

Bilancio sociale 2025



The screenshot shows the ADICONSUM website homepage. At the top, there is a green navigation bar with buttons for "Trova la sede più vicina", "Dono il 5x1000", a search icon, and a refresh icon. Below this is a white header with the ADICONSUM logo and a navigation menu: "L'ASSOCIAZIONE", "AL TUO FIANCO", "INFO CONSUMATORI", "INIZIATIVE E PROGETTI", "AREE TEMATICHE", and "AREA STAMPA". The main content area features a large image of a family walking on a grassy hill under a large tree. To the right of the image, the text reads: "SiAmo il Domani", "Dal 1987 difendiamo le famiglie italiane per un mondo più giusto, equo e sostenibile.", and "CAMPAGNA DI TESSERAMENTO 2026 ISCRIVITI PRESSO LE NOSTRE SEDI". The ADICONSUM logo is repeated at the bottom right of the main content area.



**Bilancio Sociale relativo all'esercizio 2025,
predisposto ai sensi dell'art. 14
del decreto legislativo n. 117/2017**



Lettera del presidente Nazionale Adiconsum Carlo De Masi

Care Amiche, Cari Amici, Gentili Stakeholder,

presentiamo il Bilancio Sociale relativo all'attività svolta nel 2025, uno strumento che per Adiconsum rappresenta non solo un adempimento previsto dalla normativa del Terzo Settore, ma soprattutto un momento di trasparenza, responsabilità e confronto.

Anche questa edizione è stata realizzata internamente, valorizzando le competenze e l'impegno delle nostre persone. Una scelta coerente con la nostra identità: raccontare in modo diretto e verificabile ciò che facciamo ogni giorno, senza intermediazioni, restituendo un quadro concreto delle attività svolte, dei risultati raggiunti e delle criticità affrontate.

Il contesto in cui operiamo resta fortemente critico. Il protrarsi dei conflitti internazionali e gli effetti economici della guerra continuano a riflettersi in modo diretto sulla vita quotidiana delle persone, alimentando instabilità e tensioni nei mercati, in particolare in quello energetico. L'aumento e la volatilità dei prezzi dell'energia e delle materie prime, insieme alla ripresa delle dinamiche inflattive, stanno erodendo il potere d'acquisto delle famiglie e ampliando le disuguaglianze.

In questo scenario, i consumatori si trovano a sostenere il peso delle trasformazioni in atto: dalla transizione energetica ed ecologica, che spesso presenta costi non equamente distribuiti, alla digitalizzazione dei servizi, che rischia di escludere le fasce più fragili della popolazione.

Diventa quindi sempre più urgente garantire che tali transizioni siano realmente eque e inclusive, rafforzare le tutele nei mercati liberalizzati e globalizzati e assicurare che i diritti dei consumatori non siano compressi da dinamiche economiche sempre più complesse e tecnologie sempre più sofisticate.

Adiconsum ha continuato anche nell'ultimo anno a rafforzare il proprio ruolo di soggetto attivo di rappresentanza, tutela e proposta. Abbiamo operato su più livelli:

- **istituzionale**, contribuendo al dibattito normativo nazionale ed europeo;
- **collettivo**, promuovendo azioni di advocacy e monitoraggio dei mercati;

- **individuale**, offrendo assistenza concreta a migliaia di consumatori;
- **culturale**, investendo in informazione, educazione e consapevolezza.

La nostra azione si fonda su un principio chiaro: la tutela dei consumatori non è solo difesa, ma anche costruzione di condizioni di equità, trasparenza e sostenibilità nei mercati.

Continuiamo a credere nel valore della collaborazione con istituzioni, imprese e società civile, nella convinzione che solo attraverso un dialogo strutturato sia possibile generare risultati duraturi e misurabili.

Il Bilancio Sociale restituisce una rappresentazione oggettiva e verificabile del nostro operato, ma non esaurisce la complessità delle attività svolte. Per questo invitiamo tutti gli stakeholder a considerarlo come uno strumento aperto, migliorabile, che cresce anche grazie al contributo di chi lo legge.

Un ringraziamento va a tutte le persone che rendono possibile il lavoro di Adiconsum: dirigenti, operatori, volontari, collaboratori e, soprattutto, agli associati, che continuano a riconoscersi nei nostri valori e nelle nostre azioni.

Buona lettura.

Carlo De Masi

Indice

- **Introduzione**
- **Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati**
- **Chi è Adiconsum: la nascita, lo statuto, l'associazione oggi**
- **Struttura organizzativa, organi statutari, democrazia interna, amministrazione**
- **Il volto dell'Associazione: il personale, i collaboratori e i volontari**
- **Il perseguimento della Mission e le attività condotte nel 2025**
- **La situazione economica e finanziaria**
- **Altre informazioni**
- **Il monitoraggio dell'organo di controllo**

Introduzione

Il presente Bilancio Sociale è redatto in conformità alle disposizioni previste dall'art. 14 del D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117 (Codice del Terzo Settore) e alle Linee guida adottate con Decreto Ministeriale 4 luglio 2019, che rappresentano tuttora il principale riferimento normativo per la rendicontazione sociale degli Enti del Terzo Settore.

Il documento tiene conto, altresì, dell'evoluzione del quadro normativo e degli orientamenti interpretativi intervenuti successivamente, con particolare riferimento al processo di piena operatività del Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), alle circolari ministeriali emanate negli ultimi anni in materia di trasparenza e rendicontazione, nonché agli aggiornamenti introdotti nel 2024 in relazione al sistema dei controlli e alla disciplina contabile degli ETS.

In questo contesto, il Bilancio Sociale è stato redatto con l'obiettivo di garantire chiarezza, accountability e accessibilità delle informazioni relative alle attività svolte e all'utilizzo delle risorse, assicurando al contempo coerenza con i più recenti indirizzi normativi e con le prassi evolutive del settore. Esso rappresenta uno strumento di rendicontazione che integra e completa le informazioni economico-finanziarie, offrendo una lettura sistemica dell'impatto sociale generato dall'Associazione.

Le informazioni contenute nel Bilancio Sociale restituiscono in forma sintetica e strutturata le principali attività, i risultati conseguiti e le modalità operative adottate nel corso dell'anno di riferimento. Esse non esauriscono tuttavia la complessità dell'azione associativa, che viene documentata in modo continuativo attraverso il sito istituzionale e i canali di comunicazione dell'Associazione.

L'elaborazione del Bilancio Sociale si inserisce in un percorso di miglioramento progressivo degli strumenti di rendicontazione, volto a:

- rafforzare la comparabilità nel tempo dei dati;
- migliorare la qualità e tracciabilità delle informazioni;
- rendere sempre più evidente il collegamento tra risorse impiegate, attività svolte e risultati ottenuti.



In un contesto caratterizzato da rapidi cambiamenti economici, tecnologici e sociali, la capacità di rendicontare in modo chiaro e verificabile il proprio operato rappresenta un elemento essenziale di credibilità per gli Enti del Terzo Settore.

Il Bilancio Sociale è quindi non solo uno strumento di comunicazione, ma anche un supporto alla governance interna e un mezzo di dialogo con gli stakeholder, finalizzato a raccogliere osservazioni, suggerimenti e contributi utili al miglioramento continuo.

Metodologia di raccolta e sistematizzazione dei dati

La redazione del presente Bilancio Sociale è stata realizzata, come già illustrato, in conformità alle Linee guida e normative vigenti, assicurando continuità metodologica rispetto alle precedenti edizioni e garantendo la comparabilità dei dati nel tempo.

Per quanto riguarda l'approccio metodologico, il processo di elaborazione del Bilancio Sociale è stato improntato ai principi di:

- rilevanza, nella selezione delle informazioni da rendicontare;
- completezza, rispetto alle attività svolte e agli stakeholder coinvolti;
- trasparenza e verificabilità, nella rappresentazione dei dati;
- coerenza, tra mission associativa, attività realizzate e risultati rendicontati;
- comparabilità, rispetto agli esercizi precedenti.

Il documento è stato strutturato in modo da fornire una rappresentazione chiara e accessibile delle attività svolte, delle risorse impiegate e dei risultati conseguiti, integrando informazioni di natura qualitativa e quantitativa.

Per una definizione del perimetro di rendicontazione, si è fatto riferimento alle attività svolte da Adiconsum a livello nazionale, con il contributo delle articolazioni regionali e territoriali, laddove rilevanti ai fini della rappresentazione complessiva dell'azione associativa. Va sottolineato che quanto qui riferito *non costituisce* una rappresentazione complessiva delle attività che le sedi regionali e territoriali svolgono.

Il nostro perimetro concettuale pertanto include:

- le attività istituzionali e di interesse generale;
- le attività progettuali, incluse quelle pluriennali (rendicontate per la quota di competenza dell'esercizio);
- le attività di assistenza individuale e collettiva;
- le iniziative di comunicazione, informazione e formazione.
- Le collaborazioni e le partecipazioni

Il processo di raccolta delle informazioni e dei dati ha coinvolto:

- le unità organizzative della sede nazionale;
- le strutture territoriali dell'Associazione;
- le funzioni amministrative e di supporto;
- i referenti di progetto.

Sono stati acquisiti e analizzati sia i dati quantitativi (numero di attività, utenti, servizi erogati, output), sia i dati economico-finanziari, sia i report di settore, di struttura e di progetto, sia elementi qualitativi utili a descrivere risultati, criticità e impatti.

Per quanto riguarda la necessaria fase di elaborazione e validazione, le informazioni raccolte sono state:

- verificate e validate dalle strutture competenti;
- aggregate per aree di attività e ambiti di intervento;
- ricondotte al periodo di riferimento, con particolare attenzione alle attività a carattere pluriennale;
- rielaborate per garantire chiarezza espositiva e uniformità.

Il coordinamento del processo è stato assicurato dalla Segreteria Nazionale, con il supporto delle funzioni amministrative per la definizione dei criteri di imputazione e classificazione dei dati.

