Ecco che cosa è emerso.

Le 4 tipologie di consumatori

- **Il consumatore "Rambo":** è colui che è superorganizzato, che, lista alla mano, fa la spesa in un lampo. Sensibile al tema ambien-

tale, purtroppo è molto abitudinario e non si ferma a valutare i diversi prodotti. Ha un profilo di spreco medio-basso, che può essere migliorabile.

- **Il consumatore "Vacanze Romane":** è colui che considera la spesa un'esperienza piacevole e ricca di tentazioni. Compra troppo e spreca molto.
- **Il consumatore "Zombie":** è colui a cui non interessa minimamente fare la spesa. Acquista ciò che capita, disinteressandosi degli aspetti nutrizionali e di sostenibilità dei suoi acquisti. Ha un livello di spreco molto elevato.
- **Il consumatore "Predator":** è colui che ha una lista di prodotti di marche specifiche e, volantini alla mano, si aggira da un supermercato all'altro alla ricerca di quello più conveniente da accaparrarsi. Dopo questa "caccia", il suo livello di spreco è basso. □

Per saperne di più, vai su:
www.consumocircolare.it
www.adiconsum.it



2GETHER2GREEN
 voglio una casa circolare

Aperitivo circolare

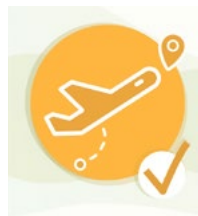
2 dicembre 2021
 ore 18 - 21



Presentazione
 dei risultati
 del sondaggio
 "2valuable2waste"
 sulle determinanti
 dello spreco
 alimentare
 domestico

Consumatori: una rete europea

Il Centro Europeo Consumatori Italia rappresenta il punto di contatto nazionale della Rete dei Centri Europei per i Consumatori (ECC-Net), istituita con decisione 1926/2006 del 18 dicembre 2006 del Parlamento europeo e del Consiglio, nell'ambito del programma di azione per la tutela dei consumatori. La rete, costituita da tanti Centri quanti sono gli stati dell'Unione Europea, più Norvegia e Islanda, è cofinanziata dagli stessi e dalla Commissione Europea. L'obiettivo che l'ECC-net persegue, attraverso molteplici attività, è accrescere la consapevolezza dei consumatori circa i loro diritti in ambito transfrontaliero e incrementare la fiducia degli stessi nel Mercato Interno. In particolare, nel 2021 il Centro Europeo Consumatori Italia ha portato avanti una Campagna sulla sostenibilità, tema cardine delle più recenti politiche europee, ma che non deve rimanere relegato in quell'ambito, ma interessare da vicino ogni consumatore che può dare il proprio contributo attraverso piccoli e incisivi gesti. Per aiutarlo, ogni mese il Centro Europeo Consumatori Italia ha suggerito un buon proposito sostenibile da mettere in pratica.



I 12 suggerimenti del Centro europeo Consumatori Italia per diventare un consumatore sostenibile

1. Noleggio invece di acquistare
2. Prima di buttare, cerca di riparare!
3. Acquisirò prodotti sostenibili e riciclati, anche online
4. Acquisirò o noleggerò un'auto eco-friendly
5. Mi impegnerò a ridurre l'utilizzo di plastica monouso
6. Nei viaggi preferirò spostarmi in bici, a piedi e con i mezzi pubblici, proprio come la gente del posto
7. Quando prenoterò alberghi, sceglierò strutture attente alla sostenibilità, che riducono l'utilizzo di plastica
8. Per i miei viaggi preferirò compagnie attente alla sostenibilità, che adottano programmi di compensazione della carbon footprint
9. Per i miei viaggi in aereo cercherò di scegliere sempre tratte dirette
10. Dedicherò un giorno a settimana alla dieta vegetariana
11. Sostituirò tutte le lampadine di casa con prodotti equivalenti sostenibili
12. Farò la raccolta differenziata, non solo a casa, ma anche in vacanza! □



