

Il consumo responsabile



Carlo De Masi
Presidente Adiconsum

Energia. Costi senza argini

L'Italia è il Paese dove famiglie e imprese pagano l'energia più cara d'Europa; ciò per via di mancate scelte e di opposizioni ideologiche e preconcepite a qualsiasi insediamento produttivo energetico. Sul caro energia sono in tanti coloro che si esercitano in analisi e proposte per farvi fronte, soprattutto quelli che hanno creato i danni in un settore così strategico e ora si stanno affannando a volervi porre rimedio.

Purtroppo, nonostante le prese di posizione delle Associazioni dei Consumatori del Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (CNCU) e, per quanto ci riguarda, le proposte che da anni come Adiconsum abbiamo messo in campo, i Governi, che si sono succeduti, hanno continuato ad emettere provvedimenti emergenziali, sicuramente utili nell'immediato, ma non risolutivi dei problemi strutturali, come il Decreto bollette varato dal Consiglio dei Ministri del 28 febbraio scorso.

Dal canto nostro, abbiamo continuato a far sentire la nostra voce nelle assise più autorevoli.

Il 26 febbraio scorso, infatti, abbiamo partecipato ad un importante convegno che si è svolto alla Camera dei Deputati dal titolo "Idroelettrico, un valore per l'Italia", avendo peraltro già sottoscritto il Manifesto "Uniti per l'idroelettrico italiano" a sostegno del comparto (strategico e storico), per il quale se non si interviene sulle concessioni, che l'Europa ci impone di mettere in gara, si rischiano di far finire in mano a fondi di

(segue a pag.2)

Per chi suona la campana?



Ubaldo Pacella

Siamo in un mondo nuovo recitano da Siamo in un mondo nuovo recitano da qualche mese, senza inventiva, mass media italiani e stranieri, nonché analisti e commentatori di ogni genere. Le decisioni bizzarre e gaglioffe di Donald Trump, dal giorno del suo insediamento come 47° presidente degli Stati Uniti, appaiono un trauma inatteso sulla scena politica mondiale, capaci di rovesciare come un uragano caraibico, decenni di logiche consolidate. Abbandonare l'Ucraina con toni così arroganti come non si vedono nemmeno nei films di

(segue a pag.13)

Ludopatia: prevenire ad ogni costo



Rino Tarelli
*Presidente
del Fondo di
Prevenzione Usura
Adiconsum*

Care consumatrici, cari consumatori, stavolta non parliamo di inflazione, né di lavoro povero o di accesso al credito, né di BNPL o di assistenza sanitaria; tutti argomenti già trattati e comunque strettamente connessi con le crisi da sovraindebitamento che colpiscono numerose persone, di certo non da oggi chiaramente.

Abbiamo voluto focalizzare la nostra attenzione (auspicandoci di ottenere anche la vostra) su un fenomeno tanto delicato quanto subdolo e micidiale, in grado di determinare sulle persone

(segue a pag. 3)

investimento esteri le centrali idroelettriche, patrimonio inestimabile; ciò sarebbe un danno enorme per l'Italia e per il costo dell'energia elettrica.

Lo scorso 25 febbraio, invece, abbiamo partecipato alla conferenza stampa "Bolletta elettrica: risparmi per i clienti vulnerabili con il passaggio al sistema a tutele gradualì", indetta dall'On. Alberto Gusmeroli, Presidente della X Commissione della Camera dei Deputati, primo firmatario dell'emendamento al DDL Concorrenza 193/2024, relativo ai clienti vulnerabili (over 75, diversamente abili e fragili economici), per affrontare la confluenza di detti soggetti nel Servizio a Tutele Graduali (STG), che al momento risulta essere il più vantaggioso dal punto di vista economico, con risparmi annui stimati in almeno 130 euro. Come Adiconsum, abbiamo sostenuto il Presidente Gusmeroli rispetto questo provvedimento, pur considerando che è una possibilità che tampona la situazione fino al 31 marzo 2027, ma non la risolve, rispetto alla prospettiva dei clienti vulnerabili. In ogni caso, a nostro avviso, bisognerebbe innanzitutto superare il termine previsto (30 giugno 2025) per il possibile passaggio di detti soggetti al STG, oltre che avviare una vasta campagna comunicativa istituzionale, anche con l'ausilio degli sportelli fisici delle Associazioni dei Consumatori sul territorio, magari integrata con le iniziative degli enti locali che hanno attivato sportelli finanziati con le risolve del PNNR, che potrebbero essere utilizzati anche per una informativa rispetto al tema delle Comunità Energetiche Rinnovabili.