Doverosamente, riferiamo anche sui limiti metodologici di questo lavoro: permangono infatti alcune criticità fisiologiche, legate in particolare alla difficoltà di disaggregazione di alcune voci economiche e operative, all'eterogeneità dei sistemi di rilevazione tra livello nazionale e territoriale, nonché la disponibilità non sempre uniforme di dati con il medesimo grado di dettaglio. Questi elementi non compromettono la rappresentazione complessiva, ma costituiscono ambiti di miglioramento per le future edizioni.

In un'ottica di evoluzione del sistema di rendicontazione, osserviamo che nel corso degli anni Adiconsum ha progressivamente rafforzato il proprio sistema di raccolta e sistematizzazione dei dati, migliorando la standardizzazione dei flussi informativi interni, la capacità di monitoraggio delle attività, la qualità e coerenza delle informazioni rendicontate.

Resta obiettivo prioritario il consolidamento di strumenti sempre più efficaci di misurazione dei risultati e, in prospettiva, dell'impatto sociale generato, in linea con l'evoluzione delle pratiche del Terzo Settore e delle aspettative degli stakeholder.

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

Costituzione e Denominazione

ADICONSUM - ASSOCIAZIONE DIFESA CONSUMATORI APS – è riconosciuta al livello nazionale dal CNCU e risulta regolarmente iscritta:

- al Registro Unico Nazionale Enti del Terzo Settore (RUNTS) dal 7/11/2022 con numero di repertorio 114965
- nel Registro delle Persone Giuridiche tenuto presso la Prefettura di Roma, ai sensi del D.P.R. n. 361/2000, con il numero 654/2009
- al Registro Nazionale delle Associazioni di promozione Sociale, ai sensi e per gli effetti della L.383/2000, con il n. 136 del 14/05/2007

Codice fiscale: 96107650580

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

Altre sedi: Adiconsum ha una sede in ogni Regione/Provincia Autonoma e 166 tra sedi territoriali e sportelli (tutti gli indirizzi e riferimenti al seguente link: <https://www.adiconsum.it/sedi/>)

Aree territoriali di operatività: intero territorio nazionale

Valori e finalità sociali

Lo Statuto vigente è stato approvato il 31 luglio 2024: ha subito, negli anni, gli opportuni adeguamenti in relazione alle mutate necessità ed alle evoluzioni normative.

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



L'Associazione s'ispira ai principi della sussidiarietà, della partecipazione democratica, della solidarietà e promozione sociale, dell'autonomia e responsabilità e opera in conformità ai principi contenuti nei trattati istitutivi dell'Unione Europea, nel trattato sul funzionamento dell'Unione Europea e nella normativa comunitaria derivata.

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

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

L'Associazione si propone inoltre i seguenti obiettivi:

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



Attività Sociali

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

Adiconsum promuove l'informazione, la formazione e l'educazione al consumo dei beni e dei servizi, anche attraverso la pubblicazione di riviste, agenzie d'informazione, guide informative e altresì attraverso ricerche, studi, test, sondaggi, osservatori, manifestazioni, convegni e corsi di formazione, in proprio o per conto o in collaborazione con soggetti pubblici e privati.



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

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

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

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

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

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

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

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



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

Adiconsum è membro di:



Struttura organizzativa, organi statutari, democrazia interna, amministrazione

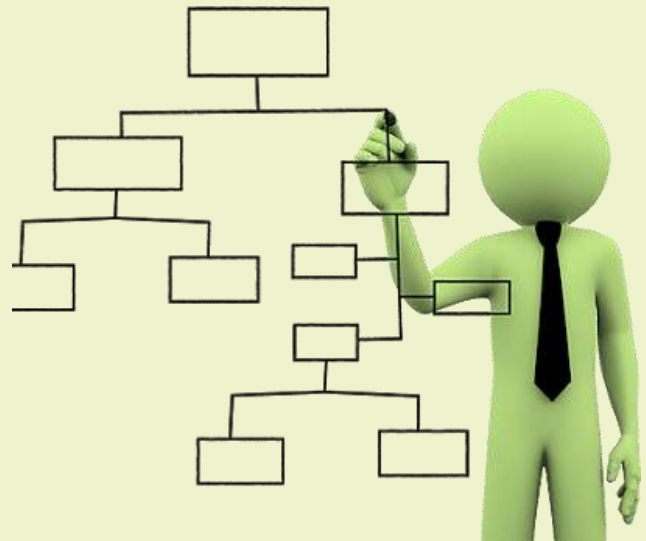
In questa sezione del Bilancio Sociale diamo conto della struttura associativa, degli organi e delle loro funzioni, delle forme di democrazia interna e di altre importanti questioni della vita associativa: tuttavia, è necessario rimandare il lettore alla versione integrale dello Statuto, pubblicata sul sito web dell'Associazione www.Adiconsum.it, nella sezione "Trasparenza", raggiungibile dalla Home page.

Organi Statutari

Sono organi dell'Associazione:

- a) il Congresso Nazionale;
- b) il Consiglio Nazionale;
- c) il Presidente Nazionale;
- d) la Presidenza Nazionale;
- e) l'Organo di Controllo
- f) il Collegio Nazionale dei Probiviri.

Non può essere nominato componente degli Organi, e, nel caso, decade dal suo ufficio, l'interdetto, l'inabilitato, il fallito, o chi è stato condannato ad una pena che comporta l'interdizione, anche temporanea, dai pubblici uffici o l'incapacità ad esercitare uffici direttivi.



Il Congresso Nazionale

Il Congresso Nazionale è il massimo organo deliberante dell'Associazione. Esso si riunisce in sessione ordinaria ogni quattro anni, salvo convocazione straordinaria. È costituito dai delegati eletti nei Congressi regionali/interregionali con le modalità previste nel Regolamento di attuazione dello Statuto. Il Congresso determina l'indirizzo generale dell'Associazione. Elege e revoca, a scrutinio segreto:

- i componenti del Consiglio Nazionale, dopo averne determinato il numero;
- i componenti dell'Organo di Controllo;
- i componenti del Collegio Nazionale dei Probiviri.

Delibera sulla responsabilità dei componenti degli organi sociali e promuovere azione di responsabilità nei loro confronti. Delibera sulle modificazioni dello Statuto, come da art. 18 dello stesso. Delibera lo scioglimento, la trasformazione, la fusione o la scissione dell'Associazione, come

da art. 17 dello Statuto. Delibera su quant'altro demandato dalla Legge o per Statuto, o sottoposto al suo esame dal Consiglio Nazionale. Le decisioni del Congresso Nazionale sono prese a maggioranza semplice (il 50% più uno dei votanti) ad eccezione di quelle per le quali si prevede la maggioranza qualificata.

Il Consiglio Nazionale

Il Consiglio Nazionale, composto da un minimo di 60 e un massimo di 70, è l'organo deliberante dell'Associazione tra un Congresso e l'altro; è formato da componenti eletti democraticamente dal Congresso e dura in carica quattro (4) anni. Si riunisce almeno due volte l'anno su convocazione del Presidente Nazionale ed ha il compito di definire gli indirizzi dell'attività associativa. Elege al suo interno e revoca al suo interno il Presidente Nazionale e, su proposta di quest'ultimo, un eventuale vicepresidente e gli altri componenti della Presidenza. Su proposta della Presidenza Nazionale, formula il programma annuale dell'Associazione.

Il Consiglio Nazionale, su proposta della Presidenza Nazionale:

- delibera il Regolamento attuativo dello Statuto dell'Associazione e l'eventuale regolamento assembleare;
- approva l'entità e le modalità delle quote associative proposte dalla Presidenza Nazionale;
- approva i bilanci annuali preventivi e consuntivi e le relative relazioni,
- delibera la gestione commissariale delle articolazioni regionali e territoriali nel caso di gravi violazioni dello Statuto, e nei casi di accertata violazione e/o carenza delle politiche associative del consumerismo, organizzative ed amministrative;
- convoca il Congresso Nazionale.

Il Consiglio nazionale si è riunito due volte nel 2025: il 16 maggio e il 17 dicembre

La Presidenza Nazionale

La Presidenza Nazionale, composta dal Presidente Nazionale, dal Vicepresidente, se proposto, e dai Segretari Nazionali di Presidenza, è l'organo esecutivo delle deliberazioni assunte dal Congresso e dal Consiglio Nazionale e dura in carica quattro anni. La Presidenza Nazionale risponde collegialmente del proprio operato e della gestione del patrimonio finanziario di fronte ai superiori organismi statutari.

La Presidenza Nazionale predispone i regolamenti interni e le loro eventuali modifiche; predispone i bilanci consuntivi e preventivi da sottoporre all'approvazione del Consiglio Nazionale e delibera le variazioni di bilancio e la destinazione di nuove entrate; nomina i dirigenti ed i responsabili dell'Associazione.

Il Presidente Nazionale

Il Presidente Nazionale dura in carica 4 anni e ha la rappresentanza legale e politica dell'Associazione e risponde unicamente delle decisioni e delle obbligazioni assunte dall'Associazione. Oltre ai compiti e alle funzioni previsti nel Regolamento di attuazione dello Statuto, il Presidente Nazionale rappresenta l'Associazione nei confronti dei terzi, delle pubbliche autorità e degli organi giurisdizionali; assume tutte le decisioni e gli atti necessari al normale funzionamento dell'Associazione, attua le decisioni dei superiori organi deliberanti.



L'Organo di controllo

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

Il Collegio Nazionale dei Probiviri

Il Collegio Nazionale dei Probiviri è organo di garanzia statutaria e di giurisdizione interna. L'attività del Collegio Nazionale dei Probiviri è improntata ai principi di autonomia e indipendenza. A tal fine il Regolamento attuativo dello Statuto stabilisce le incompatibilità. Esso ha il compito di decidere, previa adeguate istruttorie per l'accertamento dei fatti e relative contestazioni, sui ricorsi contro presunte violazioni dello Statuto e del Regolamento, sulle vertenze elettorali, oltreché di dirimere le controversie, i conflitti tra i soci e gli organismi ai vari livelli. Il Collegio Nazionale dei Probiviri è composto da cinque componenti più due supplenti eletti dal Congresso Nazionale con procedura definita nel Regolamento d'applicazione dello Statuto. Il Congresso Nazionale elegge il Presidente del Collegio scegliendolo tra i componenti e tenuto conto dei requisiti e/o titoli di specifica competenza professionale. I Probiviri non possono far parte di organi dell'Associazione e di quelli

delle Associazioni Adiconsum territoriali o regionali/interregionali dell'associazione, né ricevere incarichi professionali a qualsiasi livello.

