

# Il consumo responsabile



**Carlo De Masi**  
*Presidente Adiconsum*

## Agroalimentare e responsabilità sociale

Nell'ambito della Consultazione pubblica su GDO e filiera agroalimentare nell'ambito di una indagine conoscitiva (IC58) presso l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Abbiamo esposto quanto segue.

Adiconsum ritiene che l'indagine conoscitiva avviata dall'Autorità sul ruolo della Grande Distribuzione Organizzata nella filiera agroalimentare sia non solo opportuna, ma urgente, alla luce delle profonde trasformazioni che hanno interessato il mercato alimentare negli ultimi anni e delle ricadute sempre più evidenti sui consumatori, in particolare sui nuclei familiari economicamente più fragili. Il potere di acquisto esercitato dalla GDO lungo la filiera, soprattutto in alcuni comparti da forte deperibilità dei prodotti e da ridotte alternative di sbocco commerciale per i produttori, ha assunto una rilevanza tale da incidere non solo sugli equilibri concorrenziali a monte, ma anche sulla qualità complessiva dell'offerta, sulle condizioni di produzione e, in ultima analisi, sui prezzi e sulle scelte disponibili per i consumatori. In questo contesto, le dinamiche negoziali fortemente sbilanciate a favore degli acquirenti, le grandi catene di supermercati, rischiano di comprimere i

*(segue a pag.2)*

## A tentoni nell'oscurità



**Ubaldo Pacella**

Il cielo sopra Roma è uniformemente grigio, non dipende da questioni atmosferiche di un inverno Siamo nei guai seri. Le scelte disastrose del presidente USA Donald Trump, ultima delle quali la guerra all'Iran, hanno innescato una crisi economica globale i cui effetti è difficile analizzare e prevedere ora. Quello che è certo, poiché lo notiamo ogni giorno, sono gli aumenti dei prezzi, non solo quelli energetici. Un trend negativo che penalizza ulteriormente salari e pensioni, riducendo il loro già scarso potere di acquisto. Il tentativo di stemperare l'aumento dei prezzi dei carburanti diminuendo le accise sino al prossimo primo maggio sembra essere uno dei soliti pannicelli caldi che nulla risolvono e forse creano condizioni favorevoli per qualche speculatore d'assalto.

Avanza drammaticamente nei fatti e nei timori dei più, dagli osservatori finanziari, economici, sino ai politici e alla gente comune l'onda di una recessione, destinata ad incidere ancor più sulla instabilità mondiale. Le mosse sciagurate avviate da poco più di un anno dal presidente americano, prima con i dazi, poi sempre peggio con la violenza delle bombe, sono riuscite a disarticolare i precari equilibri esistenti. La geopolitica è stata travolta da un'onda anomala di violenza culturale, di urla sguaiate

*(segue a pag.35)*

marginari dei produttori fino a livelli incompatibili con investimenti in qualità, sicurezza, sostenibilità ambientale e rispetto delle condizioni di lavoro lungo la filiera agricola, con effetti che si riverberano sull'intero sistema.

Dal punto di vista di Adiconsum, il tema non può essere affrontato esclusivamente in termini di efficienza economica o di riduzione dei prezzi nominali, ma deve essere letto anche alla luce della responsabilità sociale d'impresa della GDO, che svolge un ruolo centrale di organizzazione e indirizzo del mercato. Pratiche agricole sostenibili, il rispetto degli standard ambientali, la riduzione dell'impatto climatico, così come il contrasto al lavoro irregolare e allo sfruttamento in agricoltura, comportano costi reali che non possono essere sostenuti se la pressione sui prezzi di acquisto esercitata dalla GDO rende tali investimenti economicamente non praticabili. Una competizione basata prevalentemente sulla compressione dei prezzi a monte rischia di produrre, nel medio periodo, un impoverimento del tessuto produttivo, una riduzione della qualità e una distanza crescente tra gli obiettivi dichiarati di sostenibilità e le condizioni effettive di produzione dei beni alimentari, che in ultima istanza possono riflettersi negativamente anche sulla salubrità e sicurezza del nostro sistema alimentare, con effetti sulla salute pubblica (e i connessi costi sociali).

A ciò si aggiunge un elemento che, dal punto di vista consumerista, assume un rilievo decisivo: negli ultimi anni il cosiddetto "carrello della spesa" ha registrato un tasso di inflazione significativamente superiore a quello dell'inflazione generale misurata dall'ISTAT. Questo andamento ha avuto effetti particolarmente pesanti sulle famiglie a basso reddito, per le quali la spesa alimentare rappresenta una quota molto rilevante della spesa complessiva. In tale contesto, il ruolo della GDO nel trasferimento a valle delle oscillazioni dei costi assume una valenza sociale oltre che economica.

Adiconsum rileva come gli aumenti dei costi degli input produttivi tendano a essere rapidamente trasferiti sui prezzi al consumo, mentre i risparmi ottenuti in fase di approvvigionamento o attraverso economie di scala non sempre si riflettono con la stessa tempestività e intensità sui prezzi finali, alimentando una percezione diffusa di asimmetria e di scarsa equità nel funzionamento del mercato.

Ulteriori criticità emergono in relazione ai meccanismi di aggregazione della domanda e alla gestione dei contributi economici che i fornitori versano alla GDO per ottenere visibilità, promozioni e servizi commerciali, contributi che spesso si caratterizzano per livelli di complessità e opacità tali da rendere difficile comprendere come si formi effettivamente il prezzo finale dei prodotti e in che misura i costi delle attività promozionali gravino sui fornitori e, indirettamente, sui consumatori. A ciò si aggiunge il fatto che i meccanismi promozionali adottati dalla GDO sono diventati sempre più articolati e difficili da interpretare, con una moltiplicazione di sconti, offerte temporanee e formule commerciali che finiscono per confondere il consumatore e rendere di fatto impossibile valutare la convenienza reale delle offerte rispetto a un prezzo "normale" o di riferimento del prodotto (che ormai non esiste più).

In questo contesto, Adiconsum auspica una maggiore valorizzazione, anche all'interno della GDO, delle piccole produzioni locali di alta qualità, che rappresentano un elemento fondamentale di pluralismo dell'offerta, di tutela e promozione dello sviluppo dei territori e di sostenibilità economica e ambientale, ma che spesso incontrano difficoltà di accesso agli scaffali della GDO proprio a causa di condizioni commerciali e promozionali non sostenibili per realtà produttive di dimensioni ridotte.

Alla luce di queste considerazioni, Adiconsum auspica che l'indagine dell'Autorità consenta di valutare in modo approfondito se e in che misura l'attuale esercizio del potere di acquisto da parte della GDO sia compatibile non solo con il corretto funzionamento della concorrenza, ma anche con obiettivi più ampi di equità sociale, sostenibilità ambientale e tutela dei consumatori, in particolare di quelli più vulnerabili. Un mercato agroalimentare realmente efficiente deve garantire prezzi accessibili senza scaricare i costi della competizione sui produttori, sui lavoratori agricoli e, in ultima analisi, sui consumatori stessi. In definitiva, il rafforzamento della trasparenza, l'equilibrio delle relazioni contrattuali e una maggiore coerenza tra politiche commerciali e responsabilità sociale d'impresa della GDO rappresentano condizioni essenziali per ricostruire fiducia e garantire benefici duraturi lungo l'intera filiera.



# CAMERA DEI DEPUTATI

## (Commissione Parlamentare per la Semplificazione)

Indagine conoscitiva in materia di rapporti tra cittadino, imprese private e pubblica amministrazione con riferimento alla semplificazione e alla trasparenza dei contratti pubblici e delle clausole contrattuali per l'accesso ai servizi.

Adiconsum è intervenuta, insieme ad altre Associazioni Consumatori, sull'indagine sulla semplificazione con osservazioni e proposte che intendono ampliare il perimetro della riflessione istituzionale, estendendo l'ambito di intervento dalla pubblica amministrazione all'intero comparto dei servizi privati, in coerenza con l'evoluzione del quadro normativo europeo e con le sfide poste dalla transizione digitale, dalla sostenibilità e dall'intelligenza artificiale.

### 1. Il quadro di riferimento: dalla trasparenza formale alla trasparenza sostanziale

La qualità e la chiarezza del rapporto contrattuale tra cittadini e soggetti erogatori di servizi, pubblici e privati, rappresentano un indicatore concreto del livello di civiltà amministrativa e del grado di fiducia dei cittadini verso le istituzioni.

La semplificazione e la trasparenza non costituiscono solo obiettivi formali, ma strumenti di tutela sostanziale dei diritti dei consumatori e dei risparmiatori. Esse devono essere intese come condizioni di legalità e responsabilità nel rapporto tra erogatore del servizio e cittadino.

Nel contesto attuale, la complessità dei documenti contrattuali, unita alla carenza di informazioni accessibili, genera diffidenza e contenzioso in settori trasversali ed essenziali: i servizi finanziari e creditizi, il settore energetico, le telecomunicazioni, i servizi postali e di pagamento, i servizi di trasporto, i servizi previdenziali e assicurativi.

### 2. Estensione dell'intervento di semplificazione: dal pubblico al privato

Adiconsum e le altre Associazioni ritengono che l'azione della Commissione debba superare la tradizionale distinzione tra ambito pubblico e ambito privato, adottando un approccio sistemico che garantisca standard minimi di chiarezza, accessibilità e correttezza in tutti i contratti di servizio, indipendentemente dalla natura del soggetto erogatore.

In tale prospettiva si propone:

- a. **Introduzione di standard minimi di chiarezza contrattuale** per tutti i contratti di servizio, pubblici, di pubblica utilità e privati, ispirati ai principi del legal design e accompagnati da una "scheda di trasparenza" che riporti in modo immediato e comprensibile: diritti e obblighi delle parti, costi effettivi e modalità di calcolo, tempi di esecuzione, canali e procedure di reclamo, conseguenze di inadempimento;
- b. **Uniformità regolatoria tra settore pubblico e privato**, evitando che il cittadino-consumatore sia esposto a regimi di tutela differenziati a seconda del soggetto con cui si relaziona, con particolare riguardo ai settori dell'energia, delle telecomunicazioni, dei trasporti e dei servizi finanziari;
- c. **Potenziamento dei meccanismi di risoluzione alternativa delle controversie (ADR/ODR)**, rendendoli uniformi, accessibili e obbligatoriamente pubblicizzati nei documenti contrattuali.

### 3. Aggiornamento e riforma delle Carte dei Servizi: dalla legge finanziaria 2007 alla realtà del 2025

Le Carte dei Servizi, introdotte con il D.Lgs. 286/1999 e successivamente richiamate dalla legge finanziaria 2007, rappresentano uno strumento ancora valido nella sua impostazione di principio, ma profondamente inadeguato rispetto alla realtà attuale dei cittadini italiani.

Adiconsum, insieme alle altre Associazioni, propone una revisione organica e aggiornamento obbligatorio delle Carte dei Servizi per tutti i soggetti erogatori, pubblici e privati, affinché esse riflettano concretamente la

vita reale dei cittadini e includano obbligatoriamente i seguenti temi:

- a. Sostenibilità ambientale e sociale:** ogni Carta dei Servizi deve indicare gli impegni del soggetto erogatore in materia di riduzione dell'impatto ambientale, economia circolare, accessibilità sociale del servizio e inclusione delle fasce più vulnerabili della popolazione. La sostenibilità non deve essere un elemento decorativo, ma un criterio misurabile e verificabile.
- b. Intelligenza Artificiale e automazione decisionale:** in coerenza con il Regolamento UE sull'IA (AI Act, 2024), ogni Carta dei Servizi deve indicare se e in quale misura il soggetto erogatore si avvale di sistemi automatizzati o algoritmi nelle decisioni che riguardano il cittadino — dalla profilazione creditizia alla gestione dei sinistri, dalla modulazione tariffaria alla valutazione delle pratiche previdenziali — con indicazione del diritto alla spiegazione e al riesame umano.
- c. Diritti digitali e inclusione:** le Carte dei Servizi devono garantire che la digitalizzazione dei processi sia sempre accompagnata da canali alternativi non digitali per i cittadini che ne abbiano necessità, con particolare tutela per anziani, persone con disabilità e soggetti a bassa alfabetizzazione digitale o finanziaria.

#### 4. La quarta “E” della Pubblica Amministrazione: Etica

Il modello classico di valutazione della Pubblica Amministrazione si è storicamente fondato su tre parametri: economicità; efficienza; efficacia. Tale schema, pur essendo tuttora valido, risulta oggi insufficiente a cogliere la complessità del rapporto tra PA e cittadino in una società che richiede non solo performance, ma fiducia, equità e responsabilità.

Adiconsum e le altre Associazioni propongono l'introduzione normativa e operativa di una quarta “E”: Etica, intesa come:

- **Correttezza e lealtà** nei confronti del cittadino-consumatore, con divieto di pratiche amministrative elusive, dilatorie o formalisticamente corrette ma sostanzialmente pregiudizievoli;
- **Trasparenza algoritmica:** quando la PA adotta sistemi di intelligenza artificiale o di supporto decisionale automatizzato, il cittadino deve essere informato, deve poter richiedere una decisione umana alternativa e deve poter conoscere i criteri applicati;
- **Responsabilità istituzionale:** la PA deve rispondere in modo misurabile e pubblico della qualità dei propri servizi, anche attraverso la pubblicazione periodica di indicatori di soddisfazione dell'utenza rilevati da soggetti terzi indipendenti;
- **Non discriminazione:** ogni servizio pubblico deve essere erogato con modalità che non producano disparità di trattamento legate a genere, età, condizione socioeconomica, residenza geografica o livello di alfabetizzazione digitale.

