

# Bilancio sociale 2024



**SIAMO  
IL  
DOMANI**

Oltre 40.000 consumatori ci  
hanno già scelto nel 2024.  
Diventa il prossimo!

**CAMPAGNA DI TESSERAMENTO 2025**  
ISCRIVITI PRESSO LE NOSTRE SEDI

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





**Bilancio Sociale relativo all'esercizio 2024,  
predisposto ai sensi dell'art. 14  
del decreto legislativo n. 117/2017**





## **Lettera del presidente Nazionale Adiconsum Carlo De Masi**

*Care Amiche, Cari Amici, Gentili Stakeholder,*

*Come ormai è consuetudine da qualche anno, Vi presentiamo il Bilancio Sociale 2024: un nuovo resoconto del lavoro quotidiano svolto da Adiconsum sui tanti fronti della tutela consumerista a 360 gradi, oggi sempre più incentrata sull'empowerment e sulla sostenibilità.*

*Anche quest'anno lo abbiamo redatto con le nostre sole forze, contando esclusivamente sul valore e la competenza delle nostre persone. Non ci sono consulenti esterni o agenzie di comunicazione: solo il nostro desiderio sincero di rendere trasparente il nostro operato e di condividere con voi il percorso intrapreso, fatto di sfide, proposte e risultati concreti. Un diario semplice, dunque, ispirato all'immediatezza e alla narrazione di semplici fatti: 366 giorni di posizioni, negoziazioni, iniziative e progetti, accordi, conciliazioni, consulenze, rilevazioni, studi e sondaggi, parole scritte e dette per informare, difendere, prevenire, e anche biasimare, qualche volta.*

*Viviamo da anni ormai in un contesto socio-economico complesso: l'inflazione, sebbene finalmente rallentata, continua a pesare sul bilancio delle famiglie; i segnali di ripresa sono deboli e l'incertezza geopolitica persistente contribuisce a frenare i consumi. In questo quadro critico, emergono però elementi di speranza: la spinta verso la transizione ecologica e digitale apre spazi nuovi per l'innovazione, la responsabilità, la collaborazione e la partecipazione. È in questa direzione che continuiamo a investire le nostre energie, insieme ad altri importanti soggetti della società civile, del mondo istituzionale e delle imprese. Perché lavorare insieme agli stakeholder è nelle nostre corde, è in linea con la matrice sociale del nostro sentire consumerista.*

*La nostra azione si svolge a tutto campo: portiamo la voce dei consumatori nelle istituzioni italiane ed europee; dialoghiamo con le imprese per promuovere comportamenti sostenibili e trasparenti; offriamo supporto alle persone che si trovano in difficoltà; studiamo e approfondiamo normative e scenari; informiamo, denunciando, proponiamo, rappresentiamo. Sempre con onestà, competenza e spirito di servizio, sempre attenti a raccogliere la voce dei cittadini.*



*Siamo consapevoli che il nostro impegno ha valore solo se risponde davvero ai bisogni e alle aspettative delle persone. Per questo vi chiediamo di valutare il nostro operato, ma anche di continuare a essere parte attiva del nostro lavoro: con segnalazioni, suggerimenti, testimonianze, critiche costruttive e incoraggiamenti. Ogni contributo che ci offrite è una risorsa preziosa per migliorare.*

*Un ringraziamento speciale va a tutte le persone che, a ogni livello dell'organizzazione, hanno reso possibile questo cammino: ai nostri territori, ai quadri, ai volontari, ai collaboratori a tutti i livelli, e soprattutto agli associati. La vostra permanenza al fianco di Adiconsum è per noi il riconoscimento più importante.*

*Buona lettura, e arrivederci al prossimo anno.*

**Carlo De Masi**



# Indice

- 🌐 **Introduzione**
- 🌐 **Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati**
- 🌐 **Chi è Adiconsum: la nascita, lo statuto, l'associazione oggi**
- 🌐 **Struttura organizzativa, organi statutari, democrazia interna, amministrazione**
- 🌐 **Il volto dell'Associazione: il personale, i collaboratori e i volontari**
- 🌐 **Il perseguimento della Mission e le attività condotte nel 2024**
- 🌐 **La situazione economica e finanziaria**
- 🌐 **Altre informazioni**
- 🌐 **Il monitoraggio dell'organo di controllo**



# Introduzione

Il presente documento segue le Linee Guida stabilite dalla legge per gli ETS (Enti del Terzo Settore), cercando il più possibile di aderire non solo formalmente agli obblighi ivi imposti, ma anche sostanzialmente agli obiettivi, che sono la trasparenza e la rendicontazione sull'uso delle risorse e il raggiungimento dei risultati.

I dati e le informazioni che abbiamo raccolto qui in forma sintetica non possono esaurire la descrizione delle iniziative, dei progetti e delle attività associative, naturalmente: tuttavia, molta informazione è disponibile sul sito Web ([www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it)) e sui canali Social, attraverso i quali ogni giorno condividiamo con il pubblico il nostro operato e sollecitiamo la partecipazione attiva alla vita di Adiconsum.

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

Il Bilancio Sociale offre alle informazioni una giusta dimensione di oggettività, verificabilità, sistematicità e comparabilità, che è comunque sempre migliorabile con il contributo di critica e proposta dei lettori. Non possiamo che scusarci per ogni eventuale mancanza e fare buoni propositi per colmarla nelle prossime edizioni.



# Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati

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

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



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

i target collocabili nel periodo temporale di riferimento, per tutte le attività ed i progetti pluriennali.



# Chi è Adiconsum: nascita, statuto, l'associazione oggi

## Costituzione e Denominazione

ADICONSUM - ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI APS - già costituita nel 1987 come Adiconsum - Associazione difesa consumatori ed ambiente, 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. Con riferimento alla procedura di migrazione dell'Associazione di Promozione Sociale (APS) nel Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), si segnala che questa è in attesa di ricevere il provvedimento di avvenuta iscrizione nel Registro.

Codice fiscale: 96107650580

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

Altre sedi: Adiconsum ha una sede in ogni Regione/Provincia Autonoma e 160 tra sedi territoriali e sportelli (tutti gli indirizzi e riferimenti al seguente link: <https://www.adiconsum.it/sedi/>)

Aree territoriali di operatività: intero territorio nazionale

## Valori e finalità sociali

Lo Statuto vigente è stato approvato il 1° giugno 2022: ha subito, negli anni, gli opportuni adeguamenti in relazione alle mutate necessità ed alle evoluzioni normative.

L'Associazione persegue finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, non ha scopo di lucro, e ha come oggetto la promozione e la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti, anche come risparmiatori e con particolari situazioni di disagio economico.



L'Associazione s'ispira ai principi della sussidiarietà, della partecipazione democratica, della solidarietà e promozione sociale, dell'autonomia e responsabilità e opera in



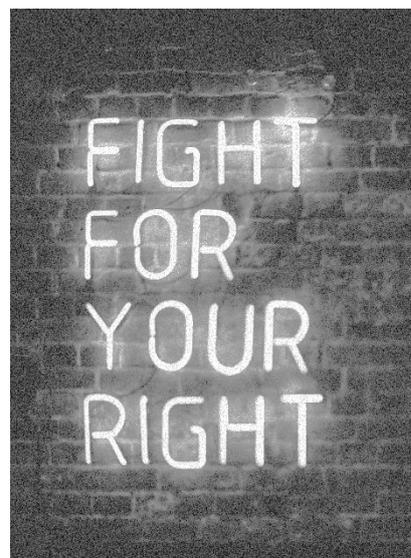
conformità ai principi contenuti nei trattati istitutivi dell'Unione Europea, nel trattato sul funzionamento dell'Unione Europea e nella normativa comunitaria derivata.

L'Associazione si propone di implementare ogni possibile difesa e la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori-utenti quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- 🌐 il diritto alla salute pubblica e privata, il diritto alla sicurezza ed alla qualità dei prodotti e dei servizi, il diritto ad un'informazione adeguata e ad una pubblicità corretta;
- 🌐 il diritto alla correttezza, trasparenza ed equità dei rapporti contrattuali concernenti beni e servizi anche finanziari e bancari;
- 🌐 il diritto all'erogazione dei servizi pubblici secondo standard di qualità ed efficienza;
- 🌐 il diritto all'informazione ed alla formazione, all'educazione al consumo responsabile, critico e solidale, eco-compatibile e per un uso razionale dell'energia;
- 🌐 il diritto alla tutela del risparmio,
- 🌐 il diritto all'educazione all'uso del denaro per prevenire il fenomeno del sovra-indebitamento e dell'usura.

L'Associazione si propone inoltre i seguenti obiettivi:

- 🌐 promuovere una cultura associativa fra consumatori e utenti, col fine di aggregarli come interlocutori organizzati delle istituzioni, delle altre forze sociali, dei produttori ed erogatori di beni e servizi;
- 🌐 promuovere una cultura conciliativa per la risoluzione delle controversie;
- 🌐 promuovere la bilateralità e la pariteticità con soggetti pubblici e privati, in una logica di tutela del consumatore attraverso la sussidiarietà, la concertazione, la solidarietà e la mutualità;
- 🌐 promuovere il valore sociale dei servizi pubblici e privati, stimolarne un'equilibrata diffusione, verificarne il livello qualitativo.



## Attività Sociali

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

Adiconsum promuove l'informazione, la formazione e l'educazione al consumo dei beni e dei servizi, anche attraverso la pubblicazione di riviste, agenzie d'informazione, guide informative e altresì



attraverso ricerche, studi, test, sondaggi, osservatori, manifestazioni, convegni e corsi di formazione, in proprio o per conto o in collaborazione con soggetti pubblici e privati.



Adiconsum tutela gli interessi economici e giuridici individuali, diffusi e collettivi dei consumatori e utenti ricorrendo agli strumenti dell'azione collettiva, della costituzione di parte civile nel processo penale e della costituzione nel processo civile e amministrativo, della trattativa, nonché alle azioni e ai ricorsi in sede amministrativa e giurisdizionale, al fine di ottenere un uso corretto dei mezzi pubblicitari, di eliminare forme di pubblicità ingannevole, di garantire la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei beni di consumo e la tutela della salute e dell'ambiente, di evitare l'inserimento e di accertare l'inefficacia delle clausole vessatorie nei contratti dei consumatori, di eliminare ogni pratica contrattuale, commerciale ed economica scorretta ed abusiva, di far cessare gli abusi, le speculazioni e le frodi, di ottenere forme riparatorie idonee a

correggere ed eliminare gli effetti dannosi derivanti dagli atti e comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti.

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

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

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

Adiconsum promuove osservatori per rilevare la qualità, i prezzi e le tariffe dei beni di consumo e dei servizi; promuove gruppi d'acquisto collettivi; stipula accordi e convenzioni che consentano concreti risparmi o altre convenienze per gli associati; promuove azioni giudiziarie per reati che ledono gli interessi dei risparmiatori e dei consumatori, il buon andamento del mercato mobiliare e



finanziario; promuove iniziative d'informazione per la tutela degli utenti dei servizi finanziari, bancari o assicurativi.

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



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

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



# Patti associativi e partnership

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

Adiconsum è membro di:

Adiconsum è **membro** 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](http://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 varie e complesse 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 demandate dalla Legge o per Statuto, o sottoposto al suo esame dal Consiglio Nazionale. Le decisioni del Congresso Nazionale sono prese a maggioranza semplice (il 50% più uno dei votanti) ad eccezione di quelle per le quali si prevede la maggioranza qualificata.

## Il Consiglio Nazionale

Il Consiglio Nazionale, composto da un minimo di 60 e un massimo di 70, è l'organo deliberante dell'Associazione tra un Congresso e l'altro; è formato da componenti eletti democraticamente dal Congresso e dura in carica quattro (4) anni. Si riunisce almeno due volte l'anno su convocazione del Presidente Nazionale ed ha il compito di definire gli indirizzi dell'attività associativa. 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 predispone i regolamenti interni e le loro eventuali modifiche; predispone i bilanci consuntivi e preventivi da sottoporre all'approvazione del Consiglio Nazionale e delibera le variazioni di bilancio e la destinazione di nuove entrate; nomina i dirigenti ed i responsabili dell'Associazione.

## 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.



## L'Organo di controllo

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

## Il Collegio Nazionale dei Probiviri

Il Collegio Nazionale dei Probiviri è organo di garanzia statutaria e di giurisdizione interna. L'attività del Collegio Nazionale dei Probiviri è improntata ai principi di autonomia e indipendenza. A tal fine il Regolamento attuativo dello Statuto stabilisce le incompatibilità. Esso ha il compito



di decidere, previa adeguata istruttoria per l'accertamento dei fatti e relative contestazioni, sui ricorsi contro presunte violazioni dello Statuto e del Regolamento, sulle vertenze elettorali, oltreché di dirimere le controversie, i conflitti tra i soci e gli organismi ai vari livelli. Il Collegio Nazionale dei Probiviri è composto da cinque componenti più due supplenti eletti dal Congresso Nazionale con procedura definita nel Regolamento d'applicazione dello Statuto. Il Congresso Nazionale elegge il Presidente del Collegio scegliendolo tra i componenti e tenuto conto dei requisiti e/o titoli di specifica competenza professionale. I Probiviri non possono far parte di organi dell'Associazione e di quelli delle Associazioni Adiconsum territoriali o regionali/interregionali dell'associazione, né ricevere incarichi professionali a qualsiasi livello.

## Articolazioni

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



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

dall'Associazione, a cui aderiscono. Le Associazioni Adiconsum territoriali regionali/interregionali possono disporre di sedi periferiche (zonali o comunali) quando ciò sia richiesto da esigenze di funzionalità.

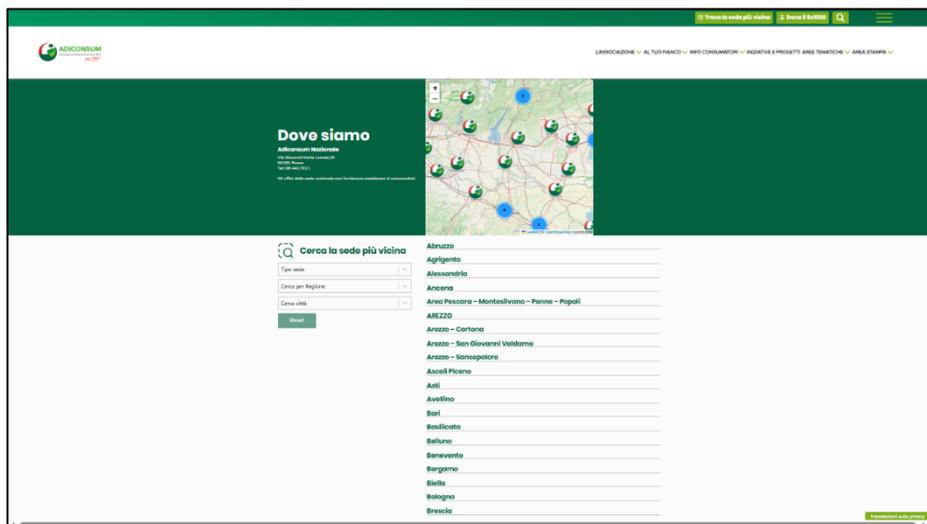
Sono organi delle Associazioni Adiconsum territoriali: il Congresso territoriale, il Consiglio territoriale, la Presidenza territoriale e l'Organo di controllo. Al Congresso Territoriale partecipano i soci Adiconsum che eleggono i propri organi ed i delegati al Congresso regionale/interregionale.

Sono Organi della Associazione Adiconsum regionale/interregionale: il Congresso regionale/interregionale, il Consiglio regionale/interregionale, la



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

Tutte le sedi Adiconsum con indirizzi e dettagli di contatto su: <https://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:

- dei contributi degli Enti locali, della Regione, dello Stato, delle organizzazioni europee e internazionali;
- 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;
- dei proventi ricavati da sottoscrizioni, contributi ordinari e straordinari, pubblici o privati, o da lasciti, donazioni, eredità, legati o atti di liberalità;
- 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;
- proventi da attività diverse di cui all'art 6 del Codice del Terzo Settore.



## Associati

I soci dell'Associazione sono di due categorie: Soci Ordinari persone fisiche, Soci aderenti collettivi. La qualità di Socio Ordinario persona fisica è attribuita a tutti coloro senza distinzione di età, di nazionalità, di sesso, di razza, di lingua, di religione, di opinioni politiche, di condizioni personali e sociali, che ne facciano richiesta, aderendo all'Associazione direttamente o attraverso l'iscrizione alle Associazioni Adiconsum aderenti, territoriali o regionali/interregionali, condividendone i principi e le finalità e impegnandosi a versare la quota associativa.



Accettandone le finalità e gli scopi, il socio si impegna a partecipare alle attività sociali e a osservare lo Statuto, il Regolamento di attuazione dello Statuto Nazionale e le delibere degli Organi Sociali. Possono aderire all'Associazione, quali Soci collettivi nei termini previsti e con le modalità previste dalla legge e dal Regolamento di attuazione dello Statuto Nazionale, tutte le associazioni dotate, o meno, di personalità giuridica, che abbiano finalità non contrastanti con quelle dell'Associazione, che abbiano sede legale in Italia e in Europa e non abbiano scopo di lucro, che condividano i principi e le finalità e si impegnano a rispettare il presente Statuto e a versare la quota associativa.

L'Associazione sviluppa e incoraggia la partecipazione democratica degli associati, anche attraverso momenti di studio, informazione, confronto, dibattito, sia all'interno sia all'esterno dell'associazione; individua forme di coinvolgimento degli associati nell'elaborazione e nell'attuazione dei progetti e delle iniziative volte alla tutela collettiva dei consumatori e utenti.

**Il numero di associati nel corso del 2024 è stato di 40.615, con un incremento pari a +8,2% rispetto all'anno precedente.**



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

Come previsto dallo Statuto Adiconsum, l'Associazione può avvalersi di prestazioni di lavoro dipendente od autonomo, ricorrendo anche a propri associati, nei limiti previsti dall'articolo 36 del Codice del Terzo Settore.

Nell'esercizio 2022, 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) m. 14 lavoratori dipendenti:

- 1 operatore 4° livello
- 2 operatori 3° livello
- 3 operatori 2° livello)
- 7 operatori 1° livello
- 1 quadro

b) Collaboratori coordinati e continuativi: hanno operato 8 collaboratori coordinati e continuativi, nel pieno rispetto delle norme applicabili.

c) Consulenti professionali: hanno operato 2 consulenti esterni (lavoratori autonomi), con specifiche competenze professionali.

Ai lavoratori dipendenti si applicato è il CCNL del Terziario - Confcommercio per i dipendenti da aziende del terziario distribuzione e servizi. A tal proposito, lo Statuto prevede che "I lavoratori dell'Associazione hanno diritto ad un trattamento economico e normativo non inferiore a quello previsto dai contratti collettivi di cui all'articolo 51 del decreto legislativo 15 giugno 2015, n. 81. In ogni caso, nell'Associazione, la differenza retributiva tra lavoratori dipendenti non può essere superiore al rapporto uno a otto, da calcolarsi sulla base della retribuzione annua lorda. L'Associazione dà conto del rispetto di tale parametro nel proprio bilancio sociale o, in mancanza, nella relazione di cui all'articolo 12.3 punto d) dello Statuto." La differenza retributiva summenzionata è stata, nel 2024, pari al rapporto di 1:2,13.