Articolazioni

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



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

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

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

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

Tutte le 166 sedi Adiconsum con indirizzi e dettagli di contatto su: <https://adiconsum.it/sedi/>

The screenshot shows the Adiconsum website interface. At the top, there are navigation links: 'Trova la sede più vicina', 'Dono il 5x1000', and a search icon. Below the navigation bar is the Adiconsum logo and a menu with options: 'L'ASSOCIAZIONE', 'AL TUO FIANCO', 'INFO CONSUMATORI', 'INIZIATIVE E PROGETTI', 'AREE TEMATICHE', and 'AREA STAMPA'. The main content area features a map of Italy with numbered markers (10, 13, 18, 21, 51) indicating regional offices. To the left of the map, the text reads 'Dove siamo' and 'Adiconsum Nazionale' with the address 'Via Giovanni Maria Lancini, 25, 00151 Roma, Tel. 06 4417021'. Below the map, there is a search bar with the text 'Cerca la sede più vicina' and a dropdown menu for 'Tipo sede'. On the right side, there are labels for 'Abruzzo', 'Agrigento', and 'Alessandria' with a 'Impostazioni sulla privacy' button.

Patrimonio

Il patrimonio dell'Associazione è costituito dalle quote associative, dai contributi degli associati, lasciti, donazioni, beni mobili ed immobili di cui l'Associazione è proprietaria o titolare a qualsiasi titolo, e di tutti gli altri beni su cui vanta diritto. Per il raggiungimento degli scopi associativi e per quanto altro è ritenuto utile per il migliore conseguimento degli stessi, l'Associazione si avvale:

- dei contributi degli Enti locali, della Regione, dello Stato, delle organizzazioni europee e internazionali;
- delle risorse provenienti da progetti, studi, pubblicazioni, sondaggi, documentazioni, ricerche e quant'altro realizzato per conto degli aderenti e di terzi, istituzioni pubbliche od organismi privati;
- dei proventi ricavati da sottoscrizioni, contributi ordinari e straordinari, pubblici o privati, o da lasciti, donazioni, eredità, legati o atti di liberalità;
- della raccolta fondi, attraverso attività ed iniziative al fine di finanziare le proprie attività di interesse generale, anche attraverso la richiesta a terzi di lasciti, donazioni e contributi di natura non corrispettiva, nonché attività di raccolta fondi, anche in forma organizzata e continuativa, mediante sollecitazione al pubblico o attraverso la cessione o erogazione di beni o servizi di modico valore, impiegando risorse proprie e di terzi, inclusi volontari e dipendenti, nel rispetto dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico, in conformità con le eventuali linee guida adottate dalle Autorità preposte;
- proventi da attività diverse di cui all'art 6 del Codice del Terzo Settore.

Associati

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



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

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

Il numero di associati nel corso del 2025 è stato di 39.891,
con un calo pari a 1,78% rispetto all'anno precedente.

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

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

Nell'esercizio 2025, di cui il presente Bilancio Sociale riferisce, Adiconsum Nazionale si è avvalsa sia di personale dipendente a tempo indeterminato, che di collaboratori e consulenti, nonché di volontari.

Hanno operato presso Adiconsum Nazionale:

a) m. 14 lavoratori dipendenti:

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

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

c) Consulenti professionali: hanno operato 3 consulenti esterni (lavoratori autonomi), con specifiche competenze professionali.

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

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

Come previsto dallo Statuto Adiconsum, i volontari sono persone che per loro libera scelta svolgono, per il tramite dell'Associazione, attività in favore della comunità e del bene comune, mettendo a disposizione il proprio tempo e le proprie capacità. La loro attività deve essere svolta in modo personale, spontaneo e gratuito, senza fini di lucro, neanche indiretti, ed esclusivamente per fini di solidarietà.

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

La qualità di volontario è incompatibile con qualsiasi forma di rapporto di lavoro subordinato o autonomo e con ogni altro rapporto di lavoro retribuito con l'associazione. L'Associazione assicura i volontari contro gli infortuni e le malattie connessi allo svolgimento dell'attività di volontariato, nonché per la responsabilità civile verso i terzi.

Il personale ha ricevuto formazione specifica in relazione alle necessità collegate alla mansione svolta e ad esigenze/opportunità di volta in volta emerse:

- contenuto informatico
- contenuto giuridico
- contenuto linguistico
- sostenibilità e governance

Sono state varie le occasioni formative, in presenza e di forma di FAD (e-learning, webinar ecc.) che l'associazione ha potuto cogliere nel 2025 ed offrire sia ai suoi lavoratori che ai responsabili territoriali, nell'ambito di progetti ed iniziative cui ha partecipato a livello nazionale e internazionale (inclusi il BEUC e il Network ECC-Net dei Centri Europei Consumatori).



Il perseguimento della Mission e le attività condotte nel 2025

Nel corso del 2025, Adiconsum ha sviluppato le proprie attività in modo continuativo e strutturato, rivolgendosi all'insieme degli stakeholder di riferimento, attraverso un approccio integrato che combina rappresentanza istituzionale, tutela individuale e collettiva, informazione e collaborazione. In particolare, l'azione dell'Associazione si è sostanziata:

- nei confronti delle istituzioni, a livello nazionale ed europeo, attraverso una partecipazione costante ai processi decisionali e consultivi. Adiconsum ha preso parte ai lavori del CNCU presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, ad audizioni parlamentari, tavoli tecnici, consultazioni pubbliche e gruppi di lavoro presso Ministeri e Autorità indipendenti, contribuendo con osservazioni, pareri e documenti di posizione. L'Associazione ha inoltre partecipato attivamente alle consultazioni promosse dalla Commissione Europea;
- nei confronti dei consumatori, mediante attività di informazione e comunicazione, iniziative formative, campagne di sensibilizzazione e progetti educativi, con particolare attenzione ai soggetti più vulnerabili, quali anziani, cittadini in condizioni di fragilità economica e sociale, popolazione del Mezzogiorno e persone interessate da fenomeni di esclusione digitale;
- nei confronti delle imprese e delle loro associazioni, attraverso attività di confronto e negoziazione finalizzate alla definizione di protocolli e accordi volti a migliorare la trasparenza, la correttezza dei comportamenti di mercato e la piena attuazione dei diritti dei consumatori, nonché a promuovere strumenti di risoluzione conciliativa delle controversie, attività di monitoraggio e iniziative congiunte di informazione e sensibilizzazione;
- nei confronti delle altre associazioni dei consumatori, delle organizzazioni del terzo settore e della società civile, rafforzando la partecipazione a progetti in partenariato, iniziative comuni e momenti di confronto, favorendo lo scambio di competenze, esperienze e buone pratiche;
- nei confronti degli associati, ai quali sono stati garantiti servizi di assistenza individuale, strumenti informativi, accesso a servizi dedicati (tra cui quelli relativi ai Sistemi di Informazioni Creditizie), convenzioni e opportunità di partecipazione alla vita associativa, anche attraverso gli strumenti di democrazia interna;
- nei confronti dei consumatori non associati, offrendo servizi gratuiti di prima assistenza, consulenza sul sovraindebitamento, accesso al Fondo di Prevenzione Usura e fruizione libera delle pubblicazioni. A tali attività si affiancano i servizi erogati nell'ambito di progetti e iniziative sul territorio, inclusi eventi pubblici, stand informativi e attività in piazza, sempre aperti e gratuiti;
- nei confronti dei media, mantenendo un flusso costante di comunicazione verso giornalisti e organi di informazione, con la diffusione di dati, analisi e posizioni sui principali temi di consumo;
- nei confronti del mondo accademico e della ricerca, collaborando alla realizzazione di studi, indagini e proposte di policy;
- nell'ambito delle reti e organizzazioni di cui è membro, contribuendo attivamente alle attività e alle iniziative comuni a livello nazionale ed europeo.

Il 2025: un contesto ancora complesso per i consumatori

Anche il 2025 è stato caratterizzato da un contesto economico e sociale particolarmente articolato. Il perdurare delle tensioni internazionali e degli effetti economici dei conflitti, unito alla volatilità dei mercati energetici e alla ripresa delle dinamiche inflattive, ha continuato a incidere in modo significativo sulle condizioni delle famiglie.

A questi fattori si è affiancata la rapida evoluzione dei mercati, in particolare sul piano digitale, che ha ampliato opportunità ma anche rischi per i consumatori, rendendo ancora più necessario un presidio attivo e qualificato.

In questo scenario, Adiconsum ha rafforzato il proprio impegno, operando su più livelli per garantire tutela, rappresentanza e supporto concreto ai cittadini.

In particolare, l'Associazione ha:

- raccolto e trasmesso alle istituzioni nazionali ed europee segnalazioni relative a criticità emergenti e violazioni dei diritti dei consumatori, contribuendo all'individuazione di lacune normative e alla definizione di possibili interventi correttivi;
- svolto attività di monitoraggio e analisi dei principali settori di consumo, con particolare attenzione ai costi sostenuti dalle famiglie, alle dinamiche speculative e alle situazioni di maggiore criticità;
- partecipato a reti europee e attività di confronto internazionale, anche attraverso la collaborazione con il BEUC e la rete ECC-Net, al fine di analizzare le differenze normative e le misure adottate negli altri Paesi;
- dedicato particolare attenzione alle fasce più fragili della popolazione, offrendo supporto e assistenza mirata;
- portato all'attenzione delle istituzioni e dell'opinione pubblica fenomeni emergenti quali la povertà energetica e le nuove forme di esclusione legate al digital divide;
- svolto un'intensa attività di informazione e divulgazione, chiarendo ai cittadini le misure adottate da Governo e Autorità, incluse agevolazioni e strumenti di sostegno;
- realizzato contenuti informativi attraverso articoli, comunicati stampa, canali social, video e webinar, coinvolgendo esperti e stakeholder;
- potenziato i servizi di assistenza individuale, anche attraverso strumenti digitali come la live chat, per rispondere a una domanda crescente di supporto.