Non si tratta, infatti, di supportare e aiutare in questo passaggio volontario solamente i clienti vulnerabili che ad oggi si trovano nel Mercato Tutelato (circa 2,5 milioni), ma anche gli 8 milioni stimati di clienti con caratteristiche di vulnerabilità che si trovano, molto spesso inconsapevolmente, nel Mercato Libero, con tariffe molto più elevate.

Come ADICONSUM ci preme ribadire, tuttavia, che il vero problema del mercato dell'energia nel nostro Paese resta quello del prezzo troppo elevato per famiglie e imprese, del gas e dell'energia elettrica, ed è ormai urgente e non più procrastinabile, convocare un Tavolo con tutti gli stakeholder per modificare le modalità di formazione del prezzo, semplificare la struttura tariffaria e contenere oneri, accise e tassazione. □

Carlo De Masi





Rino Tarelli

*Presidente
del Fondo
di Prevenzione Usura
Adiconsum*



e relativi nuclei familiari, come anche i fenomeni sopra indicati, seri disagi e danni non solo economici ma anche sociali. Oltretutto, consentiteci di dire, con glaciale ed inesorabile certezza, nascosta peraltro dietro una dipendenza patologica che può essere scatenata da molteplici fattori come solitudine, esasperazione, povertà, ansia e tanto altro.

Stiamo parlando della Ludopatia, collegata a molti degli argomenti affrontati nelle precedenti edizioni e che risulta pericolosamente soggetta anche a favorire il ricorso all'usura.

La portata di questo fenomeno non va assolutamente sottovalutata, visti i dati allarmanti ed in costante aumento sia relativi al numero di giocatori coinvolti sia agli importi spesi complessivamente nel gioco in Italia.

Risulta preoccupante anche l'accessibilità a questi "prodotti", specie quelli online, che andrebbe monitorata e vigilata maggiormente anche per tutelare tanti giovani e addirittura i minori che riescono ad aggirare le regole poste dalle istituzioni.

Parliamo di un'offerta molto ampia a disposizione dei consumatori: lotterie, scommesse sportive, giochi online, lotterie istantanee, giochi d'azzardo e quant'altro....

Sempre recentemente è emersa la storia di una donna, anziana, che stava dissipando i suoi risparmi al gioco. Ebbene, grazie all'iniziativa proattiva favorita dall'istituto bancario presso il quale la donna era correntista, si è riusciti grazie anche al supporto di vari attori ad arrestare il fenomeno e riportare la situazione in una condizione di normalità.

E' nostra intenzione provare ad avviare una collaborazione ulteriore con le banche convenzionate con il Fondo Prevenzione Usura gestito da Adiconsum, al fine di attuare un'opportuna sensibilizzazione dei cittadini in materia e risolvere, qualora possibile, criticità derivanti dalla ludopatia.

A riguardo auspichiamo che sempre più spesso, in situazioni come quelle descritte, venga messa in campo quella rete multidisciplinare composta da tecnici del settore, parenti, amici, ed istituzioni al fine di scongiurare danni enormi difficilmente sanabili, e produrre azioni di valore.

Sempre in tal senso sollecitiamo le istituzioni non solo a limitare l'esposizione promozionale (pubblicità) dei cittadini, ma anche ad attenzionare ed affrontare il problema della Ludopatia per offrire sempre più soluzioni. Molto importante, in presenza di situazioni critiche o problematiche legate alla Ludopatia, è chiedere aiuto; esistono numerosi centri di assistenza e ascolto certificati (circa 200 in Italia), ma anche enti ed associazioni pronte a non lasciare sole le persone, senza dimenticare le strutture sanitarie appositamente predisposte.