L'inserimento dell'Etica tra i criteri fondamentali di valutazione della PA non è un'operazione meramente simbolica: significa dotare le autorità di vigilanza, i giudici amministrativi e i cittadini stessi di un parametro giuridicamente rilevante per valutare la condotta delle amministrazioni e dei soggetti privati concessionari di pubblici servizi.

#### 5. Il consumatore al centro: verso un modello di PA human-centered

Porre il consumatore al centro del rapporto con la pubblica amministrazione significa ripensare strutturalmente i processi di erogazione dei servizi, a partire da tre assi fondamentali:

- a. Ascolto strutturato e partecipazione:** le associazioni dei consumatori riconosciute devono essere sistematicamente coinvolte nella progettazione, revisione e valutazione delle Carte dei Servizi e degli standard contrattuali, sia in sede centrale che locale.
- b. Monitoraggio indipendente della customer satisfaction:** le attuali pratiche di rilevazione della soddisfazione dell'utenza adottate da molte aziende pubbliche risultano sporadiche, autoreferenziali e prive di trasparenza. Si propone l'obbligo di affidare le rilevazioni a soggetti terzi certificati e di pubblicare i risultati con cadenza semestrale, corredati da piani di miglioramento vincolanti.

- c. Accessibilità universale come diritto, non come opzione:** la digitalizzazione dei servizi pubblici deve essere progettata secondo i principi del design inclusivo, con percorsi guidati, linguaggio semplice e sempre disponibile assistenza telefonica o fisica. Il caso dei portali INPS e INAIL è emblematico: la difficoltà di accesso spinge i cittadini verso intermediari non autorizzati, con gravi rischi per i loro diritti.

Semplificare e rendere trasparenti i rapporti contrattuali, in ogni ambito, pubblico e privato, significa restituire ai contratti la loro funzione originaria: garantire diritti e responsabilità in modo equo, comprensibile e verificabile.

La Commissione ha oggi l'opportunità di promuovere una riforma organica che agisca su tre livelli simultaneamente: la revisione delle Carte dei Servizi per renderle strumenti vivi e aggiornati alla realtà del 2025; l'estensione degli standard di chiarezza contrattuale all'intero comparto dei servizi privati; e l'introduzione dell'Etica come quarto criterio fondamentale di valutazione della PA, accanto a Economicità, Efficienza ed Efficacia.

Solo un sistema in cui il consumatore è realmente al centro, informato, protetto, ascoltato e rispettato, può generare quella fiducia istituzionale che costituisce il presupposto di ogni sviluppo civile ed economico del Paese.

Adiconsum, insieme alle altre Associazioni, conferma la piena disponibilità a collaborare con la Commissione e con gli Enti auditi per la definizione di standard condivisi di chiarezza, accessibilità, sostenibilità e responsabilità equità e sviluppo civile.



## SENATO DELLA REPUBBLICA (8<sup>a</sup> Commissione)

“Indagine conoscitiva sullo stato dell’arte e sullo sviluppo dell’autoproduzione di energia elettrica da fonti rinnovabili, sia individuale che collettiva, e sui progressi tecnologici e sulla ricerca attuale relativi agli accumuli di energia elettrica”

Adiconsum, fra le prime associazioni a tutela dei consumatori e riconosciuta dalla legge, aderente al CNCU, porta in questa sede una visione chiara e concreta: l’autoproduzione da fonti rinnovabili è la leva più potente per ridurre la dipendenza energetica, abbassare le bollette di famiglie e piccole imprese, mitigare l’impatto ambientale e democratizzare l’accesso all’energia. Riteniamo indispensabile avere, quindi, un unico obiettivo: far diventare prosumer il maggior numero possibile di cittadini.

Attualmente, secondo i dati GSE e Terna al 31 dicembre 2025, in Italia risultano connessi 2.092.088 impianti fotovoltaici per una potenza totale di 43,5 GW. Di questi, il settore residenziale rappresenta 11,6 GW (il 27% del totale nazionale), con centinaia di migliaia di prosumer attivi e oltre 700.000 sistemi di accumulo installati. Eppure, questo è ancora solo una piccola frazione del potenziale. L’Italia conta oltre 35,6 milioni di abitazioni totali (dati ISTAT 2023-2025), di cui più di 26 milioni occupate da famiglie residenti. Di queste, circa il 40-45% (**stimabili in 10-12 milioni**) si trova in abitazioni unifamiliari o bifamiliari, ideali per l’autoproduzione individuale con accumulo grazie a tetti propri, esposizione favorevole e minori complessità autorizzative. Il restante 55-60% (oltre 15 milioni di appartamenti) è in condomini e edifici plurifamiliari, dove l’installazione di fotovoltaico è più complessa per via di autorizzazioni condominiali e superfici condivise, ma offre un potenziale enorme proprio attraverso le Comunità Energetiche Rinnovabili, che permettono di coinvolgere interi palazzi o quartieri. Solo raggiungendo questo obiettivo – far diventare prosumer decine di milioni di famiglie, individualmente o collettivamente – potremo parlare di vera transizione giusta, partecipata e diffusa.

Partiamo dall’autoconsumo individuale. Il fotovoltaico residenziale, abbinato a sistemi di accumulo, permette già oggi tassi di autoconsumo del 60-80% in molte utenze domestiche, con ammortamenti rapidi. I costi di pannelli e batterie sono diminuiti drasticamente negli ultimi anni, rendendo l’investimento sempre più accessibile per le famiglie italiane. Ad esempio, un impianto standard da 4,5 kW (ideale per una famiglia di 3-4 persone) costa oggi mediamente tra 5.500 e 7.500 euro senza accumulo (chiavi in mano, IVA esclusa), mentre con un sistema di accumulo da 5-7 kWh il totale sale a circa 10.000-13.000 euro (con esempi reali intorno ai 12.000-13.000 euro per configurazioni complete). Rispetto a pochi anni fa, quando impianti simili superavano spesso i 15.000-20.000 euro con accumulo, si registra un calo significativo, trainato soprattutto dal crollo dei prezzi delle batterie (minimi storici globali intorno ai 100-110 euro equivalenti per kWh nel 2025-2026). Anche se nel 2026 i prezzi dei moduli fotovoltaici mostrano una lieve stabilizzazione o lieve aumento in alcuni segmenti, il trend complessivo resta favorevole con ulteriori riduzioni attese per gli accumuli grazie a innovazioni e concorrenza. **Questo rende l’autoproduzione con accumulo mai così conveniente**, con tempi di rientro medi di 5-9 anni (fino a 6-10 in configurazione ottimale), accelerati al Sud o per consumi elevati diurni. Adiconsum ha da tempo sottolineato l’urgenza di rimuovere le barriere residue che frenano le famiglie: costi iniziali ancora percepiti come elevati per i redditi più bassi, complessità autorizzativa e incertezze post-PNRR. Servono contributi mirati a fondo perduto o tariffe sociali dedicate proprio per allargare la platea dei prosumer.

Le Comunità Energetiche Rinnovabili rappresentano il modello più inclusivo e innovativo, consentendo a cittadini, PMI ed enti locali di produrre, condividere e stoccare energia localmente, generando benefici economici, sociali e ambientali concreti. Adiconsum ritiene che le CER siano lo strumento chiave per raggiungere gli obiettivi nazionali ed europei di decarbonizzazione. Purtroppo, la loro diffusione resta lenta: al 31 dicembre 2025, secondo dati GSE, contano circa 1.805 configurazioni attive per 174,5 MW di potenza installata, con taglie medie modeste e crescita ancora limitata rispetto al target PNRR di 1,73 GW entro giugno 2026. Le criticità principali sono gli iter autorizzativi frammentati, la regolazione tariffaria non sempre favorevole e la necessità di semplificare l’accesso ai fondi PNRR, estendendo platee e rimuovendo vincoli residui.

Per accelerare il numero di prosumer, specialmente nelle grandi città dove prevalgono condomini ed edifici multifami-



liari (oltre il 55-60% delle abitazioni italiane), è fondamentale valorizzare anche la configurazione più semplice e immediata prevista dalla normativa: l'**autoconsumo collettivo** (o gruppi di autoconsumatori che agiscono collettivamente) all'interno dello **stesso edificio o condominio**. A differenza delle CER, più complesse e aperte su scala di cabina primaria, l'autoconsumo collettivo richiede solo un accordo tra condòmini (gestibile dall'amministratore), un impianto condiviso (es. FV sul tetto) e permette di condividere virtualmente l'energia prodotta tra tutti i partecipanti, inclusi inquilini senza tetti propri. Questa formula è ideale per democratizzare l'autoproduzione urbana, riducendo barriere burocratiche e accelerando i tempi di realizzazione.

Adiconsum propone di promuovere attivamente questa configurazione attraverso: coinvolgimento sistematico degli amministratori di condominio (con linee guida ANACI, formazione dedicata e sportelli semplificati), incentivi specifici o maggiorati per condomini (es. procedure accelerate per delibere assembleari, contributi aggiuntivi per quartieri popolari o grandi edifici), e campagne di sensibilizzazione per far conoscere i vantaggi economici (risparmio bollette + tariffa incentivante ventennale). I dati GSE indicano che, pur essendo ancora limitata (poche decine-centinaia di configurazioni attive rispetto alle CER), questa opzione ha un potenziale enorme per coinvolgere milioni di famiglie urbane e contribuire rapidamente agli obiettivi di transizione.

Adiconsum sottolinea però che gli accumuli non sono solo uno strumento per aumentare l'autoconsumo domestico: sono essenziali per stabilizzare la rete elettrica nazionale, ridurre le immissioni in eccesso, prevenire la riduzione forzata della produzione rinnovabile (quando la rete non riesce ad assorbire tutta l'energia pulita prodotta, ad esempio in ore di picco solare, con conseguente spreco di energia verde) e gestire le fluttuazioni tipiche di solare ed eolico.

Visto il calo continuo dei costi – che ha reso gli accumuli residenziali sempre più accessibili, come già detto – è altrettanto urgente diffondere gli accumuli di grandi dimensioni (i cosiddetti sistemi utility-scale o grandi batterie collegate direttamente alla rete). Nel 2025 la capacità totale di accumulo in Italia ha raggiunto circa 18 GWh, con una crescita record del 50% rispetto all'anno precedente, ma la quota di grandi impianti resta limitata (intorno ai 2,7-2,8 GWh), mentre

il residenziale domina. Le aste del MACSE hanno già sbloccato progetti per circa 10 GWh da realizzare entro il 2028, con prezzi competitivi grazie al trend di riduzione dei costi delle batterie (minimi storici intorno ai 70-110 euro per kWh equivalenti). Senza un'accelerazione su questi grandi accumuli, rischiamo di sprecare sempre più energia rinnovabile prodotta (fenomeni già in aumento con la crescita del fotovoltaico a 43,5 GW e produzione record di 44 TWh nel 2025) e di non stabilizzare adeguatamente la rete per supportare la transizione. Adiconsum propone pertanto incentivi mirati, semplificazioni autorizzative e un piano nazionale per raggiungere i target PNIEC di oltre 120 GWh totali entro il 2030, integrando accumuli grandi con quelli distribuiti e con il V2G.

Un impulso decisivo può venire dalla tecnologia **Vehicle-to-Grid (V2G)**, che trasforma le batterie delle auto elettriche in un vero e proprio accumulo distribuito intelligente collegato alla rete. In pratica, l'auto elettrica non solo si ricarica dalla rete (come avviene oggi), ma può anche restituire energia alla rete quando serve: ad esempio nelle ore di picco serale, quando la domanda è alta e le rinnovabili producono meno, o per assorbire l'energia in eccesso prodotta dal sole durante il giorno.

Questo bilancia in tempo reale domanda e offerta, migliora l'efficienza complessiva della rete, riduce il rischio di sprechi e massimizza l'uso di energia pulita senza bisogno di ulteriori grandi impianti centralizzati.

La mobilità elettrica è in forte crescita – con centinaia di migliaia di veicoli elettrici circolanti in Italia – e le batterie di queste auto rappresentano già un potenziale enorme di storage distribuito: se sfruttato, potrebbe equivalere a decine di GWh aggiuntivi senza costi extra per il sistema. Senza un forte sviluppo degli accumuli – sia individuali e collettivi che tramite V2G – gran parte del potenziale rinnovabile resterà inespresso, con maggiore curtailment (riduzione forzata della produzione) e instabilità della rete.

Adiconsum ritiene urgente rendere operativo il V2G in Italia, dove oggi è descritto e abilitato normativamente da ARERA (con studi e testi integrati sul dispacciamento), ma non ancora pienamente attuabile su larga scala per la maggioranza dei veicoli e delle infrastrutture di ricarica.