Attività di tutela collettiva e advocacy

L'attività di tutela collettiva, di rappresentanza e di presa di posizione sui principali temi di attualità del consumo si è sviluppata in modo costante nel corso dell'anno.

Una parte significativa di tale attività è documentata attraverso i comunicati stampa diffusi nel 2025, che rappresentano uno strumento di sintesi delle posizioni dell'Associazione, delle iniziative intraprese e delle principali azioni di advocacy.

Data	Titolo
13 Gennaio 2025	Nasce l'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica della mobilità elettrica di Adiconsum e TariffEV
13 Gennaio 2025	TRENI: basta ritardi! I pendolari non possono più subire
28 Gennaio 2025	Elettricità – Passaggio “vulnerabili” al STG: le proposte di Adiconsum
3 Febbraio 2025	“Energia... IN Sinergia” fa tappa a Livorno
11 Febbraio 2025	Mobilità sostenibile: ecco le tabelle dei costi di ricarica auto elettriche in pubblico di Gennaio 2025 dell'Osservatorio di Adiconsum e TariffEV
12 Febbraio 2025	“Energia... IN Sinergia” fa tappa a Lecce
24 Febbraio 2025	CASE “GREEN”: Come stanno funzionando gli strumenti per supportare l'efficientamento energetico nelle abitazioni?
28 Febbraio 2025	ENERGIA: occorrono misure strutturali per poter ridurre il costo dell'energia
6 Marzo 2025	Adiconsum aderisce all'appello “Una piazza per l'Europa”
11 Aprile 2025	TRASPORTO AEREO: siglato storico accordo Ryanair-Fiavet, grazie ad Adiconsum
13 Maggio 2025	Al via FEELING, il progetto di prevenzione e assistenza gratuita e qualificata per le famiglie sovraindebitate
19 Maggio 2025	Al via DRIN, il progetto per prevenire l'indebitamento delle famiglie e gestirlo
20 Maggio 2025	Villaggio della Sostenibilità di Adiconsum: 29-31 maggio 2025 - Bologna - Grand Tour Italia
27 Maggio 2025	-2 gg alla terza edizione del “Villaggio della Sostenibilità” di Adiconsum
5 Giugno 2025	Si è concluso il “Villaggio della Sostenibilità” di Adiconsum. Ecco che cosa è emerso
10 Giugno 2025	“Famiglie nel sole”: ogni anno 12 mila morti per combustione gas nelle cucine
11 Giugno 2025	Trasporto aereo - Adiconsum e Centro Europeo Consumatori Italia: Aggiornare la normativa sui diritti non deve indebolirli
12 Giugno 2025	Casa: nasce l'associazione “Famiglie nel Sole”. Firmata convenzione con Unicredit
12 Giugno 2025	Adiconsum ai 10 anni di Flixbus Italia
25 Giugno 2025	ENERGIA: Adiconsum chiede a Governo e ARERA di estendere fino a marzo 2027 la facoltà dei vulnerabili di passare al STG
25 Giugno 2025	Adiconsum e Risorse per Roma presentano Report sul Servizio Scolastico Integrato
30 Giugno 2025	TELEMARKETING: Adiconsum scrive ad ARERA
1 Luglio 2025	ENERGIA: Chiesto incontro urgente al Ministro Pichetto Fratin. “NO” a scaricare sui consumatori gli oneri per la rimodulazione delle concessioni
2 Luglio 2025	Saldi estivi 2025: Vademecum Adiconsum per arrivare preparati e non incappare in spiacevoli sorprese
7 Luglio 2025	Incendio a Roma: “Famiglie nel Sole” chiede sospensione pagamento utenze e risarcimento danni
8 Luglio 2025	Violenza al cantiere eolico di Monte Giogo: ferma condanna degli atti di sabotaggio
10 Luglio 2025	Mobilità sostenibile: tabelle giugno 2025 Osservatorio Prezzi tariffe ricarica di Adiconsum/TariffEV
31 Luglio 2025	Adiconsum scrive al Sindaco Gualtieri: avanti con la Delibera sulla rigenerazione sostenibile degli edifici
2 Settembre 2025	Caro scuola: Adiconsum favorevole alla detrazione dei libri di testo
4 Settembre 2025	POSTE: Tar Lazio conferma multa di Antitrust sui BFP su segnalazione di Adiconsum Sardegna
11 Settembre 2025	SOVRAINDEBITAMENTO: Al via gli sportelli di “FEELING” per le famiglie sovraindebitate

18 Settembre 2025	Auto elettriche: Adiconsum anticipa i primi risultati del Mystery shopping svolto in 60 concessionari per GREEN Circle 2
22 Settembre 2025	Adiconsum scrive ai Presidenti di Camera e Senato per le nomine di ARERA
23 Settembre 2025	Sovraindebitamento: dal 23 settembre aprono gli sportelli di DRIN per gli utenti in difficoltà economica
23 Settembre 2025	Sostenibilità: Adiconsum al Gazometro per il 'Patto per la plastica bio & circolare'
25 Settembre 2025	Sostenibilità: Il cittadino-consumatore sia sempre più protagonista della rigenerazione urbana
2 Ottobre 2025	Sovraindebitamento: le proposte del progetto RIPARTO sui debt-advice
24 Ottobre 2025	ENERGIA/SOSTENIBILITA': Auto elettriche e Pompe di calore
11 Novembre 2025	DDL Concorrenza: osservazioni e proposte di Adiconsum alla X Commissione della Camera
19 Novembre 2025	CASA: Adiconsum protagonista a "Smart Building Expo" presenta la sua visione olistica dello smart building. Attività e proposte
25 Novembre 2025	Credito al consumo: non adeguata la liberalizzazione indiscriminata delle richieste di finanziamento
10 Dicembre 2025	Credito al consumo: al via il progetto "Pronti a Contare"

Audizioni Parlamentari

- 13 marzo 2025 X Commissione Camera dei Deputati - Decreto Bollette C. 2281
- 14 maggio 2025: Audizione Camera dei deputati - X Commissione (Attività produttive, commercio e turismo) - Disegno di legge C. 1704 recante disposizioni in materia di destinazione di proventi derivanti dalla vendita di prodotti – *Cause Related Marketing*
- 1 Luglio 2025: Senato della Repubblica - IX Commissione - Disegno di Legge n. 1484 – "Legge annuale per il mercato e la concorrenza"
- 11 novembre 2025: Camera dei deputati - X Commissione della (Attività produttive, commercio e turismo) - Disegno di legge n. 2682 – "Legge annuale per il mercato e la concorrenza 2025"
- 12 novembre 2025 – Invio osservazioni sul Piano d’Azione Nazionale dell’Economia Sociale in attuazione della raccomandazione del 27 novembre 2023 - sullo sviluppo delle condizioni quadro dell’economia sociale (c/2023/1344)
- 2 dicembre 2025 – deposito memoria Adiconsum per l’ Audizione Commissione X (Attività produttive, Commercio e Turismo) - Schema di decreto legislativo di recepimento della direttiva (UE) 2024/825 - Atto del Governo n. 345
- 3 dicembre 2025 - Audizione presso IX Commissione del Senato - AG 345 "Responsabilizzazione dei consumatori per la transizione verde mediante il miglioramento della tutela dalle pratiche sleali e dell'informazione" - Schema di decreto legislativo recante attuazione della direttiva (UE) 2024/825,

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

Nel 2025 Adiconsum ha assistito i consumatori individuali, attraverso i vari canali nazionali e i servizi territoriali:

Assistenza tramite sportelli fisici o on line	<ul style="list-style-type: none">● Contatti di prima assistenza (nazionale) : 5861● Contatti di assistenza controversie transfrontaliere (CEC) evase dall'ufficio di Roma):<ul style="list-style-type: none">○ 5327 richieste di informazione e consulenza○ 1435 reclami gestiti come Consumer ECC○ 845 reclami gestiti come Trader ECC● Contatti Fondo di Prevenzione Usura e Sovraindebitamento: 1955● Richieste informazioni tramite programma gestione pratiche: 1452● Reclami tramite programma gestione pratiche: 1950● Conciliazioni 2500● ODR 1783	Totale di n. 23.108 consumatori assistiti
---	---	---

Le attività di comunicazione

L'Ufficio Stampa/Comunicazione si occupa della produzione di comunicati stampa rivolti ai media, della produzione di notizie di **servizio rivolte ai consumatori**, di curare ed organizzare interviste e partecipazioni a trasmissioni televisive e radiofoniche dei rappresentanti dell'Associazione, nonché di contributi scritti per i media cartacei.

Produzione dei comunicati stampa:

- stesura e titolazione del comunicato
- invio telematico alle caselle di posta elettronica sia delle redazioni delle varie testate che ai contatti dei singoli giornalisti, differenziando gli invii a seconda dell'argomento del comunicato
- pubblicazione sul sito internet dell'Associazione (www.adiconsum.it)
- pubblicazione sui social network (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter di Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia
- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.

Nel 2025 sono stati diffusi n. 45 comunicati stampa.

Produzione delle notizie di servizio:

- ricerca ed elaborazione di notizie di servizio rivolte ai consumatori
- pubblicazione sul sito internet dell'Associazione (www.adiconsum.it)
- pubblicazione sui social network (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest)
- pubblicazione sulla newsletter Adiconsum e del Centro Europeo Consumatori Italia
- pubblicazione sulla rete intranet dell'Associazione.