L'Adiconsum Nazionale si avvale di n. 60 Volontari, regolarmente iscritti al registro Volontari, di cui all'art. 17 comma 1 D.Lgs 117/2017, che svolgono la loro attività senza percepire alcuna indennità.

Come previsto dallo Statuto Adiconsum, i volontari sono persone che per loro libera scelta svolgono, per il tramite dell'Associazione, attività in favore della comunità e del bene comune, mettendo a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità. La loro attività deve essere svolta in modo



personale, spontaneo e gratuito, senza fini di lucro, neanche indiretti, ed esclusivamente per fini di solidarietà.

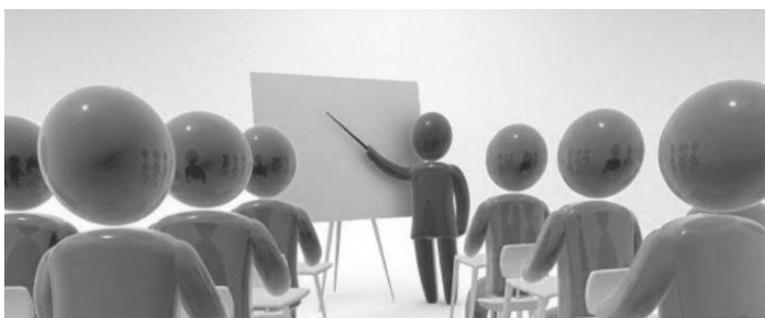
L'attività dei volontari non può essere retribuita in alcun modo, neppure dai beneficiari. Ai volontari possono essere rimborsate dall'Associazione soltanto le spese effettivamente sostenute e documentate per l'attività prestata, entro limiti fissati dal comma 4 art.17 CTS e alle condizioni preventivamente stabilite dal Consiglio Nazionale: sono in ogni caso vietati rimborsi spese di tipo forfetario.

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
- sostenibilità e governance

Sono state varie le occasioni formative, in presenza e di forma di FAD (e-learning, webinar ecc.) che l'associazione ha potuto cogliere nel 2024 ed offrire sia ai suoi lavoratori che ai responsabili territoriali, nell'ambito di progetti ed iniziative cui ha partecipato a livello nazionale e internazionale (inclusi il BEUC e il Network ECC-Net dei Centri Europei Consumatori).



# Il perseguimento della Mission e le attività condotte nel 2024

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 Ministero delle Imprese e del Made in Italy, ad audizioni parlamentari, consultazioni, tavoli e gruppi di lavoro, comitati ecc., presso ministeri ed Authority. Quando richiesto, Adiconsum invia pareri e posizioni scritte. Adiconsum partecipa inoltre alle consultazioni europee promosse dalla CE;
- verso i consumatori: attraverso attività informative e di comunicazione mediatica, attività formative, progetti e campagne nelle scuole, iniziative rivolte a gruppi target specifici (consumatori vulnerabili, anziani, popolazione delle aree del Mezzogiorno, persone affette da digital divide, ecc).
- verso le imprese e loro associazioni, con attività di negoziazione per protocolli d'intesa finalizzati a: 1) migliorare la trasparenza e correttezza verso i consumatori; 2) dare piena attuazione ai loro diritti, come sanciti nella normativa nazionale e comunitaria; 3) promuovere la risoluzione conciliativa delle controversie; 4) condurre attività di monitoraggio delle criticità; 5) promuovere azioni congiunte di sensibilizzazione ed informazione del pubblico dei consumatori, progetti e campagne.
- verso le altre associazioni dei consumatori, le ONG e la società civile nel suo complesso: rafforzando ed allargando la partecipazione ad iniziative congiunte e progetti in partenariato, realizzando occasioni 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 prima assistenza individuale e libero accesso a tutte le pubblicazioni prodotte, consulenza gratuita sul sovraindebitamento e servizio di accesso al Fondo di Prevenzione Usura. Vanno anche



menzionati i servizi di assistenza offerti nell'ambito di specifici progetti o iniziative, inclusi gli stand in fiera e in piazza, che sono sempre gratuiti e aperti a tutti.

- Verso i mass media e i giornalisti, cui rivolge un flusso di comunicazione costante e accurato e cui offre disponibilità per fornire dati e informazioni sulle varie questioni di consumo
- Verso le università e gli enti di ricerca, con cui collabora nella conduzione di indagini e nella definizione di proposte politiche per la soluzione di problemi
- Verso le organizzazioni ombrello e le alleanze di cui è membro, alle quali contribuisce attivamente

## **Il 2024: ancora un anno difficile per la tutela dei consumatori, fra guerre e tensioni internazionali, inflazione persistente e rapida evoluzione digitale del mercato**

Adiconsum ha lavorato incessantemente per presenziare tutti i tavoli di lavoro, dialogare in modo attivo e propositivo con le istituzioni, cercare spazi di collaborazione con le imprese, sostenere i cittadini in un percorso di autodifesa fatto di consapevolezza, accorgimenti e accurata programmazione. La mole di impegno necessaria a far fronte alla maggior domanda di assistenza individuale non ha intaccato infatti l'impegno dell'Associazione sul fronte della tutela collettiva, che anzi ha necessitato di una voce forte e puntuale in difesa dei cittadini e consumatori più colpiti o penalizzati.

Adiconsum ha, concretamente:

- raccolto e convogliato, alle istituzioni nazionali e comunitarie, segnalazioni sulle problematiche emergenti e le violazioni ai diritti dei consumatori, evidenziando lacune normative e proponendo correzioni alle disposizioni vigenti;
- svolto attività di monitoraggio e analisi statistica dei settori più critici, dei disagi subiti, dei costi sostenuti dalle famiglie e delle speculazioni;
- svolto un monitoraggio comparativo con gli altri paesi europei, in relazione alle differenze normative ed alle forme di sostegno poste in essere per limitare il disagio sociale, mediante attività di collaborazione e scambio informativo con il BEUC e la rete ECC-Net dei Centri Europei Consumatori;
- ascoltato e seguito da vicino le difficoltà delle persone più fragili, come gli anziani e le persone con disabilità;
- 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;
- diffuso informazione ed offerto chiarimenti riguardo alle misure introdotte dal Governo e dalle Authority, i bonus ecc.;
- pubblicato centinaia di articoli, comunicati stampa, news e post sui Social media; ha realizzato video-tutorial e webinar con esperti e rappresentanti di istituzioni, imprese, ONG;



- assistito i consumatori sui singoli casi con il sistema di live chat, enormemente potenziato per rispondere alla forte domanda.

## Le attività di tutela collettiva e promozione dei diritti dei consumatori, il dialogo con le istituzioni, le posizioni politiche assunte dall'Associazione sui grandi temi di attualità del consumo

Sul piano delle attività politiche, delle prese di posizione e del lavoro di advocacy in favore dei consumatori, buona parte delle attività è ricostruibile attraverso la serie dei comunicati stampa 2024, che qui riportiamo:

- 🌐 5 febbraio 2024 – Energia: Adiconsum dice NO al libero mercato in assenza di tutela, al silenzio-assenso al rinnovo dei contratti, alle penali per recesso anticipato
- 🌐 12 febbraio 2024 – Energia: Adiconsum monitora passaggio a mercato libero per impedire la penalizzazione dei consumatori
- 🌐 13 febbraio 2024 – Ucraina: Adiconsum partner della Campagna UE per i rifugiati ucraini
- 🌐 19 febbraio 2024 – Auto elettriche: l'incentivo di Arera per la ricarica domestica è marginale
- 🌐 28 febbraio 2024 – Caro bollette: le richieste di Adiconsum ad Arera ed Aziende energetiche
- 🌐 1° marzo 2024 – Trenitalia: La marcia indietro di Trenitalia sulle nuove regole per il trasporto dei bagagli è un atto doveroso
- 🌐 19 marzo 2024 – Digitalizzazione: Adiconsum alla Camera dei Deputati sull'alfabetizzazione digitale
- 🌐 20 marzo 2024 – Adiconsum ai consumatori: tempistiche incerte per il rientro nel mercato tutelato dell'energia
- 🌐 21 marzo 2024 – Prima udienza causa Fiavet c/ Ryanair
- 🌐 28 marzo 2024 – Superbonus casa: inopportuno lo stop a sconto in fattura/cessione del credito
- 🌐 5 aprile 2024 – Antitrust avvia procedimento cautelare c/ Ryanair per ostacolo vendita biglietti agenzie di viaggio
- 🌐 aprile 2024 – Adiconsum lancia l'allarme per impianti elettrici non sicuri a causa di incendi
- 🌐 12 aprile 2024 – Case Green: Adiconsum al Governo: coinvolgere le Associazioni Consumatori nella fase di recepimento
- 🌐 17 aprile 2024 – Sostenibilità: Appello alla Commissione UE per piatti e pasti pronti più sani e sostenibili
- 🌐 9 maggio 2024 – Energia: Audizione alla X Commissione Camera dei Deputati. Le proposte di Adiconsum
- 🌐 10 maggio 2024 – Digitalizzazione: Indagine Adiconsum evidenzia criticità
- 🌐 13 maggio 2024 – Sostenibilità: Adiconsum pubblica il Report del Sondaggio "Sei più Green di quello che pensi?"
- 🌐 20 maggio 2024 – Energia: Enel disattende tutte le richieste delle Associazioni Consumatori
- 🌐 23 maggio 2024 – Citroen: Adiconsum chiede all'Azienda l'apertura di un Tavolo
- 🌐 23 maggio 2024 – Digitale terrestre /Sky Q: Istruzioni per l'uso di Adiconsum
- 🌐 29 maggio 2024 – Incontro Enilive-Associazioni Consumatori del CNCU. Il commento di Adiconsum
- 🌐 5 giugno 2024 – Incentivi auto: Adiconsum al Governo: troppi consumatori rimasti senza sconto



- 🌐 giugno 2024 – Incentivi auto: Adiconsum al Governo: renderli strutturali. No ai Click 5Day
- 🌐 12 giugno 2024 – Siglato Accordo quadro Intesa Sanpaolo -Associazioni Consumatori del CNCU
- 🌐 13 giugno 2024 – Sport e contraffazione: Adiconsum supporta la Campagna EUIPO “Play Fair”
- 🌐 17 giugno 2024 – Sostenibilità: Adiconsum: 13 proposte e un Manifesto per superare gli ostacoli dei consumatori emersi dal sondaggio del progetto europeo “Green Circle”
- 🌐 22 giugno 2024 – Direttiva EPBD: Adiconsum al Convegno di Rete Irene sulla riqualificazione edilizia
- 🌐 4 luglio 2024 – Sostenibilità: al via il progetto “In Sinergia”
- 🌐 2 agosto 2024 – Case green: il Position Paper di Adiconsum
- 🌐 12 settembre 2024 – Pratiche commerciali sleali: i consumatori europei denunciano le tattiche di spesa manipolative dei videogiochi
- 🌐 20 settembre 2024 – Direttiva Case green: Presentato a Remtech Expo il Position Paper di Adiconsum
- 🌐 10 ottobre 2024 – Adiconsum “fan partner” della Fiera “Maker Faire Rome”
- 🌐 15 ottobre 2024 – Adiconsum al “Maker Faire Rome”: 25 ottobre 2024 Talk “Che vantaggi avrai se il digital building farai?”
- 🌐 16 ottobre 2024 – Talk Adiconsum a “Maker Faire Rome”: “Che vantaggi avrai se il digital building farai?”
- 🌐 24 ottobre 2024 – Adiconsum al “Maker Faire Rome” – 25-27 ottobre 2024
- 🌐 25 ottobre 2024 – Adiconsum presenta al “Maker Faire Rome” il suo Position Paper sulla Direttiva “Case green”
- 🌐 30 ottobre 2024 – “La Casa SI Cura” va al Convegno nazionale il 21 novembre a Roma
- 🌐 4 novembre 2024 – DDL Concorrenza: Adiconsum contraria ad emendamento su passaggio “vulnerabili” al Servizio a Tutele Graduali
- 🌐 4 novembre 2024 – Credito al consumo: 6 novembre 2024 – Webinar Adiconsum
- 🌐 7 novembre 2024 – Mobilità sostenibile: Al via “Smuoviamoci” la Campagna di 10 Associazioni Consumatori
- 🌐 12 novembre 2024 – Energia: Al via “Energia IN Sinergia”, la nuova iniziativa di Adiconsum
- 🌐 26 novembre 2024 – “In Sinergia” al Job Orienta di Veronafierra incontra i giovani sulla sostenibilità
- 🌐 27 novembre 2024 - Presentato il documento “Un patrimonio da salvare”. Filiera dell’edilizia e consumatori uniti per il rinnovamento energetico
- 🌐 3 dicembre 2024 - “Energia... IN Sinergia” fa tappa a Taranto
- 🌐 17 dicembre 2024 - Call center/telemarketing: Le proposte di Adiconsum alle audizioni di Camera e Agcom
- 🌐 27 dicembre 2024 - Manifesto “Uniti per l’idroelettrico italiano”



## Audizioni Parlamentari

- 26 novembre 2024. IX Commissione (Trasporti, poste e telecomunicazioni), On. Salvatore Deidda, e del Presidente della X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo), on. Alberto Luigi Gusmeroli, della Camera dei Deputati, che gli Uffici di presidenza, integrati dai rappresentanti dei gruppi, delle Commissioni IX e X. Legge in materia di organizzazione e funzionamento dei *call center* e di protezione dei consumatori (C. 579, C. 1316, C. 2040, C. 2045, C. 2062).
- 11 ottobre 2024. Commissioni VIII (Ambiente, territorio e lavori pubblici) e X (Attività produttive, commercio e turismo), della Camera dei Deputati. Legge annuale per il mercato e la concorrenza (C. 2022 Governo)
- 2 luglio 2024. Audizioni Gruppo di lavoro "Politiche industriali per l'Intelligenza Artificiale" – CNEL.
- 9 maggio 2024. X Commissione Attività Produttive, commercio e turismo- Camera dei Deputati. Passaggio dal mercato tutelato al mercato libero dell'energia elettrica.
- 17 aprile 2024. X Commissione Attività Produttive, commercio e turismo e VIII Comm. Ambient, territorio e lavori pubblici. Inviato contributo Adiconsum e Osservazioni su Piano nazionale integrativo per l'energia e il clima PNIEC
- 16 aprile 2024. Intervento del Presidente presso Camera dei Conti Europea. Modernizzazione delle reti elettriche dell'EU in vista della transizione energetica – Visita informativa sulla situazione in Italia
- 13 marzo 2024. Audizione X Commissione Attività Produttive, commercio e turismo- Camera dei deputati. Decreto bollette c. 2281
- 12 marzo 2024. Audizione informale IX Commissione (Trasporti, poste e telecomunicazioni), On. Salvatore Deidda. Alienazione di una quota della partecipazione detenuta dal Ministero e delle finanze nel capitale di Poste italiane Spa (atto del Governo n. 136). Atto Governo n. 136



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

Nel 2024 Adiconsum ha assistito complessivamente 46.188 consumatori individuali, attraverso i vari canali nazionali e i servizi territoriali: la live chat, la mail e il numero telefonico di prima assistenza, il servizio del Centro Europeo Consumatori, il servizio di conciliazioni, gli sportelli sul territorio.

Assistenza tramite sportelli fisici o on line	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sessioni di chat live dello sportello online 6497</li><li>• Contatti tramite e-mail prima assistenza (nazionale) 6015</li><li>• Contatti di assistenza controversie transfrontaliere (CEC) 3034 evase dall'ufficio di Roma</li><li>• Contatti Fondo di Prevenzione Usura e Sovraindebitamento 2161</li><li>• Richieste informazioni tramite programma gestione pratiche 983</li><li>• Contatti tramite numero telefonico prima assistenza (nazionale) 6494</li><li>• Reclami tramite programma gestione pratiche 16005</li><li>• Conciliazioni 3228</li><li>• ODR 1771</li></ul>	Totale di n. 46.188 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](http://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 2024 sono stati diffusi n. 50 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](http://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 2024 sono state diffuse n. 205 notizie.

L'attività di comunicazione ha riguardato n. 70 tra eventi che hanno visto la partecipazione di dirigenti ed esperti Adiconsum e n. 683 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 stato ristrutturato e rinnovato nel 2024, adattato ai nuovi standard qualitativi del mercato e ai dispositivi mobili. È gestito tramite tecnologie di ultima generazione, e costantemente aggiornato nei contenuti. Il numero di visualizzazioni del sito web nel 2024 ha raggiunto n. 3.908.805.

## I Social network

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

Adiconsum è presente sui seguenti social network:

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

## Pubblicazioni

Sono a cura dell'Ufficio Stampa/Comunicazione di Adiconsum nazionale, la newsletter settimanale "Adiconsum informa" (n. 67 uscite nel 2024), il bimestrale "Il consumatore responsabile" (n. 5 uscite nel 2024), nonché la realizzazione di inviti, brochure, locandine e guide informative (n. 120 nel 2024).

## Rapporti

### Con la Stampa

Sono proseguiti in maniera proficua, anche nel 2024, i rapporti con la stampa:

- le agenzie di stampa
- le redazioni di Tg e Gr
- i quotidiani
- le riviste
- le radio e le trasmissioni radiofoniche
- le televisioni e le trasmissioni televisive.
- Con Istituzioni, Enti, Associazioni di categoria, aziende
- L'Ufficio stampa intrattiene anche rapporti con:



- gli uffici stampa degli organi istituzionali, in particolare con le Authority (Antitrust, Autorità di regolazione per energia reti e ambiente, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Isvap, Garante della privacy, ecc.)
- gli uffici stampa delle principali aziende di servizio di energia, di telefonia, ecc.
- gli uffici stampa delle associazioni di categoria.

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).

#### 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 160 sedi territoriali dell'Associazione sparsi su tutto il territorio nazionale.

#### Con Ecc-Net Italia

L'Ufficio stampa/Comunicazione Adiconsum fornisce il proprio supporto anche alla realizzazione delle iniziative rivolte alla stampa organizzate dall'Ecc-Net Italia.

### **Attività di Alert**

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

### **Partecipazioni a fiere e giornate celebrative**

Nel corso del 2024 Adiconsum ha partecipato alle seguenti fiere e celebrato le seguenti giornate nazionali e mondiali:

- Fa' la cosa giusta – 22/24 marzo 2024
- EcoFuturo Festival - 10 maggio 2024
- Digital Day 2024 – 21 maggio 2024
- Remtech Expo – 20 settembre 2024
- GDPR Day – 24 ottobre 2024
- Maker Faire – 25/27 ottobre 2024
- 



# Il Centro Europeo Consumatori ECC-Net Italia

Adiconsum gestisce il centro, un servizio di natura istituzionale per l'assistenza gratuita al consumo transfrontaliero in ambito comunitario, dal 2006, in partnership con l'associazione CTCU, su designazione della CE e del MiMIT.