Proponiamo pertanto:

- Norme chiare e semplificate per l'attivazione del V2G su reti domestiche, condominiali e pubbliche, con regole per la remunerazione del servizio (es. compensi per l'energia restituita alla rete e per i servizi di bilanciamento/frequenza).
- Incentivi specifici per l'acquisto di auto elettriche dotate di tecnologia V2G nativa o aggiornabile (bidirezionale), ad esempio bonus maggiorati o defiscalizzazioni per modelli compatibili e obblighi minimi per i produttori di includere questa funzionalità nei nuovi modelli.
- Sostegno a infrastrutture di ricarica bidirezionali (wallbox V2G) con contributi dedicati, specialmente per condomini e flotte aziendali, per accelerare la sperimentazione e la diffusione.
- Un piano nazionale con progetti pilota estesi (oltre a quelli già in corso) e monitoraggio ARERA/GSE per valutare impatti su rete, batterie e utenti, garantendo che non ci sia degrado eccessivo delle batterie e che i consumatori ne traggano benefici economici concreti (es. riduzione bollette o ricavi da vendita energia).

Queste misure trasformerebbero le auto elettriche da semplice mezzo di trasporto a risorsa attiva per la transizione energetica, rendendo la mobilità sostenibile non solo ambientale ma anche economicamente vantaggiosa per le famiglie e per il sistema Paese.

Le proposte concrete di Adiconsum sono chiare, operative e mirate a superare le barriere residue per massimizzare il numero di prosumer e stabilizzare il sistema energetico:

- 1. Semplificazione burocratica:** iter unico autorizzativo per impianti + accumulo (individuale, collettivo e CER), tempi certi, digitalizzazione completa delle procedure GSE/ARERA/Regioni, con procedure accelerate specifiche per autoconsumo collettivo in condomini (gestite dagli amministratori).
- 2. Incentivi mirati e stabili:** rifinanziamento e ampliamento dei contributi PNRR/Tutelare per autoconsumo individuale, collettivo in condomini e CER anche oltre il 2026, con tariffa incentivante adeguata, valorizzazione più generosa dell'energia condivisa e incentivi maggiorati per configurazioni condominiali/urbane; bonus specifici per wallbox bidirezionali e veicoli V2G-compatibili.

- 3. Accesso equo per tutti:** misure anti-povertà energetica (fondi dedicati per batterie sociali, CER e autoconsumo collettivo nei quartieri popolari, condomini e grandi città), campagne di educazione, sportelli dedicati (anche con ANACI per amministratori condominiali) e meccanismi di finanziamento agevolato per fasce vulnerabili.
- 4. Accumulo come priorità strategica:** defiscalizzazione per sistemi di storage residenziali, collettivi e grandi dimensioni (utility-scale); incentivi per aggregatori, V2G (inclusa remunerazione per servizi di bilanciamento) e infrastrutture bidirezionali; sostegno alla ricerca made in Italy, filiera del riciclo e piano nazionale per raggiungere target PNIEC (oltre 120 GWh totali entro 2030), integrando accumuli distribuiti con grandi impianti per ridurre sprechi e stabilizzare la rete.
- 5. Monitoraggio continuo:** istituire un osservatorio permanente su prosumer, autoconsumo collettivo, CER, accumuli (inclusi V2G) e impatti su rete/famiglie, con partecipazione delle associazioni di consumatori per valutare risultati reali, correggere in corsa e promuovere best practice.

In conclusione, far diventare prosumer il maggior numero possibile di cittadini – attraverso l'autoconsumo individuale (soprattutto in unifamiliari/bifamiliari), l'autoconsumo collettivo semplificato nei condomini (per democratizzare l'accesso nelle grandi città), le Comunità Energetiche Rinnovabili e un robusto sviluppo degli accumuli (residenziali, collettivi, grandi dimensioni e Vehicle-to-Grid) – non è più un'opzione: è una necessità imprescindibile per la sicurezza energetica del Paese, per ridurre la dipendenza dall'estero, prevenire sprechi di energia rinnovabile, stabilizzare la rete e garantire la tutela concreta dei consumatori. Con i costi in calo, la tecnologia matura e la mobilità elettrica in crescita, questo è il momento per agire con decisione: accelerare l'adozione del V2G tramite norme chiare, incentivi per veicoli e infrastrutture bidirezionali, e politiche inclusive che coinvolgano famiglie, amministratori condominiali e comunità locali. Adiconsum è pronta a collaborare attivamente con questa Commissione per trasformare queste potenzialità in realtà quotidiana, assicurando una transizione ecologica equa, partecipata, vantaggiosa per tutte le famiglie italiane e capace di generare benefici economici, sociali e ambientali diffusi.



## CONSULTAZIONE PUBBLICA DELIBERA AGCOM 60/25/CIR - ALLEGATO B



Adiconsum, in qualità di associazione nazionale dei consumatori, riconosciuta ai sensi dell'art. 137 del Codice del Consumo (d.lgs. n. 206/2005) e iscritta al Registro delle Associazioni dei Consumatori presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ha inviato i propri contributi alla consultazione pubblica indetta dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) all'Allegato B della Delibera n. 60/25/CIR.

Tale consultazione riguarda modifiche da apportare al Piano Nazionale di Numerazione (PNN) per consentire l'utilizzo di numerazioni brevi, come identificativo delle chiamante e della messaggistica (CLI) dirette a numerazioni nazionali, con l'obiettivo di contrastare fenomeni fraudolenti come il CLI spoofing e pratiche aggressive di teleselling e telemarketing.

Adiconsum apprezza l'iniziativa dell'Autorità volta a rafforzare la trasparenza e la tutela degli utenti finali, in continuità con le misure adottate nelle precedenti delibere (es. n. 106/25/CONS e n. 271/25/CONS), che hanno già contribuito a ridurre significativamente le chiamate fraudolente dall'estero con CLI nazionale. Riteniamo che il contesto attuale, caratterizzato da un calo delle frodi grazie ai blocchi implementati, rappresenti un'opportunità per ulteriori interventi mirati a proteggere i consumatori da condotte illecite, senza tuttavia introdurre misure che potrebbero essere eluse utilizzate da operatori scorretti.

### **VALUTAZIONI GENERALI**

Adiconsum condivide la volontà dell'Autorità di introdurre numerazioni brevi (in particolare a 3 cifre) per le chiamate di teleselling e telemarketing, al fine di consentire ai consumatori di riconoscere immediatamente la natura e l'identità del chiamante. Tale misura potrebbe infatti contribuire a una maggiore consapevolezza e a una riduzione delle truffe, inducendo gli utenti a prestare maggiore attenzione o ad ignorare contatti indesiderati. I blocchi attuali sulle chiamate dall'estero con CLI italiano hanno già dimostrato efficacia, limitando il telemarketing illegale e permettendo ai consumatori di identificare e non rispondere a numeri esteri sospetti. Tuttavia, Adiconsum ritiene che, senza opportuni accorgimenti e garanzie, l'introduzione di tali numerazioni non sia sufficiente a prevenire truffe e contratti attivati in modo scorretto. I call center che operano in modo aggressivo o fraudolento spesso agiscono per conto di aziende legittime, proponendo contratti che violano norme sulla privacy, sul Registro delle Opposizioni o sulle pratiche commerciali scorrette. In assenza di meccanismi di controllo stringenti, il rischio è che i malintenzionati continuino a sfruttare o contraffare queste numerazioni, perpetuando fenomeni di spoofing e ingannando i consumatori facendogli credere di essere contattati da grandi aziende affidabili.

Adiconsum non è contraria per principio all'adozione di numerazioni a 3 cifre, ma sottolinea la necessità di certezze normative e operative per garantire che tale innovazione non diventi un veicolo per ulteriori abusi.

Di seguito, i nostri contributi specifici sulle proposte in consultazione:

- **Assegnazione esclusiva a soggetti certificati e tracciabili.** Le numerazioni a 3 cifre devono essere assegnate esclusivamente a call center e operatori certificati, di cui siano note e verificabili le attività, l'instestazione aziendale e i mandati ricevuti da terzi (es. aziende committenti). Anche in caso di outsourcing, deve essere chiara la catena di responsabilità, con obbligo di disclosure completa sull'operatore che origina la chiamata. Questo evita che numerazioni "ufficiali" siano utilizzate da soggetti non autorizzati o da call center "fantasma" che operano in modo illegale per conto di aziende note, rendendo impossibile tracciare e sanzionare le violazioni.
- **Meccanismi di responsabilità e sanzioni.** In caso di segnalazioni da parte dei consumatori relative a spoofing, contratti truffaldini o pratiche aggressive associate a una numerazione a 3 cifre esistente, l'azienda intestataria (o il committente) deve essere ritenuta responsabile in via solidale. Proponiamo l'introduzione di sanzioni pecuniarie immediate e obblighi di risarcimento automatico ai consumatori coinvolti, inclusa la revoca temporanea o definitiva della numerazione. Tali misure disincentiverebbero l'uso improprio e rafforzerebbero la vigilanza dell'Autorità, integrando le attività di monitoraggio già previste per le numerazioni nazionali.
- **Richiamabilità delle numerazioni.** Ogni numerazione a 3 cifre deve essere richiamabile dal consumatore che ha ricevuto la chiamata. Questo permette di verificare l'autenticità del contatto (es. confermando di parlare con l'azienda collegata) e, se del caso, di aderire successivamente a un'offerta commerciale in modo informato e volontario. La richiamabilità garantisce trasparenza e riduce il rischio di "chiamate fantasma" o preregistrate, che spesso celano frodi. Senza questa funzionalità, la misura perderebbe efficacia, lasciando i consumatori esposti a contatti unilaterali e non verificabili.
- **Elenco pubblico delle numerazioni.** Deve essere istituito un elenco pubblico, accessibile online e gestito dall'Autorità (o da un ente terzo neutrale), che associ ciascuna numerazione a 3 cifre all'azienda intestataria, ai call center autorizzati e alle finalità di utilizzo (es. teleselling per specifici prodotti). Tale registro, aggiornato in tempo reale, consentirebbe ai consumatori di consultare preventivamente o post-chiamata l'identità del chiamante, integrandosi con strumenti esistenti come il Registro delle Opposizioni. Questo promuoverebbe fiducia e accountability, permettendo anche segnalazioni dirette di abusi.
- **Considerazioni sulle categorie di numerazioni proposte.** Riguardo alle numerazioni per servizi senza oneri per il chiamante (es. emergency, public utility, customer care, addebito al chiamato), Adiconsum concorda sull'estensione del loro uso come CLI solo se limitato agli assegnatari legittimi e con le garanzie sopra indicate. Per le ulteriori numerazioni poste in consultazione (es. codici 40 per servizi interni, numerazioni nomadiche, ad addebito ripartito, numero unico/personale), suggeriamo una valutazione prudente: queste dovrebbero essere incluse solo se non generano oneri aggiuntivi per l'utente e se le loro definizioni sono aggiornate per evitare obsolescenza o sovrapposizioni con numerazioni geografiche. In particolare, per le numerazioni ad addebito ripartito e numero unico, supportiamo l'opzione di riclassificazione o chiusura graduale, con divieto di nuove assegnazioni e migrazione verso categorie più trasparenti.

## CONCLUSIONI

Adiconsum accoglie positivamente l'orientamento dell'Autorità per una maggiore trasparenza nelle comunicazioni, ma invita ad integrare la proposta con meccanismi di tutela concreti per i consumatori. Senza assegnazioni selettive, responsabilità condivisa, richiamabilità e un registro pubblico, l'introduzione di numerazioni a 3 cifre rischia di non risolvere lo spoofing e le pratiche aggressive, perpetuando un mercato distorto a danno degli utenti. Siamo disponibili a ulteriori confronti e approfondimenti per contribuire a un quadro regolatorio equilibrato e consumer-oriented.

*Pierpaola Pietrantozzi*  
(Segretario Nazionale Adiconsum)

## **Linee strategiche ARERA 2026-2029 e tutela del consumatore**

Adiconsum e altre Associazioni Consumatori (Movimento Consumatori APS, Assoutenti APS, Adoc APS, La Casa del Consumatore APS, Confconsumatori APS, MDC, Adusbef, Codacons, URTV, Federazione nazionale ACP-Aiace-SDC, Lega Consumatori, CTCU, Codici), hanno accolto con grande favore che il nuovo collegio dell’Autorità voglia condividere gli obiettivi strategici da delineare per il periodo 2026-2029 sottolineando la forza di cambiamento che la transizione digitale, l’economia circolare e la decarbonizzazione stanno tracciando e che non deve però tradursi in un mero esercizio tecnico-regolatori, ma tenere al centro degli interventi e delle innovazioni il consumatore, inteso non solo come destinatario passivo, ma come soggetto attivo da tutelare in ogni fase della filiera.

La gestione dell’impatto sociale della transizione a partire dalla decarbonizzazione e l’adozione di nuove tecnologie non possono ricadere economicamente sugli utenti finali, specialmente sui più fragili e l’efficienza delle reti deve generare vantaggi immediati e mediati in bolletta, non rendite di posizione per i distributori. Con il superamento dei mercati tutelati le associazioni firmatarie rilevano l’urgenza di una “consapevolezza sostanziale” della transizione, in altre parole non basta informare ma occorre rendere il consumatore capace di scegliere in un mercato sempre più complesso.