L'ufficio stampa/Comunicazione dell'Adiconsum nazionale veicola la notizia adattandola ai vari mezzi di comunicazione, cercando di darle la più ampia visibilità possibile. Si cerca di dare in questo modo la possibilità ai consumatori di scegliere la modalità più consona alle proprie attitudini.

L'Ufficio stampa Adiconsum supporta anche tutta l'attività di comunicazione dell'Ufficio progetti dell'Associazione con la produzione e l'invio dei Save the date, degli inviti stampa, la produzione di video/foto e la pubblicazione del materiale sul sito web e sui social. Nel 2025 sono state diffuse n. 219 notizie.

L'attività di comunicazione ha riguardato n. 42 eventi che hanno visto la partecipazione di dirigenti ed esperti Adiconsum e n. 647 uscite sui media.

Mezzi di diffusione dei contenuti

Il sito Web

Rappresenta lo strumento di comunicazione principe con i consumatori e gli operatori della stampa. Il sito è gestito tramite tecnologie di ultima generazione, e costantemente aggiornato nei contenuti.

I Social network

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

Adiconsum è presente sui seguenti social network:

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

Social Board:

- 6 milioni di visualizzazioni su Facebook: pari al 10,17%% della popolazione italiana raggiunta.
- 65.000 visualizzazioni su X: equivalenti allo 0,11% degli italiani coinvolti.
- 125.000 visualizzazioni su Instagram: circa lo 0,22% della popolazione italiana toccata.
- 7.000 visualizzazioni su LinkedIn: un traguardo dello 0,012% che dimostra la nostra presenza anche in ambito professionale.
- 15.000 visualizzazioni su YouTube: i nostri video e dirette sono state viste da circa 0,025% della popolazione.
- oltre 1000 Follower sul canale Whatsapp (aperto a ottobre 2025): un inizio del servizio pari a 0,0015% dei cittadini italiani.
- oltre 800.000 visualizzazioni (solo delle persone che hanno accettato i Cookies secondo i nuovi standard di Analytics) del Sito Web

Totale delle visualizzazioni/follower: circa 7.217.900

- Crescita assoluta nei numeri: +4.702.000 circa (da 2.515.900 a 7.217.900).
- Crescita percentuale: +187% circa

A questi dati andrebbero aggiunti tutti i social delle varie Adiconsum regionali e territoriali.

Questi risultati testimoniano l'importanza di essere una voce autorevole per i consumatori, costruendo una comunità sempre più informata e responsabile.

Pubblicazioni

Sono a cura dell'Ufficio Stampa/Comunicazione di Adiconsum nazionale, la newsletter settimanale "Adiconsum informa", il bimestrale "Il consumatore responsabile", nonché la realizzazione di inviti, brochure, locandine e guide informative.

Rapporti

Con la Stampa

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

- le agenzie di stampa
- le redazioni di Tg e Gr
- i quotidiani
- le riviste
- le radio e le trasmissioni radiofoniche
- le televisioni e le trasmissioni televisive.
- Con Istituzioni, Enti, Associazioni di categoria, aziende
- L'Ufficio stampa intrattiene anche rapporti con:
 - gli uffici stampa degli organi istituzionali, in particolare con le Authority (Antitrust, Autorità di regolazione per energia reti e ambiente, Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, Isvap, Garante della privacy, ecc.)
 - gli uffici stampa delle principali aziende di servizio di energia, di telefonia, ecc.
 - gli uffici stampa delle associazioni di categoria.

Adiconsum raccoglie e pubblica sul proprio sito web la rassegna stampa, necessaria sovente anche per la rendicontazione delle attività progettuali in termini di KPI (Key Performance Indicators).

Con le sedi territoriali Adiconsum

- L'Ufficio stampa/Comunicazione fornisce il proprio contributo non solo alla stampa, ma rappresenta un punto di riferimento anche per i quadri e gli operatori delle 166 sedi territoriali dell'Associazione sparsi su tutto il territorio nazionale.

Con Ecc-Net Italia

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

Attività di Alert

Una funzione molto importante delle attività di comunicazione è stata quella di allertare il pubblico rispetto a problemi emergenti, truffe in corso, pratiche commerciali sleali riscontrate, fallimenti e default di imprese che potessero comportare perdite economiche, disservizi e problemi ai consumatori o che richiedessero attività da parte loro (insinuazione al passivo, domande e istanze per il recupero di somme versate ecc.), emergenze relative alla sicurezza dei prodotti o sicurezza

alimentare. Adiconsum ha inoltre diffuso e illustrato valutazioni di impatto normativo, provvedimenti delle Autorità Garanti, sentenze e decisioni rilevanti degli organi giurisdizionali, offrendo al pubblico elemento di conoscenza, prevenzione e indicazioni per il corretto esercizio dei loro diritti.

Partecipazioni a fiere e giornate celebrative

Nel corso del 2025 Adiconsum ha partecipato a varie fiere e celebrato numerose giornate nazionali e mondiali, sempre diffondendo messaggi, materiali e strumenti di supporto ai consumatori

Il Centro Europeo Consumatori ECC-Net Italia

Nel 2025, il Centro Europeo Consumatori Italia ha consolidato la propria identità di presidio pubblico, capace di orientare i cittadini in un mercato unico sempre più digitale, complesso e transfrontaliero. Il Centro ha gestito 11.096 domande, contro le 8.392 del 2024", un dato che da solo racconta la crescita della fiducia dei consumatori e la centralità del servizio. L'anno è stato altresì caratterizzato da un ampliamento delle attività di comunicazione e da un rafforzamento della cooperazione con istituzioni nazionali ed europee.

1. Assistenza ai consumatori e gestione dei casi

Nel corso del 2025, il CEC Italia ha registrato un forte incremento delle richieste di informazione e dei reclami:

- 11.096 consulenze (+32% rispetto al 2024), superando ampiamente il target prefissato di 9.300.
- 4069 reclami (+44% rispetto al 2024), a fronte di un obiettivo di 2.200.

La crescita ha riguardato sia i reclami dei consumatori italiani verso professionisti esteri, sia quelli dei consumatori europei verso professionisti italiani, segno di un mercato sempre più interconnesso. I settori più critici restano e-commerce, servizi digitali, trasporti e noleggio auto: dietro questi numeri ci sono storie di acquisti online problematici, abbonamenti digitali poco trasparenti, diritti dei passeggeri non rispettati, noleggi auto con addebiti ingiustificati. Settori in cui il CEC Italia è spesso l'unico punto di riferimento realmente accessibile.

La percentuale di soluzioni amichevoli (48%) è scesa rispetto al 2024, ma in un contesto di casi più complessi, trader meno collaborativi e settori privi di ADR, il dato riflette più la struttura del mercato che la capacità del Centro.

Il tasso di soddisfazione dei consumatori che si sono rivolti al nostro Centro e hanno successivamente compilato il questionario dedicato è molto positivo: il 74,4 % delle risposte indica un utente soddisfatto o molto soddisfatto.

2. Supporto al ricorso e all'enforcement

Il 2025 ha confermato il ruolo del Centro come snodo tra consumatori e organismi competenti. Sono stati 3108 i reclami che, non rientrando nella competenza del Centro, sono stati indirizzati verso autorità, ADR, o altri organismi, un numero in crescita che testimonia la funzione di primo presidio informativo.

Molto limitata, invece, la possibilità di assistere i consumatori all'interno delle procedure esterne a causa di ostacoli strutturali come l'assenza di ADR settoriali (noleggio auto, pacchetti turistici, alcuni servizi digitali). In questo contesto, il Centro ha continuato a svolgere una funzione essenziale di accompagnamento e orientamento, garantendo ai consumatori un punto di accesso chiaro e affidabile anche nei casi non direttamente gestibili.

Il Centro ha inoltre collaborato attivamente con autorità nazionali, tra cui AGCM, AGCOM, ENAC e altri organismi di enforcement, fornendo dati, evidenze di mercato e contributi tecnici.

3. Cooperazione istituzionale e contributo alle politiche pubbliche

Il 2025 è stato anche un anno di intensa attività istituzionale. Il CEC Italia ha portato la voce dei consumatori in numerosi tavoli nazionali ed europei, contribuendo con dati, evidenze e analisi.

Tra le attività più rilevanti:

- contributo al Dipartimento Politiche Europee per la programmazione della strategia orizzontale del mercato unico 2025;
- supporto a MiMIT su implementazione geoblocking, limitazioni geografiche imposte dai fornitori, revisione del Regolamento CPC, revisione della Direttiva ADR;
- partecipazione al tavolo di lavoro aperto presso il CNEL per la “costituzionalizzazione” della tutela dei consumatori;
- collaborazione strutturata con AGCM, con scambio di dati e casi su pratiche commerciali scorrette;
- partecipazione al gruppo di lavoro presso ENAC su tutela dei passeggeri a mobilità ridotta;
- partecipazione ai meeting della DG Move in tema di diritti dei passeggeri nel trasporto marittimo e con autobus;
- partecipazione alla conferenza “EU Consumer Summit”

Tale attività ha permesso di portare nel dibattito pubblico l’esperienza concreta dei consumatori, trasformando i casi in conoscenza utile per le politiche.

4. La partecipazione attiva alla vita della rete ECC-Net

Nel 2025, il Centro ha partecipato attivamente alle attività della rete ECC-Net, contribuendo ai processi decisionali, ai gruppi di lavoro e alle iniziative congiunte a livello europeo.

Tra le principali attività:

- partecipazione ai meeting della rete (Direttori, workshop tematici, cooperation days);
- contributo allo sviluppo di strategie comuni e position papers;
- condivisione di dati, casi e analisi utili alla definizione delle politiche europee;
- ruolo attivo in gruppi strategici (il CEC Italia è co-rapporteur dello Stakeholders’ Engagement Focus Group e membro dello Strategic Management Group)
- progetti di cooperazione.

Di particolare rilievo il contributo del Centro al rafforzamento della comunicazione digitale della rete attraverso il coordinamento del progetto “Social Media HUB” e alle iniziative congiunte in occasione del ventesimo anniversario di ECC-Net.