Il nostro Fondo, fin dalla sua istituzione, considera prioritarie le cause di indebitamento legate a fattori quali malattia, eventi familiari di particolare intensità, come pure dipendenti dalla perdita del posto di lavoro, ma, ciò premesso, considera importante fornire la propria collaborazione agli Istituti competenti per questo problema partecipando al superamento di questa pericolosa dipendenza.

Ricordiamo che il Fondo Prevenzione Usura ex art. 15, Legge 108/96 di Adiconsum opera in ambito nazionale e la procedura relativa al tentativo di accesso è completamente libera e gratuita. Esso è stato realizzato grazie a dei Fondi erogati dal Ministero dell'Economia e delle Finanze, e si rivolge alle persone in difficoltà economica e sovraindebitamento e la nostra Associazione ne è tra i gestori da oltre vent'anni (sede Nazionale). Grazie a questo strumento Adiconsum può, in presenza di alcuni requisiti fissati dal Ministero stesso, garantire al 100% un prestito di consolidamento debiti per ottenere un impegno più sostenibile e, in alcuni casi, l'accesso al credito altrimenti compromesso.



Inquadra il QR code
e scarica la domanda!



Ricordiamo che il Fondo Prevenzione Usura è gestito dalla sede nazionale di Adiconsum, e che la procedura per richiedere l'accesso ai finanziamenti di consolidamento è libera e totalmente gratuita.

Per prendere contatto:
Adiconsum Nazionale
Fondo Prevenzione Usura e Sovraindebitamento
Via Giovanni Maria Lancisi, 25
00161 ROMA
Tel. +39 06.4417.0238 - +39 06.4417.0259
Email: prevenzioneusura@adiconsum.it



Telemarketing: le proposte di Adiconsum presentate all'Agcom

Lo scorso 7 gennaio, Adiconsum è intervenuta all'audizione indetta dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) nell'ambito della Delibera 457/24/CONS, relativa alla tematica del telemarketing, dal titolo *"Avvio del procedimento e della consultazione pubblica inerente a disposizioni a tutela degli utenti finali in materia di trasparenza nell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica e nella presentazione del numero chiamante"*, pubblicata sul sito dell'Authority.

Tre sono state le tematiche trattate da Adiconsum nel corso dell'audizione:

- contrasto ai call center illegali (frode del "CLI spoofing")
- introduzione obbligo del prefisso dedicato ai call center
- adozione di strumenti idonei a migliorare la trasparenza nell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica.

Contrasto ai call center illegali

- Nel corso dell'audizione, Adiconsum ha presentato, come già fatto nell'audizione al Parlamento, le proprie proposte per combattere il telemarketing selvaggio e in particolare la frode perpetrata attraverso la tecnica del "CLI Spoofing", che non permette al consumatore di distinguere il numero autentico da quello mascherato, pronto per mettere a segno una truffa a danno dei malcapitati consumatori. In questi casi, l'unica cosa da fare per smascherare i malfattori è richiamare quel numero comparso sul display del telefono: se non è richiamabile vuol dire che si trattava di un numero camuffato e quindi proveniente da un call center illegale.
- Per Adiconsum c'è bisogno di una regolamentazione che elimini il procacciamento di contratti attraverso call center illegali, vietando la possibilità di stipulare contratti via telefono, prevedendo che si possano concludere solo se è il consumatore a chiamare il call center e non viceversa. Adiconsum ritiene che ciò potrebbe rivelarsi un efficace deterrente che potrebbe dare un duro colpo ai call center illegali.
- L'attività dei call center sarebbe quindi quella di contattare il consumatore per illustrare le offerte commerciali delle aziende, invitando il consumatore a richiamarli per ulteriori ragguagli o per sottoscrivere il contratto online o presso i negozi fisici, nel caso fosse interessato a stipulare un contratto.
- La Delibera predisposta dall'AGCOM per bloccare il "CLI Spoofing", però, ad avviso di Adiconsum, si concentra solo su soluzioni tecniche condivisibili, che, seppur necessarie, non garantiscono la soluzione definitiva del problema ed anzi comportano dei costi aggiuntivi per gli operatori che potrebbero ricadere sui consumatori.
- introduzione obbligo del prefisso dedicato ai call center.