L'anno 2024 è stato segnato da un'intensificazione delle attività del Centro, in linea con gli obblighi normativi e con gli obiettivi condivisi all'interno della rete ECC-Net. In particolare, il 2024 ha visto un rafforzamento dell'azione del CEC Italia nell'ambito dell'informazione e del supporto ai consumatori, con un'attenzione specifica rivolta a tematiche centrali quali l'e-commerce, la sostenibilità e la protezione dei consumatori nel contesto digitale. Il Centro ha confermato il proprio ruolo di riferimento per i cittadini europei, contribuendo in modo significativo alla risoluzione delle controversie transfrontaliere, facilitando l'accesso alla giustizia e promuovendo una maggiore consapevolezza dei diritti riconosciuti nel mercato unico.

## Gestione dei reclami e assistenza ai consumatori

Nel corso dell'anno, il CEC Italia ha continuato a operare con impegno per offrire risposte tempestive, chiare e puntuali ai consumatori che si sono rivolti al Centro. L'attività si è concentrata, come di consueto, su problematiche legate agli acquisti transfrontalieri, ai diritti contrattuali e alla tutela del consumatore all'interno dell'Unione europea.

Nel 2024 sono state gestite complessivamente 8.392 richieste di assistenza. Di queste, 8.297 sono pervenute direttamente dai consumatori, mentre 95 sono state trasmesse da altri Centri della rete ECC-Net, nell'ambito della cooperazione reciproca prevista a livello europeo. Tutte le richieste sono state registrate e classificate attraverso il sistema IT-Tool, garantendo così un approccio coerente, trasparente ed efficiente nella gestione delle pratiche.

Particolarmente significativo è stato il numero dei reclami ricevuti da centri omologhi europei, che ha raggiunto quota 1.454, superando ampiamente l'indicatore previsto (pari a 1.000). Anche i reclami presentati da consumatori italiani nei confronti di operatori economici stranieri hanno superato le aspettative, attestandosi a 1.127 casi. Complessivamente, il volume di reclami gestiti è stato superiore del 23% rispetto al target fissato, senza che ciò abbia inciso negativamente sull'efficienza complessiva del servizio.

I risultati ottenuti confermano l'efficacia dell'attività svolta: il 58,9% dei reclami che hanno coinvolto consumatori italiani si è concluso con un esito positivo; il 98,8% delle richieste di

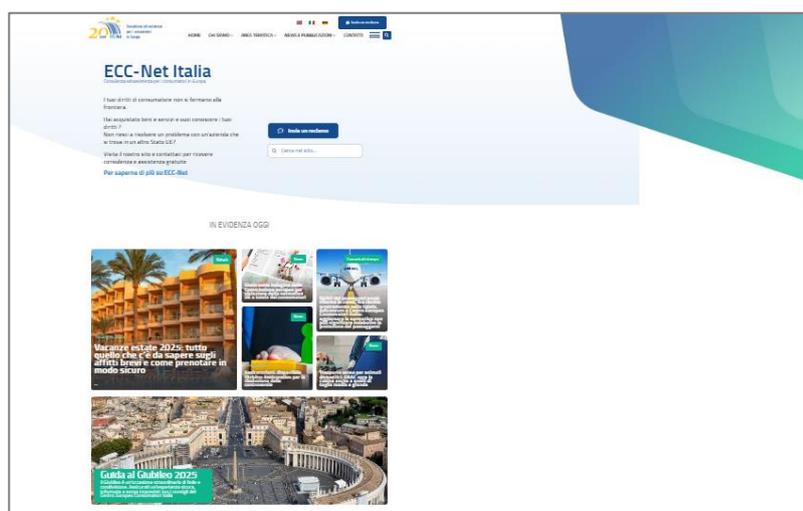


informazione ha ricevuto risposta entro 14 giorni lavorativi. Inoltre, i dati relativi alla soddisfazione degli utenti confermano la qualità del servizio offerto: il 71,2% dei consumatori che hanno compilato il questionario finale ha espresso un giudizio molto positivo, dichiarandosi "Estremamente soddisfatto" o "Molto soddisfatto".

Questi risultati evidenziano non solo l'efficienza operativa del CEC Italia, ma anche la sua capacità di offrire un servizio concreto, orientato al cittadino e al passo con le evoluzioni del mercato e dei bisogni dei consumatori europei.

## 2. Promozione e supporto nell'accesso alle procedure di risoluzione alternativa delle controversie

Oltre all'attività di assistenza diretta nelle negoziazioni con i professionisti, il CEC Italia ha fornito supporto anche nei casi in cui un intervento diretto non era praticabile o non avrebbe verosimilmente portato a una risoluzione amichevole della controversia. In tali circostanze, un elemento centrale dell'intervento del Centro è stato l'orientamento dei consumatori verso gli organismi più appropriati — come gli organismi ADR (Alternative Dispute Resolution), le autorità di enforcement nazionali (NEBs), o le autorità giudiziarie — per agevolare il prosieguo del contenzioso. Nel corso dell'anno, sono stati complessivamente 2.300 i casi indirizzati ad altri enti competenti. In 31 casi, invece, il CEC Italia ha potuto fornire un'assistenza più incisiva, rappresentando direttamente il consumatore nell'ambito di procedimenti di risoluzione delle controversie gestiti da altri organismi. Il numero limitato di interventi in rappresentanza diretta va ricondotto a diversi fattori. Innanzitutto, una quota significativa dei reclami ricevuti nel 2024 ha riguardato il settore dei trasporti, dove la normativa impone il ricorso preventivo a un organismo ADR come condizione necessaria per poter eventualmente adire le vie giudiziarie. Ciò ha comportato che molti consumatori si fossero già rivolti agli organismi ADR prima di contattare il CEC Italia, riducendo le possibilità di intervento diretto del Centro. Un'ulteriore criticità è emersa con l'introduzione



dell'obbligo di autenticazione digitale — ad esempio tramite SPID — per accedere ai procedimenti ADR online gestiti da autorità pubbliche. Questo requisito ha rappresentato una barriera significativa per molti consumatori e, di conseguenza, ha limitato anche il margine operativo del CEC nell'offrire assistenza diretta. Infine, va segnalato un aumento delle segnalazioni relative a

problematiche di consegna e diritto di recesso nell'e-commerce. Trattandosi spesso di settori privi di meccanismi ADR specifici e funzionanti, la gestione di tali controversie si è rivelata particolarmente complessa.



Nonostante tali limiti operativi, il CEC Italia ha mantenuto un dialogo costante e proficuo con le autorità di vigilanza e con gli organismi ADR, contribuendo da un lato a individuare violazioni transfrontaliere sistemiche della normativa a tutela dei consumatori, e dall'altro a promuovere l'evoluzione di strumenti alternativi di risoluzione delle controversie anche in ambito transfrontaliero.

Nel 2024, il Centro ha partecipato attivamente a tavoli tecnici e gruppi di lavoro con enti quali ENAC e ART, favorendo il riconoscimento del CEC Italia tra i soggetti qualificati a prestare assistenza nei procedimenti ADR. Rilevante anche il contributo fornito in qualità di esperto nell'ambito di confronti interministeriali su temi di grande rilievo, quali l'accessibilità del trasporto, la revisione della Direttiva ADR e il geoblocking, in occasione di consultazioni e scambi con le istituzioni competenti.

### 3. Comunicazione, informazione generale e promozione del Centro

Nel 2024, il CEC Italia ha implementato una strategia di comunicazione dinamica, volta a massimizzare la visibilità, rafforzare la consapevolezza sui diritti dei consumatori e aumentare l'engagement attraverso contenuti mirati. Le attività hanno incluso la produzione di 30 comunicati stampa in italiano, 81 articoli, 30 interviste e 12 edizioni della newsletter, come "Europa Consumi". La comunicazione digitale è stata un focus primario: il sito [ecc-netitalia.it](http://ecc-netitalia.it) ha registrato 86.863 visite, di cui 55.495 visitatori unici, secondo i dati registrati nel secondo semestre da Matomo. La scelta di Matomo, in alternativa a Google Analytics 4, è stata determinata dalla sua capacità di tracciare gli utenti anche in caso di rifiuto del consenso ai cookie, garantendo il massimo rispetto della privacy. Le strategie adottate per una maggiore visibilità sui social media hanno portato a un aumento dell'uso di video brevi, contenuti bilingue e storie interattive su Instagram. L'introduzione di "ConsumaTalk", un format di interviste di strada, ha generato livelli di engagement record. Il CEC Italia ha anche esteso la sua presenza social sulla piattaforma Threads.

Diverse campagne di sensibilizzazione sui diritti dei consumatori sono state attivamente sostenute, tra cui la campagna realizzata dalla Commissione europea a supporto dei profughi ucraini, la promozione dei diritti garantiti dall'UE ai cittadini/consumatori in vista delle elezioni europee e a quanti hanno preso parte come spettatori ai giochi olimpici Paris 2024. Il Centro ha, inoltre, sviluppato il podcast "Uè Consumatore" dedicato ai giovani consumatori, e utilizzato video lezioni e infografiche per discutere in maniera semplice di argomenti complessi. Altre iniziative includono webinar, supporto chat in tempo reale sul sito web e il lancio della "Guida al Giubileo 2025", una risorsa online che fornisce informazioni essenziali ai visitatori che partecipano all'evento del Giubileo 2025. Questa guida è una delle iniziative intraprese dal Centro per migliorare la qualità del servizio e l'accessibilità delle informazioni per i consumatori.

I risultati di queste attività di comunicazione sono stati tangibili: la pagina Facebook del CEC Italia ha visto un aumento del 33% nei click ai link e un aumento del 96% nella copertura organica, mentre le interazioni su Instagram sono cresciute del 100%.



## 4. Partecipazione attiva alle attività della rete

Nel 2024, il CEC Italia ha partecipato attivamente alle attività dell'ECC-Net, collaborando strettamente con i membri della rete e contribuendo a discussioni strategiche e iniziative di capacity-building. Il Centro ha partecipato a incontri chiave della rete, quali il Cooperation Day, le riunioni dei direttori ECC-Net e il workshop annuale sulla comunicazione. Inoltre, in occasione del Consumer Summit, l'evento annuale di alto livello dedicato alla politica dei consumatori, promosso dalla Direzione Generale per la Giustizia e i Consumatori della Commissione Europea, un membro dello staff del centro ha ricoperto il ruolo di "topic owner" e ha facilitato la discussione di gruppo sul consumo sostenibile.

Il CEC Italia ha promosso attivamente lo scambio di conoscenze, ospitando una visita di studio per il CEC Grecia e partecipando a visite di studio presso il CEC Praga e il CEC Austria. Un evento di particolare rilievo è stata l'accoglienza a Roma di delegazioni da ben otto Centri Europei Consumatori ( il 26 e 27 settembre, a dimostrazione della capacità del Centro di organizzare eventi con un significativo coinvolgimento istituzionale e a livello internazionale. In quest'occasione, è stato coinvolto il Forum permanente per la diffusione della cultura del consumo responsabile e sostenibile del CNEL e un rappresentante del MiMIT, sottolineando ulteriormente l'impegno del CEC Italia nella collaborazione inter-istituzionale.

Il Centro ha consolidato il proprio ruolo di leadership all'interno della rete ECC-Net partecipando attivamente e con un ruolo di primo piano in specifici "Focus Group", ovvero gruppi di lavoro tematici e strategici. In particolare, il CEC Italia ha contribuito allo Strategic Management Group, un forum dedicato alla definizione delle linee guida e degli obiettivi a lungo termine della rete, dove ha proposto attivamente iniziative di sostenibilità. Parallelamente, ha operato nello Stakeholder Cooperation Focus Group, focalizzato sulla promozione e lo sviluppo di collaborazioni con enti esterni e attori chiave del settore.

Il CEC Italia ha fornito, infine, preziosi contributi a studi, sondaggi della ECC-Net, portando all'attenzione sfide cruciali nella gestione dei casi, come quelle relative ai pagamenti contactless e le problematiche emergenti dalle terminazioni ingiustificate di account da parte di piattaforme digitali come Meta e Microsoft. Questa partecipazione attiva testimonia l'impegno del Centro nella condivisione di conoscenze e nell'elaborazione di soluzioni comuni a beneficio di tutti i consumatori europei.

Un risultato di particolare rilievo nel 2024 è stato il ruolo di leadership assunto dal CEC Italia nel progetto "Social Media HUB". Questo progetto innovativo, nato da un'iniziativa del Centro stesso, mirava a potenziare la presenza e l'efficacia comunicativa della rete ECC-Net sui canali social. Il CEC Italia ha coordinato lo sviluppo e l'implementazione di strategie comuni per l'utilizzo dei social media, offrendo supporto e formazione agli altri Centri della rete. L'iniziativa ha riscosso un'ampia partecipazione tra i membri della ECC-Net, portando a un significativo miglioramento della portata digitale complessiva della rete e, di conseguenza, a un accresciuto coinvolgimento e formazione dei consumatori europei riguardo ai loro diritti e alle problematiche transfrontaliere.



## 5. Cooperazione con gli Stakeholder

Nel corso del 2024, il CEC Italia ha rafforzato in modo significativo la propria rete di collaborazioni, intensificando il dialogo con istituzioni europee e nazionali, reti di protezione dei consumatori e stakeholder di rilievo. Un momento particolarmente significativo è stato rappresentato dalla visita della Commissione Europea in Italia, svoltasi il 30 gennaio, durante la quale si è discusso del futuro quadro normativo sull'ADR. In tale occasione, il CEC Italia ha potuto condividere analisi puntuali e contributi tecnici in qualità di interlocutore esperto.

Una parte rilevante dell'attività istituzionale si è concentrata proprio sulla revisione della Direttiva ADR e sull'abrogazione del Regolamento ODR. All'interno del gruppo di lavoro ministeriale dedicato, il CEC Italia ha fornito osservazioni dettagliate sulle varie proposte legislative in discussione, tra cui il testo aggiornato della Commissione IMCO e le posizioni emerse in sede di Consiglio UE.

La presenza del Centro si è estesa anche a numerosi eventi pubblici e tavoli tematici. Tra questi, si segnalano la conferenza organizzata da ASviS, l'evento Fiavet dedicato all'integrità professionale nel settore turistico, e un webinar focalizzato sul credito al consumo. Il CEC Italia ha inoltre contribuito al Working Party on Competitiveness and Growth e al dialogo "Destination Europe".

Di particolare rilievo anche il ruolo del Centro nelle discussioni settoriali su temi chiave per i consumatori: si ricordano, tra gli altri, gli incontri con il BEUC sui diritti dei passeggeri e le azioni collettive, i confronti con E-commerce Europe in materia di commercio online, e il dialogo tecnico con l'Ordine dei Commercialisti di Napoli in merito alla Direttiva Omnibus. Il Centro ha inoltre attivato scambi strategici con operatori del trasporto aereo, tra cui Ryanair e ITA Airways.

L'impegno del CEC Italia si è esteso anche all'ambito educativo e alla divulgazione. Nel 2024 è stato organizzato un workshop sulla sicurezza online rivolto agli studenti, ed è proseguita con successo la collaborazione con Europe Direct per la produzione del podcast "Uè Consumatore", volto a sensibilizzare i cittadini sui loro diritti.

Nuove prospettive di cooperazione sono state esplorate, ad esempio attraverso il confronto avviato con Scalapay, con l'obiettivo di migliorare la tutela dei consumatori nel settore "Buy Now, Pay Later". Parallelamente, il Centro ha mantenuto un dialogo attivo con l'associazione delle agenzie di viaggio della Provincia di Bolzano e con Dolomiti Superski, oltre a partecipare ad audizioni istituzionali presso la Regione Lazio e la Banca d'Italia.

### 6. Garanzia di un Servizio Uniforme e di Alta Qualità

Il CEC Italia ha costantemente applicato i principi comuni stabiliti all'interno della ECC-Net per garantire un elevato standard di servizio ai consumatori. Nel 2024, il Centro ha pienamente aderito alle linee guida sull'identità aziendale della Rete, utilizzando il nome e il logo ECC-Net in tutte le pubblicazioni e gli eventi. La conformità al protocollo di gestione dei casi è rimasta una priorità chiave per un approccio uniforme ed efficiente. Nonostante il turnover del personale, la qualità del servizio non è stata compromessa grazie a una formazione approfondita dei nuovi membri del team. La corrispondenza con i consumatori è stata tempestivamente riscontrata, delineando chiaramente l'ambito di intervento del CEC Italia e le tempistiche previste. Sebbene la percentuale di consumatori soddisfatti abbia raggiunto l'80%, inferiore al target dell'88%, il feedback raccolto è stato fondamentale per identificare aree di miglioramento. L'efficienza delle risposte è stata un punto di forza, con il 98% delle richieste che ha ricevuto una risposta entro 14 giorni lavorativi,



superando l'obiettivo del 90%. Inoltre, l'86% dei casi ha rispettato il target di risoluzione entro 20 giorni lavorativi, eccedendo l'80% stabilito. Il CEC Italia ha anche raggiunto un tasso di successo del 76% nel rispetto dell'accordo sul livello di servizio (SLA) di 14 giorni lavorativi per contattare i commercianti dopo l'accettazione del caso, superando il target del 75%.

Il Centro ha mantenuto la piena conformità con le direttive della Commissione Europea sull'uso dell'IT tool, garantendo la perfetta integrazione delle operazioni di gestione dei casi all'interno della rete ECC-Net.

Questa dedizione alla fornitura di servizi di alta qualità riafferma l'impegno del CEC Italia nel migliorare continuamente la sua efficienza operativa all'interno della Rete e nel contribuire attivamente alla protezione dei consumatori a livello europeo e nazionale.

## **6. Garanzia di un Servizio Uniforme e di Alta Qualità**

Il CEC Italia ha costantemente applicato i principi comuni stabiliti all'interno della ECC-Net per garantire un elevato standard di servizio ai consumatori. Nel 2024, il Centro ha pienamente aderito alle linee guida sull'identità aziendale della Rete, utilizzando il nome e il logo ECC-Net in tutte le pubblicazioni e gli eventi. La conformità al protocollo di gestione dei casi è rimasta una priorità chiave per un approccio uniforme ed efficiente. Nonostante il turnover del personale, la qualità del servizio non è stata compromessa grazie a una formazione approfondita dei nuovi membri del team.

La corrispondenza con i consumatori è stata tempestivamente riscontrata, delineando chiaramente l'ambito di intervento del CEC Italia e le tempistiche previste. Sebbene la percentuale di consumatori soddisfatti abbia raggiunto l'80%, inferiore al target dell'88%, il feedback raccolto è stato fondamentale per identificare aree di miglioramento. L'efficienza delle risposte è stata un punto di forza, con il 98% delle richieste che ha ricevuto una risposta entro 14 giorni lavorativi, superando l'obiettivo del 90%. Inoltre, l'86% dei casi ha rispettato il target di risoluzione entro 20 giorni lavorativi, eccedendo l'80% stabilito. Il CEC Italia ha anche raggiunto un tasso di successo del 76% nel rispetto dell'accordo sul livello di servizio (SLA) di 14 giorni lavorativi per contattare i commercianti dopo l'accettazione del caso, superando il target del 75%.