## Promuovere l'empowerment del consumatore

In occasione della definizione delle linee strategiche per il quadriennio 2026-2029, le scriventi Associazioni dei Consumatori (AACC) ritengono imprescindibile anteporre alla proposta una riflessione sulla reale efficacia degli impegni assunti dal precedente Collegio nel periodo 2022-2025 infatti l'Autorità *“intendeva accrescere la capacità dei consumatori - domestici e non domestici - di prendere decisioni e di utilizzare gli strumenti adeguati finalizzati a gestire le eventuali problematiche e potenziali controversie facendo leva sul binomio informazione + risoluzione delle controversie come presupposto delle tutele non di prezzo. Anche gli strumenti di tutela, dunque, si evolvono, a cominciare da quelli offerti a livello nazionale dallo Sportello per il Consumatore Energia e Ambiente. In tal senso prosegue l'azione dell'Autorità per la loro declinazione in «3D»: Diffusione capillare sul territorio, disintermediazione in una logica di semplificazione delle procedure e Digitalizzazione in linea con la decisa accelerazione digitale del Paese, garantendo al contempo la piena fruibilità degli strumenti medesimi anche per i consumatori a rischio di esclusione digitale, attraverso modalità di accesso semplificate, assistite e dedicate”*.

Il documento strategico di ARERA rivendicava il perseguimento di obiettivi ambiziosi riassunti nel paradigma delle “3D” (Diffusione, Disintermediazione e Digitalizzazione) e nel concetto di empowerment del consumatore; tuttavia l'esperienza sul campo ci obbliga a una lettura sensibilmente diversa in quanto le premesse sono rimaste, in larga parte, una visione incompiuta o parziale. Sebbene l'Autorità abbia puntato sulla trasparenza informativa, non si è assistito ad una reale crescita della capacità decisionale dell'utente. In un mercato retail diventato estremamente complesso dopo il superamento delle tutele, la sola informativa non si è tradotta in tutela effettiva, il consumatore non è stato realmente messo nelle condizioni di governare la transizione subendo spesso la volatilità dei prezzi anziché beneficiarne.

Conseguentemente i punti rilevanti che le scriventi AACC propongono per il nuovo periodo regolatorio al Presidente e al Collegio si possono riassumere in alcuni spunti che saranno declinati di seguito restando ferma l'intenzione di essere partecipi del percorso regolatorio che Arera vorrà intraprendere.

Ecco le priorità indicate:

- **Disaccoppiamento dei prezzi gas ed energia elettrica**

Si chiede con forza di disaccoppiare il prezzo dell'elettricità da quello del gas. È inaccettabile che il minor costo di produzione delle fonti rinnovabili non si traduca in un risparmio immediato per i cittadini a causa del meccanismo del “prezzo marginale”.

Nel gas bisogna uscire da questo sistema di prezzo cancellando il riferimento del psv rispetto al ttf che da quando è stato introdotto e sempre più caro, ma soprattutto va tolto il riferimento anche mediato dal psv al ttf e si propone il mercato del “giorno dopo” nel quale il prezzo del gas si determina con la media ponderata dei valori di acquisto definiti nei contratti del mese precedente compresi i long term.

- **Adr**

I risultati auspicati non sono stati raggiunti, se non per alcuni dei settori e limitatamente agli interventi di comunicazione ed informazione (ad esempio nel settore idrico), quanto a diffusione dello strumento ADR e complementarietà tra i sistemi ADR esistenti.

In particolare il raggiungimento dell'obiettivo delle “tre D” (Diffusione capillare sul territorio, Disintermediazione e Digitalizzazione) è stata disattesa vista la difficoltà di accesso (digitale e non) allo strumento conciliativo e il mancato coinvolgimento delle AACC nella crescita armonica dello strumento adr (alternative dispute resolution) cosa che contrariamente è avvenuta in altri settori regolati come quello ad esempio dei trasporti.

La logica con la quale Arera ha reso alternativi gli strumenti di ADR per i consumatori attraverso lo sviluppo del servizio conciliazione di AU ha danneggiato fortemente la negoziazione paritetica (basata su protocolli d'intesa tra aziende e AACC) senza che il servizio concretamente rendesse più semplice e fruibile l'accesso e soprattutto risolutivo il percorso stragiudiziale.

Tali segnali sono evidenti nella percentuale di accordo raggiunta nel servizio e dal difficile “contatto” tra consumatore e il fornitore accentuato sempre più dall'obbligo del superamento della condizione di procedibilità per l'azione giudiziaria ormai presente in quattro dei cinque settori regolati. Si chiede pertanto di aprire nei prossimi

mesi un tavolo di lavoro ove discutere e riflettere sulle ragioni proposte dalle AACC di una modifica dei rapporti tra organismi adr nei settori Arera da alternativi a complementari come previsto in settori altrettanto primari come le TLC o i trasporti. Si chiede inoltre che ARERA si doti di uno strumento di definizione della controversia in caso di mancato accordo in sede di conciliazione, sul modello già operativo in AGCOM. In assenza di accordo tra le parti al termine del procedimento conciliativo, ARERA dovrebbe poter emettere una decisione vincolante per entrambe le parti, garantendo al consumatore una tutela effettiva e definitiva senza necessità di ricorrere al giudice ordinario. Tale strumento trova pieno fondamento nella Direttiva 2013/11/UE in materia di ADR che prevede espressamente la possibilità per gli organismi competenti di imporre una soluzione vincolante e colma una lacuna significativa rispetto ad altri settori regolati. Si chiede pertanto che ARERA valuti l'introduzione di tale meccanismo nel quadro regolatorio 2026-2029.

Si ritiene opportuno, infine evidenziare che la formazione dei negoziatori è fondamentale per garantire la qualità e l'efficacia delle procedure di conciliazione. Il percorso formativo deve mirare a sviluppare competenze tecniche, ma soprattutto (per rendere fruttuoso il sistema) comunicative e negoziali. Si chiede una maggiore attenzione alla formazione dei negoziatori del servizio conciliazioni perché acquisiscano consapevolezza dell'importante ruolo che esercitano nel corso del procedimento di conciliazione, in particolare rispetto al consumatore parte debole del rapporto di fornitura.

- **Ruolo della Associazioni Consumatori**

I processi di crescita e potenziamento della tutela dei diritti dei consumatori orientati a far acquisire maggior consapevolezza e determinazione nelle decisioni passa inscindibilmente dal potenziamento del ruolo delle associazioni, come previsto dal legislatore nel codice del consumo, e dunque anche finanziando azioni mirate alle attività formative e informative nonché le attività di tutela.

- **Osservatorio sulla regolazione**

Si richiede la reintroduzione dell'**osservatorio sulla regolazione** per i 5 settori di competenza Arera secondo lo schema partecipativo già sperimentato e che ha rappresentato negli scorsi anni una fucina di utili interventi e di attività molto significative che hanno aiutato la comprensione delle varie tesi di ognuno degli stakeholder partecipanti e potrà valorizzare la regolazione stessa, obiettivo prioritario dei gruppi di lavoro proposti.

- **Strumenti di comparazione**

Nei settori energetici per il consumatore è necessario **comparare le offerte** sotto il profilo economico, sono pertanto da rafforzare le funzionalità e l'utilizzo del Portale Offerte anche attraverso un coordinamento più stretto con il Portale Consumi e si chiede pertanto che i portali di comparazione siano resi più accessibili, eliminando le asimmetrie informative che penalizzano l'utente. Si propone di **semplificare l'accesso ai portali e servizi di informazione di natura individuale forniti dall'Autorità nel settore energia** tramite lo sviluppo di una modalità di accesso unica integrata (ad esempio integrando in un portale unico gli accessi, oggi separati, al Portale Consumi, al Portale Offerte e allo Sportello per il Consumatore Energia e Ambiente) e **per favorire l'utilizzo effettivo dei dati di consumo energetici individuali registrati nel Portale Consumi anche per le parti terze autorizzate**, consentendone l'accesso alle aacc quali terze parti qualificate.

Il percorso iniziato con l'accesso al SII da parte delle AACC deve continuare e migliorare il ruolo delle stesse quale intermediario affidabile e riconosciuto nei confronti dell'intera filiera energetica per la crescita della consapevolezza del consumatore e del suo ruolo centrale.

- **Bonus sociali**

**Si chiede per i consumatori in condizioni di disagio il potenziamento dei bonus sociali elettrico, gas e idrico, la definizione automatica delle modalità attuative del bonus sociale per il settore rifiuti e per quello per il teleriscaldamento**, in attuazione della normativa primaria. Parallelamente, si propone l'**attivazione di progetti in sinergia con le AACC e le loro diramazioni territoriali finalizzati ad informare i cittadini in condizioni di disagio**, promuovendo in particolare la sensibilizzazione dei nuclei famigliari aventi diritto al bonus elettrico per disagio fisico e l'utilizzo più ampio dell'ISEE come fondamentale strumento di accesso ai bonus.

- **Attività di enforcement**

Si richiede un forte intervento sulla correttezza e la comprensibilità non solo dei contratti di fornitura, delle offerte commerciali e delle fatture ma, più in generale, di ogni forma di comunicazione fra operatori della vendita e consumatori finali al fine di salvaguardare gli interessi del consumatore specie nella fase precontrattuale. **In tal senso, si chiede un significativo rafforzamento dell'attività di controllo dell'attività di enforcement attraverso la direzione sanzioni (DSA) diretta a tutelare la trasparenza**, nei rapporti clienti finali-venditori e la consapevolezza dei consumatori assicurando, tra l'altro, il corretto operato delle imprese a fronte del superamento delle tutele di prezzo e delle nuove disposizioni previste nel nuovo decreto bollette.

- **Codice di condotta commerciale**

Alla luce dell'entrata in vigore della **Legge 10 aprile 2026, n. 49**, le Associazioni firmatarie ritengono non più procrastinabile un aggiornamento del *Codice di Condotta Commerciale* (Allegato A alla deliberazione 366/2018/R/com) che recepisca le nuove tutele imperative a favore dei consumatori. In primo luogo è necessario intervenire con decisione sul fenomeno del **teleselling aggressivo**. Si propone che il codice integri il divieto di sollecitazioni commerciali telefoniche o via messaggio non richieste, a meno che non vi sia un'esplicita autorizzazione o un consenso preventivo del consumatore (come previsto dall'Art. 1, comma 5-bis). Tale misura deve essere accompagnata dalla sanzione della nullità per i contratti stipulati in violazione di queste norme e dall'obbligo per i venditori di utilizzare esclusivamente numerazioni telefoniche che ne permettano l'identificazione univoca (vedi art.66 quinquies codice del consumo). Sul fronte della **trasparenza dei costi**, chiediamo che ARERA imponga l'inserimento in fattura del contributo straordinario (Art. 1, comma 1) utilizzando una dicitura univoca e standardizzata, questo per evitare che la complessità dei documenti di fatturazione possa indurre in errore il consumatore finale sulla reale natura delle voci di spesa. Inoltre riteniamo fondamentale recepire il **divieto di pratiche improprie** e cioè il riconoscimento di benefici economici o contributi non deve in alcun modo essere subordinato all'acquisto di prodotti o servizi accessori, né può comportare un peggioramento delle condizioni contrattuali preesistenti (Art. 1, comma 2). L'obiettivo è garantire che il consumatore possa beneficiare delle agevolazioni previste dalla legge senza essere costretto ad accettare vincoli contrattuali aggiuntivi non richiesti. Infine si sottolinea la necessità di interventi nel c.c.c. sia per la parte contrattuale che precontrattuale nella prospettiva della fine delle tutele gradualistiche nel 2027 e del nuovo mercato.

**Il tema della correttezza commerciale** si intreccia con una criticità strutturale in rapida crescita: **la diffusione dei contratti multiutility e bundle energia-telefonia**. L'attuale prassi di considerare la morosità come riferita all'intero contratto unico consente agli operatori di procedere al distacco di tutti i servizi anche in caso di inadempimento relativo a una sola componente, con effetti sproporzionati e potenzialmente lesivi in presenza di servizi essenziali. Si chiede pertanto che ARERA introduca il principio di separazione della morosità per servizio, in forza del quale l'inadempimento su una componente contrattuale non può estendersi alle altre, con esplicito divieto di distacco incrociato tra servizi distinti anche in presenza di contratto unico. A garanzia dell'applicazione di tale principio si chiede l'obbligo di fatturazione separata per ciascun servizio anche nell'ambito di contratti multiutility.

- **Morosità**

Si propone una riforma radicale della gestione del credito per evitare che i consumatori in difficoltà temporanea siano equiparati erroneamente ai "furbi" del sistema attraverso **la distinzione tra ritardo di pagamento e morosità proponendo** l'allargamento del termine di pagamento a **30 giorni** (dagli attuali 10) dalla scadenza della bolletta, senza l'applicazione di interessi moratori. Questa misura è necessaria per dare respiro alle famiglie che affrontano cicliche crisi di liquidità. Nello stesso ambito di proposta si chiede la riforma complessiva del Testo integrato del sistema indennitario (TISIND) iniquo nei confronti del consumatore e sbilanciato sulla garanzia del fornitore.

Le associazioni firmatarie propongono di prevedere la presentazione lato consumer di richieste per specifici provvedimenti temporanei diretti a garantire l'erogazione del servizio o a far cessare forme di abuso o di scorretto funzionamento da parte di AU, nelle more dell'avvio del procedimento di conciliazione (così come avviene nel settore TLC).