Consulenza ed assistenza
per i consumatori
in Europa

ECC-Net

Centro Europeo Consumatori Italia

**Problemi
quando acquisti o
viaggi in Europa?**

**Il Centro Europeo
Consumatori Italia
ti informa e ti assiste
gratuitamente**

Green pass Covid

Dal 6 gennaio 2022 in caso di guarigione da Covid, il vecchio Green pass viene rinnovato automaticamente non appena arriva la conferma della negatività del tampone dalla struttura sanitaria, centro medico privato o farmacia sulla piattaforma del Ministero della Salute, senza quindi dover passare dal medico di base. In questo modo si riattiva il vecchio green pass. Per attivare il nuovo Green pass dei guariti con validità 6 mesi dal giorno del tampone negativo bisogna recarsi dal medico di famiglia per far inserire il certificato di guarigione sulla piattaforma. □



Contanti: nuovo tetto

Dal 1° gennaio 2022, il nuovo tetto dell'uso dei contanti non può superare i 999,99 euro. Si tratta dell'ultimo dei due step previsti del Decreto fiscale collegato alla Legge di Bilancio del 2020. Il primo step prevedeva l'abbassamento della soglia dei contanti da 3.000 a 2.000 euro; il secondo, da 2.000 a 1.000 euro. Il nuovo uso dei contanti riguarda prelievi e versamenti al bancomat e qualsiasi passaggio di denaro tra persone fisiche o giuridiche sia per effettuare pagamenti che per fare una donazione o un prestito. Per importi superiori ai 1.000 euro bisognerà, quindi, procedere con pagamenti tracciabili. Il nuovo tetto di 1.000 euro deve essere rispettato sia da chi paga che da chi riceve. In caso contrario potrebbe scattare una multa. □

Più tempo per il FIR

Buone notizie per i risparmiatori (azionisti/obbligazionisti) delle 4 banche in liquidazione (Banca delle Marche, Banca Popolare dell'Etruria e del Lazio, Cassa di Risparmio di Ferrara e Cassa di Risparmio della Provincia di Chieti) e delle due banche venete (Banca Popolare di Vicenza e Veneto Banca). La Legge di Bilancio 2022 appena approvata ha infatti stabilito una proroga per l'integrazione delle domande di rimborso presentate al Fondo Indennizzo Risparmiatori (FIR) sul sito della Consap (Concessionaria Servizi Assicurativi Pubblici) sia in caso di domanda di rimborso incompleta che di registrazione senza finalizzazione della richiesta di rimborso. Il termine ultimo per l'integrazione è il 15 marzo 2022. □



La nostra voce (segue da pag.1)

tempo stimare da coloro che guardano all'orizzonte consumeristico, non solo in una dimensione economicistica, ma di impegno nella tutela dei diritti di tutti, in particolare dei più fragili.

Troverete in questo primo numero una chiave interpretativa per comprendere o approfondire quali scenari ci attendono da cittadini e consumatori. Viviamo il tempo di una quarta rivoluzione socio-industriale, che cambierà stili e abitudini di generazioni, adeguarsi non sarà facile.

L'ambizione è quella di sollecitare un dibattito a più voci, di cui voi lettori siete i protagonisti.

Le notizie potrete, come sempre, trovarle aggiornate sul sito Adiconsum, a noi invece il compito arduo di un approfondimento leggero, quanto incisivo, capace di sollecitare idee nuove, comportamenti, scelte individuali o collettive.

Ci auguriamo di percorrere insieme a voi questa strada, con l'impegno di essere sempre di più. □

Ubaldo Pacella

Il futuro tra noi (segue da pag.1)

La transizione energetica è una chiave di volta per comprendere e adeguare gli stili di vita alle necessità della società.

di reale, concreto e pratico. Non è un caso che, come nella nostra ricerca sulle scelte alimentari, in collaborazione con l'Università di Verona, tanto per citare uno dei nostri ultimi lavori, la sostenibilità sia risultata essere uno dei fattori trainanti.