Il Centro ha mantenuto la piena conformità con le direttive della Commissione Europea sull'uso dell'IT tool, garantendo la perfetta integrazione delle operazioni di gestione dei casi all'interno della rete ECC-Net.

Questa dedizione alla fornitura di servizi di alta qualità riafferma l'impegno del CEC Italia nel migliorare continuamente la sua efficienza operativa all'interno della Rete e nel contribuire attivamente alla protezione dei consumatori a livello europeo e nazionale.

## **7. Punto di contatto nazionale ODR**

Nel 2024 il Punto di contatto ODR italiano ha gestito complessivamente 3.727 richieste, registrando un incremento del 34,7% rispetto all'anno precedente (2.727 richieste nel 2023). Questo aumento è attribuibile a vari fattori, tra cui una maggiore consapevolezza da parte dei consumatori sull'esistenza della piattaforma ODR, una crescente fiducia verso le procedure



alternative di risoluzione delle controversie e un aumento generale del contenzioso nei settori del consumo. La maggior parte delle richieste è pervenuta da consumatori (86,3%), seguiti da commercianti (11,3%) e, in misura marginale, da organismi ADR e altri soggetti. I canali di contatto più utilizzati sono stati l'e-mail (44%), la piattaforma ODR stessa (35%) e il telefono (21%), quest'ultimo in netto aumento (+58%) rispetto al 2023, segnalando una preferenza da parte di molti utenti per forme di contatto diretto e personalizzato.

Tra le funzioni esercitate ai sensi dell'art. 7 del Regolamento (UE) 524/2013, si evidenziano in particolare l'assistenza nella presentazione o risposta a un reclamo (916 casi), l'informazione sul funzionamento della piattaforma (1.093 casi), la consulenza sui diritti dei consumatori nel proprio paese (395 casi), nonché la guida verso mezzi alternativi di ricorso, stragiudiziali e giudiziali (847 casi), con un aumento del 77% rispetto al 2023. Alcune richieste (230) non sono risultate gestibili attraverso la piattaforma, in quanto riguardanti controversie B2B, C2C o con professionisti stabiliti in Paesi extra-UE.

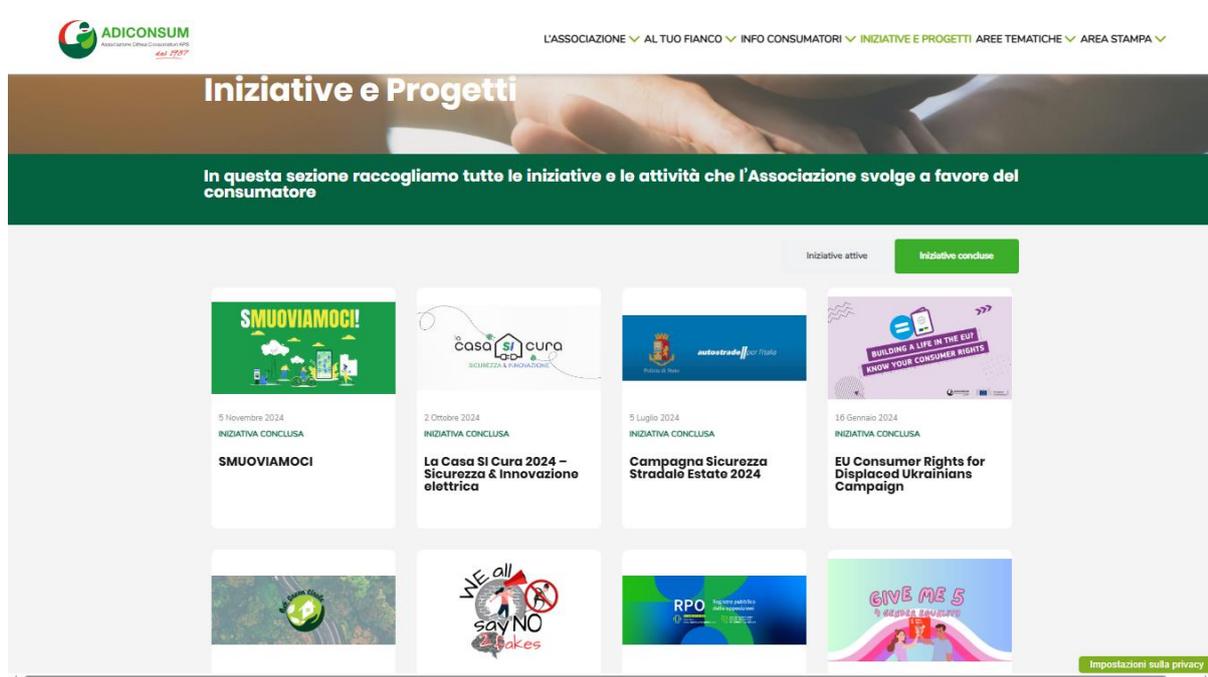
Dal punto di vista tematico, il settore economico maggiormente interessato dai reclami è stato quello del trasporto aereo (24,06%), con una netta prevalenza di casi relativi a Wizzair (57% dei reclami nel settore), seguita da Ryanair (26,6%) e ITA Airways (4,5%). I problemi più ricorrenti hanno riguardato il mancato pagamento di compensazioni pecuniarie in caso di ritardo o cancellazione dei voli, l'addebito di costi aggiuntivi per bagagli a mano e il check-in in aeroporto, nonché i disservizi legati alla gestione dei bagagli. Seguono i settori delle comunicazioni (10,2%) e dell'abbigliamento e calzature (9,2%). Un numero consistente di reclami ha riguardato Amazon (8%), con problematiche legate alla consegna di pacchi vuoti o non conformi e mancati rimborsi dopo l'esercizio del diritto di recesso, spesso in relazione a prodotti tecnologici di valore medio-alto. In crescita anche le segnalazioni su Vinted (5,7%), Booking.com (3,8%) e Meta (4,4%), in particolare per la disattivazione non motivata di account Facebook e Instagram.

Il 92,4% delle richieste è stato inoltrato da utenti residenti in Italia, mentre il restante 7,6% ha riguardato utenti provenienti da altri Paesi. Nonostante gli sforzi informativi, permangono casi di confusione tra il ruolo del punto di contatto ODR e quello del servizio clienti dei commercianti, segno della necessità di continuare le attività di sensibilizzazione e informazione. Il report conferma l'importanza strategica della sinergia tra il Punto di contatto ODR e il Centro Europeo Consumatori Italia, sia nel supporto diretto ai consumatori, sia nella promozione di una cultura della risoluzione alternativa delle controversie a livello transfrontaliero.

Si segnala che il 13 maggio 2024 è divenuta inoperativa la procedura dei colloqui diretti, riconoscendone la sovrapposizione con le procedure interne di gestione dei reclami aziendali. Questo rappresenta il primo passo nella "fase di tramonto" della piattaforma ODR. Come noto, il 17 ottobre 2023 la Commissione Europea ha proposto nuove misure per modernizzare e semplificare le norme ADR, e il 25 settembre 2024 il Consiglio ha adottato la sua posizione sulla nuova direttiva ADR. Il Regolamento 2024/3228/UE ha stabilito che il Regolamento 2013/524/UE rimarrà in vigore fino al 20 luglio 2025, dopodiché la piattaforma ODR cesserà ufficialmente la sua attività, pur garantendo assistenza per richieste specifiche dei consumatori.



# I progetti



I progetti costituiscono la parte rilevante dell'attività associativa: generano collaborazione con altre organizzazioni della società civile, le imprese, le istituzioni, gli enti di ricerca e le università, i soggetti analoghi operanti in altri paesi; focalizzano una criticità o un bisogno specifico dei consumatori e mettono in atto campagne o iniziative pilota; organizzano eventi; producono molti tipi di materiale informativo; svolgono ricerche di tipo socio-economico o collaborano a ricerche di tipo scientifico; producono conoscenza ed esperienza; prevedono corsi di formazione specialistici per gli operatori e gli esperti dell'Associazione su tutto il territorio nazionale; raccolgono e promuovono buone prassi; finanziano servizi, iniziative ed attività rilevanti sul piano della tutela individuale e collettiva dei consumatori; rendono l'associazione più autorevole e più presente sui mass media, incrementando la sua popolarità fra i consumatori.

L'ufficio Progetti Adiconsum presenta e realizza numerosi progetti sia a livello nazionale che europeo, cura la collaborazione e lo scambio di esperienze con numerosi partner, avviando importanti campagne di informazione e studi, iniziative di ricerca, informazione e sensibilizzazione rivolte ai consumatori, per rispondere al bisogno di promuovere un consumo consapevole, critico e socialmente responsabile, creando le premesse per la diffusione di una matura e forte cultura di consumerismo sociale.

L'elencazione che segue riporta i principali progetti che si sono svolti in tutto o in parte nel 2024. 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](http://www.adiconsum.it), da cui sono anche raggiungibili i siti web creati appositamente per alcune campagne o progetti, le pubblicazioni, i video ecc.

I progetti sono finanziati con risorse proprie, con fondi pubblici, e in rari casi con contributi da privati. 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 della presente Relazione di Missione 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.

## I progetti europei

### Progetto “We ALL say NO 2 Fakes”

Il progetto “We All Say NO 2 Fakes” (Wall-NO 2) in materia di educazione alla difesa della Proprietà Intellettuale (PI), rivolto ai ragazzi delle scuole primarie e secondarie e agli studenti universitari, è la prosecuzione dei 3 precedenti progetti “Peers Say NO”, “Peers2Peers Say NO” e “We ALL say NO”, un'esperienza avviata da Adiconsum con grande successo fin dal 2017.



Il progetto è finanziato da EUIPO – Ufficio dell'Unione europea per la proprietà intellettuale e supportato da FAPAV – Federazione per la Tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali, Adiconsum, Università di Verona, Università del Salento, CISL scuola università e ricerca, Fondazione Digital Transformation Institute e Centro Europeo Consumatori Italia (ECC-Net Italia). L'obiettivo del progetto è quello di avvicinare i giovani alla tutela della proprietà intellettuale attraverso esempi legati al loro vissuto quotidiano. L'edizione 2024 è in special

modo dedicata al tema dell'intelligenza artificiale, un argomento che suscita molti dubbi e incertezze, soprattutto per quanto riguarda la gestione del diritto d'autore. Tra le attività, incontri dal vivo e online con gli studenti e i docenti delle scuole primarie e secondarie in varie località italiane; la realizzazione di un KIT “IP in scatola” una collezione di materiali e giochi rivolti ai ragazzi (medie e superiori), con una versione speciale dedicata anche ai giovanissimi (elementari) e una sezione focalizzata sull'AI; il coinvolgimento di studenti e docenti universitari che prenderanno parte alle attività del progetto attraverso lezioni e webinar.

### Progetto “SCAN 2 – Small Claims Analysis Net 2”

Il progetto, realizzato nell'ambito del Programma di Giustizia dell'Unione Europea 2021-2027, parte dai risultati della prima edizione del progetto che aveva come scopo principale la più



ampia diffusione e conoscenza del Procedimento europeo per le controversie di modesta entità come strumento di risoluzione valido ed efficace al servizio dei consumatori, degli imprenditori e dei professionisti del diritto.

Sulla base dell'esperienza pregressa, questa seconda edizione mira in particolare a favorire il miglioramento dell'applicazione delle sentenze relative al procedimento europeo (ESCP) attraverso la stesura di una Roadmap sulle procedure nazionali di esecuzione nei 26 Stati membri dell'UE delle sentenze dell'ESCP al fine di superare l'attuale mancanza di armonizzazione tra i paesi membri che rappresenta una grave debolezza per la sua applicazione; la semplificazione e la digitalizzazione delle procedure di attuazione del procedimento ESCP. Partendo da un approccio di valutazione dei bisogni e dall'importanza di istituire un meccanismo di accesso alla giustizia completamente digitalizzato ai cittadini, il progetto intende sviluppare una piattaforma informatica e un sistema Blockchain per colmare il divario esistente nell'applicazione dell'ESCP in tutta l'Unione Europea. In linea con la mission associativa, Adiconsum partecipa al progetto SCAN 2 supportando e contribuendo alla stesura della Roadmap nei 26 e alla raccolta di informazioni; alle azioni di pilot test, verificando, insieme agli utenti finali, la fruibilità e la comprensione della nuova interfaccia della piattaforma informatica in fase di sviluppo per facilitare l'accesso all'ESCP; allo sviluppo del sistema Blockchain applicato al procedimento ESCP, verificando la percezione degli end-users mediante focus group; all'attività di promozione e diffusione dei risultati del progetto attraverso tutti i canali associativi e l'organizzazione di eventi per i consumatori.

### Progetto “CREA 2” e “Crea 3” - Conflict Resolution with equitative algorithms

Altra iniziativa finanziata dal medesimo programma europeo Justice 2021-2027, nell'ambito del bando “Action grants to support National or Transnational e-Justice projects JUST-2021- EJUSTICE”.

CREA 2 è il seguito del progetto di ricerca europeo CREA, implementato nel biennio 2017-19, e che basandosi sui risultati del predecessore, ha l'obiettivo di assistere le persone fisiche e giuridiche nella risoluzione delle loro controversie in ambito civile attraverso l'apporto di regole e principi derivanti da discipline extra giuridiche, come l'applicazione di algoritmi teorici di gioco innovativi e l'introduzione di strumenti di Intelligenza Artificiale (AI). L'obiettivo principale è facilitare l'accesso degli utenti



ai meccanismi di risoluzione delle controversie online (ODR) e, di conseguenza, evitare l'impossibilità o difficoltà strutturali nell'accesso alla giustizia. Il progetto coinvolge numerosi stakeholders a livello europeo, tra cui avvocati, notai, mediatori, associazioni di consumatori, accademici, studenti, aziende di settore, policy maker. Adiconsum partecipa, curando in particolare, l'attività di promozione e diffusione dei risultati tra i consumatori con una serie di azioni dedicate, anche al fine di valutarne l'utilità per la collettività. Il progetto CREA 3 prosegue il proficuo lavoro avviato con i precedenti, a partire da novembre 2024, con un focus incentrato sull'avvento dell'intelligenza artificiale.



## Progetto “DEUCE”



Il progetto DEUCE, realizzato nell’ambito del programma Europeo “Justice” (2021-2027), mira ad una migliore esecuzione delle decisioni giudiziarie (sentenze, atti autentici e transazioni giudiziarie) emesse nel

contesto di crediti monetari transfrontalieri (EEO – Regulation EC n. 805/2004 ed EOP – Regulation EC n. 1896/2006). L’attuale mancanza di armonizzazione delle norme di esecuzione degli SM, oltre alla mancanza di un meccanismo completamente digitalizzato per promuovere l’accesso dei cittadini alla giustizia, rappresentano gravi debolezze per l’esecuzione incrociata delle sentenze EEO ed EOP, rendendo difficile per i creditori (in quanto utenti finali) e per gli avvocati e gli ufficiali giudiziari (in quanto operatori) essere a conoscenza dell’esistenza e del funzionamento pratico delle diverse norme di esecuzione dell’UE. Adottando una combinazione di approcci teorici e pratici, il Progetto DEUCE, il cui consorzio è costituito da esperti in diritto processuale civile internazionale/diritto privato, tecnologia informatica e rappresentanti dei consumatori e dei professionisti del diritto, intende:

1. analizzare le norme di applicazione delle sentenze EEO ed EOP esistenti nei 26 Stati membri dell’UE creando una panoramica generale ed evidenziando le best practices;
2. creare una piattaforma informatica che fornisca una guida efficace sulle norme di applicazione dell’UE relative alle sentenze dei citati regolamenti europei, attraverso un approccio di valutazione delle esigenze e sull’importanza di stabilire un meccanismo totalmente digitalizzato;
3. sviluppare un sistema Blockchain per colmare l’attuale lacuna nell’applicazione di EEO ed EOP in tutta l’Unione.

Il progetto coinvolge oltre 200 consumatori/utenti, 200 avvocati, 200 ufficiali giudiziari, 100 notai, 26 associazioni di consumatori e almeno 5 decisori politici.

## Progetto “EU Consumer Rights for Displaced Ukrainians Campaign”

La campagna «I diritti dei consumatori dell’UE al servizio degli ucraini sfollati» è un’iniziativa congiunta intrapresa dalla Commissione europea e dalle organizzazioni nazionali dei consumatori. L’iniziativa mira a migliorare la vita quotidiana dei cittadini ucraini fuggiti dalla guerra, collaborando a livello locale con le organizzazioni che forniscono loro aiuto. Attraverso la diffusione di informazioni pratiche ed utili sul funzionamento dei diritti dei consumatori in Europa, è stato possibile fornire informazioni vitali ai rifugiati per ricostruire una vita in Europa in un contesto molto diverso da quello di origine (gestione delle polizze auto, ai diritti legati al conto bancario, diritti dei passeggeri, acquisti online e molto altro)

La campagna si è svolta fra il 2023 e il 2024 in Germania, Polonia, Cechia, Spagna, Italia e Bulgaria con materiali bilingue in lingua ucraina e inglese e si è aggiudicata il prestigioso Silver Award come migliore campagna digitale a livello europeo nel 2024 (contest: #DCA2024).



## Progetto “EPC – Energy Performance Certificates”



E' un progetto coordinato dal BEUC e finanziato dalla European Climate Foundation. Adiconsum è partner insieme a ZPS Slovenia, SOS Poprad Slovakia, CLCV Francia. Il suo obiettivo è studiare e contrastare le barriere che si frappongono all'efficientamento energetico degli edifici da parte delle famiglie. Per questo, focalizza due strumenti chiave: l'attestato di prestazione energetica dell'abitazione (il certificato APE) e i mutui e finanziamenti “Green” per comprendere se siano già oggi efficaci, accessibili e concretamente utilizzati. Prevede una indagine in Mystery shopping sui certificati APE, una Survey rivolta alle banche ed intervista in profondità sui mutui e prestiti Green, attività di comunicazione e disseminazione e sensibilizzazione dei decision makers.

## **Progetti Nazionali**

### Progetto “DICO Sì – Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione”

Il progetto “DICO Sì – Diritti Consapevolezza Opportunità Strumenti Inclusione – Per la cittadinanza digitale piena e consapevole”, avviato da Adiconsum già nel 2022, con il finanziamento del Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nell'ambito delle Iniziative a vantaggio dei consumatori, di cui all'articolo 148, comma 1, della legge 23 dicembre 2000, n. 388. (DM 6/5/2022 articolo 5), pone come obiettivo principale quello di sviluppare tra i consumatori un approccio socialmente, ambientalmente ed economicamente sostenibile nei confronti della digitalizzazione e del consumo.