Introduzione dell'obbligo del prefisso dedicato ai call center: la proposta di Adiconsum

- Adiconsum ritiene utile introdurre per i call center l'obbligo di utilizzare solo numerazioni con prefisso identificativo per i call center e numeri richiamabili dal consumatore. Queste ultime proposte offrirebbero al consumatore la possibilità di distinguere i call center legali da quelli illegali.

La trasparenza nell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica: le proposte di Adiconsum

Ad avviso di Adiconsum, per rendere più trasparente l'offerta dei servizi di comunicazione elettronica, serve un rafforzamento delle informazioni sulla qualità dei servizi:

- prevedendo una Commissione apposita, con la partecipazione delle Associazioni Consumatori riconosciute dalla legge, per la definizione di indicatori utili a determinare e misurare la qualità dei servizi offerti
- prevedere, nella presentazione delle offerte, la presenza di bollini o semafori (colori rosso, giallo e verde) che indichino ai consumatori anche la velocità massima e minima di connessione possibile, che rappresenta l'aspetto di maggior interesse per il consumatore, per rendere più immediata la comparazione delle offerte
- unificando i bollini per le diverse tecnologie (fisso e mobile)
- introducendo ulteriori indicatori come i bollini oro per le alte velocità, per facilitare il confronto tra diverse offerte
- informando, già nei claims pubblicitari, di quale operatore sia la Rete che si sta utilizzando per identificare gli operatori possessori della rete da gli operatori che offrono servizi con rete di altri.

Nasce l'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica della mobilità elettrica di Adiconsum e TariffEV



Continua e si arricchisce l'attività di Adiconsum sul tema della mobilità sostenibile.

La crescita della mobilità elettrica, in particolare, assume un ruolo fondamentale nell'ambito della mobilità sostenibile, necessaria per abbattere le emissioni e sconfiggere gli inquinanti provocati dal settore trasporti, responsabile di un quarto di tutte le emissioni di CO2 in Europa, il 71,7% delle quali viene dal trasporto stradale.

Adiconsum da circa 10 anni si occupa di mobilità sostenibile ed in particolare di quella elettrica, attraverso la creazione di uno specifico ambito con lo scopo di informare correttamente i consumatori e tutelare i diritti di tutti coloro che usano l'auto elettrica cercando di ottenere la PARITÀ TECNOLOGICA con gli altri metodi di alimentazione.

La ricarica delle auto elettriche alle colonnine su suolo pubblico è un tema cruciale per chi utilizza un'auto elettrica, ma anche per chi ne valuta un prossimo acquisto. Il mercato delle ricariche non essendo servizio pubblico, come le stazioni di rifornimento dei carburanti tradizionali, ha delle proprie specificità che vedono la presenza di tanti operatori con vari ruoli e prezzi diversificati.

Per aiutare i consumatori ad orientarsi in modo corretto nel complesso mercato delle ricariche su suolo pubblico, grazie alla collaborazione tra Adiconsum e TariffEV, il portale di comparazione e l'app che, in tempo reale, fornisce ubicazione della colonnina e prezzo più conveniente, nasce l'**Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica della mobilità elettrica**, con l'obiettivo di monitorare, nel tempo, l'andamento dei prezzi delle ricariche e valorizzare la concorrenza, per consentire ai consumatori di poter scegliere con maggiore consapevolezza e sensibilizzare le Istituzioni verso questo nuovo mercato nel quale c'è ancora molto da fare. Ogni mese verranno pubblicate e diffuse 3 tabelle con l'andamento dei prezzi delle ricariche proposte dai vari operatori italiani e stranieri, ognuna dedicata ad una specifica modalità di ricarica: lenta (AC-corrente alternata), veloce (DC- corrente diretta) e ultra rapida (HPC-ricarica ad alta potenza), riferite ai prezzi rilevati nel mese precedente.