Essa, infatti, presuppone un cambio di cultura straordinario, un vero e proprio cambiamento nel modo di produrre e di consumare, di approcciarsi all'ambiente e al lavoro, di pensare e di operare. Una volta intrapreso questo percorso, non esiste ambito in cui la sostenibilità non porti il suo beneficio. Per il consumatore, la sostenibilità si declina con azioni concrete: dalla lotta allo spreco alimentare, al risparmio energetico, alla limitazione e gestione dei rifiuti, all'uso corretto degli elettrodomestici e delle apparecchiature, alla scelta responsabile e consapevole negli acquisti, ecc..

Anche il nostro primo Bilancio Sociale 2020, presentato lo scorso 15 novembre, alla presenza delle maggiori Aziende del nostro Paese, va nella direzione di un cambio di paradigma verso un consumo responsabile.

La nostra mission, sempre in difesa degli iscritti e di tutti i cittadini-consumatori, rimane fermamente quella della tutela individuale e collettiva rispetto ai tanti problemi che si presentano nella vita quotidiana, ma Adiconsum ha nel suo DNA, derivante dall'appartenenza alla Cisl, la tutela del consumerismo sociale, che ci vede tutti i giorni impegnati nella costruzione di percorsi di progressive conquiste della centralità dei consumatori piuttosto che nell'apertura di contenziosi nelle aule dei Tribunali.

I risultati conseguiti a tutti i livelli dall'Associazione ci stanno dando ragione, ma il futuro che vogliamo traghettare è quello di rilanciare il consumerismo per una nuova cittadinanza globale, sostenibile e digitale. Questo sarà anche il tema che ispirerà la nostra stagione congressuale che prenderà l'avvio all'inizio del 2022 per concludersi col Congresso nazionale che si terrà a Roma dal 26 al 29 aprile prossimo. □

Carlo De Masi

Caro-bollette: una corsa senza fine

Bollette di luce e gas alle stelle. Comincia così il nuovo anno a causa del rialzo dei prezzi dei prodotti energetici all'ingrosso e dei permessi di emissione della CO2. La spesa per la luce della famiglia tipo rispetto al I trimestre 2021 sarà di 823 euro, circa 334 euro/anno in più (+68%). La spesa per il gas della famiglia tipo rispetto al I trimestre 2021 sarà di circa 1.560 euro, circa 610 euro/anno in più (+64%). Rincarì che andranno, purtroppo, ad aumentare il già cospicuo numero di famiglie in povertà energetica. Per le bollette emesse da gennaio ad aprile 2022, Arera, cioè l'Autorità di Regolazione per Energia Reti Ambiente, ha definito le modalità di rateizzazione per chi dovesse trovarsi in difficoltà nei pagamenti. L'importo da pagare potrà essere rateizzato per un massimo di 10 mesi a interessi zero. Ma ad avviso di Adiconsum, non basta

per risolvere il caro-bollette. Servono interventi strutturali, quali la creazione di un mercato unico europeo, la riforma della struttura tariffaria adeguandola alle scelte energetiche che il Paese si darà, la piena diffusione dell'elettrificazione in tutte le aree geografiche, la semplificazione delle procedure autorizzative per la massima diffusione delle energie rinnovabili, la revisione del decreto Bersani, e misure di contenimento quali l'eliminazione di accise e voci non pertinenti al consumo delle famiglie, il trasferimento di alcuni oneri generali di sistema sulla fiscalità generale, il contenimento dell'IVA e della tassazione, l'aumento del bonus sociale e del tetto ISEE per accedervi, l'adozione di interventi per assicurare apparecchiature più efficienti per i disagiati economicamente, la creazione di un Fondo sociale per i consumatori vulnerabili, l'istituzio-

ne di un Albo dei Venditori per il mercato libero con accesso consentito solo dietro garanzie fidejussorie. □



IL CONSUMO RESPONSABILE - Periodico bimestrale di informazione consumeristica. Anno I - numero 1 - Bimestrale 2022. Direttore: Rino Tarelli - Condirettore responsabile: Ubaldo Pacella - Amministrazione: Adiconsum, Via G.M.Lancisi, 25 - 00161 Roma. Iscrizione al Registro Stampa del Tribunale di Roma n.6-7/2022 del 18 gennaio 2022 - Iscriz. ROC n. 1887. Tipografia: Printamente snc, Via Della Magliana, n. 80/A - 00166 Roma.