Le fasce di popolazione più vulnerabili, non solamente dal punto di vista economico, ma anche da quello sociale, continuano ad essere i gruppi target principali a cui si rivolge il progetto. Il piano di attività prevede un'indagine sulle tendenze di consumo sostenibile con focus specifici su tematiche rilevanti come, ad esempio, tecnologia e filiera agroalimentare; un'attività di Dialogo con aziende ed istituzioni in collaborazione con università con la realizzazione di n. 3 Forum su tematiche progettuali, in particolare su energia, intelligenza artificiale, agricoltura e consumi sostenibili; una Campagna mediatica supportata dai canali di comunicazione dell'Associazione; la Collana “I Quaderni del Consumatore” focalizzata sulle tematiche progettuali (n. 6 miniguide) rivolta ai consumatori; un'attività di Assistenza gratuita tramite Chat Live sui temi della digitalizzazione. Nell'ambito della presente iniziativa, Adiconsum, insieme ad altre 9 Associazioni dei Consumatori, porta avanti il progetto congiunto “Ricomincio da tRe” dedicato all'educazione ad un consumo sostenibile e all'economia circolare, con specifici interventi a favore dei consumatori: un evento di lancio, presso il Museo Nazionale delle Ferrovie di Pietrarsa (Napoli), 12-14 dicembre 2023, un Eco-tour in 40 città italiane, materiali informativi sulle diverse tematiche affrontate, comunicazione coordinata.



## Progetto “In Sinergia”



IN SINERGIA si rivolge a giovani (11-35 anni), anziani e, in generale, al largo pubblico dei consumatori per promuovere una sostenibilità concreta attraverso azioni su tutto il territorio nazionale.

La scelta di dare voce a quei gruppi che, nei fatti, vengono esclusi dal processo di sviluppo sostenibile – nonostante siano coloro che ne beneficerebbero maggiormente e che potrebbero dare un grande contributo in termini di esperienza, energia e competenze – rappresenta uno dei più importanti punti di forza del progetto, una sinergia che include e costruisce opportunità e benessere, dove tutti sono protagonisti attivi del cambiamento.

Il progetto include numerose attività di formazione interna, consulenza, affiancamento, strumenti innovativi e supporto dei destinatari nella transizione verso stili di vita sostenibili ed inclusivi.

Evidenziamo, in particolare, Il Villaggio della Sostenibilità, evento a livello nazionale che ha l’obiettivo specifico di avvicinare l’intera popolazione a stili di vita più rispettosi di ambiente e persone, attraverso un approccio pratico che prevede il contatto tra domanda e offerta di beni e servizi sostenibili.

In Sinergia è un progetto di Adiconsum (capofila) in partenariato con Anteas – Associazione Nazionale tutte le età Attive per la Solidarietà APS, Movimento Consumatori APS, NeXt Nuova Economia per Tutti APS ETS, Adiconsum Regionale Lombardia APS, Adiconsum Marche APS, Adiconsum Veneto APS, Anteas Lazio ODV, Anteas Lombardia ODV, Movimento Consumatori Ravenna APS, Tutelattiva APS e realizzato con il finanziamento concesso 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.

## Energia IN SINERGIA – La transizione energetica spiegata agli over 65enni

Iniziativa promossa e realizzata da Adiconsum in collaborazione con Edison sul tema della sostenibilità energetica e dell’autoconsumo, rivolta allo specifico target degli over 65. Attraverso materiali informativi e un tour di incontri nelle città di Livorno, Palermo, Taranto, Lecce e Crotone, il progetto punta a:



- 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".

In occasione del progetto è stata realizzata la guida "Consumatori sostenibili. Dagli obiettivi ESG all'autoconsumo", uno strumento di indirizzamento con le informazioni essenziali per avvicinarsi a questi temi.



### Progetto RIPARTO

"RIPARTO – Rete di consulenza sul debito per la prevenzione, la gestione e la soluzione delle situazioni di sovraindebitamento e per la ripartenza" è un progetto finalizzato ad offrire supporto e assistenza attraverso una rete di sportelli, specializzata nel servizio di consulenza sul debito.

RIPARTO comprende attività di formazione, supporto e analisi del fenomeno del sovraindebitamento attraverso una rete di sportelli specializzati.

L'iniziativa si rivolge ad adulti sovraindebitati e usciti dal sovraindebitamento e alle micro-piccole aziende non soggette a fallimento, mentre destinatari indiretti, saranno le famiglie, gli addetti ai lavori (sportellisti e personale del Terzo settore, assistenti sociali), il mondo accademico e la società civile.

Progetto "RIPARTO – Rete di consulenza sul debito per la prevenzione, la gestione e la soluzione delle situazioni di sovraindebitamento e per la ripartenza" – di rilevanza nazionale, è realizzato da Movimento Consumatori (capofila), Adiconsum APS, ACLI e finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 – ANNO 2023 – AVVISO N. 2/2023.

### Progetto "Le buone azioni"

Il progetto è realizzato in collaborazione con UniCredit, nell'ambito di Noi&UniCredit, il programma di partnership fra la banca e 14 Associazioni Consumatori di rilevanza nazionale a cui Adiconsum partecipa attivamente dal 2005. L'iniziativa ha lo scopo di approfondire la conoscenza dei cittadini-consumatori in tema di strumenti di investimento e finanziamento green, accrescere la consapevolezza del loro valore in termini di miglioramento della qualità della vita e di benessere per la collettività e l'ambiente e fornire indicazioni per poter compiere scelte più consapevoli. Disporre di un'educazione finanziaria di base su queste tematiche può aiutare anche il piccolo-



medio risparmiatore a valutare l'opportunità di diversificare i propri investimenti, aggiungendo al proprio portafoglio strumenti finanziari che favoriscano l'innovazione energetica e sostengono la realizzazione di iniziative ad alto impatto sociale: un modo per ottenere – oltre al ritorno sull'investimento – un effetto positivo per tutta la comunità. Inoltre, una maggiore conoscenza delle opportunità offerte dalla finanza sostenibile consente di valutare forme di finanziamento green, ovvero prestiti e mutui concessi a fronte dell'acquisto di beni/servizi o la realizzazione di investimenti che abbiano un impatto positivo sull'ambiente, spesso offerti a condizioni più vantaggiose rispetto agli altri finanziamenti.

Attraverso “Le Buone azioni – la finanza sostenibile spiegata ai consumatori” Adiconsum intende aiutare il cittadino ad essere un protagonista del cambiamento e contribuire attivamente nel realizzare un mondo migliore: più verde e più solidale.

### Progetto “Green Circle e Green Circle 2”

Il progetto Green Circle si pone l'obiettivo di promuovere una sostenibilità per tutti, impegnandosi a rimuovere tutti quegli ostacoli di carattere sociale ed informativo che impediscono alle persone di abbracciare uno stile di vita più rispettoso dell'ambiente e delle persone.

Attraverso il coinvolgimento attivo dei consumatori, degli shareholder e stakeholder del sistema di produzione e consumo il progetto punta ad identificare le cause degli ostacoli e individuare possibili approcci e soluzioni.



Le attività progettuali di Green Circle includono: uno Studio qualitativo e quantitativo sulle barriere che limitano l'inclusività della transizione verde; interviste in profondità e raccolta di testimonianze attraverso la rete territoriale di Adiconsum; questionario online ai consumatori, con profilazione e Report di ricerca da inviare alla stampa ed ai policy makers; pubblicazione de “I quaderni del consumatore” e di un Manifesto del

Consumo Sostenibile e Inclusivo; attività di sensibilizzazione ed educazione rivolte al pubblico dei consumatori (social media, articoli, interviste, pubblicazioni digitali, infografiche, ecc.), con particolare attenzione ai gruppi vulnerabili (quelli con basso livello di istruzione, colpiti da digital divide, basso reddito, sovraindebitamento) promuovendo pratiche di stile di vita sostenibili anche sotto il profilo economico. Nel corso del 2024 la prima edizione è terminata ed ha preso avvio Green Circle 2, che si concentra su mobilità elettrica e pompe di calore. Attività: una Survey rivolta ai consumatori; un'indagine in Mystery shopping nelle concessionarie auto, in 10 città italiane, focalizzata sulle auto elettriche; apertura di 10 sportelli di consulenza sui servizi green per offrire ai consumatori un punto di ascolto, di informazione personalizzata e di aiuto nella valutazione delle opzioni disponibili e nella prevenzione di possibili problemi; un Comitato Scientifico multistakeholder; attività di sensibilizzazione ed educazione rivolte al pubblico dei consumatori; attività di coinvolgimento dei decisori politici sulla base dei risultati del sondaggio, con



proposte concrete provenienti dai cittadini su specifiche scelte politiche, incentivi/sostegni e/o regolamentazione, finanziamenti, ecc..

### Progetto "PQS20/23-25 - 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 17 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: oltre 35 sportelli territoriali, sito web dedicato e attività di promozione multimediale.

### Progetto "La Casa Si Cura"

L'iniziativa si propone di diffondere la cultura della sicurezza, dell'efficienza e dell'uso razionale dell'energia elettrica nelle case degli italiani, informandoli, anche, delle possibilità offerte dalle nuove tecnologie. La campagna, già avviata nel 2022, ha previsto nel 2023 e 2024 un tour itinerante in 10 città l'anno per sensibilizzare i cittadini-consumatori. Durante ciascuna tappa, lo staff di Adiconsum incontra la cittadinanza nelle piazze principali dei centri cittadini o nei centri commerciali con elevata affluenza di pubblico, dove viene allestito uno stand, attrezzato con le principali tecnologie e completamente autonomo e sostenibile (alimentato da generatore a batteria alimentato da un pannello solare) e dove i consumatori possono vedere e provare le funzionalità degli apparati elettrici destinati alla sicurezza degli. Anche nell'edizione 2024, in occasione delle tappe è stato organizzato un convegno dal titolo "LA CASA SI CURA: TUTTO CIÒ CHE OCCORRE SAPERE PER UNA CASA SICURA CHE FA RISPARMIARE E RISPETTA IL PIANETA". Il progetto ha anche organizzato un evento conclusivo nazionale di alto profilo istituzionale, il 21 novembre 2024 a Roma.



### Progetto "Più Informati, più protetti"

Campagna informativa sulle nuove disposizioni che introducono l'obbligo di polizze catastrofali per le imprese, realizzata nell'ambito del programma di attività, nato nel 2018 e promosso



dal Forum Ania-Consumatori, a cui Adiconsum aderisce, giunto alla sua III edizione. Si tratta di una campagna finalizzata ad informare i cittadini sugli aspetti di queste norme e sulle polizze catastrofali. La campagna è stata veicolata attraverso i social di Adiconsum, le news e le newsletter, e un evento online info-formativo che si è tenuto il 19 novembre 2024 con autorevoli relatori, intitolato “CAT-NAT: capire, tutelarsi e difendersi”.

A supporto del tour, è stata realizzata un’intensa campagna mediatica attraverso tutti i canali di comunicazione di Adiconsum per valorizzare ulteriormente i messaggi dell’iniziativa, promuovendo sicurezza e efficientamento energetico

### Campagna Sicurezza Stradale Estate 2024

Campagna presentata da Polizia di Stato e Autostrade per l’Italia a cui Adiconsum aderisce, per sensibilizzare i viaggiatori sulla sicurezza stradale.

L’iniziativa è stata messa in onda per tutta l’estate 2024 e ha visto il coinvolgimento di testimonial d’eccezione.

### Progetto “SMUOVIAMOCI”

Il progetto "Smuoviamoci" mira a promuovere una vera cultura della mobilità sostenibile, che va oltre la semplice sostituzione dell'auto con veicoli meno inquinanti. Attraverso una campagna informativa digitale su vari canali, il progetto intende chiarire concetti, superare pregiudizi e incentivare comportamenti responsabili riguardanti il trasporto pubblico locale, la mobilità individuale e condivisa, le piattaforme digitali e i benefici della mobilità sostenibile.



“Smuoviamoci” e i suoi contenuti si basano sulle necessità evidenziate da un sondaggio lanciato in occasione della settimana europea della mobilità.

L'iniziativa è realizzata da Adiconsum in collaborazione con altre otto associazioni di consumatori e con il contributo di Telepass.



# 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, ha definitivamente completato il superamento del servizio di tutela nel settore domestico del gas naturale e dell'energia elettrica.

C'è ancora molto da fare per sensibilizzare e responsabilizzare l'utenza numerosa che preferisce restare nel mercato tutelato. All'apertura totale del mercato erano circa 9,5 milioni i clienti, di cui circa 4,5 milioni di utenze riconducibili a clienti vulnerabili – DL 152/21 e DL 210/2. Nel corso dell'anno si è evidenziata una tendenza, seppur contenuta al calo del dato.

La causa principale è la difficoltà in merito alla conoscenza e valutazione delle offerte del mercato libero, alla differenziazione tra servizio Maggior Tutela e Servizio di Tutela per la Vulnerabilità, principalmente per la scarsa e tardiva attività di informazione dedicata a questo argomento anche da parte delle Autorità preposte.

Inoltre, non vanno trascurati gli effetti prodotti nel corso dell'anno 2024 dall'aumento dei prezzi dell'energia (gas ed energia elettrica) trascinati dai due anni precedenti, determinati principalmente da fattori di natura prevalentemente geopolitica e speculativa, che purtroppo hanno penalizzato in maniera estremamente pesante lo scenario energetico del nostro paese, non solo con effetti negativi per la liberalizzazione del mercato, ma anche per la complessa fase di transizione energetica, indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità prefissati dalla comunità mondiale.

Tale situazione ha permesso ai player del Mercato libero di procedere ad aumenti elevatissimi, che hanno sfiorato anche +300-400%, delle tariffe, alla scadenza naturale dell'offerta, nell'ultimo trimestre del 2023, con effetti allungati al 2024. Ciò è stato possibile in quanto la norma prevista dal Codice di Condotta Commerciale all'art. 13, comma 1, stabilisce la tempistica di informazione delle proposte di modifica unilaterale da parte del venditore, ma non prevede l'assenso esplicito da parte del cliente. L'impegno dell'associazione è stato quindi concentrato anche sulla correzione, per quanto possibile, di queste anomalie evidenti del settore in termini di regolazione, per le quali abbiamo sollecitato un intervento migliorativo e più tutelante della normativa. Un impegno che persegue anche nel 2025, ci auguriamo con esiti positivi.

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 informazione verso i consumatori con



pubblicazioni e assemblee aperte ai cittadini in tutte le regioni e webinar dedicati.

Grande attenzione è stata posta alla nuova frontiera che vede il consumatore diventare anche produttore, assumendo il ruolo di Prosumer, in ambito di autoproduzione, ma in prospettiva, figura determinante nelle Comunità Energetiche da Fonti Rinnovabili (CER), anche con la finalità di assumere un ruolo di sostegno sociale.

Dopo l'approvazione del provvedimento che disciplina e regola la creazione, il funzionamento, le modalità di accesso ed i contributi statali tanto attesi, Adiconsum, insieme a NEXT Nuova Economia, ha seguito con attenzione nel corso dell'anno la tematica con l'obiettivo di diventare un soggetto di supporto per questo nuovo ambito, che si ritiene, possa diventare fondamentale per accompagnare una adeguata transizione energetica.

Altro tema che ha impegnato ADICONSUM, nel corso dell'anno, è stato quello della Povertà Energetica, argomento da sempre attenzionato dalla nostra associazione, anche in tempi meno problematici.

Adiconsum ha aderito già dal 2021 al Manifesto "Insieme per Contrastare la Povertà Energetica" nell'ambito del Banco dell'Energia Onlus, promosso da A2A, in un contesto di radicale cambiamento di approccio al consumo dell'energia, alla necessaria politica di efficientamento e allo sviluppo di nuove forme di produzione e condivisione dell'energia, di una economia circolare che aiuti il sistema energetico a diventare nella sua interezza realmente sostenibile.

In questo ambito, attraverso il coinvolgimento diretto dell'Adiconsum Calabria, la nostra associazione, nel 2024 è stata parte attiva nell'ambito del progetto "Energia in Periferia", finalizzato all'individuazione e al supporto alle famiglie vulnerabili dal punto di vista energetico, nella città di Reggio Calabria e Catanzaro.

Adiconsum ha continuato nel corso dell'anno a portare avanti a tutti i livelli possibili la sua proposta in merito all'eliminazione in bolletta dei costi non attinenti ai consumi elettrici e chiedendo un Fondo sociale dedicato.

Resta essenziale procedere ad una riforma strutturale della tariffa che ridisegni le diverse componenti e alleggerisca la bolletta, rendendola più trasparente con il trasferimento sulla fiscalità generale degli oneri generali di sistema non attinenti ai consumi elettrici.

L'istituzione di un Fondo sociale, in aggiunta al bonus automatico, potrebbe diventare uno strumento utile per salvaguardare tutte le Parti coinvolte nel settore e dare certezza di costi a tutti i cittadini-consumatori. Inoltre per facilitare ed accompagnare i consumatori in povertà energetica nella fase ineluttabile della transizione energetica, come Adiconsum abbiamo proposto nel nostro documento "Casa GREEN", la possibilità di aiutare questa tipologia di cittadini attraverso la realizzazione ed il miglioramento delle loro abitazioni ed apparecchi elettrici, attraverso interventi diretti di riqualificazione attraverso un fondo dedicato a carico del Bilancio dello Stato.

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 possibili del settore. Si deve registrare però, anche per l'anno 2024, la presenza di aziende importanti a livello nazionale che, pur operando in



maniera multisettoriale, non hanno ancora colto l'invito ad aderire alla grande opportunità offerta dalla conciliazione paritetica. Nello specifico ci riferiamo ad HERA Spa che, con l'avvio del Servizio a Tutele Graduali, gestisce una area importante di clienti transitati a questo servizio a partire dal 1° luglio 2024

In merito alle modalità e regole applicate negli ADR rispetto a quelle adottate nelle conciliazioni presso il Servizio Conciliativo di ARERA, gestito dall'Acquirente Unico, Adiconsum ha continuato ad impegnarsi nel corso del 2024, insieme alle altre Associazioni del CNCU, per richiedere modifiche all'Autorità, al fine di rendere omogenee tali regole e non penalizzare le conciliazioni paritetiche negli Organismi esistenti, limitando la crescita numerica, di cui si avverte la potenzialità.

Tale esigenza è sentita in maniera cogente non solo dalle Associazioni dei Consumatori, ma anche da diversi operatori del settore, per questo si conferma tale impegno anche per l'anno 2025.