- **Oneri generali di sistema e fiscalità**

Uno dei punti di maggior frizione sottolineati dalle AACCC firmatarie riguarda gli oneri di sistema, che spesso pesano in modo sproporzionato sulle bollette domestiche. Si è sollecitato costantemente il legislatore a rimuovere gli oneri di sistema dalla bolletta elettrica e del gas, trasferendoli alla fiscalità generale per abbattere il costo della materia prima energia e, in subordine, è stato richiesto un sistema di garanzie obbligatorio tra venditore e distributore che manlevi totalmente il consumatore domestico e le micro-imprese da eventuali morosità di filiera. **Sul divieto di modifiche unilaterali** si chiede una moratoria o limiti strettissimi alle modifiche dei prezzi durante i periodi di crisi energetica certificata. **Sulla sospensione dei distacchi** durante le pendenze di reclamo o conciliazione deve essere vietata ogni azione di distacco della fornitura o recupero crediti aggressivo ed attivare un **sistema di indennizzi non più solo forfettari, ma parametrati al reale disagio e al valore della controversia**, introducendo meccanismi di rimborso automatico in caso di violazione dei tempi di risposta. Si chiede inoltre la sospensione automatica dell'applicazione degli interessi di mora (C/Mor) dalla data di presentazione del reclamo e per tutta la durata del procedimento, ivi incluse le fasi di conciliazione e ADR: l'attuale possibilità di applicare C/Mor anche in pendenza di reclamo configura una forma di autotutela unilaterale con forte effetto deterrente che induce il consumatore a rinunciare al contenzioso anche in presenza di contestazioni fondate, con particolare gravità nei casi di fatturazioni errate di importo rilevante. Si chiede pertanto che il fornitore sia tenuto a motivare espressamente ogni azione di recupero crediti in pendenza di reclamo o ADR e che in caso di accoglimento del reclamo sia riconosciuto un indennizzo automatico per il danno subito, ai sensi del Codice del Consumo (D.Lgs. 206/2005) e delle delibere ARERA in materia di TISIND.

- **Prescrizione Breve**

Si sollecitano interventi finalizzati ad efficientare le interazioni tra i soggetti della filiera energetica ottimizzando la regolazione in base alla prevalente applicazione giurisprudenziale a favore del cliente finale.

- **Part. 66 quinquies del Codice del Consumo**

Si chiede l'applicazione integrale dell'art.66 quinquies del codice del consumo in caso di contratti non richiesti a seguito di pratiche commerciali scorrette con definizione più puntuale delle casistiche previste nella delibera 153/2017/R/COM e nella delibera 228/2017/R/com (TIRV - Testo integrato in materia di misure ripristinatorie volontarie).



## IN PARTICOLARE PER I SETTORI

### 1. ENERGIA ELETTRICA

Il posizionamento delle AACC nel settore elettrico si concentra sul superamento della logica emergenziale per approdare a una riforma strutturale che protegga il potere d'acquisto e valorizzi la transizione ecologica.

- **Flessibilità e Remunerazione (Dir. UE 2024/1711)**

La partecipazione dei consumatori alla stabilità della rete (attraverso accumuli e gestione dei carichi) deve essere incentivata con una remunerazione chiara, senza tariffe semplici e vantaggiose, la flessibilità rimarrà un vantaggio solo per i grandi aggregatori industriali.

- **Contributo straordinario e bonus**

Sulla legge 49/26 si giudica il contributo di 115 euro per il 2026 insufficiente e mal distribuito. La proposta è di estendere la protezione a tutti i nuclei con ISEE fino a 12.000 euro (25.000 per le famiglie numerose), rendendo la misura strutturale e non discrezionale.

- **Comunità Energetiche Rinnovabili**

Lo sviluppo dell'energia da fonti rinnovabili passa necessariamente dalla condivisione locale e dalla presenza di autoconsumatori collettivi e la CER in particolare resta uno degli strumenti che meglio si adattano al modello di condivisione.

Si chiede una particolare attività di tutela della partecipazione dei consumatori (prosumer e consumer) da parte dell'Arera attenzionando tutti i passaggi afferenti gli incentivi e le varie utili modifiche del TIAD e del TIDE. Quanto al tema degli **accumuli di energia da FER** qui si evidenzia la necessità del passaggio da un modello di consumo istantaneo a uno di **autoconsumo differito**, in quanto l'integrazione di sistemi di accumulo (batterie agli ioni di litio, piombo-acido o nuove tecnologie) permette di stoccare l'energia prodotta in eccesso dai moduli fotovoltaici durante le ore di picco solare per renderla disponibile quando la produzione è nulla. Di conseguenza si propone di incentivare l'energia condivisa tra membri della comunità indipendentemente dal fatto che sia consumata istantaneamente o differita tramite accumuli comuni. Le AACC chiedono nell'ambito del nuovo delineato di disciplinare questo punto proponendo **l'introduzione di "certificati di autoconsumo differito"** emessi anche dai nuovi GDA, che provino in modo inoppugnabile che l'energia consumata provenga effettivamente dall'accumulo caricato durante il giorno.

- **Gruppi di acquisto**

La riforma prevista **dall'art. 4 comma 6 della legge 49/2026** (cd decreto bollette) sarà un importante trampolino di lancio per i nuovi **GDA**. Le AACC firmatarie chiedono di essere coinvolte nell'intervento regolatorio anche al fine di meglio articolare e disciplinare questo nuovo modo di aggregare la domanda nei confronti delle offerte di mercato. Il GDA non è più visto come un semplice aggregatore di domanda ma come un vero e proprio soggetto regolamentato che agisce per conto dei cittadini

per mitigare la volatilità dei prezzi del mercato energetico, sotto la vigilanza e la disciplina delle associazioni dei consumatori o di categoria e l'adesione a un GDA dovrebbe essere incentivata anche attraverso una riduzione degli oneri amministrativi per chi sceglie di aggregarsi ad esempio attraverso un premio economico aggiuntivo per chi, pur avendo un accumulo privato, aderisce a un GDA o a una Comunità Energetica (CER) per ottimizzare i flussi energetici.

Si potrà in tal modo passare da una domanda frammentata ad una domanda aggregata e ciò attraverso una diversa forza contrattuale diventando soggetti capaci di negoziare tariffe personalizzate direttamente con i produttori ed accedere ad offerte mirate a creare un canale privilegiato per i GDA, permettendo l'accesso a tipologie di offerte (es. prezzi fissi a lunghissimo termine). Il coinvolgimento e la partecipazione attiva delle Associazioni dei Consumatori (AACC) nell'intervento regolatorio servirà anche ad aumentare la fiducia e la trasparenza del sistema.

## 2. SETTORE GAS

L'analisi del recepimento della Direttiva 2024/1788/UE e del Decreto Bollette evidenzia criticità sui costi fiscali e sulla gestione delle scorte e si chiede all'Arera di essere particolarmente attenta a tutti le fasi anche speculative che nel mercato gas sono presenti.

- **Riduzione dell'IVA**

Le AACC firmatarie propongono il ripristino dell'IVA al 5% per i primi 480 Smc di consumo annuo. Il gas per riscaldamento è un bene primario e non può essere tassato con aliquote da bene di lusso (10% o 22% dopo la fine del regime agevolato).

- **Oneri di Sistema**

Come per l'elettrico, si sollecita lo spostamento degli oneri (ASOS e ARIM) sulla fiscalità generale per alleggerire la spesa energetica delle famiglie.

## 3. SERVIZIO IDRICO INTEGRATO (SII)

L'acqua è il bene primario per eccellenza e la sua regolazione deve garantire accessibilità e investimenti efficienti.

- **Estensione e miglioramento del Bonus Sociale**

Si chiede che le tutele previste per l'energia elettrica (bonus automatici e contributi straordinari) siano integrate e potenziate anche per il settore idrico.

- **Qualità Contrattuale e Tecnica**

La regolazione ARERA deve spingere verso la riduzione delle perdite idriche ma i costi di efficientamento non devono tradursi in rincari tariffari insostenibili. Le associazioni firmatarie propongono che una quota dei proventi derivanti dalle sanzioni irrogate dall'Autorità sia destinata a un fondo per la povertà idrica.

- **Applicazione puntuale della delibera 609/2021/R/idr (utenze indirette e perdite occulte)**

Nel nuovo periodo 26/29 si chiede una forte spinta alla stabilizzazione regolatoria in due degli argomenti centrali perorati dalle AACC e cioè le utenze indirette (consumi misure e uso degli smart meter nelle utenze indirette) e delle perdite occulte (regolamentazione nazionale, depenalizzazione e controlli sulla applicazione delle p.o.).

## 4. SETTORE RIFIUTI

Il settore dei rifiuti è quello che presenta i maggiori margini di miglioramento in termini di tutela dell'utente.

- **Omogeneità della regolazione**

Le AACC firmatarie spingono per una convergenza regolatoria che porti il settore rifiuti agli stessi standard di qualità e tutela dei settori gas ed energia.

- **Trasparenza in fattura**

Necessità di una bolletta dei rifiuti (TARI) che sia semplificata e comprensibile dal consumatore medio e che specifichi chiaramente le componenti di costo anche al fine di consentire l'individuazione di anomalie nelle voci in addebito.

- **Tariffa puntuale**

Le AACC firmatarie chiedono che nel nuovo periodo regolatorio 2026/2029 sia applicato:

1. il principio "Pay-as-you-throw" che è alla base della tariffa puntuale rifiuti (TARIP/TCP), calcolando la bolletta in base alla quantità effettiva di rifiuto indifferenziato prodotto così da superare il vecchio criterio basato solo sulla superficie dell'immobile

2. il principio cardine “Polluter Pays Principle” al fine di incentivare la riduzione dei rifiuti attraverso l’aumento della raccolta differenziata.

Si propone di incentivare la presenza delle isole ecologiche comunali (uno degli strumenti più diffusi per una gestione moderna, efficiente e sostenibile dei rifiuti), anche con la previsione di un sistema di riduzione della quota di tariffa in base al conferimento dell’utente direttamente presso queste aree dedicate.

## **5. SETTORE TELERISCALDAMENTO**

Il nuovo settore del TLR potrà usufruire in modo armonico dell’esperienza regolatorio degli altri settori a partire dall’applicazione del previsto bonus.

## **CONCLUSIONI**

Le AACC firmatarie ribadiscono che la regolazione Arera deve confluire in un sistema dove la giustizia sociale non sia subordinata alla sola efficienza economica. La tutela della vulnerabilità e della povertà energetica, la trasparenza contro il teleselling selvaggio e la gestione equa della morosità rappresentano le sfide irrinunciabili per un mercato che voglia definirsi realmente inclusivo e trasparente. Chiediamo che il periodo regolatorio 2026-2029 segni l’abbandono di una visione puramente teorica del consumatore attivo per abbracciare una regolazione che tuteli concretamente il consumatore nel suo ruolo di parte debole all’interno di una transizione energetica che non può e non deve lasciare indietro nessuno.



## “Pronti a Contare”: presentati i risultati dell’indagine a cui hanno partecipato oltre 2.000 italiani



Adiconsum, in qualità di capofila del progetto PRONTI A CONTARE, finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy ai sensi del D.D. del 12 maggio 2025, insieme alle altre Associazioni partner, Codacons, Confconsumatori, CTCU, Movimento Consumatori e Movimento Difesa del Cittadino – tutte componenti del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti – ha presentato i risultati dell’indagine “Pronti a Contare? Da 1 a 10, quanto conti bene i tuoi soldi?”

L’indagine, condotta con questionario online su un campione di oltre 2.000 associati rappresentativi di tutte le regioni italiane, fotografa un’Italia in transizione: alta fiducia nelle proprie capacità finanziarie, ma competenze oggettivamente insufficienti, forte esposizione dei giovani ai nuovi strumenti di credito e domanda massiccia di educazione finanziaria.

### I principali risultati

- **Sovrastima delle competenze:** l’83% degli intervistati si attribuisce competenze finanziarie “buone, alte o molto alte”, ma quando si verificano le conoscenze concrete emergono lacune significative (in linea con Eurobarometro 2023 e OCSE-PISA). Il 48,9% dichiara di controllare sempre entrate e uscite, eppure la percezione di controllo supera spesso la realtà.
- **Confusione sui mezzi di pagamento:** persistono incertezze diffuse tra carta di credito e carta di debito; molti non distinguono correttamente funzioni e rischi.
- **Pagamenti digitali:** solo il 20% si sente “molto sicuro”; oltre il 70% è preoccupato o molto preoccupato per le truffe online. Il 38,9% riconosce che semplificano la gestione del denaro, ma la cautela resta elevata.
- **Buy Now Pay Later (BNPL):** utilizzato dal 22% del campione, con picchi del 44% tra i 18-24 anni e del 34,3% tra i 24-35 anni. Il 30% non conosce affatto i rischi associati e solo il 16,7% si dichiara completamente informato sui rischi.
- **Microtransazioni e gaming:** fenomeno limitato (13% delle famiglie), ma il 75% le considera rischiose se non monitorate. Gli utenti abituali mostrano maggiore fiducia nei pagamenti digitali ma minore attenzione ai rischi.
- **Gap di genere:** il 53% degli uomini dichiara competenze finanziarie elevate (20,3% “molto preparato” su prestiti e carte), contro il 43,6% delle donne (solo 12,2% “molto preparata”).
- **Giovani più esposti:** nella fascia 18-24 anni solo il 50% tiene traccia di entrate/uscite (contro il 77% degli over 65) e solo il 20% dei giovani (18-34 anni) legge e comprende senza difficoltà le condizioni di prestiti, carte e BNPL.
- **Divari territoriali:** capacità di far fronte a spese impreviste: Nord 53,5%, Centro 35,8%, Isole 35,4%, Sud appena 23,9%.
- **Reddito e comportamenti:** chi ha redditi superiori a 50.000 € si sente “molto preparato” su prestiti e carte nel 31,4% dei casi; la quota crolla al 15% sotto i 15.000 €.