COME LEGGERE LE TABELLE

PRIMA COLONNA: NOME CPO

CPO (Charging Point Operator- Operatore dei punti di ricarica) – Le aziende che si occupano di installare, gestire e mantenere le reti di stazioni di ricarica attraverso una piattaforma interconnessa. Indicati in ordine decrescente in base alla presenza di colonnine sul territorio, come rilevato nella piattaforma PUN (Piattaforma Unica Nazionale dei punti di ricarica per i veicoli elettrici.) realizzata dal MASE.

SECONDA COLONNA: evidenza se il CPO è anche EMSP

EMSP (EMobility Service Provider – fornitore di servizi di mobilità elettrica) – Fornisce ai clienti finali i servizi necessari per effettuare le ricariche e l'interoperabilità con i vari CPO attraverso specifiche modalità e App.

Viene indicato con un SÌ o un NO se il **CPO** svolge direttamente anche il ruolo di EMSP.

Il **CPO** può abilitare uno o più (**EMSP**) a fornire servizi di ricarica ai clienti finali.

TERZA – QUARTA-QUINTA COLONNA: PREZZI EFFETTUATI DALL' EMSP

TERZA COLONNA: Prezzi al kWh applicati con APP prodotta e fornita dallo stesso CPO con ruolo di EMSP

QUARTA COLONNA: PREZZI EFFETTUATI DA EMSP ITALIANI. Prezzi (migliori tariffe) al kWh applicati con APP di operatori esclusivamente EMSP italiani che forniscono servizio di ricarica al cliente finale alle colonnine del CPO indicato nella colonna 1

QUINTA COLONNA: PREZZI EFFETTUATI DA EMSP STRANIERI. Prezzi (migliori tariffe) al kWh applicati con APP di operatori esclusivamente EMSP stranieri che forniscono servizio di ricarica al cliente finale alle colonnine del CPO indicato in colonna 1.

SESTA COLONNA: DIFFERENZA PERCENTUALE DI PREZZO

Incremento/decremento % tra la tariffa del servizio della ricarica tra App fornita dal **CPO** e la miglior tariffa fornita tra le altre APP di **EMSP italiani o stranieri**.

SETTIMA COLONNA: MEDIA PREZZO

Risultato della media, sommando tutti i costi presenti in tabella per ricarica alla colonnina del **CPO** indicato nella colonna 1.

OTTAVA COLONNA: ABBONAMENTI, SE PRATICATI

In questa colonna vengono descritte (per un corretto confronto) le diverse tariffe previste con abbonamenti prepagati (o sconti applicati) per un determinato quantitativo di kWh per mese.

Per conoscere le tariffe dei mesi di dicembre 2024 e di gennaio e febbraio 2025, clicca qui

<https://adiconsum.it/iniziative/osservatorio-prezzi-delle-tariffe-di-ricarica-della-mobilita-elettrica/>



Le Buone Azioni

La finanza sostenibile spiegata ai consumatori



Nell'immaginario collettivo, il mondo della finanza è il mondo del profitto a prescindere dal bene delle persone e del pianeta. Ma qualcosa sta cambiando e sempre più spesso si sente parlare di prestiti e di mutui casa green e, per quanto riguarda gli strumenti di investimento, di green e social bond.

Anche l'attività finanziaria ha infatti un impatto, sia diretto che indiretto, sull'ambiente e a livello sociale, per effetto delle scelte di investimento e di finanziamento. Le banche e le finanziarie sono chiamate, come tutte le aziende, a migliorare prodotti e processi e monitorarne gli effetti secondo la strategia ESG che include criteri ambientali (Environment), sociali (Social) e di governance (Governance).

I finanziamenti della finanza sostenibile possono aiutare ad esempio a raggiungere il goal n. 7, contribuendo ad assicurare a tutti la possibilità di accedere a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni e allo stesso tempo il goal n. 8, concorrendo a favorire una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, una piena occupazione e produttività, che si traduce in lavoro dignitoso per tutti.

Ma quanto ne sanno i consumatori? Nell'ambito delle iniziative messe in campo in questi anni per far conoscere e contribuire a mettere in pratica gli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU, Adiconsum ha lanciato, in collaborazione con UniCredit, all'interno del programma "Noi&UniCredit"*, il **Sondaggio "Le Buone Azioni – La finanza sostenibile spiegata ai consumatori"**, per indagare il grado di conoscenza dei cittadini-consumatori su questi temi e comprenderne la percezione degli strumenti di investimento e finanziamento green ed il loro valore in termini di miglioramento della qualità della vita e di benessere per la collettività e l'ambiente.