### ARERA - Autorità per la Regolazione Energia Reti e Ambiente.

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

#### Consultazioni e audizioni

Nel corso dell'anno 2024 abbiamo partecipato alle consultazioni indette dall'ARERA nei vari settori, producendo un contributo agli atti. Nello specifico:

- Procedimento AIR - Revisione della regolazione della Bolletta 2.0 per maggiore semplicità, comprensibilità, uniformità
- Consultazione 190/2024/R/com - ORIENTAMENTI PER L'ALLINEAMENTO DEI SERVIZI DELLO SPORTELLO PER IL CONSUMATORE ALLE NUOVE DINAMICHE DEI MERCATI ENERGETICI E PER L'ULTERIORE EFFICIENTAMENTO DELLE RELATIVE DISCIPLINE PROCEDURALI
- Consultazione 200/2024/R/com – INTERVENTI DI AGGIORNAMENTO ED EFFICIENTAMENTO DEL CODICE DI CONDOTTA COMMERCIALE A VANTAGGIO DEI CLIENTI FINALI DI ENERGIA ELETTRICA E GAS NATURALE
- Consultazione 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
- Delibera 621/2023/E/RIF - AVVIO DI UN PROCEDIMENTO PER LA GRADUALE ESTENSIONE AL SETTORE DEI RIFIUTI URBANI DEL SISTEMA DI TUTELE PER L'EMPOWERMENT E LA RISOLUZIONE DELLE CONTROVERSIE DEI CLIENTI E UTENTI FINALI DEI SETTORI REGOLATI



- Audizione su Memoria Mercato Libero Energia- Doc. 544/23
- Riunione Plenaria Autorità e Organismi ADR Energia – 8 marzo 2024
- Presentazione della Relazione Annuale dell’Autorità – 9 luglio 2024
- Nel corso dell’anno Adiconsum ha partecipato ai Tavoli convocati dall’Autorità per affrontare le problematiche relative al processo del superamento definitivo del Sistema di Maggior Tutela nel settore elettrico. Le riunioni si sono svolte il 13 marzo 24, 23 aprile 24, 19 giugno 24, 18 novembre 24 e sono proseguite nell’anno in corso
- Nei quattro trimestri dell’anno, Adiconsum ha partecipato alle riunioni convocate dall’Autorità per gli aggiornamenti delle condizioni economiche per l’energia elettrica e il gas nel mercato tutelato.

## Rapporti con le istituzioni

### Audizioni

- COMMISSIONE X – ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO-CAMERS DEI DEPUTATI
- COMMISSIONE VIII – AMBIENTE, TERRITORIO E LAVORI PUBBLICI-CAMERA DEI DEPUTATI  
Proposta di aggiornamento del Piano Nazionale per l’Energia e il Clima (PNIEC)  
(doc. XXVII n. 12)
- Commissione X – ATTIVITÀ PRODUTTIVE, COMMERCIO E TURISMO-CAMERA DEI DEPUTATI  
– Criticità del passaggio da Mercato Tutelato a Mercato Libero nel settore dell’energia elettrica
- PRESIDENZA DEL CONSIGLIO – Richiesta di sospensione del pagamento delle bollette energia ed idrico per le popolazioni (cittadini ed attività) colpite dagli eventi alluvionali in Emilia Romagna, Marche e Toscana.

## Attività con le aziende

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

- A2A – incontri informativi allargati alle strutture territoriali in merito al superamento del Servizio di Tutela energia elettrica nelle micro-impese e del servizio di tutela gas per i clienti domestici
- EDISON – Adiconsum partecipa al Protocollo di Autoregolazione Volontaria in rappresentanza delle AACC del CNCU e svolge al suo interno attività di analisi e proposte.
- ENEL ENERGIA – Percorso e confronto in merito alla problematica del rinnovo del costo del gas praticato dall’azienda in maniera eccessiva. I numerosi incontri formali avuti nel corso dell’anno hanno permesso di raggiungere un Accordo tra Enel Energia e sette Associazioni del CNCU, tra cui ADICONSUM, che prevede un ristoro dignitoso ai consumatori interessati dagli aumenti esagerati nel periodo di consumo ottobre 2023 - marzo 2024.



L'Accordo è stato siglato a luglio 2024 ed applicato a partire dal mese di settembre 2024

- ENEL ENERGIA – III edizione del Progetto formativo Energy Academy in collaborazione con I-COM (Istituto per la Competitività), rivolta a figure individuate tra gli operatori del territorio (tre per ogni associazione)
- ENI Plenitude - interlocuzioni e confronto volti a migliorare i rapporti tra operatori e consumatori, con particolare attenzione ad iniziative a favore dei consumatori per caro-tariffe
- ITALGAS – avviata l'interlocuzione per realizzare un Protocollo di Intesa con l'azienda NEPTA S.p.A., partecipata da Italgas, per favorire una diffusione della cultura dell'utilizzo responsabile dell'acqua come bene comune e migliorare la qualità e l'efficacia del servizio attraverso azioni formative ed informative con le Associazioni dei Consumatori. Il Protocollo è stato siglato ad aprile 2025
- ECOM S.p.A. \_\_\_7 Energia Comune – Protocollo di collaborazione tra tutte le Associazioni dei Consumatori del CNCU e l'azienda per la gestione dei rapporti con i consumatori nell'ottica di risoluzione delle problematiche legate alla gestione del servizio. Il protocollo è stato firmato ad aprile 2024 e prevede un percorso di monitoraggio costante volto al miglioramento delle attività e alla loro trasparenza.

## Attività diverse

- BANCO DELL'ENERGIA – Partecipazione al Comitato di Indirizzo
- NEXT Nuova Economia- partecipazione al Gruppo di Lavoro dedicato alle Comunità Energetiche da Fonti Rinnovabili
- GDL nell'ambito del Dipartimento Servizi a Rete di Adiconsum Nazionale – riunioni con i rappresentanti delle strutture territoriali, relative al superamento del Servizio di Tutela nel settore dell'Energia
- BEUC – collaborazione, confronto e produzione di documenti relativi al posizionamento dell'Adiconsum in merito alle tematiche:
  - direttiva sulla prestazione energetica nell'edilizia (EPBD)v- Casa GREEN
  - normativa europea Ecodesign/Ecolabelling – riscaldamento GREEN
  - trasparenza delle bollette energia



# Settore Comunicazioni elettroniche, TLC, mobilità sostenibile, ambiente

## AGCOM e Audizioni Parlamentari:

- GENNAIO
  - Audizione al Parlamento su proposta di WindTre per le nuove norme per assistenza ai clienti
  - Incontro per costituzione Nuovo Organo di garanzia dell'ADR TIM, FASTWEB, VODAFONE e WINDTRE
- FEBBRAIO
  - Incontro fra TIM e AACCC che partecipano al PROTOCOLLO D'INTESA
- MARZO
  - Partecipazione al Webinar di formazione organizzato da Agcom riservato al personale delle Associazioni dei consumatori
  - Adiconsum in audizione alla Camera dei Deputati sulle proposte idonee ad intensificare l'alfabetizzazione digitale
  - Intervento a Radio fm per illustrare le proposte fatte da Adiconsum al Parlamento su alfabetizzazione digitale
- APRILE
  - Partecipazione al 2°webinar Agcom formazione DTC
- MAGGIO
  - DIGITALIZZAZIONE: Indagine di Adiconsum che evidenzia criticità. Indispensabili nuove tutele per i consumatori
  - Partecipazione al Tavolo tecnico convocato da Agcom ai sensi dell'articolo 1, comma 5, della delibera n. 251/23/CONS
  - DIGITALE TERRESTRE/SKY Q: Lancio delle istruzioni per l'uso per mancata ricezione di alcuni canali televisivi dopo nuova riorganizzazione sul decoder SKY
- OTTOBRE
  - Patrocinio e partecipazione con proprio stand espositivo al Gdpr day a Bologna
  - Partecipazione allo studio e relazione annuale realizzata da Icom sullo sviluppo in Italia del 5G
- DICEMBRE
  - Adiconsum partecipa alle audizioni di Camera dei Deputati e AGCOM per illustrare le proprie proposte su telemarketing selvaggio e spoofing.
- Partecipazione alla Relazione Annuale 2024 dell'Autorità, il 18 luglio 2024
- ADICONSUM partecipa alla richiesta di informazioni di AGCOM, nell'ambito del



procedimento finalizzato all'adozione della nuova Direttiva Generale sulle Carte dei Servizi Postali e Disposizioni in favore dell'utente, di cui alla Del. 116/24/CONS

## **Attività nell'ambito della sostenibilità (ambientale, sociale ed economica)**

### NeXt

Come soci fondatori e membri del Comitato tecnico scientifico, ampia partecipazione alle varie riunioni formative utili al coordinamento di numerosi progetti in corso. Realizzazione di progetti con Adiconsum per sensibilizzare le aziende a misurarsi con gli index NeXt utili per certificare la sostenibilità integrale delle aziende richiedenti.

MAGGIO: realizzazione di un evento dedicato alle aziende per promuovere la certificazione di sostenibilità NEXT; Incontri con le singole aziende per spiegare utilizzo index

OTTOBRE: Partecipazione congiunta con stand all'aera fieristica del GDPR DAY a Bologna

### Coordinamento Free

Partecipazione a numerosi eventi dedicate allo sviluppo dell'energia rinnovabile con particolare attenzione al PNIEC.

DICEMBRE: partecipazione convegno dedicato al caro bollette.

APRILE: Costituzione Gdl dedicato ai consumatori

### VALORITALIA

Adiconsum è membro in rappresentanza dei consumatori del Comitato di Salvaguardia dell'Imparzialità (CSI) dell'ente di certificazione che sovrintende a tutte le operazioni previste dai vari ispettori per i relativi controlli.

MAGGIO: Riunione plenaria.

### EQUALITAS

Adiconsum è membro del comitato tecnico scientifico dell'Ente Certificatore Internazionale della Sostenibilità Integrale nel settore vitivinicolo. Fornisce tutte le direttive per applicare il disciplinare e sovrintende a tutte le modifiche del disciplinare stesso a tutela dei consumatori.

FEBBRAIO: Convocazione a Padova del Comitato Tecnico Scientifico

MARZO: Incontro con FEDERBIO

MAGGIO: Partecipazione Comitato Tecnico Scientifico

### ASviS

Adiconsum è socia aderente e partecipa attivamente ai vari organismi istituiti. Fa parte del GdL del GOAL 12 e 17

MARZO: Convocazione GdL 12

LUGLIO: Assemblea plenaria con Save the Children

DICEMBRE: Assemblea aderenti

### MOTUS-E

Dalla sua costituzione, Adiconsum è aderente a Motus-E, l'associazione che riunisce tutta la filiera della mobilità elettrica. Attualmente Adiconsum è partner e partecipa a molte iniziative soprattutto formative

MARZO: webinar impatti battery regulation

GIUGNO: Convegno su Cybersecurity e mobilità elettrica



LUGLIO: attività congiunta per la problematica della presenza delle auto elettriche su traghetti

OTTOBRE: Relazione annuale

### TELEPASS

L'azienda sui temi della sostenibilità relativa alle proprie



attività decide di realizzare una stabile collaborazione con le AACC per costituire un protocollo d'intesa che poi generi attività progettuali a beneficio dei consumatori. Adiconsum aderisce.

FEBBRAIO: Prima riunione operativa per realizzazione Protocollo d'intesa, 21 febbraio

GIUGNO: Evento per Firma protocollo telepass

SETTEMBRE: Campagna informativa sulla mobilità sostenibile con lancio sondaggio verso i consumatori

NOVEMBRE: Al via "SMUOVIAMOCI!", la Campagna di 10 Associazioni Consumatori dal 7 novembre

### PROSIEL

Adiconsum è socia dal 2021 di Prosiel, associazione no profit composta dalla filiera del mondo elettrico finalizzato a promuovere la sicurezza degli impianti e l'utilizzo delle nuove tecnologie necessarie per transizione energetica e lo sviluppo del risparmio energetico necessarie al raggiungimento della sostenibilità delle abitazioni e dell'ambiente. Dal 2022 Adiconsum ha realizzato per Prosiel un progetto dedicato ai consumatori denominato LA CASA SI CURA che ha previsto un tour e convegni in tantissime città italiane. Adiconsum è membro del consiglio direttivo e del gruppo di lavoro normazione.

-Evento LA CASA SI CURA a Macerata

-Evento LA CASA SI CURA a Lamezia Terme

-Evento LA CASA SI CURA a Milano

-Realizzazione Convegno nazionale "La Casa Si Cura" a Roma

ATTIVITA' SVOLTA SULLA TEMATICA DELLA RIGENERAZIONE DELLA CASA E DEI FABBRICATI PER OTTENERE SOSTENIBILITA' INTEGRALE E REALIZZARE LA DIRETTIVA EUROPEA CASA GREEN

SETTEMBRE: DIRETTIVA CASE GREEN: Presentato a Remtech Expo il Position Paper di Adiconsum a Ferrara

OTTOBRE: Adiconsum presenta al "Maker Faire Rome" il suo Position Paper sulla Direttiva "Case green"



# Settore Trasporti

## Trasporto ferroviario

FERROVIE DELLO STATO ITALIANO SPA – Il Protocollo di Intesa in vigore tra il Gruppo FSI e le Associazioni del CNCU è finalizzato a stabilire un rapporto di collaborazione continua tra le Parti mediante l'attivazione di incontri periodici che consentano l'informazione, il dialogo e la reciproca condivisione di informazioni utili all'individuazione di esigenze collettive legate alle attività condotte da FSI. Nell'ambito del Protocollo sono stati organizzati incontri di confronto relativi a tematiche infrastrutturali e di gestione del trasporto passeggeri a livello sia di lunga percorrenza, che regionale con le società del Gruppo, TRENITALIA e RFI, il 5 febbraio 2024, 21 marzo 2024, 22 ottobre 2024.

Il Protocollo vuole promuovere inoltre la più ampia collaborazione con le Associazioni dei Consumatori, per quanto riguarda la fase di attuazione e realizzazione dei progetti in capo a FS e contenuti nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, che possano considerarsi di interesse generale



## ART - AUTORITÀ DI REGOLAZIONE DEI TRASPORTI

### CONSULTAZIONI E CONVEGNI

- Consultazione per l'individuazione di misure concernenti il contenuto minimo degli specifici diritti che gli utenti dei servizi di trasporto aereo possono esigere nei confronti dei gestori dei servizi e delle relative infrastrutture con riguardo al trattamento dei reclami. Del. n. 34/2024, del 7 marzo 2024
- 18 settembre 2024 – partecipazione alla Relazione annuale dell'Autorità



## Settore conciliazioni

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

In questo settore infatti, è innegabile la competitività che si registra tra la conciliazione paritetica ADR e quella effettuabile presso lo Sportello del Consumatore, istituito da ARERA in ambito Acquirente Unico. Presso l'Autorità, infatti, è ammessa la figura del Distributore nel procedimento, che aiuta le



soluzioni delle varie pratiche, a discapito di quelle effettuate presso l'ADR, dove ciò non è possibile. Nel corso dell'anno tale problematica, seppur evidenziata, non è stata risolta, pertanto resta una priorità da perseguire, per valorizzare la conciliazione ADR e renderla uno strumento complementare e non competitivo con quella di ARERA.

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

Adiconsum ha svolto nel corso dell'anno attività di conciliazione attraverso i propri sportelli diffusi su gran parte del territorio nazionale, a supporto dei consumatori che vi si sono rivolti. Le conciliazioni effettuate sono state 2700 circa ed hanno riguardato gli ambiti dell'energia, delle telecomunicazioni, attività postali e finanziarie, trasporto autostradale e ferroviario, commercio online.

Nell'anno 2024 per l'attività conciliativa relativa ai settori di telecomunicazione, servizi postali trasporto e commercio online, il Bando Ministeriale INVITALIA, già scaduto alla data del 30 settembre 2021, è stato rinnovato parzialmente, senza il contributo economico delle aziende. Tale situazione non è irrilevante in quanto, indirettamente, penalizza lo strumento che, come associazione, riteniamo fondamentale nell'ambito consumeristico.

Nel corso dell'anno 2024 è proseguito il confronto, nell'ambito del settore dell'energia, con le sette aziende del settore (ACEA SPA, A2A SPA, EDISON ENERGIA SPA, ENEL ITALIA SPA, ENI PLENITUDE GAS E LUCE SPA, E. ON ENERGIA SPA e IREN SPA), con cui sono in atto gli organismi ADR, per migliorare il funzionamento dello strumento della conciliazione paritetica, con l'obiettivo di arrivare ad un miglioramento della formazione per i conciliatori, ipotizzando una distinzione di programma formativo tra i nuovi conciliatori e coloro che devono solo aggiornarsi.

Altro obiettivo a cui si è lavorato, ancora senza esito, è quello di arrivare alla figura del conciliatore unico.



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

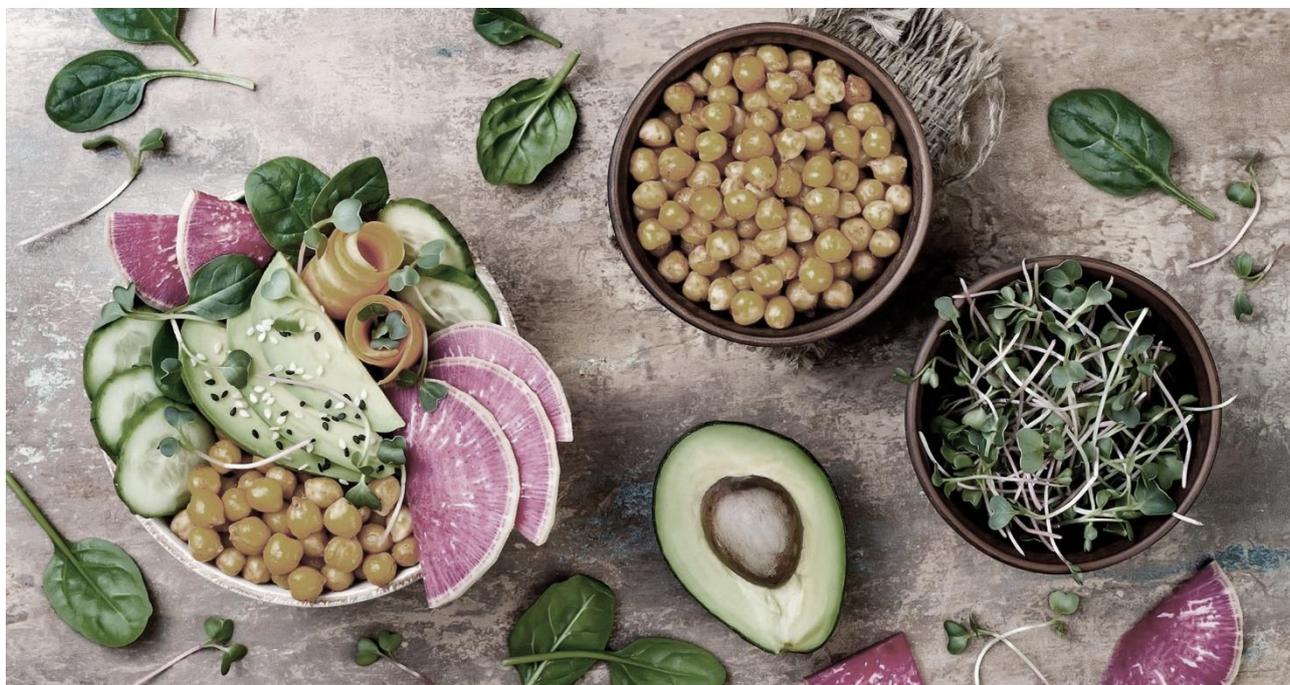
### Netcomm

Attività permanente dedicata all' ADR per la risoluzione dei contenziosi nell'ambito del commercio elettronico. Particolare attenzione a collaborazioni fra il consorzio Netcomm e il CNCU per raggiungere l'obbligatorietà della conciliazione nel settore dell'eCommerce.