## **Cosa chiedono i cittadini**

Le soluzioni prioritarie indicate dal campione sono chiare:

- 64,9% corsi di educazione finanziaria nelle scuole
- 47,7% corsi per adulti
- 46,4% maggiore chiarezza da banche e finanziarie
- 36,5% consulenza personalizzata presso enti del Terzo Settore (più del doppio rispetto agli istituti di credito).

## **Le proposte delle Associazioni dei Consumatori**

Le sei Associazioni lanciano un appello concreto alle istituzioni e al mondo finanziario:

- Realizzare iniziative strutturate di educazione finanziaria mirate a giovani e donne
- Istituire sportelli di consulenza finanziaria presso le Associazioni dei Consumatori (come previsto dalla Direttiva UE 2023/2225)
- Promuovere campagne congiunte sulla sicurezza dei pagamenti digitali e sull'euro digitale
- Coinvolgere banche e operatori (IMEL, IP) per informative chiare e trasparenti
- Creare un tavolo permanente di co-progettazione tra Associazioni Consumatori e Istituzioni per azioni concrete di alfabetizzazione finanziaria.

## **Al via le attività di info-formazione rivolte ai cittadini**

Da **mercoledì 30 aprile** fino a **settembre 2026**, le associazioni dei consumatori aderenti al progetto realizzeranno eventi in presenza distribuiti su tutto il territorio nazionale (una o più tappe in ogni regione) e webinar, gratuiti e aperti a tutti.

## **Obiettivo e target**


L'iniziativa ha una particolare attenzione verso i gruppi di consumatori più vulnerabili (donne, anziani, immigrati, famiglie in difficoltà) ma si rivolge anche con forza ai giovani, con l'obiettivo di promuovere una maggiore consapevolezza economica personale e familiare e di stimolare comportamenti finanziari responsabili.

## **I temi al centro degli incontri**

Durante gli eventi verranno affrontati in modo concreto e pratico i seguenti aspetti:

- Il valore del denaro e la gestione consapevole delle scelte di consumo
- Riconoscimento precoce del sovraindebitamento e prevenzione dei rischi
- Specificità di genere e culturali nella gestione economica
- Costruzione di un bilancio familiare personalizzato e sostenibile
- Lettura consapevole di contratti e documenti finanziari
- Operatori del credito e prodotti disponibili (opportunità e criticità)
- Rischi del credito digitale, Buy Now Pay Later e consumo online
- Soluzioni praticabili per uscire dal sovraindebitamento
- Risorse presenti sul territorio (banche, Caritas, fondazioni antiusura, ecc.)

Ogni incontro sarà arricchito da testimonianze e storie di vita reali per favorire l'identificazione e la riflessione personale dei partecipanti. Saranno inoltre forniti suggerimenti pratici e strumenti operativi per sostenere scelte finanziarie consapevoli.

Per conoscere le date degli incontri, *clicca qui* 



## “Green Circle – Abita e Muoviti Orientare e assistere il consumatore verso la transizione sostenibile della casa e della mobilità”

Presentato ufficialmente a marzo durante KEY 2026 – The Energy Transition Expo di Rimini, il nuovo progetto “Green Circle – Abita e Muoviti”, promosso da Adiconsum con il supporto della European Climate Foundation, si propone di accompagnare cittadini e famiglie verso scelte più sostenibili, accessibili ed economicamente vantaggiose sia nell’ambito dell’abitare che della mobilità.

### La Live Chat

Punto di forza del progetto “Green Circle – Abita e Muoviti” è la Live Chat, a cui si può accedere dal sito di adiconsum.it, dove in basso a destra appare l’icona classica della chat (alimentata dalla piattaforma LiveChat) oppure cliccando al seguente link <https://direct.lc.chat/11530248/4>



La chat è gestita da operatori formati del network Adiconsum, con il supporto di esperti in efficienza energetica, mobilità sostenibile e normativa incentivante. Non si tratta quindi di un semplice chatbot automatico, ma di un servizio di prima assistenza qualificata!

La Live Chat è attiva: **il mercoledì dalle ore 16.00 alle ore 18.00 il giovedì dalle ore 10 alle ore 12.00.**

A cosa serve la live chat di “Green Circle-Abita e Muoviti”

La transizione energetica della casa e degli spostamenti quotidiani genera ancora moltissimi dubbi e timori. Tante, infatti, sono le domande che i consumatori si pongono:

- Conviene installare una pompa di calore o è meglio un impianto ibrido?
- Quali sono i bonus e le detrazioni fiscali ancora attivi nel 2026 per fotovoltaico, batterie e cappotto termico?
- Quanto si risparmia davvero passando ad un’auto elettrica o plug-in con i prezzi attuali di energia e carburante?
- Quali incentivi regionali o comunali si possono cumulare?
- È vero che alcuni preventivi “green” nascondono costi accessori poco chiari?

Di fronte a domande così concrete e personali, le guide generiche e i calcolatori online spesso non bastano. Ecco perché Adiconsum ha deciso di mettere a disposizione un canale diretto di consulenza personalizzata in tempo reale attraverso la live chat con

## Temi di assistenza disponibili (selezionabili nella chat live)

- Casa – Info generali rigenerazione sostenibile
- Casa – Pompe di Calore, Raffrescamento e Riscaldamento
- Casa – Pannelli Fotovoltaici e Accumulo
- Casa – Efficienza Energetica
- Casa – Comunità Energetiche Rinnovabili (CER) e Gruppi di autoconsumo
- Mobilità – Info generali rigenerazione sostenibile
- Mobilità – Comparazione costi tra Auto Elettrica, Ibrida plug-in, Ibrida e termica
- Mobilità – Wallbox e ricarica domestica
- Mobilità – Ricarica pubblica e infrastrutture
- Info Incentivi e bonus.

### COS'È GREEN CIRCLE ABITA e MUOVITI

“Green Circle – Abita e Muoviti” è un’iniziativa promossa da Adiconsum, dedicata ad accompagnare i consumatori nelle decisioni legate alla transizione energetica e alla sostenibilità della casa e della mobilità per renderle accessibili ed eque, favorendo scelte consapevoli, la riduzione dei costi energetici familiari e una maggiore diffusione delle tecnologie elettriche e rinnovabili.

L’attenzione è rivolta in particolare alla rigenerazione della casa e alla mobilità sostenibile, ambiti centrali della transizione che comprendono soluzioni come pompe di calore, pannelli solari e fotovoltaici, veicoli elettrici e tecnologie per l’efficienza energetica.

### LE DIFFICOLTÀ NELLE SCELTE

Le decisioni in ambito energetico e di mobilità riguardano aspetti concreti della vita quotidiana e comportano investimenti che incidono in modo diverso a seconda delle situazioni.

Le informazioni disponibili sono numerose e non sempre facilmente confrontabili. La percezione di complessità, insieme a difficoltà di orientamento, disinformazione e falsi miti, rende spesso complicato comprendere le alternative disponibili e valutarne le implicazioni.

In questo contesto, orientarsi tra soluzioni diverse e comprenderne gli effetti nel tempo è un passaggio necessario prima di compiere scelte che incidono sulla gestione dell’energia e sulla mobilità.

### CASA E MOBILITÀ: CAPIRE PRIMA DI SCEGLIERE

Le scelte legate alla transizione energetica della casa e della mobilità si concentrano in ambiti concreti della vita quotidiana, in cui le condizioni di partenza e le esigenze delle persone incidono in modo determinante.

Quando si parla di casa, entrano in gioco le caratteristiche dell’abitazione e le modalità di utilizzo degli spazi: consumi, comfort e contesto abitativo rendono le soluzioni applicabili diverse da situazione a situazione.

Anche nella mobilità sostenibile, le valutazioni dipendono dalle abitudini di spostamento, dalle distanze percorse e dal contesto territoriale, che influenzano le modalità di utilizzo dei veicoli.

### ATTIVITÀ RIVOLTE AI CONSUMATORI

Il progetto prevede attività gratuite rivolte ai consumatori per chiarire le opzioni disponibili in ambito energetico e di mobilità e accompagnare le scelte prima di decisioni che incidono nel tempo.

È operativo uno Sportello nazionale online, come canale centralizzato di accesso alle informazioni per i consumatori, affiancato da sportelli territoriali, per l’orientamento e il supporto in relazione alle diverse situazioni abitative e alle esigenze di mobilità.

Sono a disposizione strumenti digitali di simulazione e comparazione per supportare nella valutazione dei costi, risparmi e delle soluzioni tecnologiche legate alla rigenerazione della casa e alla mobilità sostenibile, tenendo conto delle diverse condizioni di partenza.

Inoltre, per favorire una maggiore comprensione delle scelte possibili, sono previste campagne informative e contenuti divulgativi, come guide e infografiche, pensati per rendere questi temi più accessibili.



Finanziato dal MIMIT - D.D. 12 maggio 2025

## Progetto “DICO SÌ”: Presentati i risultati in occasione del Digital Sustainability Day

Nell'ambito del progetto **DICO SÌ - Diritti, Consapevolezza, Opportunità, Strumenti, Inclusione (III edizione)**, finanziato dal MIMIT D.D. 12 maggio 2025, Adiconsum ha dato il suo contributo all'indagine, giunta alla V edizione, dell'Osservatorio per la Sostenibilità Digitale, in occasione del Digital Sustainability Day, promosso dalla Fondazione per la sostenibilità Digitale, con il patrocinio di AGID (Agenzia per l'Italia Digitale). Titolo dell'indagine: Digitale e sostenibilità nell'Italia che produce e consuma, per un confronto tra consumatori e micro-imprese su come riescono a combinare questi due temi così importanti.

Secondo i dati dell'indagine, il 29% dei consumatori può essere definito “Sostenibile Digitale”, ovvero integra in modo consapevole digitalizzazione e attenzione alla sostenibilità.

Tra i titolari di micro-imprese questa quota scende al 21%. Ancora più marcato è il divario sul “doppio ritardo” (analogico e insostenibile): riguarda il 34% dei consumatori contro il 44% delle micro-imprese (quasi una su due). I consumatori mostrano inoltre maggiore sensibilità sul cambiamento climatico (considerato un'emergenza immediata dal 64,9% contro il 45,6% degli imprenditori) e un uso più diffuso di strumenti come ChatGPT (20,8% contro 14,4%).

I consumatori premiano i prodotti sostenibili: il 64,7% li preferisce se il prezzo è uguale, e il 57,5% è disposto a pagare un piccolo sovrapprezzo.

Le micro-imprese, invece, faticano a tradurre l'accesso alle tecnologie in innovazione concreta di processo, con l'intelligenza artificiale utilizzata spesso in modo periferico (principalmente per preventivi, comunicazione e gestione clienti) e percepita da molti come neutra per il futuro.

Ad avviso di Adiconsum, quello raggiunto dai consumatori, è un buon risultato. Con il progetto DICO SÌ, Adiconsum lavora ogni giorno per ridurre il divario e trasformare la consapevolezza in una leva concreta di cambiamento del mercato, perché imprese e consumatori sono sullo stesso palcoscenico della transizione ecologica e digitale.

### Il Programma di Formazione sull'intelligenza artificiale

Sempre nell'ambito del progetto “Dico SÌ”, Adiconsum ha promosso un percorso formativo sull'intelligenza artificiale, GRATUITO, di 5 moduli, dedicato ai consumatori.


**Obiettivo:** ridurre il divario digitale, rafforzare i diritti dei consumatori e promuovere un uso consapevole delle tecnologie, con particolare attenzione a over 60 e donne.

### I 5 moduli del percorso (tutti in modalità webinar live su Zoom)

- 28 aprile 2026 | 16:00-18:00 – Algoritmi e scelte di acquisto: come l'IA influenza i consumatori
- 7 maggio 2026 | 16:00-18:00 – I diritti dei consumatori nell'era degli algoritmi
- 11 giugno 2026 | 16:00-18:00 – Digitale e filiera alimentare: tecnologia, tracciabilità e scelte di consumo
- 16 luglio 2026 | 16:00-18:00 – Digitale e sostenibilità ambientale: il ruolo delle tecnologie nei comportamenti quotidiani
- 15 settembre 2026 | 16:00-18:00 – Sanità digitale e cittadini: servizi, dati e nuove tecnologie.

**Durata di ogni webinar:** massimo 120 minuti. *Le lezioni saranno successivamente rese disponibile online per un tempo limitato.*

Per iscriversi, clicca qui

Per saperne di più, clicca [qui](#) 

# Sovraindebitamento: le attività di Adiconsum per giovani e donne.

## I progetti “Feeling” e “Drin”

Non solo Fondo di prevenzione del sovraindebitamento e dell'usura. Adiconsum oltre a gestire su incarico del Ministero dell'Economia e delle Finanze il suddetto Fondo per aiutare le famiglie in difficoltà economica, coordina anche altri due progetti sul tema: “Feeling” e “Drin”, il primo con un target sui giovani, il secondo sulle donne.