I RISULTATI DEL SONDAGGIO

I consumatori italiani che non hanno mai sentito parlare di finanza sostenibile sono ancora numerosi: questo è il dato che emerge dal sondaggio "Le Buone Azioni – La finanza sostenibile spiegata ai consumatori".

Oltre 470 i consumatori che hanno partecipato all'indagine, in prevalenza pensionati maschi di oltre 65 anni, diplomati, residenti nel nord est, con un reddito che, pur senza lussi, consente di far fronte alle necessità e con una tolleranza al rischio medio-bassa.

Ecco alcuni dei risultati emersi:

Gestione del denaro

Per aiutare il consumatore a definire il proprio rapporto col denaro, abbiamo individuato dei personaggi che richiamano alla mente la sua gestione, come Fantozzi, Furio di “Bianco, rosso e Verdone”, Homer Simpson, Seneca e Paperon de’ Paperoni.

Il 66,6% dei consumatori si è riconosciuto nel personaggio di Seneca, confermando il profilo del risparmiatore italiano che, pur concedendosi ogni tanto qualche spesa superflua, tiene comunque il conto delle proprie spese.

Conoscenza del termine “finanza sostenibile”

Mentre il 68,7% degli intervistati ha dichiarato di aver sentito parlare di finanza sostenibile, per lo più attraverso i canali di comunicazione tradizionali, ben il 31,3% afferma invece di non conoscere questo termine.

Green bond e social bond

La stragrande maggioranza degli intervistati (74,1%) ha espresso interesse per questi strumenti. Al 24,3% piace l’idea di fare del bene investendo i propri risparmi; il 16,4% investirebbe in green bond e social bond se questi garantissero un rendimento superiore o almeno pari ad altri investimenti con lo stesso livello di rischio, ma c’è anche un 5,7% che ha dichiarato che investirebbe anche a fronte di un rendimento inferiore.

Il progetto “Le Buone Azioni”, la foresta di Adiconsum e Treedom

Nel corso del progetto, Adiconsum ha invitato i consumatori a compiere una buona azione di inizio anno condividendo e mettendo “Mi piace” ai post della campagna #LeBuoneAzioni, premiando i 3 utenti più attivi con un albero della foresta creata da Adiconsum, in collaborazione con Treedom, il sito che permette di piantare alberi a distanza e seguirne online la storia.

Grazie al progetto “Le Buone Azioni – La finanza sostenibile spiegata ai consumatori”, la foresta di Adiconsum, composta da limoni, banani, mangrovie bianche, calliandre, leucene, alberi del cacao e del caffè, piantati in Cameroon, Honduras, Kenya e Madagascar, si è arricchita di 3 nuovi alberi che sono stati assegnati ai consumatori che si sono dimostrati più attivi nel diffondere, tramite i canali social, i materiali info-educativi realizzati nell’ambito dell’iniziativa.

A vincere un albero sono stati:

- Maria Silvana
- Chiara
- Daniele

che ringraziamo per aver dato il loro contributo a fare scoprire qualcosa in più sulla finanza sostenibile ad altri consumatori.

Scarica il REPORT

Per saperne di più sul progetto, **clicca qui***



**Programma di partnership tra la banca e le Associazioni Consumatori di rilevanza nazionale, tra le quali Adiconsum, attivo dal 2005.*





Energia IN Sinergia, la transizione energetica spiegata agli over 65enni

Sono stati 5 gli incontri organizzati da Adiconsum, in collaborazione con Edison, a partire da novembre 2024 fino a marzo 2025.

Il target scelto da “Energia IN Sinergia” è quello degli over 65enni, una fascia di popolazione di solito con poca dimestichezza con le nuove tecnologie e gli strumenti di domotica e per questo ritenuta più vulnerabile e ad alto rischio di esclusione dalla transizione green e digitale.