Rinnovo Organismo di Garanzia dell'ADR, con conferma della partecipazione di ADICONSUM nei componenti. Avvio dei corsi di formazione per individuazione di nuove figure a livello territoriale tra le associazioni firmatarie del Protocollo di Conciliazione Paritetica.

## Settore alimentazione e politiche agricole

Anche nel 2024 il settore è stato impegnato in campagne e progetti, su più fronti: dalla sostenibilità alla salubrità degli alimenti, dall'etichettatura al packaging, alla normativa, ai controlli, al marketing. E' un settore trasversale, spesso collegato ad altri ed inserito in percorsi e progetti associativi di ampio respiro. Protagonista di eventi che, come il Villaggio della Sostenibilità, danno vita a laboratori con le scuole, workshop, inchieste, sondaggi e attività educative, il settore si avvale della fitta rete di relazioni a livello nazionale e internazionale di Adiconsum.

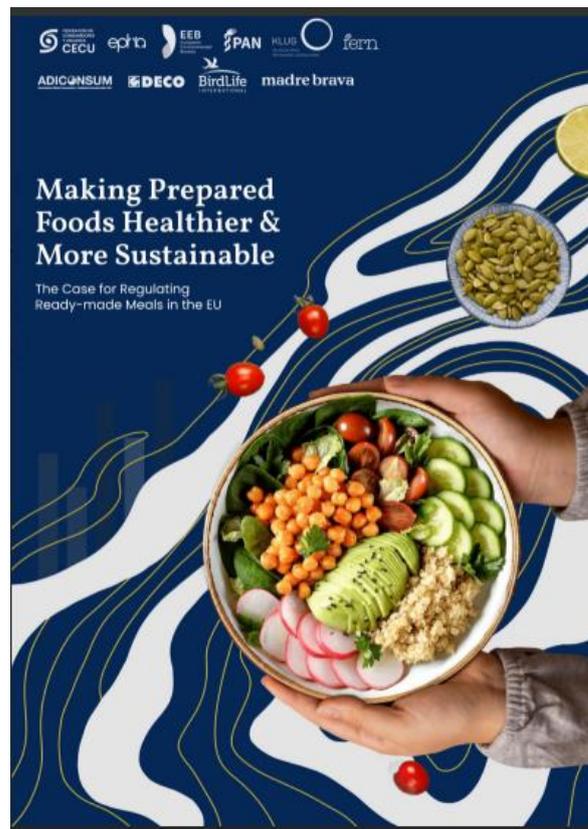


L'Associazione ha aderito, in continuità al progetto 2gether4forest che focalizzava le commodity (anche alimentari) di elevato impatto sulla deforestazione, all'iniziativa "Ready Made Meals" per chiedere alle autorità europee di regolamentare i prodotti precucinati e i pasti pronti



(es. take away, fast food, prodotti pronti al consumo nei supermercati) in modo da renderli più sani e sostenibili. Il progetto, totalmente privo di finanziamenti, è stato condotto da una grande alleanza di NGO a livello europeo ed ha contattato ed invitato ad unirsi numerosissime organizzazioni a tutela dell'ambiente, della salute (associazioni di medici e di pazienti) e dei consumatori. La campagna è stata un successo di adesioni ed ha visto, fra l'altro, l'organizzazione di una conferenza presso il Parlamento Europeo, con la CE, l'invio di lettere ai competenti ministeri, l'invio di lettere ai Commissari Europei e ai membri del Parlamento Europeo.

Adiconsum è stata invitata come membro dello Stakeholders' Advisory Board di un importante progetto europeo sulla sostenibilità dell'acquacoltura (progetto Acquabalance), guidato dall'Università di Bergen (Norvegia), con focus sulle strategie per migliorare le informazioni utili alle scelte dei consumatori. La stessa Università ha successivamente invitato Adiconsum come partner nel consorzio del progetto Foodmission, sulla sostenibilità generale degli alimenti (maggiori informazioni nell'area dei progetti).



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. Prosegue infatti per un altro triennio l'accordo di collaborazione scientifica con l'Università di Verona, Dipartimento di Management, per la conduzione congiunta di ricerca socio-economica, iniziative di sensibilizzazione e bilateralità, progetti. Un dialogo dedicato alla salubrità alimentare è stato avviato con l'Associazione dei Nutrizionisti Professionisti, per una possibile campagna di educazione dei consumatori alla dieta mediterranea, avviata con la Guida alla scelta e al consumo della Pasta. E' proseguito anche nel 2024 l'Accordo Paritetico con la De Cecco S.p.A., volto ad accrescere l'informazione, la formazione e la consapevolezza del consumatore attraverso la proposta e la promozione di buone pratiche in materia di etichettatura dei prodotti, tracciabilità e trasparenza della filiera, per un consumo più consapevole e responsabile e per una sana e corretta alimentazione. Il progetto ha visto svolgersi un'importante indagine in collaborazione con l'Istituto Piepoli, sull'analisi degli indicatori di maggior rilevanza per i consumatori fra quelli riferiti nel Bilancio Sociale.



Si è cercato un dialogo teso a definire un minimo di obiettivi comuni anche con un'associazione imprenditoriale dei produttori di packaging plastico alimentare, ma non è stato possibile trovare un punto di accordo sulle proposte, per Adiconsum essenziali, tese a migliorare il riciclo, il riuso, i materiali compostabili e la riduzione complessiva dei rifiuti plastici.

Una quota interessante delle attività del settore è legata all'appartenenza di Adiconsum al BEUC, l'organizzazione europea delle associazioni dei consumatori, molto attiva sul tema. In questo contesto, Adiconsum segue l'attualità di settore, partecipa agli Expert Meeting, si confronta con altre organizzazioni operanti in Europa, elabora e sottoscrive posizioni e proposte. Nel 2024, oltre al tema ancora prioritario del caro-prezzi, che ha mantenuto livelli elevatissimi in ambito alimentare nonostante il rallentamento dell'inflazione, sono stati temi caldi: le nuove tecniche di manipolazione genetica (i nuovi OGM), la sostenibilità (vera o pretesa, anche in relazione al tema del greenwashing e dell'etichettatura), la politica agricola comune (e le sue conseguenze sui consumatori). Sono argomenti di grande importanza ed il dibattito proseguirà.

Adiconsum anche nel 2024 ha costantemente aggiornato le linee strategiche della tutela del consumatore e della promozione dell'alimentazione sostenibile, analizzando le criticità dei vari settori e delle filiere, delle nuove tecnologie di produzione e lavorazione, nonché definendo la posizione dell'Associazione rispetto alle proposte normative attualmente in discussione in sede nazionale ed europea. 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, sono stati prodotti documenti di posizione politica, supportati da evidenze scientifiche o di ricerca sociale ed economica.

Come si vede, l'attività dell'Associazione nell'ambito delle politiche agricole ed alimentari è stata sempre intensa e diversificata, multilaterale e progettuale. 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.

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



# Fondo per la prevenzione dell'Usura



Adiconsum è sempre stata attenta alle problematiche legate al sovraindebitamento e all'accesso al credito dei consumatori. Da oltre 20 anni siamo l'unica Associazione consumatori che gestisce a livello nazionale, su incarico del Ministero dell'Economia e delle Finanze, il Fondo di prevenzione del sovraindebitamento e dell'usura, introdotto dall'ex art. 15 della Legge sull'Usura n.108/1996.

Il Fondo si rivolge alle famiglie che si trovano in difficoltà economica e che non sono più in grado di coprire tutte le uscite con le proprie entrate, di rispettare gli impegni finanziari precedentemente assunti e nei casi più gravi di sostenere le spese necessarie per il sostentamento del nucleo familiare (vitto, fitto, rate del mutuo, bollette, spese sanitarie, prestiti, ecc.). Attraverso il Fondo è possibile ottenere un prestito agevolato garantito da Adiconsum per consolidare i debiti ed

estinguere a tassi minimi. Attualmente il Fondo può garantire finanziamenti di importo massimo fino a 75.000 euro, con rientri fino a 120 mesi (10 anni), da estinguere entro il settantacinquesimo anno di età.

Un apposito Comitato di esperti valuta le domande di accesso ricevute dal Fondo, seguendo specifici criteri stabiliti dal Regolamento attuativo della Legge:

- effettivo stato di bisogno del richiedente e serietà della ragione dell'indebitamento;
- capacità di rimborso del finanziamento concesso, dimostrato da reddito documentabile;
- entità dell'importo complessivo debitorio a carico del richiedente che deve rientrare entro i limiti di garanzia
- impossibilità di accesso al credito legale a causa di segnalazione negativa presso i sistemi di informazione creditizia (Crif, Ctc, Experian).

Il Comitato Tecnico Scientifico (C.T.S.) nel corso del 2024 si riunisce mediamente una volta alla settimana. Tutte le decisioni assunte dal C.T.S. sono registrate nei "Verbali delle Riunioni" redatti da uno dei Componenti del Comitato e sottoscritto dal Presidente del Fondo. Tutti i documenti risultano allegati alla Relazione Annuale già presentata al MEF entro il 31 marzo 2024. Il C.T.S. ha trattato nell'anno di competenza n.91 richieste, deliberandone n.23, di cui erogate dalle Banche convenzionate al giorno 31 dicembre 2024 n.10, per un importo complessivo garantito nel 2024 pari a 679.300,00 euro di cui le Banche hanno erogato una cifra pari a 304.120,03 euro.

Resta invece alto il rapporto tra le pratiche garantite e quelle respinte. Delle richieste istruite durante il 2024 poco meno del 20% sono state deliberate positivamente. Di fatto la maggior parte delle richieste pervenute non rispondono ai requisiti di Legge a causa della scarsa capacità di rimborso e del debito complessivo sempre più elevato di norma superiore al plafond massimo che l'Associazione può garantire attraverso le Convenzioni in essere con le Banche presso le quali sono depositati i Fondi Pubblici. Per questo motivo 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. Anche nel 2024 è stata confermata la grave situazione di disagio socio/economico delle famiglie italiane già censita prima della pandemia e acuita dalla guerra tra Russia e Ucraina, con un alto numero di segnalazioni e richieste di aiuto pervenute al nostro settore: circa 1054 contatti e-mail e telefonate registrate nell'anno, 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 di Prevenzione Usura. 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.

### **CANALI DI CONTATTO**

Per permettere ai soggetti vittime del sovra-indebitamento e alle istituzioni di mettersi in contatto con il Fondo, restano operativi i seguenti canali di accesso: servizio telefonico assicurato tramite il Centralino Nazionale di Adiconsum; è attualmente disponibile per il cittadino due linee telefoniche dedicata 06.44170238 – 06.44170253; un indirizzo di posta elettronica dedicato [prevenzioneusura@adiconsum.it](mailto:prevenzioneusura@adiconsum.it); una sezione dedicata al Settore nel sito istituzionale dell'Associazione [www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it), ove oltre a trovare tutte le informazioni relative al funzionamento del Fondo è possibile scaricare il modello necessario per la richiesta di accesso al Fondo ed il modulo delega utilizzato dall'Associazione per la richiesta dei report finanziari alle SIC (Sistemi d'Informazione Creditizia).

### **PROTOCOLLO D'INTESA CON LE SIC**

È stato confermato anche per il 2024 protocollo d'intesa sottoscritto con le SIC (Crif, Ctc ed Experian). Tale strumento è stato anche utilizzato dal Comitato per verificare la veridicità delle informazioni contenute nelle richieste di accesso al Fondo. Nel 2024 il Settore ha ricevuto 250 richieste di accesso Crif, CTC ed Experian, per un numero totale di report ricevuti pari a 750.



# Settore Bancario-finanziario

Nel corso del 2024, l'attività del settore credito e finanza si è concentrata su tre direttrici principali: tutela dei consumatori contro i rischi digitali e le frodi finanziarie, educazione e inclusione finanziaria, e rapporti strutturati con le istituzioni del settore bancario e finanziario, nonché attività di cooperazione con gli interlocutori normativi e di vigilanza competenti, implementando altresì le attività di interlocuzione con gli intermediari del settore finanziario e bancario, al fine di condividere soluzioni e scelte di prevenzione in termini di tutela per i consumatori. Considerati i risultati raggiunti e proponendosi di consolidare ulteriormente gli ambiti di collaborazione, sono state individuate nuove soluzioni, o rafforzamento delle iniziative in corso.

## Desertificazione bancaria

Nel 2024 è proseguita la tendenza delle banche ad abbandonare i territori. Quasi la metà dei comuni è priva di sportelli: 3.386, il 42,9% del totale, con oltre 4,6 milioni di residenti. Liguria, Veneto e Friuli Venezia Giulia le regioni più colpite. Nel primo trimestre del 2025 le banche italiane hanno chiuso 95 sportelli, in linea con la tendenza che a fine 2024 ha portato il loro numero sotto quota 20mila. Va ricordato infatti che l'ultimo trimestre dell'anno scorso aveva registrato il numero più elevato di chiusure (432) dall'inizio delle rilevazioni nel 2022.

Continua ad aumentare anche il numero delle persone che non hanno accesso ai servizi bancari o rischiano di perderlo: rispetto al 31 dicembre 2024 sono oltre 11 milioni. Di queste, più di 4,6 milioni (+ 0,2%) vivono in comuni totalmente desertificati; quasi 6,4 milioni (+ 1,3%) in comuni in via di desertificazione, quelli con un solo sportello.

Risulta in crescita, inoltre, il numero delle imprese che hanno la propria sede in comuni desertificati: sono 846 in più rispetto al trimestre precedente. Si confermano anche le dimensioni rilevanti dei centri colpiti dalla desertificazione: senza sportello un comune con più di 20mila abitanti (Trentola Ducenta, in provincia di Caserta).

Per comprendere la reale portata del fenomeno i dati vanno letti in parallelo a quelli sulla diffusione dell'internet banking, ancora modesta: in Italia lo utilizza solo il 55% degli utenti contro una media Ue del 67,2%.

Da ciò si evince che la desertificazione bancaria rappresenta un acceleratore dell'esclusione sociale, soprattutto per le fasce anziane della popolazione, penalizzate dal minor livello di competenze digitali (tra i 65 e i 74 anni solo il 33,9% utilizza l'internet banking contro una media Ue del 44,7%).

## Risparmio consapevole

A inizio anni '90 oltre il 20% dei correntisti bancari investiva in titoli di Stato, mentre nel 2020 questa percentuale si è notevolmente ridotta intorno al 5%; allo stesso tempo è aumentata, da meno del 10% al 16%, la percentuale relativa al possesso di attività finanziarie quali fondi di investimento, obbligazioni e azioni e ultimi dati richiamano anche il tema circa la necessità di cambiare il modello di consulenza finanziaria in modo che persegua effettivamente il miglior interesse del risparmiatore così come prevede la Mifid, remunerando i servizi e non la vendita di



prodotti: tutto ciò a maggior tutela sia dei risparmiatori che dei lavoratori delle banche rispetto alle pressioni commerciali che continuano a subire.

Dal punto di vista finanziario la popolazione si caratterizzava per un'alta propensione al risparmio con una tendenza a investimenti di tipo tradizionale (prevalentemente nella casa di proprietà ed eventualmente in titoli di Stato); il sistema bancario era pertanto un sistema con una forte caratterizzazione territoriale, con un grande numero di banche cosiddette locali (Casse di Risparmio, Banche Popolari, Banche di Credito Cooperativo), che svolgevano prevalentemente attività tradizionale e assistevano le famiglie nella loro crescita e nella gestione del risparmio di tipo tradizionale.

Oggi, il sistema bancario italiano ha perso pressoché totalmente quelle caratteristiche distintive e si è modellato su uno "standard europeo" con un alto indice di concentrazione, una tendenza al progressivo abbandono dei territori sulla base di parametri esclusivamente riferiti alle opportunità di profitto senza alcuna considerazione per qualsivoglia aspetto sociale (quindi con una concentrazione che è ancora più marcata nelle zone meridionali del Paese), e un modello di business che, al netto degli effetti straordinari generati dal repentino aumento dei tassi della Bce, è sempre più finalizzato all'ottenimento di commissioni e sempre meno dipendente dal margine di interesse derivante dall'attività tradizionale. Sicuramente è un sistema più liberalizzato di quanto fosse in precedenza, ma si è allontanato significativamente dal paese reale: è quindi necessario temperare gli eccessi della liberalizzazione, fermare il processo di concentrazione, incentivare la territorialità, rilanciare le banche locali e le attività tradizionali.

## **Credito al consumo**

Aumentano ancora i finanziamenti destinati all'acquisto di beni e servizi. In Italia il Taeg resta superiore sia alla media dell'area euro che a Francia e Germania. Dopo il calo dei mesi scorsi, i tassi tornano a crescere, ma gli italiani continuano ad indebitarsi: il 2024 si è chiuso con quasi 170 miliardi di prestiti erogati. Sul totale dei prestiti richiesti il credito al consumo pesa per il 18,7% contro una media europea dell'11,2%. Continua la corsa del credito al consumo. Nel 2024 il volume dei finanziamenti è aumentato del 5,3%, passando rispetto alla fine del 2023 da 160,7 a 169,3 miliardi. Nello stesso periodo si è registrata anche una modesta ripresa dei prestiti complessivi erogati alle famiglie (+ 0,5%). L'Italia si conferma ai primi posti in Europa per i costi che i consumatori sono chiamati a sopportare sui finanziamenti personali. A febbraio il Taeg sulle nuove operazioni ha toccato il 10,45%, dato che resta significativamente più elevato sia rispetto alla media dell'area euro (8,38%) che a quelli di Francia (6,73%) e Germania (8,34%). Il percorso di discesa che aveva segnato l'ultima parte del 2024 si era interrotto già a gennaio.

Tra le regioni, nell'ultimo trimestre del 2024 l'aumento maggiore si è registrato in Emilia Romagna (+ 2,01%), Toscana (+ 1,97%) e Lombardia (1,86%), quello minore in Campania (+ 1,14%). Dall'analisi emerge inoltre che in Italia la rischiosità del credito, rappresentata dal tasso di deterioramento dei prestiti alle famiglie calcolato in relazione al numero degli affidati, non solo è rimasta su livelli contenuti ma è calata costantemente nel corso del 2024 (da 0,262% a 0,222%). Guardando ai dati su base regionale, le difficoltà maggiori si registrano al Sud, con il picco in Sicilia (0,352%), seguita da Campania (0,349%) e Calabria (0,328%). Va segnalata inoltre la crescita continua del fenomeno della cessione del quinto dello stipendio, una forma di prestito che, quando correlato



ai consumi, denota implicazioni sul terreno sociale che non possono non destare preoccupazione. Dal 2011 alla fine del 2024 l'ammontare di questi prestiti è pressoché raddoppiato, passando da poco più di 10 miliardi ad oltre 18 miliardi. Nell'ultimo anno la crescita è stata dell'1,1%.