### Progetto “Feeling”

Terminata la necessaria e preziosa formazione degli operatori, il progetto “Feeling-Financial Education and Empowerment to Lower Indebtedness is Game-changing”, coordinato da Adiconsum in partnership con il Movimento Difesa del Cittadino, e promosso e finanziato dall'Unione europea-Single Market Programme-Consumatori 2024, ha avviato le attività dei debt advice desk. Sono 10 gli sportelli fisici a disposizione dei cittadini-consumatori con problematiche di sovraindebitamento dove potranno ricevere consulenza e assistenza gratuita, con particolare riferimento al target dei giovani.

### Come mettersi in contatto con gli sportelli del progetto FEELING

Per mettersi in contatto con gli sportelli si può:

- contattare: il **Punto di contatto nazionale** per un primo orientamento e per essere indirizzato allo sportello più vicino al numero **800.16.16.47**
- prenotare un appuntamento presso uno dei 10 sportelli FEELING presenti sul territorio inviando un'email a **info@mdc.it**.

**CHI SIAMO**

**ADICONSUM**  
Adiconsum è un'associazione di promozione sociale senza scopo di lucro, impegnata nella tutela dei consumatori e nella promozione di un consumo responsabile e sostenibile. Opera su tutto il territorio nazionale, offrendo assistenza e supporto ai cittadini in vari ambiti, tra cui energia, trasporti, sanità e ambiente.

[www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it)

**MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO (MDC)**  
MDC è un'associazione nazionale dedicata alla difesa dei diritti dei cittadini e alla tutela dei consumatori. Si impegna a contrastare abusi burocratici e pratiche commerciali scorrette, offrendo consulenza e supporto legale ai cittadini.

[www.difesadelcittadino.it](http://www.difesadelcittadino.it)

**Chiedi informazioni, assistenza e consulenza personalizzata in modo gratuito, riservato e facilmente accessibile:**

- Chiama il Punto di contatto nazionale per un primo orientamento e per essere indirizzato allo sportello più vicino al numero **800161647**
- Prenota un appuntamento presso uno dei 10 sportelli FEELING presenti sul territorio inviando un'email a **info@mdc.it** oppure **contatta lo sportello territoriale di consulenza al debito più vicino a te:**

marche@mdc.it	Ascoli Piceno
lecce@adiconsum.it	Lecce
canavese@mdc.it	Leini (TO)
oristano@adiconsum.it	Oristano
palermotrapani@adiconsum.it	Palermo
abruzzo@mdc.it	Pescara
pistoia@mdc.it	Pistoia
mdc.basilicata@gmail.com	Potenza
info@adiconsum.it	Roma
verona@adiconsum.it	Verona

**Inquadra il QR code o usa il link per conoscere meglio il progetto**

<https://tinyurl.com/Adiconsum-Feeling>

<https://tinyurl.com/MDC-Feeling>

**GIOVANI E CREDITO: CONOSCERE PER PROTEGGERSI**



**FEELING**  
Financial Education and Empowerment to Lower Indebtedness is Game-changing

ADICONSUM  
ASSOCIAZIONE CONSUMATORI ITALIANI

DIFESA  
DEL CITTADINO

Co-finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.



**Funded by the European Union**

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né EISMEA possono esserne ritenuti responsabili.

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



## Progetto “Drin”

Entra nel vivo, con l’apertura delle attività di sportello, la fase rivolta ai cittadini-consumatori del progetto “Drin” (Debt Relief Initiative), per prevenire e gestire l’indebitamento delle famiglie, coordinato da Adiconsum, in collaborazione con il Movimento Difesa del Cittadino, e promosso e finanziato dall’Unione europea nell’ambito del Single Market Programme-Consumatori 2024. Il progetto ha come obiettivo principale quello di creare le basi per una prevenzione efficace e una gestione attenta dell’indebitamento con particolare riferimento al gruppo vulnerabile delle donne.

Il progetto prevede, inoltre, materiali educativi dedicati, realizzati in collaborazione con associazioni sul territorio, per rispondere ai bisogni specifici del gruppo vulnerabile delle donne, che spesso si trovano in condizioni di difficoltà economica legate ad altri fattori di svantaggio, come la precarietà lavorativa, il carico familiare, l’esclusione sociale, la scarsa alfabetizzazione digitale e finanziaria, le disuguaglianze, e l’essere vittime di violenza o discriminazione.

I 10 sportelli forniranno assistenza e consulenza gratuita e qualificata per tutte le problematiche inerenti al sovraindebitamento.

## Come mettersi in contatto con gli sportelli del progetto DRIN

Per mettersi in contatto con gli sportelli si può:

- contattare: il **Punto di contatto nazionale** per un primo orientamento e per essere indirizzato allo sportello più vicino al numero **800.16.16.47**
- prenotare un appuntamento presso uno dei 10 sportelli di DRIN presenti sul territorio inviando un’email a **info@mdc.it**.



Cerchi sollievo dai debiti che ti schiacciano? Drin fa al caso tuo

**Ecco gli sportelli DRIN**

SPORTELLI ADICONSUM			
REGIONE	CITTÀ	INDIRIZZO	CONTATTI
CALABRIA	Catanzaro	Corso Mazzini, 110	magnagrecia@adiconsum.it Cell. 351 5204393
BASILICATA	Potenza	Via del Gallitello, 56	adiconsumbasilicata@gmail.com Tel. 0835 330538
PUGLIA	Foggia	Via Trento, 42 - 3° piano	foggia@adiconsum.it Tel. 0881 724388
PIEMONTE	Torino	Via Madama Cristina, 50	torino@adiconsum.it Tel: 011 5613666
EMILIA-ROMAGNA	Reggio-Emilia	Via Turri, 71	reggiomilia@adiconsum.it Tel: 0522 357485

SPORTELLI MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO			
REGIONE	CITTÀ	INDIRIZZO	CONTATTI
CAMPANIA	San Giorgio a Cremano (NA)	Via Buongiovanni n. 59	mdc@mdccampania.org Tel. 0810117742
UMBRIA	Perugia	Via Fratelli Cairoli, 24 c/o Campus	mdc.perugia@pec.liberor.it Cell: 377 1251486
FRIULI-VENEZIA GIULIA	Udine	P.le S. M. della Misericordia, n.c. 11 - Pad. 14	presidenza@mdc.fvg.it Tel. 0881 724388
SARDEGNA	Cagliari	Via Pierluigi da Palestrina n. 30	cagliari@mdc.it Tel. 348.4628763
LOMBARDIA	Cremona	Via Pettinari n. 7	cremona@mdc.it Tel: 379 1091294

**CONTATTA LO SPORTELLO PIÙ VICINO A TE PER UN SUPPORTO CONCRETO**

> Contattaci per un appuntamento: info@mdc.it / info@adiconsum.it / MDC: 800.16.16.47 / Adiconsum: 0644170253  
 > Recati presso lo sportello più vicino: Tutto in forma gratuita e con massima riservatezza!



*Finanziato dall’Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell’Unione europea o dell’Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l’innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l’Unione europea né EISMEA possono essere ritenuti responsabili.*

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



Finanziato dall’Unione Europea. I punti di vista e le opinioni espresse sono tuttavia solo quelli dell’autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell’Unione Europea o dell’Agenzia EISMEA. Né l’Unione Europea né EISMEA possono essere ritenuti responsabili per essi.





## **Mobilità elettrica. Tabelle di aprile 2026 dell'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica di Adiconsum e TariffEV**

L'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica per le auto elettriche, frutto della collaborazione tra Adiconsum e TariffEV, mira a monitorare i prezzi delle ricariche su colonnine pubbliche, per aiutare gli automobilisti a districarsi in un mercato molto complesso perché presenta molti operatori e tariffe diverse e allo stesso tempo a sensibilizzare le istituzioni competenti e i consumatori che ne vogliono sapere di più sulla mobilità elettrica!

### **PUN, numero di colonnine di ricarica, prezzo medio**

Il PUN di aprile 2026 è pari a 0,119 €/kWh -17% rispetto al PUN di Marzo 2026.

Il numero dei punti di ricarica e delle infrastrutture dell'ultimo monitoraggio (Dicembre 2025) di Motus-E.

**Totale punti di ricarica installati in Italia = 73.047** di cui **63.108** (86,39%) attivi come rilevato sulla Piattaforma PUN

**Potenza inferiore a 50 kW= 53.756**

**Potenza tra 50 e 149 kW= 13.404**

**Potenza maggiore di 150 kW= 5.887**

**Totale punti in autostrada in Italia= 1.374** (il 50% delle aree di servizio autostradali è dotato di ricariche elettriche).

*Abbiamo elaborato un prezzo medio per le 3 categorie AC, DC e HPC prendendo in esame i prezzi medi proposti nelle tabelle e le migliori 3 tariffe per ogni categoria.*

*Novità: Abbiamo aggiunto nuovi operatori e ora abbiamo un totale di 20 operatori in AC, 20 Operatori in DC e 16 Operatori in HPC.*

**PREZZO MEDIO APRILE 2026:**

**AC:** 0,63 €/kWh

**DC:** 0,74 €/kWh

**HPC:** 0,76 €/kWh

**NOVITÀ: PREZZO MEDIO (UTILIZZANDO SOLO LA MIGLIORE TARIFFE DI OGNI CPO) APRILE 2026**

**AC:** 0,47 €/kWh

**DC:** 0,57 €/kWh

**HPC:** 0,59 €/kWh

**PREZZO MEDIO MIN E MAX APRILE 2026**

**AC:** MIN 0,55 €/kWh – MAX 0,83 €/kWh

**DC:** MIN 0,62 €/kWh – MAX 0,81 €/kWh

**HPC:** MIN 0,54 €/kWh – MAX 0,93 €/kWh

**MIGLIORI 3 TARIFFE IN ASSOLUTO\* PER CATEGORIA SETTEMBRE 2025**

\*Selezionando solo le tariffe che non comportando anche un pagamento a tempo (esempio Fresh Smile).

**AC:**

1. **0,25** €/kWh di EMOBITALY
2. **0,25** €/kWh di EVWAY ROUTE 220 e NEXTCHARGE in roaming su EVWAY ROUTE 220
3. **0,39** €/kWh di ATLANTE, STATION-E in roaming su ATLANTE e di EvWay in roaming su EDISON

**DC:**

1. **0,39** €/kWh di EvWay in roaming su EDISON
2. **0,45** €/kWh di EVDC in roaming su ENEL X WAY
3. **0,48** €/kWh di CHARGEPOINT in roaming su FREE TO X

**HPC:**

1. **0,30** €/kWh di TESLA Supercharger
2. **0,39** €/kWh di EvWay in roaming su EDISON
3. **0,45** €/kWh di EvWay in roaming su EDISON

**NOVITÀ: CONFRONTO CON CARBURANTI FOSSILI**

Prezzi medi dei carburanti Aggiornamento 13-05-2026 (REGIONE LAZIO)

**Gasolio** (Self) 1,986 €/L – **Benzina** (Self) 1.919 €/L

- Consumi medio di auto a diesel 20 km/l e consumi medi di auto benzina 18 km/l
- Consumi medio auto elettrica in città 13 kWh/100 km, consumo medio auto elettrica in autostrada 20 kWh.

Condizione di guida	vs Diesel (9,93 €/100 km)	vs Benzina (10,66 €/100 km)
Città (13 kWh/100 km)	Costo di pareggio 0,76 €/kWh	Costo di pareggio 0,82 €/kWh
Autostrada (20 kWh/100 km)	Costo di pareggio 0,50 €/kWh	Costo di pareggio 0,53 €/kWh

- Esempio pratico città vs diesel: se carichi a casa a 0,25 €/kWh, spendi solo 3,25 €/100 km contro i 10,66 € della benzina → risparmi circa 70 %.

*Ricordiamo, per un confronto più chiaro, che i costi variano leggermente in base all'efficienza energetica dei diversi modelli di auto e del costo variabile della benzina/diesel.*


**Commento**


Il quarto mese del 2026 monitorato dall'Osservatorio sui Prezzi della Ricarica Elettrica registra piccole diminuzioni del prezzo medio, soprattutto tra le DC, dei CPO rispetto al mese precedente.

I prezzi medi complessivi sono stabili, con una lieve flessione del prezzo medio complessivo delle DC a 0,74 €/kWh (-1 centesimo), nonostante sia ancora in atto il conflitto in Medio Oriente. Si continua ad avere evidenza che le tariffe delle ricariche elettriche al momento non risentono particolarmente dei conflitti in corso, confermando la mobilità elettrica più conveniente rispetto alla mobilità tradizionale (come dimostrano la comparazione sopra indicata).

Si nota che molti operatori (EMSP) stanno diversificando le tariffe in base all'orario di ricarica, privilegiando tariffe più basse nelle ore serali e nelle prime ore del mattino. Questo consente di offrire alcune tariffe più vantaggiose che fanno abbassare i costi medi.

Resta comunque valido il consiglio di verificare sempre, direttamente sulla colonnina scelta e tramite app specializzate (come ad esempio TariffEV), quale EMSP (operatore di mobilità elettrica) offra in quel momento la tariffa più conveniente. Riconoscere la ricarica pubblica come servizio di pubblica utilità favorirebbe maggiore trasparenza, equità e accessibilità per tutti i consumatori.