Infatti, sebbene la transizione energetica busi quotidianamente alle porte delle nostre case, pur sentendone tanto parlare, in tanti, troppi, consumatori non hanno idea di cosa significhi nel concreto e di come cambierà il loro modo di consumare energia e di conseguenza di come cambierà la loro vita, migliorando non solo la propria, ma anche quella della collettività e del pianeta. Ma perché tutto questo si sappia, è necessario fare informazione e formazione, con incontri soprattutto verso coloro che per motivi di età, economici o sociali sono più ai margini della società.

Attraverso gli incontri, che si sono svolti in presenza, ma, laddove richiesto, anche da remoto, “Energia IN Sinergia” si è posta i seguenti obiettivi:

- **Sensibilizzare i consumatori sugli obiettivi di sviluppo sostenibile** e far comprendere il legame tra la transizione energetica e la sostenibilità
- **Accrescere il livello di conoscenza e consapevolezza dei consumatori verso la sostenibilità integrale**, promuovendo tra loro **comportamenti responsabili e l'uso efficiente delle risorse energetiche** in casa, supportandoli nella comprensione e nella lettura pratica delle informazioni rese disponibili dalle aziende energetiche
- **Favorire una maggiore comprensione dei benefici delle diverse forme di autoconsumo diffuso** (energy communities, sistemi di isolamento ed efficienza energetica degli edifici, sistemi solari individuali, ecc.), promuovendo un coinvolgimento proattivo del target e trasformando il consumatore informato in un opinion leader all'interno della propria famiglia o circolo di conoscenze per una sensibilizzazione a “cascata”.

Gli incontri si sono tenuti nelle seguenti città:

- Palermo - Martedì 19 novembre 2024
- Taranto - Giovedì 5 dicembre 2024
- Livorno - Martedì 4 febbraio 2025
- Lecce - Giovedì 13 febbraio 2025
- Crotone - Lunedì 31 marzo 2025.

energia in  **sinergia**

Per chi suona la campana?

(segue da pag. 1)



Hollywood sulla mafia, non è da meno della precipitosa e inopportuna fuga dall'Afghanistan decisa da Joe Biden. Europa, Canada, Messico sono i primi paesi, gli alleati fedeli da ottanta anni degli USA, ad essere investiti dal fuoco smargiasso di dichiarazioni che fanno tremare le borse mondiali, che mettono a soqquadro ampi settori dell'economia e della finanza del pianeta. Un assalto a testa bassa, con lo stigma populista del 21° secolo, a sistemi e valori consolidati, che si credevano ormai acquisiti quanto meno per le democrazie liberali occidentali. Un terremoto improvviso quanto imprevisto che fa tremare le fondamenta di un intero sistema politico economico, coglie tutti di sorpresa non solo per la rudezza dei modi, quanto per la spregiudicatezza delle opinioni o delle decisioni. Mondo nuovo? Non si direbbe affatto, tutto questo sa di passato, di stantio, di già visto nella storia almeno degli ultimi tre secoli. Una restaurazione in salsa da cow boy e cappellone degna dello stile di John Wayne. L'assalto all'organizzazione dello stato federale USA brandita da Elon Musk su ordine del Presidente, in grado di mandare letteralmente fuori strada il sistema burocratico statunitense, incarna il dogma dell'uomo forte, il solo al comando. Gli attacchi diretti dei fedelissimi di Trump ai leader politici europei, primi tra tutti Keir Starmer, Emmanuel Macron, l'esplicito avallo al partito di ispirazione nazista xenofobo ADF in Germania in occasione delle elezioni politiche, sono posizioni altamente destabilizzanti. L'apertura di credito al presidente russo Vladimir Putin, senza alcuna discrezione, con toni velatamente elogiativi appare in filigrana come il richiamo ad una versione dell'autocrazia del seicento, venata di modelli medioevali, con i pochi grandi

magnati miliardari americani alla corte di Trump al posto dei signori feudali. Tutto già drammaticamente visto e scontato, compresa l'imminente fase di recessione economica mondiale, i traumi sociali conseguenti, il variare delle alleanze internazionali, i tentativi di resistere all'impatto con un neo colonialismo che rilancia in modo drammatico ed efferato la logica di potenza, il primato della forza rispetto al multilateralismo, al diritto internazionale, ai principi del rispetto umano, della coesione sociale, delle legittime aspirazioni degli stati e dei popoli più fragili.