5. Comunicazione, informazione e promozione

La comunicazione, finalizzata a rafforzare la conoscenza dei diritti dei consumatori e la visibilità dei servizi offerti, è stata uno dei pilastri del 2025. Il Centro ha implementato una strategia di comunicazione strutturata e orientata ai risultati, con un forte impatto sulla visibilità pubblica.

L’attività ha incluso:

- 25 comunicati stampa in italiano, 21 in tedesco e 1 in inglese;
- oltre 60 articoli e contenuti informativi pubblicati online;

- 12 newsletter “Europa Consumi” e 11 newsletter “Pronto Consumatore”;
- una presenza costante sui media, con oltre 140 uscite stampa e 57 interviste

Particolare rilievo hanno assunto i canali digitali:

- oltre 800 contenuti pubblicati sui social media;
- crescita significativa della visibilità e dell’engagement, in particolare su Instagram e Facebook;
- sviluppo di format innovativi (es. ConsumaTalk) e campagne tematiche, tra cui quella dedicata al Giubileo 2025 e al ventesimo anniversario della rete ECC-Net.

Il Centro è, inoltre, intervenuto in diretta su Rai 1 per parlare di compravendita di articoli usati attraverso le piattaforme, ha consolidato la collaborazione con importanti testate giornalistiche e media brand come Repubblica e Donna Moderna, e ha informato i più giovani grazie alla partnership con l’influencer @Siamozeta.

Il sito web del Centro ha registrato risultati particolarmente rilevanti:

- 109.402 visite (+97%);
- oltre 211.000 visualizzazioni di pagina;
- più di 5.400 download di materiali informativi, segno di un bisogno crescente di informazioni affidabili.

Il Centro ha, infine, rafforzato la presenza territoriale con iniziative come l’organizzazione di uno stand informativo al Villaggio della Sostenibilità – Grand Tour Bologna dal 29–31 maggio e in occasione della Giornata dell’Europa sulla Terrazza del Pincio a Roma.

Considerazioni conclusive

Il Centro ha continuato a operare nel rispetto degli standard della rete ECC-Net, garantendo uniformità, trasparenza e qualità del servizio, networking attivo e dialogo con gli stakeholders.

L’aumento significativo delle richieste è stato influenzato anche da nuovi fattori, tra cui la crescente diffusione di strumenti digitali e di intelligenza artificiale, che indirizzano sempre più frequentemente i consumatori verso il Centro come punto di riferimento per le controversie transfrontaliere.

Nonostante le criticità legate ai volumi e alla complessità dei casi, il Centro ha mantenuto elevati livelli di operatività, confermando il proprio ruolo centrale nel sistema europeo di presidio pubblico di tutela, prevenzione e informazione, pienamente coerente con la missione di Adiconsum di:

- rafforzare i diritti dei consumatori nel mercato unico,
- ridurre le asimmetrie informative,
- favorire soluzioni extragiudiziali,
- contribuire alla qualità delle politiche pubbliche,
- promuovere un consumo consapevole e sostenibile.

L’impatto generato – in termini di assistenza, informazione, cooperazione istituzionale e partecipazione europea – testimonia l’impegno di Adiconsum nel garantire tutela effettiva e accessibile ai cittadini.

ODR Contact Point

Il 2025 rappresenta l'ultimo anno di operatività del Punto di contatto ODR nell'ambito del sistema disciplinato dal Regolamento (UE) n. 524/2013. Tale annualità assume pertanto un rilievo particolare, in quanto coincide con la fase conclusiva dello strumento europeo di risoluzione delle controversie online così come configurato negli ultimi anni. Con l'adozione del Regolamento (UE) 2024/3228 l'Unione europea ha infatti disposto la dismissione della piattaforma europea per la risoluzione online delle controversie (Piattaforma ODR) a decorrere dal 20 luglio 2025, nonché l'abrogazione del Regolamento (UE) 524/2013, che ne costituiva la base giuridica. Tale scelta normativa si inserisce in un più ampio processo di riforma della disciplina in materia di risoluzione alternativa delle controversie, culminato nell'adozione della Direttiva UE 2025/2647, che dovrà essere recepita dagli Stati Membri entro il 20 marzo 2028 e che ridisegna il quadro europeo delle ADR. In attuazione del Regolamento (UE) 2024/3228, a partire dal 21 marzo 2025 non è stato più possibile per i consumatori inserire nuovi reclami nella piattaforma, mentre per quelli già presentati, e non ancora conclusi, è stato consentito di portare a termine la procedura entro il 20 luglio 2025, data di dismissione dello strumento. Il 2025 si configura dunque come un anno di progressiva cessazione dell'operatività della piattaforma e di conseguente trasformazione delle modalità di intervento del Punto di contatto.

A decorrere dal 20 luglio 2025, l'attività si è pertanto evoluta da supporto tecnico-operativo legato al funzionamento della piattaforma a una funzione prevalentemente consulenziale, garantendo continuità nell'assistenza ai consumatori attraverso canali alternativi alla piattaforma stessa (e-mail e telefono). Complessivamente sono state gestite 1.783 richieste, provenienti in larga parte da consumatori. Di queste, 385 sono pervenute attraverso la piattaforma fino alla chiusura, mentre 743 sono state trasmesse via e-mail e 655 tramite il canale telefonico a testimonianza della costante fruizione dei servizi da parte dei consumatori e dell'efficacia dei canali alternativi di assistenza. Per quanto riguarda i settori economici, il trasporto aereo ha continuato a rappresentare l'ambito maggiormente oggetto di reclamo con il 19,34% del totale. All'interno di questo comparto, una parte significativa dei reclami ha coinvolto il vettore Wizzair (33,62%) seguita da Ryanair (31,30%) e ITA Airways (7,24%). Le casistiche più ricorrenti hanno riguardato il mancato pagamento delle compensazioni pecuniarie a seguito di cancellazioni e ritardi prolungati, l'addebito di costi aggiuntivi per il bagaglio a mano e check-in in aeroporto, nonché i disservizi ai bagagli. Un numero significativo di richieste, pari al 4,4% ha interessato il marketplace Amazon, con problematiche legate alla consegna di pacchi privi di contenuto o contenenti prodotti diversi e di valore inferiore rispetto a quanto ordinato, oltre a mancati rimborsi a fronte dell'esercizio del diritto di recesso. Parallelamente, è proseguita un'intensa attività di cooperazione con stakeholder nazionali ed europei, tra cui organismi ADR, altri punti di contatto ODR e il Centro Europeo Consumatori Italia, nonché un'attività di comunicazione e formazione volta a promuovere la conoscenza degli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie. In questo contesto, il Punto di contatto ODR ha confermato il proprio ruolo di presidio qualificato di orientamento e supporto, particolarmente rilevante in assenza di una piattaforma digitale centralizzata e in vista del nuovo quadro normativo europeo in materia di ADR.

I progetti



I progetti rappresentano una componente centrale dell'attività associativa di Adiconsum. Essi favoriscono la collaborazione con una pluralità di soggetti – organizzazioni della società civile, imprese, istituzioni, enti di ricerca, università e realtà analoghe operanti in altri Paesi – e consentono di affrontare in modo mirato specifiche criticità o bisogni dei consumatori.

Attraverso i progetti, l'Associazione promuove campagne e iniziative pilota, organizza eventi, realizza materiali informativi di diversa natura e sviluppa attività di ricerca, sia in ambito socio-economico sia in collaborazione con il mondo scientifico. I progetti contribuiscono inoltre alla produzione di conoscenza ed esperienza, alla diffusione di buone pratiche e alla

formazione specialistica degli operatori e degli esperti dell'Associazione su tutto il territorio nazionale.

Essi rappresentano anche uno strumento importante per sostenere servizi e attività di tutela individuale e collettiva dei consumatori, rafforzando al contempo la visibilità e l'autorevolezza di Adiconsum nei confronti dell'opinione pubblica e dei media.

L'Ufficio Progetti di Adiconsum è impegnato nella progettazione e realizzazione di numerose iniziative, sia a livello nazionale sia europeo, promuovendo la collaborazione con partner qualificati e contribuendo allo sviluppo di campagne di informazione, studi, attività di ricerca e azioni di sensibilizzazione. Tali iniziative sono orientate a promuovere un consumo consapevole, critico e responsabile, favorendo la diffusione di una solida cultura di consumerismo sociale.

L'elenco che segue riporta i principali progetti realizzati, in tutto o in parte, nel corso del 2025. Tale elenco non esaurisce l'insieme delle attività cui Adiconsum ha preso parte, che comprendono anche attività di supporto a iniziative esterne, quali documentazione, pubblicazioni, partecipazione a consultazioni pubbliche, ricerche giuridiche, rilevazioni di prezzi e tariffe, analisi delle problematiche di consumo e sondaggi di opinione, spesso svolte in collaborazione con altri soggetti. Costante è inoltre l'attività di monitoraggio dei bandi e delle opportunità di finanziamento a livello nazionale ed europeo.

Di seguito si fornisce una sintesi dei singoli progetti. Per informazioni più dettagliate e per consultare i materiali prodotti (pubblicazioni, siti dedicati, video, ecc.), si rinvia alla sezione dedicata del sito istituzionale www.adiconsum.it.

I progetti sono finanziati attraverso risorse proprie, fondi pubblici e, in misura limitata, contributi di soggetti privati.

I progetti europei

FOODMISSION

Progetto europeo finanziato dal programma Horizon Europe, realizzato in partenariato con università, centri di ricerca e organizzazioni di diversi Paesi europei.



Obiettivo

Promuovere scelte alimentari più sostenibili e consapevoli, contrastando disinformazione, cattive abitudini e sprechi, e riportando il consumatore al centro dei processi di consumo.