Per il dettaglio delle tariffe di aprile 2026, clicca qui 

Per conoscere le tariffe dei mesi da dicembre 2024 ad aprile 2026, clicca qui 

## COME LEGGERE LE TABELLE

### PRIMA COLONNA: NOME CPO

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

### SECONDA COLONNA: evidenza se il CPO è anche EMSP

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

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

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

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

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

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

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

### SESTA COLONNA: DIFFERENZA PERCENTUALE DI PREZZO

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

### SETTIMA COLONNA: MEDIA PREZZO

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

### OTTAVA COLONNA: ABBONAMENTI, SE PRATICATI

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

Per conoscere le tariffe dei mesi di dicembre 2024 e di gennaio e febbraio 2025, [clicca qui](#)



# FONDO PER LA PREVENZIONE DELL'USURA E DEL SOVRAINDEBITAMENTO



## TELEFONA

**06 44170238 - 06 44170253**

lunedì - giovedì  
dalle 9 alle 12,30  
e dalle 14 alle 17

venerdì  
dalle 9 alle 12,30



## INVIA UNA E-MAIL

[prevenzioneusura@adiconsum.it](mailto:prevenzioneusura@adiconsum.it)



## INVIA UNA RICHIESTA

Via G.M. Lancisi 25, 00161  
Roma

**SEI IN DIFFICOLTÀ ECONOMICA  
E NON RIESCI PIÙ A PAGARE  
LE SPESE NECESSARIE  
PER LA TUA FAMIGLIA?**

Se sei in possesso dei requisiti di legge, Adiconsum sarà tuo garante presso le banche e ti farà ottenere finanziamenti con risorse pubbliche e con un tasso minimo per aiutarti ad uscire dalla tua situazione debitoria!



**ADICONSUM**

Associazione Difesa Consumatori APS

*dal 1987*

La Situazione di difficoltà economica che sempre di più interessa una grande percentuale della popolazione Italiana, ci pone di fronte al problema del sovraindebitamento. Questo fenomeno ancora poco conosciuto, sta ad indicare una situazione di grave disagio in cui si vengono a trovare un numero sempre maggiore di famiglie che, a causa del lievitare a volte ingiustificato del costo della vita non confortato da un adeguato incremento dei redditi oppure a causa della perdita del lavoro da parte di componenti il nucleo familiare o della modifica del rapporto lavorativo, si trovano ad avere un decremento dei redditi familiari non riuscendo più a sostenere le spese di mantenimento della propria casa e della propria famiglia.

A tal proposito, Adiconsum, da sempre attenta alle problematiche del sovraindebitamento e dell'usura - riconosciuta con l'introduzione della Legge sull'Usura n.108/1996 dal Ministero dell'Economia e delle Finanze come uno degli organismi di assistenza ai soggetti sovra indebitati o a rischio di usura nonché unica Associazione a difesa dei Consumatori che gestisce questi fondi a livello nazionale - ha riscontrato che la maggior parte delle richieste di accesso ai fondi antiusura provengono da famiglie monoreddito con figli (1,25 di media), da pensionati e da numerose microimprese (imprese familiari o individuali), che si sono anche rivolte ai Confidi senza poter ottenere in taluni casi la possibilità di accesso al credito legale.

## Che cos'è il Fondo



Il **Fondo di Prevenzione Usura**, costituito da Adiconsum nel 1997 grazie all'art. 15 della legge sull'usura n. 108/1996, **consente l'accesso al credito legale quando tutte le porte sono chiuse** e non sembra vi sia altra strada per risolvere i propri problemi che ricorrere agli usurai. Il Fondo ha l'obiettivo di evitare che la mancanza di sufficienti garanzie impediscano la concessione di un prestito. Per questo motivo la legge ha previsto lo stanziamento di fondi da assegnare alle **Associazioni antiusura, Fondazioni e Confidi che così possono concedere** (dopo opportune verifiche e) **garanzie presso istituti di credito convenzionati**.

## I criteri per accedere al Fondo

Per accedere al Fondo di Prevenzione Usura Adiconsum e quindi per poter ottenere garanzie, il Ministero dell'Economia e delle Finanze ha individuato alcuni criteri guida che dovranno seguire i garanti per valutare la meritevolezza del richiedente:

- ▶ **Effettivo stato di bisogno** del richiedente e serietà della ragione dell'indebitamento.
- ▶ **Capacità di rimborso del finanziamento**, concesso in base al reddito o alla base patrimoniale.
- ▶ **Entità dell'importo debitorio complessivo** a carico del nucleo familiare che deve rientrare entro i limiti di garanzia (50.000 euro da rimborsare in massimo 120 rate mensili).

**A chi si rivolge il Fondo**

e

**come fare la richiesta**

Il Fondo si rivolge **alle famiglie e alle persone che si trovano in situazioni di difficoltà economica (sovraindebitamento) e che non sono più in grado di coprire, con le loro entrate, le spese necessarie per il sostentamento del nucleo familiare** (vitto, fitto, eventuale rata del mutuo, bollette, spese sanitarie, altri prestiti, ecc.). Il Fondo di Prevenzione Usura Adiconsum **opera a livello nazionale**, pertanto tutti coloro che si trovano in una situazione di sovraindebitamento e che rispettano i criteri precedentemente descritti, possono fare domanda direttamente alla sede Nazionale Adiconsum. Per avere maggiori informazioni potete contattare i numeri di telefono: **0644170238 e 06.44170253, attive dal lunedì al giovedì dalle ore 9.00 alle ore 12.30 e dalle ore 14.00 alle ore 17.00 ed il venerdì dalle ore 9.00 alle ore 12.30**, oppure scrivere all'indirizzo mail [prevenzioneusura@adiconsum.it](mailto:prevenzioneusura@adiconsum.it) (i documenti inviati non verranno restituiti). In alternativa potete contattare la Sede Adiconsum più vicino a voi.

## **Il Comitato**

È una commissione presieduta da un Presidente e da una serie di esperti che vantano competenze specifiche nelle materie, finanziarie, giuridiche e sociali. **Il Comitato esprime il suo giudizio sulla base delle entrate; delle spese sostenute e delle motivazioni dell'indebitamento del nucleo familiare.** Il Comitato una volta valutata la presenza o meno dei requisiti delibera la concessione o la mancata concessione della garanzia utile per l'attivazione del finanziamento. La risposta del Comitato viene fornita tramite lettera raccomandata. Contemporaneamente il Comitato invia una comunicazione scritta (con allegata documentazione) alla banca convenzionata, che dopo un ulteriore esame della richiesta, concede il prestito alle condizioni previste dalla convenzione stipulata tra il Fondo e la banca.



Per ulteriori informazioni  
visita il sito [www.adiconsum.it](http://www.adiconsum.it)  
o consulta la sezione  
“prevenzione sovraindebitamento”

**A tentoni nell'oscurità***(segue da pag.1)*

te, di narcisismo esasperato, cui sono seguiti fatti drammatici. Assistiamo ad una escalation di gesti non governati da alcun criterio logico. Tutti gli analisti concordano nel sostenere che non vi sia alcuna reale strategia dietro le decisioni di Donald Trump, se non l'emotività del momento. Questo rende oltremodo preoccupante lo scenario, grazie ad una imprevedibilità che non sembra lasciare spazio a scelte o soluzioni in grado quantomeno di tamponare i disastri economici.

Il commercio mondiale è sconvolto dai venti di guerra nell'area del golfo Persico. Le circa ottocento navi tra petroliere e mercantili intrappolate da settimane in quel braccio di mare, di fatto chiuso dallo stretto di Hormuz sono l'effetto plastico dell'impotenza del mondo a fronteggiare decisioni dettate da una smisurata orgia di potere, da una logica di imporre con la forza, anche quella delle armi, il proprio volere. Nulla e nessuno sino ad ora è riuscito ad arginare quello che appare come un delirio narcisista. L'Europa balbettante in principio, oggi appa e attonita, scossa nelle fondamenta, priva di strumenti incisivi per rispondere a quello che appare un delirio che rischia di travolgerla e di stritolare l'Italia con le sue gravi fragilità, ben conosciute da tempo immemore.

Il grave deficit energetico del vecchio continente, dimenticato per opportunità e paura, inchioda gli europei ad una timida navigazione, giorno dopo giorno, di fronte ad una tempesta mai vista prima. La perdita, in un fazzoletto di mesi, del più importante alleato strategico gli Stati Uniti rende evidente come tutti gli stati dell'unione siano esposti ad una crisi che non sanno governare, poiché gli strumenti primari dell'economia, dalla tecnologia all'innovazione, della produttività industriale, alle materie prime, dalla gestione dei traffici, alla conoscenza dei sistemi e della sicurezza sono in mani altrui. Abbiamo assistito e tollerato, nei fatti e nei tempi, l'aggressione Russa all'Ucraina. Gli aiuti arrivati

con il contagocce hanno sostenuto il coraggio e le sofferenze degli ucraini, ma non sono stati in grado di contenere, se non risolvere, una guerra sul suolo europeo che si trascina da oltre 4 anni con un mix di nuove devastanti tecnologie unite alle vecchie trincee, retaggio trasudante dolore, sangue e sacrificio del primo conflitto mondiale. Le stesse putride trincee che poco più di cento anni or sono dal Monte Grappa al mare Adriatico per l'Italia, o dalle Fiandre alla Svizzera hanno visto consumare in un delirio di morte milioni di giovani.

Il dramma di Gaza e il conflitto ucraino sono stati, per il momento, oscurati sui media internazionali dall'emergenza della guerra del Golfo e del Libano, ma restano vivi e senza soluzione, consumando risorse economiche, ma ancor più vite umane innocenti, tra cui migliaia di bambini. Quando si ribelleranno le nostre coscienze di fronte a tanta inutile tragedia, ad un mondo che al posto della tolleranza e del dialogo, sostituisce la forza e la violenza?

È questa l'ideologia di Tolkien? Imporre idee con la brutalità? Voler dimenticare o annichilire i grandi valori etici genera mostri, lo indica chiaramente la storia. Conduce, perfino, ad insensate, inimmaginabili, odiose espressioni nei confronti di Papa Leone XIV come quelle pronunciate da Donald Trump e da suo vicepresidente Vance, in un delirio frutto solo di impotenza, ignoranza, logora retorica della forza.

Torniamo alle soluzioni, quanto meno quelle economiche percorribili per l'Europa e per l'Italia. L'indipendenza energetica è il primo fattore di libertà, lo abbiamo voluto dimenticare per interesse e ideologia. Detto brutalmente il vecchio continente, che non possiede rilevanti riserve di combustibili, può diventare autonomo solo con un mix ragionato di energie naturali e di nucleare per una transizione misurabile in circa 50 anni, il resto è propaganda e polemica. Questo dato è ancor più rilevante per il nostro

Paese, ma non è questa la sede o il momento per rifletterci meglio, con cifre e ricerche inoppugnabili.

L'altro grande tema è quello delle nuove tecnologie a partire dall'intelligenza artificiale. Siamo drammaticamente indietro, tuttavia non mancano le risorse culturali, di studio e di conoscenza per colmare il gap, almeno parzialmente, con Stati Uniti e Cina. È l'ultima chiamata per mantenere una competitività industriale ed economica che permetta di conservare o migliorare il welfare del continente e il benessere dei cittadini, persa questa opportunità resta solo un drammatico declino. Altro grande tema la sicurezza informatica, l'uso della conoscenza, le regole per gestire il web e i suoi strumenti sempre più innovativi e pervasivi. Oggi tutto è in mano a pochissimi grandi gruppi economici, per lo più statunitensi, che fanno arbitrariamente il bello e il cattivo tempo e per di più non vogliono pagare tasse su redditi giganteschi che paghiamo noi di tasca nostra. Le ricadute negative di una crisi economica già conclamata, almeno per il nostro Paese, non debbono farci perdere di vista questi scenari. Impegnarsi per un orizzonte, non immediato, capace di sostenere le necessità della popolazione e le sue giuste richieste socio-economiche, culturali, di solidarietà, sviluppo, inclusione costituisce il bene prezioso di un patrimonio di idee, volontà, protagonismo che siamo in grado di mettere in campo: un occhio alla quotidianità, insieme ad uno sguardo all'orizzonte, perché solo il sole nascente allontana e dissolve le tenebre. □

Ubaldo Pacella

IL CONSUMO RESPONSABILE - Periodico bimestrale di informazione consumeristica. Anno V - numero 2 - Bimestrale 2026. Direttore editoriale: Carlo De Masi - Direttore: Rino Tarelli - Condirettore responsabile: Ubaldo Pacella - Amministrazione: Adiconsum, Via G.M.Lancisi, 25 - 00161 Roma. Iscrizione al Registro Stampa del Tribunale di Roma n.6-7/2022 del 18 gennaio 2022 - Iscriz. ROC n. 1887. Tipografia: Printamente snc, Via Della Maglianella, n. 80/A - 00166 Roma.

# ADICONSUM

Associazione Difesa Consumatori APS

dal 1987



TUTELA  
D  
DIRITTI  
ASSOCIAZIONE  
CONFRONTO  
CONSUMATORI  
DIFESA  
U  
INFORMAZIONE