La politica dei dazi, ampiamente fallimentare ogni volta che è stata adottata dall'800 ai giorni nostri, rischia solo di produrre una forte torsione sui mercati finanziari, arrestando gli investimenti, frenando l'innovazione, gelando i consumi.

Ci attendono tempi molto difficili soprattutto sul versante dei valori, delle libertà che speravamo consolidate civili, sociali, individuali, almeno in una parte del mondo, esportabili a vantaggio di troppi popoli costretti a subire i regimi autarchici che costellano il pianeta.

La situazione italiana, tralasciando le beghe infantili di una politica così immiserita da non cogliere la gravità reale dei problemi, presenta numerose incognite sul piano economico, nei suoi risvolti sociali, per il depauperamento dei servizi fondamentali vedi la sanità e l'educazione, la contrazione degli ordinativi industriali, la flessione della bilancia commerciale, le macro questioni irrisolte, prima tra tutte quella delle politiche energetiche.

I consumatori, le famiglie, i pensionati e le categorie più fragili sono esposti alle oscillazioni del mercato, senza tutele. I timori di una guerra dei dazi a livello

planetario può innescare l'ennesima perniciosa spirale inflattiva dopo gli anni del Covid, a danno dei ceti medi produttivi, dei giovani, minando ogni speranza di ripresa e sviluppo.

Siamo chiamati a difendere i valori cardine delle nostre società, i principi inderogabili del rispetto umano, dell'etica, della diversità, del dialogo, dell'inclusione, proprio quando il vento gelido del populismo vorrebbe scompagnarli riducendoli all'irrilevanza.

Ci eravamo forse illusi che certe conquiste fossero ormai patrimonio intangibile, così non è.

Per chi suona questa campana? Suona per tutti noi!

La Cisl ha eletto una nuova segretaria generale Daniela Fumarola, affidandole la guida della confederazione in un impervio crocevia della politica industriale, dell'occupazione, dei redditi. Impegnata su molteplici questioni, prima tra tutte quella della partecipazione, in continuità con Luigi Sbarra, cui va il nostro affettuoso ringraziamento per l'impegno profuso. Pieno sostegno dell'Adiconsum alla Segretaria Generale per una fattiva e sinergica collaborazione con la Cisl.

L'augurio e la convinzione è che incarnando i valori più autentici e la tradizione del nostro sindacato ne rafforzi il protagonismo e la presenza in ogni ganglio vitale del Paese. □

Ubaldo Pacella

IL CONSUMO RESPONSABILE - Periodico bimestrale di informazione consumeristica. Anno IV - numero 1 - Bimestrale 2025. Direttore editoriale: Carlo De Masi - 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.



INQUADRA
E VAI ALLA PAGINA
DELL'EVENTO



SÌAMO



IL DOMANI

presso



GRAND TOUR ITALIA

5.000 PASSI TRA LE 20 REGIONI D'ITALIA

29 - 30 - 31 MAGGIO

2025

ORGANIZZATO DA

ADICONSUM
Associazione Difesa Consumatori APS
dal 1987

insinergia

CON IL FINANZIAMENTO DI



Dipartimento per le politiche sociali,
del terzo settore e migratorie

*Progetto finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Anno 2023 – Avviso 2/2023, a valere sul Fondo per il finanziamento di iniziative e progetti di rilevanza nazionale ai sensi dell'art. 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n. 117 e s.m.i.

IN PARTNERSHIP



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**

NEXT
NUOVA ECONOMIA DEL TERRITORIO

**ADICONSUM
LOMBARDIA**
Associazione Difesa Consumatori APS
dal 1987

**ADICONSUM
MARCHE**
Associazione Difesa Consumatori APS
dal 1987

**ADICONSUM
VENETO**
Associazione Difesa Consumatori APS
dal 1987

ANTEAS LAZIO ODV

ANTEAS Lombardia

**MOVIMENTO
CONSUMATORI**
Sezione di Ravenna

Tutelattiva