### Rischi connessi alla digitalizzazione

Le truffe legate al trading online sono sempre più frequenti: conoscere le tecniche usate per ingannare è, quindi, fondamentale per difendersi. Il punto Adiconsum ha fatto il punto sul loro funzionamento, sulle tecniche usate per adescare gli utenti, su come individuare i siti illegali e su come muoversi sul piano legale. Broker situati in sedi per lo più esotiche, società ombra e false promesse di investimenti milionari in Amazon o Bitcoin: le **truffe sul trading online** sono più comuni e frequenti di quel che si possa immaginare. L'ultima pubblicazione della Commissione Europea in tema di **cybersicurezza** mette in evidenza come circa i due quinti degli utenti UE avrebbero sperimentato problemi riguardanti la sicurezza, mentre negli ultimi tre anni un terzo degli utenti avrebbe ricevuto e-mail o telefonate fraudolente in cui si richiedevano dati personali o richieste di investimento

Il funzionamento delle truffe nel mondo del trading on-line segue schemi piuttosto consolidati, anche se può variare il mezzo utilizzato. L'obiettivo primario resta quello di adescare un utente, proponendogli investimenti in criptovalute, nel forex trading o nelle opzioni binarie. Le promesse sono quelle di poter ottenere, nel giro di pochissimo tempo, guadagni molto elevati, senza il rischio di perdere il proprio capitale, con ciò contravvenendo alla regola numero uno di ogni investimento, quella per cui non esistono attività finanziarie senza rischio. Di fatto, per attirare gli utenti nella trappola del trading online, si fa leva principalmente su tre elementi:

- Promesse di facili e rapidi ingenti guadagni, spesso conseguiti con alcuni semplici clic e in brevissimo tempo, così che chiunque possa far lievitare il proprio conto in banca.
- Utilizzo di parole e formule rassicuranti – l'usuale "periodo di prova" e i cosiddetti "bonus di benvenuto e di ingresso" – sono solo alcuni degli strumenti più spesso utilizzati per far credere all'utente che non correrà alcun rischio nell'investire parte dei propri risparmi.
- tecniche di marketing molto spinte e che sono sempre più aggressive: si va dall'invio di sms alle chiamate promozionali sul cellulare nel corso delle quali l'operatore prova a far leva sulla scarsa attenzione o sulla fretta dell'utente spingendolo a investire piccole cifre in cambio della promessa di guadagnare molti più soldi.

La transizione digitale è inevitabile, ma la digitalizzazione deve essere posta al servizio della società e non essere considerata un fine; il sistema bancario nel suo inevitabile processo di digitalizzazione deve tener conto di quanto definito nel Pnrr, nel quale sono previste due transizioni, quella digitale e quella tecnologica, ma anche un terzo pilastro, che ne è filo conduttore, che è quello della sostenibilità e dell'inclusione. Tutto ciò porta a riflessioni in ordine alla necessità di cambiare gli assetti del sistema bancario italiano, anche in termini di composizione del capitale, con degli anchor investor che assicurino stabilità e il perseguimento di obiettivi di lungo termine, e tutele effettive per i piccoli azionisti, aprendo all'opportunità di sviluppare nuove e diffuse forme di partecipazione dei lavoratori. Infine, il ruolo sociale delle banche potrebbe essere scrutinato da appositi osservatori regionali sull'attività bancaria, con la partecipazione di rappresentanti delle istituzioni politiche territoriali, delle banche, dei consumatori e delle organizzazioni sindacali.



## Le possibili tutele legali quando si è davanti a una truffa online

Adiconsum si occupa di questi contenziosi, dopo anni di esperienza: studia il caso del cliente e propone al medesimo l'esercizio di azioni stragiudiziali e giudiziali al fine di recuperare le somme investite.

1. In via civile stragiudiziale: lo studio formula in questi casi una richiesta alla controparte - fortemente motivata sotto il profilo giuridico - al fine di ottenere il rimborso e/o il risarcimento del danno relativamente alle somme investite dal cliente.
2. In via giudiziale: esercizio di azione civile e/o penale.
3. Con l'azione civile, preceduta anche dal tentativo di mediazione, dinanzi agli organismi autorizzati, il cliente, tramite l'assistenza di Adiconsum si invoca, dinanzi al giudice, la tutela volta al rimborso delle somme e/o al risarcimento dei danni nei confronti della controparte.
4. In via penale: predisponendo l'atto di querela (e successivamente l'atto di costituzione della parte civile) che introduce il procedimento penale a carico dei responsabili per la condotta penalmente rilevante.

## Frodi online, sicurezza dei dati personali e furti di identità

In collaborazione con l'ABI (Associazione Bancaria Italiana), abbiamo partecipato a campagne informative sulla sicurezza nei pagamenti digitali, contrasto alle frodi online e alle identità digitali sottratte. Sono stati attivati sportelli informativi dedicati, eventi divulgativi e guide operative per i consumatori in particolare:

- Diffusione di materiale di sensibilizzazione contro le tecniche di phishing e smishing;
- Collaborazione con banche per il rafforzamento dei sistemi di autenticazione forte (SCA);
- Segnalazione ai garanti preposti in caso di violazioni di dati personali (GDPR).

## Credito al consumo – rapporto con ASSOFIN

Abbiamo monitorato costantemente l'andamento del credito al consumo insieme ad ASSOFIN, evidenziando:

- L'aumento della richiesta di finanziamenti (+7% su base annua);
- Le criticità legate a tassi di interesse variabili e commissioni occulte;
- Promozione del credito responsabile, anche attraverso la revisione della modulistica precontrattuale;
- Richiesta alle istituzioni di semplificazione delle pratiche di rinegoziazione dei debiti.

## Criptovalute e finanza decentralizzata – dialogo con CONSOB

In collaborazione con CONSOB, l'associazione ha preso parte a tavoli di confronto sul tema delle criptovalute e dei cryptoasset, con l'obiettivo di:

- Informare i consumatori sui rischi connessi alle piattaforme non autorizzate;
- Chiarire la distinzione tra strumenti speculativi e forme di pagamento;
- Promuovere un quadro normativo più stringente per proteggere i piccoli risparmiatori.

Vicenda FWU – rapporti con IVASS



In relazione alla nota vicenda FWU (vendita opaca di polizze assicurative a contenuto finanziario), abbiamo aperto un confronto diretto con IVASS, sollecitando:

- L'indagine sull'eventuale presenza di pratiche commerciali scorrette;
- Il rimborso o il recesso facilitato per i consumatori coinvolti;
- Il rafforzamento dei controlli sui canali di distribuzione assicurativi (in particolare reti bancarie e promotori).

### **Pagamenti digitali ed euro digitale – comitato Banca d'Italia**

La nostra associazione ha partecipato a iniziative informative promosse da Banca d'Italia nell'ambito del Comitato Pagamenti Italia, con focus sull'introduzione dell'euro digitale:

- Abbiamo chiesto che il nuovo strumento garantisca inclusività, tracciabilità e gratuità di utilizzo;
- Sono state avanzate proposte per assicurare la tutela della privacy e la libertà di scelta tra strumenti di pagamento.

Educazione al risparmio ed educazione finanziaria

L'attività educativa è stata centrale nel 2024, attraverso:

- Il progetto "Dico Sì" (cofinanziato dal MIMIT), in collaborazione con Feduf (ABI), rivolto a donne e over 60 per rafforzare le competenze finanziarie;
- Giornate dedicate al risparmio consapevole, organizzate nelle scuole e nei centri civici;
- Pubblicazione di guide sul bilancio familiare, il credito responsabile e la gestione del debito.

Recupero crediti e sovraindebitamento – dialogo con UNIREC

Con UNIREC, l'associazione ha collaborato per:

- Favorire buone pratiche nel recupero crediti, evitando azioni aggressive o scorrette;
- Sostenere la mediazione per debiti deteriorati;
- Rafforzare il ricorso agli OCC (Organismi di Composizione della Crisi) per casi di sovraindebitamento.

Abbiamo inoltre fornito assistenza personalizzata a numerosi consumatori sovraindebitati, supportandoli nell'accesso ai fondi anti-usura e alle procedure ex Legge 3/2012.

L'attività 2024 ha evidenziato la necessità di un'azione sinergica tra istituzioni, associazioni di categoria e autorità di vigilanza, per rafforzare la tutela dei cittadini in un sistema finanziario sempre più digitale e complesso. Si prosegue nel 2025 con l'obiettivo di garantire trasparenza, sicurezza e inclusione finanziaria per tutti i consumatori.



## La situazione economica e finanziaria

La raccolta fondi è esclusivamente finalizzata allo svolgimento delle attività statutarie, segnatamente il sostentamento della struttura operativa dell'associazione, l'erogazione di servizi di assistenza ed informazione individuale ai consumatori e lo svolgimento di campagne informative/progetti focalizzati su aspetti specifici di protezione dei consumatori o promozione dei loro diritti e del consumo consapevole. In osservanza alle norme sulla trasparenza, Adiconsum pubblica sul sito istituzionale i dati sui finanziamenti ricevuti e sulla relativa destinazione; pubblica altresì, per ciascuna attività/progetto/servizio, delle pagine specifiche di dettagliata illustrazione degli obiettivi, delle azioni, delle partnership attivate, dei materiali prodotti, degli eventi organizzati e dei risultati conseguiti o valutazioni di impatto svolte. Come analiticamente e dettagliatamente illustrato nei documenti di bilancio, Adiconsum riceve sia fondi di provenienza pubblica (5xmille, finanziamenti per progetti), che privata (quote associative individuali, finanziamento a progetti e attività bilaterali da imprese o fondazioni).

### Ricavi e Proventi da attività di interesse generale

	31/12/2024		31/12/2023	
Proventi da quote associative		40.645		37.506
Proventi del 5 per mille		120.663		146.890
Contributi da strutture sindacali		0		0
Ricavi per prestazioni a terzi		285.325		237.150
Altri Ricavi, rendite e proventi		260.977		279.207
Contributi per progetti		1.055.921		847.170
Sopravvenienze attive		29.055		231.473
Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale		1.792.586		1.779.396

Con riferimento alla voce "Contributi per progetti", l'incremento di Euro 208.751 è principalmente dovuto ad una maggiore incidenza delle quote a titolo di anticipo riconosciute nell'anno in corso, mediamente pari al 70% del valore progettuale.



## Contributi pubblici ricevuti nell'anno 2024

ADICONSUM C.F. 96107650580			
Elenco delle sovvenzioni ricevute da Adiconsum da soggetti pubblici - Anno 2024			
Denominazione Ente erogatore	Somma Incassata	Data Incasso	Progetto/Iniziativa
European Commission	€ 15.777,50	25/01/24	5° quota progetto SHEALTHY (Grant Agreement n. 817936) da Enco srl (capofila)
Ministero delle Imprese e del Made in Italy	€ 269.550,00	19/02/24	Anticipo progetto Legge 388/2000 - DD 05/06/2023
European Commission	€ 251.879,64	19/03/24	Prefinanziamento progetto ECC-NET 2024-2025 (Grant Agreement n. 101146056 ) (di cui quota parte € 70.224,04 a partner CTU)
Agenzia Nazionale per l'attrazione degli investimenti	€ 8.660,00	27/03/24	Contributo per CONCILIAZIONI
Cassa per i Servizi Energetici e Ambientali (CSEA)	€ 22.125,00	18/04/24	Contributo per CONCILIAZIONI paritetiche energia
FD per Sanzioni amm.ve irrogate dall'AutMEF	€ 34.720,00	23/04/24	Contributo per CONCILIAZIONI paritetiche tlc
Cassa per i Servizi Energetici e Ambientali (CSEA)	€ 15.330,15	30/04/24	Quota progetto PQS/23-25 "ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE" - Deliberazione dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente 416/2019/E/com da ADOC Nazionale (capofila)
Agenzia Nazionale per l'attrazione degli investimenti	€ 17.360,00	30/04/24	Contributo per CONCILIAZIONI
Ministero dell'Economia e delle Finanze	€ 2.225,02	16/07/24	Contributo per la gestione del FONDO DI SOVRAINDEBITAMENTO E USURA
Agenzia Nazionale per l'attrazione degli investimenti	€ 39.000,00	19/07/24	Contributo per CONCILIAZIONI
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	€ 60.178,39	23/07/24	Saldo progetto GENERAZIONI IN CIRCOLO (di cui quota parte € 24.738,42 a Partner CODICI e € 19.273,91 a Partner AECL Lazio)
Ministero delle Imprese e del Made in Italy	€ 247.148,98	25/07/24	Anticipo progetto ECC-NET 2024-2025 e ODR 2024
Ministero dell'Economia e delle Finanze	€ 145,00	25/07/24	Contributo per la gestione del FONDO DI SOVRAINDEBITAMENTO E USURA
Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali	€ 50.062,50	26/07/24	Saldo progetto SOSTENIBILE ANCHE PER NOI



## Altre informazioni

### Impatto ambientale e non solo



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 quasi totalità 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;
- Il ricorso allo smart working alternato ha abbassato le presenze di staff, 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; prosegue la collaborazione con GIOOSTO, lo shopping online sostenibile, e con “Made in Carcere”.

## 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 Adiconsum recita, all'art. 2:

“L'informazione, la condivisione e il coinvolgimento dei lavoratori nella realizzazione dei valori e dei principi ispiratori dell'Associazione Adiconsum, nonché il raggiungimento della migliore qualità del lavoro rappresentano un obiettivo di entrambe le parti, che si impegnano a favorire politiche ed iniziative mirate alla valorizzazione dei lavoratori, alla massima attenzione agli aspetti ambientali, al risparmio energetico, al risparmio dei materiali utilizzati e negli acquisti, orientandosi su prodotti più rispondenti a criteri ecologici e sociali, in un programma di miglioramento ambientale continuo”.

## Pari opportunità



In merito, il Regolamento Adiconsum recita, all'art. 3: “Adiconsum, nell'affermare il principio di non discriminazione e di parità fra uomo e donna in armonia con le previsioni di legge e del CCNL, si impegna ad avviare un'attività interna volta a favorire le Pari Opportunità tra uomo e donna ed a prevenire qualsiasi azione o comportamento di natura discriminatoria.”



## La formazione

In merito, il Regolamento Adiconsum recita, all'art. 6:

“L'Associazione Adiconsum persegue il fine della crescita professionale delle risorse umane anche allo scopo di ottenere il miglioramento qualitativo e dell'efficienza organizzativa della sua attività e riconosce ai dipendenti il diritto/dovere alla formazione continua e alla riqualificazione professionale. A Tal fine, fin dal momento dell'assunzione la risorsa, qualunque sia il suo livello e la mansione svolta, verrà inserita in interventi formativi continui e permanenti.

Tali interventi si strutturano, in linea generale e salvi necessari adattamenti, 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 dell'Associazione Adiconsum. La formazione specifica viene effettuata sulla base di una valutazione dei fabbisogni formativi, condotta dall'Ufficio del Personale di concerto con l'Ufficio di Presidenza. Sulla scorta degli esiti di tale ricognizione, l'Ufficio del Personale elaborerà 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, le parti convengono sull'opportunità che i dipendenti partecipino 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 dell'Associazione Adiconsum.

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

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

## Le tutele nel lavoro

In merito, il Regolamento Adiconsum recita, all'art. 13:

“L'Associazione Adiconsum, in linea con le sue finalità e orientamenti, garantisce 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 Adiconsum recita, all'art. 15:

“L'Associazione Adiconsum, in ragione anche della sua natura e orientamento, tiene nella massima considerazione le attività di volontariato e la partecipazione dei suoi dipendenti ad altre associazioni di volontariato e di promozione sociale costituite ai fini di solidarietà; salva la possibilità di concedere ulteriori elementi di sostegno e supporto, nei casi in cui il lavoratore risulti attivo nelle predette attività o per l'intervento in casi di calamità naturale, gli è riconosciuta la flessibilità di orario.”

## Il monitoraggio dell'organo di controllo

L'Organo di Controllo è il Collegio dei Revisori. Il Collegio, in data 15/05/2025, previo esame del documento, prende atto che Adiconsum ha redatto il Bilancio Sociale 2024 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 2024: l'osservanza delle finalità sociali, il perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria; il rispetto, nelle attività di raccolta fondi, dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico; ha verificato altresì l'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali.





## Postfazione del Segretario Nazionale Adiconsum Andrea Di Palma

Care lettrici, cari lettori,

*questo Bilancio Sociale nasce con l'intento di andare oltre il semplice obbligo formale. Vuole essere uno strumento vivo, capace di coinvolgere sempre più soci e consumatori nella vita dell'Associazione, stimolando partecipazione, confronto e proposta. I risultati raggiunti non sono frutto esclusivo dell'impegno di dirigenti, collaboratori e volontari: è anche grazie alla spinta costante dei nostri associati, degli interlocutori istituzionali, delle imprese e dei media, che le nostre attività si sono sviluppate e rafforzate nel tempo. Il nostro è un lavoro appassionante, che ha al centro la tutela dei diritti e l'esplorazione di nuove strade per affermarli in un contesto in continua evoluzione. Di fronte alle sfide di un mercato globale in trasformazione, spesso non privo di criticità, siamo consapevoli della necessità di un impegno rinnovato, per accompagnare le persone in un percorso verso un benessere che non sia solo individuale, ma parte di una visione condivisa di cittadinanza attiva e solidale.*

*Siamo convinti che solo con un pensiero progettuale – fatto di passione, competenza e apertura – si possano affrontare al meglio transizioni cruciali come quella digitale ed ecologica. Il nostro approccio resta quello di sempre: costruire ponti, favorire sinergie, generare senso di responsabilità comune e perseguire risultati concreti. Proprio nei progetti, che spesso affiancano la nostra attività politico-istituzionale, riusciamo a far convergere energie positive provenienti da imprese, istituzioni e società civile, unendo competenze e visioni diverse attorno a obiettivi comuni. Il Bilancio Sociale testimonia questo impegno, riportando studi, iniziative, campagne, interventi sul territorio e collaborazioni, ciascuno espressione concreta dei nostri valori e della nostra identità. Non è un caso che la redazione del Bilancio sia affidata all'Ufficio Progetti: la "mentalità progettuale" – basata su organizzazione, concretezza, ma anche radicata nei principi fondanti dell'Associazione – permea ogni pagina di questo documento.*

*Sappiamo che quanto qui presentato non riesce a restituire pienamente la ricchezza delle attività svolte, soprattutto a livello territoriale e nelle tante piccole azioni quotidiane che animano la nostra presenza sul territorio. Molto di ciò è comunque raccontato e aggiornato attraverso i nostri canali comunicativi, in particolare online. Per quanto riguarda l'impiego delle risorse in linea con gli scopi statutari, rimandiamo al Bilancio dell'Associazione e alla sezione Trasparenza del sito web, curati con la consueta attenzione dalla Segreteria Nazionale.*

*Infine, come ormai consuetudine, vi invitiamo a inviarci suggerimenti e osservazioni per migliorare ulteriormente questo strumento, così da renderlo sempre più aderente alle aspettative di chi, come voi, ci segue e ci sostiene. Potete scrivere all'indirizzo: [analisiicerca@adiconsum.it](mailto:analisiicerca@adiconsum.it).*

*Grazie per l'attenzione e arrivederci al prossimo anno.*

Andrea Di Palma