Attività principali

- Co-progettazione di strumenti e contenuti attraverso laboratori partecipativi (T-Labs) in più Paesi europei
- Sviluppo di una piattaforma digitale gamificata per monitorare le abitudini alimentari e fornire suggerimenti personalizzati
- Realizzazione di campagne informative e materiali educativi rivolti ai consumatori
- Attività di citizen science per la raccolta e analisi dei dati sulle abitudini alimentari

Destinatari

Consumatori europei, con particolare attenzione a cittadini interessati a migliorare le proprie abitudini alimentari e il proprio impatto ambientale.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza nelle scelte alimentari
- Riduzione degli sprechi e miglioramento degli stili di vita
- Produzione di dati utili alla ricerca scientifica sulle abitudini alimentari
- Sviluppo di strumenti innovativi “co-creati” con i consumatori

DRIN – Debt Relief Initiative

Progetto europeo finanziato dal Single Market Programme – Consumatori 2024, coordinato da Adiconsum in partenariato con il Movimento Difesa del Cittadino.

Obiettivo

Promuovere la prevenzione e una gestione più efficace del sovraindebitamento delle famiglie, attraverso un approccio integrato e multi-stakeholder.

Attività principali

- Attivazione di servizi gratuiti di consulenza e assistenza sul debito, inclusa la gestione delle procedure di sovraindebitamento
- Realizzazione di campagne di educazione finanziaria e materiali informativi rivolti ai cittadini
- Formazione specialistica per consulenti del debito, operatori sociali e professionisti coinvolti nelle procedure giudiziarie
- Coinvolgimento di operatori del credito e stakeholder istituzionali per promuovere pratiche più responsabili nella concessione del credito
- Analisi delle criticità normative e procedurali e formulazione di raccomandazioni per i decisori pubblici



Destinatari

Consumatori, in particolare soggetti vulnerabili (con specifica attenzione alle donne), consulenti del debito, professionisti del settore legale ed economico, operatori del credito e decisori politici.

Risultati attesi

- Migliore accesso agli strumenti di gestione e risoluzione del sovraindebitamento
- Rafforzamento delle competenze degli operatori e creazione di una rete di consulenza indipendente
- Maggiore consapevolezza finanziaria dei consumatori
- Contributo al miglioramento delle politiche pubbliche in materia di indebitamento

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

Progetto europeo finanziato dal Single Market Programme – Consumatori 2024, coordinato da Adiconsum in partenariato con il Movimento Difesa del Cittadino, complementare al progetto DRIN nell’ambito delle attività di contrasto al sovraindebitamento.



Obiettivo

Prevenire il sovraindebitamento e rafforzare le competenze finanziarie dei consumatori, promuovendo comportamenti consapevoli e capacità di autodifesa rispetto a pratiche scorrette e rischi legati al credito.

Attività principali

- Campagne di educazione finanziaria rivolte ai cittadini e a gruppi target specifici
- Formazione di consulenti del debito, operatori sociali e professionisti coinvolti nelle procedure di gestione delle crisi

- Attivazione di sportelli gratuiti di assistenza e consulenza sul debito su tutto il territorio nazionale, complementari a quelli previsti dal progetto DRIN e localizzati in città diverse
- Indagini (es. mystery shopping) e attività di prevenzione delle pratiche commerciali scorrette nel settore del credito
- Sensibilizzazione dei decisori pubblici sulle criticità normative e sugli ostacoli all'accesso alle procedure di risoluzione

Destinatari

Consumatori, in particolare soggetti vulnerabili e famiglie in difficoltà economica, nonché operatori del settore legale, economico e del credito.

Risultati attesi

- Rafforzamento delle competenze finanziarie e della capacità di prevenzione del sovraindebitamento
- Migliore accesso ai servizi di assistenza e consulenza
- Maggiore tutela dei consumatori rispetto a pratiche scorrette
- Integrazione operativa con gli interventi di gestione del debito previsti dal progetto DRIN

GREEN CIRCLE – Abita e Muoviti

Progetto promosso da Adiconsum e finanziato dalla European Climate Foundation, finalizzato a orientare e supportare i consumatori nel percorso di transizione sostenibile nei settori della casa e della mobilità. E' la terza edizione, avviata nell'autunno 2025, immediatamente dopo la conclusione del progetto Green Circle 2 con un importante convegno e la pubblicazione del Dossier di Ricerca su pompe di calore e mobilità elettrica, che includeva i risultati di una survey ai consumatori e di un Mystery Shopping nelle concessionarie auto che vendono veicoli elettrici.



Obiettivo

Accompagnare i cittadini verso scelte più sostenibili in ambito domestico ed energetico e negli spostamenti quotidiani, fornendo strumenti concreti per valutare costi, benefici e opportunità della transizione ecologica.

Attività principali

- Informazione e consulenza ai consumatori su efficientamento energetico, mobilità sostenibile e incentivi disponibili
- Realizzazione di strumenti di assistenza (es. live chat) per supportare decisioni consapevoli su interventi "green"

- Analisi e indagini sulle percezioni e sugli ostacoli dei consumatori rispetto alla sostenibilità
- Campagne informative e iniziative di sensibilizzazione

Destinatari

Consumatori interessati a migliorare l'efficienza energetica della propria abitazione e adottare soluzioni di mobilità sostenibile.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza sui costi e benefici della transizione ecologica
- Supporto concreto nelle scelte di investimento (es. impianti, mobilità)
- Riduzione delle barriere informative e decisionali
- Promozione di comportamenti sostenibili e responsabili

DEUCE – Digitising EU Uncontested Claim Enforcement

Progetto europeo finanziato dal programma “Justice” (2021–2027), coordinato dalla Vrije Universiteit Brussel e realizzato in partenariato con università, organismi professionali e associazioni di consumatori di diversi Paesi europei.

Obiettivo

Migliorare l'efficacia e l'accessibilità delle procedure di esecuzione dei crediti transfrontalieri nell'Unione europea (Ordine Europeo di Pagamento ed Esecutivo Europeo), attraverso la digitalizzazione e una maggiore armonizzazione delle pratiche applicative.

Attività principali

- Analisi comparativa delle norme di esecuzione nei 26 Stati membri UE e individuazione delle migliori pratiche
- Sviluppo di una piattaforma informatica per guidare cittadini e operatori nell'utilizzo degli strumenti europei di recupero crediti
- Realizzazione di un sistema basato su tecnologia blockchain per migliorare l'efficacia dell'esecuzione transfrontaliera
- Coinvolgimento di consumatori, professionisti del diritto e stakeholder istituzionali per testare e migliorare gli strumenti sviluppati

Destinatari

Consumatori, professionisti del diritto (avvocati, ufficiali giudiziari, notai), operatori del settore e decisori pubblici coinvolti nelle procedure di recupero crediti a livello europeo.



Risultati attesi

- Maggiore accessibilità e comprensibilità delle procedure europee di recupero crediti

- Rafforzamento della cooperazione giudiziaria tra Stati membri
- Riduzione delle barriere burocratiche e delle difficoltà operative nei contenziosi transfrontalieri
- Contributo allo sviluppo di una giustizia europea più digitale, efficiente e vicina ai cittadini

CREA 3 – Conflict Resolution with Equitative Algorithms

Progetto europeo finanziato nell’ambito del programma “Justice”, in continuità con le precedenti iniziative CREA, volto a sviluppare strumenti innovativi per la gestione delle controversie in ambito europeo.

Obiettivo

Migliorare l’efficienza e l’equità dei sistemi di risoluzione delle controversie, con particolare attenzione all’ambito delle controversie familiari, attraverso l’utilizzo di tecnologie digitali e algoritmi avanzati.

Attività principali

- Sviluppo e sperimentazione di algoritmi a supporto dei processi decisionali nei procedimenti giudiziari
- Analisi comparativa dei sistemi giudiziari europei, con focus sulle controversie familiari e sui relativi modelli procedurali
- Coinvolgimento e consultazione di stakeholder (operatori del diritto, istituzioni, esperti) per raccogliere esigenze e validare le soluzioni proposte
- Studio delle opportunità e criticità legate alla digitalizzazione dei procedimenti giudiziari in ambito europeo

Destinatari

Operatori del diritto (magistrati, avvocati), istituzioni pubbliche, decisori politici e, indirettamente, cittadini coinvolti in procedimenti giudiziari.

Risultati attesi

- Sviluppo di strumenti digitali a supporto della risoluzione delle controversie
- Maggiore efficienza e trasparenza nei procedimenti giudiziari
- Contributo al processo di digitalizzazione della giustizia in Europa
- Rafforzamento della cooperazione tra sistemi giudiziari europei



EPC – Energy Performance Certificates



Progetto europeo promosso dal BEUC e finanziato dalla European Climate Foundation, con la partecipazione di Adiconsum come partner italiano, finalizzato ad analizzare e migliorare gli strumenti a supporto dell'efficiamento energetico delle abitazioni.

Obiettivo

Valutare l'efficacia, l'affidabilità e l'accessibilità degli strumenti chiave per la riqualificazione energetica delle abitazioni – in particolare gli Attestati di Prestazione Energetica (APE) e i finanziamenti "green" – al fine di supportare scelte più consapevoli da parte dei consumatori e orientare le politiche pubbliche.

Attività principali

- Indagine sulla qualità, affidabilità e costo degli Attestati di Prestazione Energetica (APE), attraverso attività di mystery shopping e analisi comparativa
- Analisi delle offerte di mutui e prestiti "green" da parte del sistema bancario
- Ricerca sul ruolo degli strumenti informativi e finanziari nella transizione energetica delle abitazioni
- Attività di comunicazione e disseminazione dei risultati verso consumatori, professionisti e decisori pubblici

Destinatari

Consumatori, proprietari di immobili, professionisti del settore edilizio ed energetico, istituzioni e decisori politici.

Risultati attesi

- Maggiore trasparenza e affidabilità degli Attestati di Prestazione Energetica
- Migliore comprensione e accessibilità degli strumenti di finanziamento "green"
- Supporto ai consumatori nelle scelte di acquisto e ristrutturazione degli immobili
- Contributo allo sviluppo di politiche più efficaci e inclusive per la transizione energetica

I Progetti Nazionali

PRONTI A CONTARE

Progetto nazionale finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (D.D. 12 maggio 2025), realizzato da Adiconsum (capofila) insieme ad altre associazioni dei consumatori riconosciute a livello nazionale.

Obiettivo

Promuovere un utilizzo più consapevole e responsabile del credito al consumo, rafforzando le competenze finanziarie dei cittadini e prevenendo situazioni di sovraindebitamento.



Attività principali

- Realizzazione di una indagine nazionale sulle abitudini e conoscenze dei cittadini in materia di credito, pagamenti digitali e gestione del bilancio familiare
- Attività di informazione ed educazione finanziaria (webinar, guide, contenuti digitali, campagne informative)
- Formazione degli operatori delle associazioni per garantire assistenza qualificata e uniforme su tutto il territorio
- Attivazione di una rete coordinata di sportelli e servizi di consulenza gratuita per cittadini in difficoltà economica
- Sviluppo di un hub unico per facilitare l'accesso ai servizi e agli strumenti di supporto

Destinatari

Consumatori, con particolare attenzione a soggetti vulnerabili e cittadini esposti al rischio di sovraindebitamento.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza nell'uso del credito e dei pagamenti digitali
- Rafforzamento delle competenze di gestione del bilancio familiare
- Migliore accesso ai servizi di assistenza e consulenza
- Prevenzione delle situazioni di sovraindebitamento e promozione di comportamenti finanziari responsabili

DICO SÌ – Diritti, Consapevolezza, Opportunità, Strumenti, Inclusione – III edizione

Progetto promosso da Adiconsum e finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (D.D. 12 maggio 2025), finalizzato a rafforzare la cittadinanza digitale e ridurre il divario digitale tra i consumatori.

Obiettivo

Favorire un utilizzo consapevole e sicuro delle tecnologie digitali, accompagnando i cittadini nella comprensione dei cambiamenti legati alla trasformazione digitale e promuovendo una cultura che integri diritti, innovazione e sostenibilità.

Attività principali

- Realizzazione di un'indagine nazionale sull'impatto dell'intelligenza artificiale e delle nuove tecnologie sui comportamenti di consumo
- Organizzazione di incontri formativi online gratuiti su uso consapevole del digitale, sicurezza e sostenibilità
- Produzione di materiali informativi pratici (es. difesa dalle truffe, riconoscimento delle fake news, uso sicuro dell'IA)
- Sviluppo di strumenti interattivi e attività di edutainment (es. AI Carnival Game)
- Organizzazione di forum e momenti di confronto tra cittadini, esperti, istituzioni e imprese

Destinatari

Consumatori, con particolare attenzione alle fasce più esposte al digital divide (anziani, donne, cittadini con minori competenze digitali), oltre al pubblico generale.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza nell'utilizzo delle tecnologie digitali
- Riduzione del divario digitale legato a età e genere
- Rafforzamento delle capacità di autodifesa dei consumatori nel contesto digitale
- Promozione di un approccio responsabile e sostenibile all'innovazione tecnologica



IN SINERGIA – Insieme per una sostenibilità di tutti e per tutti

Progetto nazionale promosso da Adiconsum in partenariato con organizzazioni del Terzo Settore, finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, finalizzato a promuovere modelli di consumo sostenibile e inclusivo su tutto il territorio nazionale. Il 2025 è a cavallo della prima e



seconda edizione del progetto, che hanno occupato rispettivamente il periodo gennaio-agosto e settembre-dicembre

Obiettivo

Favorire la diffusione di stili di vita sostenibili, accessibili a tutti, contrastando le barriere

economiche, informative e sociali e promuovendo l'inclusione di fasce vulnerabili della popolazione.

Attività principali

- Percorsi formativi e iniziative di sensibilizzazione rivolte a giovani, anziani e cittadini su tutto il territorio nazionale
- Attività educative in scuole, università e centri di aggregazione, con approccio inclusivo e partecipativo
- Incontri territoriali e percorsi dedicati agli over 65 per favorire scelte sostenibili e contrastare l'isolamento sociale
- Attivazione di servizi di supporto (sportelli, call center e chat) per accompagnare i consumatori nelle scelte quotidiane
- Promozione del dialogo tra imprese e consumatori attraverso iniziative come il "Patto Aziende & Consumatori"
- Organizzazione del "Villaggio della Sostenibilità" e di eventi locali per valorizzare buone pratiche territoriali
- Campagne informative e social per diffondere comportamenti sostenibili e responsabili

Destinatari

Consumatori di tutte le età, con particolare attenzione a giovani, anziani e soggetti in condizioni di maggiore fragilità.

Risultati attesi

- Maggiore diffusione di comportamenti di consumo sostenibile e responsabile
- Riduzione delle barriere all'accesso a beni e servizi sostenibili
- Rafforzamento della coesione sociale e del coinvolgimento delle comunità locali
- Sviluppo di reti collaborative tra consumatori, imprese e Terzo Settore

RIPARTO – Rete di consulenza sul debito (edizione 2025–2026)

Progetto nazionale promosso da Movimento Consumatori (capofila), ACLI e Adiconsum, finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'art. 72 del D.Lgs. 117/2017. Anche in questo caso, il progetto segue la prima edizione, conclusasi a novembre, con una nuova serie di attività.

Obiettivo

Prevenire e contrastare il sovraindebitamento e le diverse forme di povertà, rafforzando una rete nazionale di servizi gratuiti di consulenza e supporto ai cittadini in difficoltà economica.

Attività principali

- Consolidamento e ampliamento della rete nazionale di sportelli per l'ascolto e la consulenza gratuita sul debito
- Analisi del fenomeno del sovraindebitamento e delle nuove forme di povertà (es. povertà energetica, educativa, assoluta)
- Organizzazione di workshop e momenti di confronto con stakeholder (istituzioni, intermediari finanziari, enti locali, esperti) anche in relazione alla normativa europea sul credito al consumo
- Attività di informazione e sensibilizzazione attraverso materiali divulgativi e strumenti multimediali
- Rafforzamento del Tavolo permanente sul sovraindebitamento con il coinvolgimento di esperti, anche in ambito energetico



Destinatari

Consumatori e famiglie in difficoltà economica, soggetti a rischio di sovraindebitamento, operatori del settore e stakeholder istituzionali.

Risultati attesi

- Rafforzamento di una rete nazionale stabile di consulenza sul debito
- Migliore accesso a servizi gratuiti, indipendenti e qualificati di assistenza
- Maggiore comprensione delle cause e delle nuove forme di povertà
- Contributo allo sviluppo di politiche pubbliche più efficaci in materia di credito e inclusione finanziaria

SCOVA LA TRUFFA

Progetto promosso da Adiconsum in collaborazione con UniCredit nell'ambito del programma "Noi&UniCredit", finalizzato a rafforzare la sicurezza dei consumatori nel contesto digitale.

Obiettivo

Accrescere la consapevolezza dei cittadini rispetto alle truffe online e bancarie, fornendo strumenti

pratici per riconoscerle e prevenirle, con particolare attenzione alle nuove minacce legate all'uso delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale.

Attività principali

- Realizzazione di un percorso di infotainment interattivo basato su quiz e simulazioni di situazioni reali di truffa
- Svolgimento di un'indagine sulle competenze dei consumatori in materia di sicurezza digitale e sulle tecniche di frode più diffuse
- Campagna di comunicazione e sensibilizzazione attraverso i canali digitali e social
- Produzione e diffusione di contenuti informativi e consigli pratici per la prevenzione delle truffe



Destinatari

Consumatori, con particolare attenzione ai soggetti più esposti ai rischi di frodi digitali e con minori competenze in ambito tecnologico.

Risultati attesi

- Maggiore capacità di riconoscere e prevenire le principali tipologie di truffa (phishing, smishing, vishing, spoofing)
- Rafforzamento delle competenze digitali e della sicurezza finanziaria dei cittadini
- Diffusione di comportamenti più consapevoli nell'utilizzo dei servizi digitali
- Riduzione della vulnerabilità dei consumatori rispetto alle frodi online

SÌ AL FUTURO – Educazione finanziaria, un impegno comune verso i consumatori

Progetto promosso da Adiconsum con il supporto di AGOS, finalizzato a rafforzare le competenze di educazione finanziaria dei cittadini attraverso attività informative e formative diffuse.

Obiettivo

Fornire conoscenze di base per una gestione consapevole del denaro, favorendo scelte finanziarie informate e aumentando la resilienza dei consumatori rispetto ai cambiamenti socio-economici e al costo della vita.



Attività principali

- Realizzazione di percorsi edu-formativi rivolti a cittadini di tutte le età, anche attraverso canali digitali e social
- Attività laboratoriali nelle scuole per avvicinare i giovani alla gestione del denaro e agli strumenti di credito
- Campagne di sensibilizzazione e informazione sui temi della finanza personale
- Organizzazione di eventi pubblici e momenti di confronto, anche nell'ambito del "Villaggio della Sostenibilità"

Destinatari

Consumatori di tutte le fasce di età, con particolare attenzione ai giovani e ai cittadini con minori competenze finanziarie.

Risultati attesi

- Rafforzamento delle competenze di alfabetizzazione finanziaria
- Maggiore consapevolezza nelle scelte economiche quotidiane
- Promozione di comportamenti finanziari responsabili
- Contributo alla prevenzione di situazioni di vulnerabilità economica

SCEGLI DI CONTARE

Progetto promosso da Adiconsum, con il supporto di partner territoriali e di Mediolanum Banca spa, finalizzato a contrastare la violenza economica di genere attraverso percorsi di educazione finanziaria e empowerment.



Obiettivo

Prevenire e contrastare la violenza economica, rafforzando l'autonomia finanziaria delle donne e fornendo strumenti concreti per riconoscere e gestire situazioni di abuso economico.

Attività principali

- Campagna di sensibilizzazione sulla violenza economica di genere e sui suoi effetti
- Percorsi formativi online per sviluppare competenze nella gestione del denaro, del bilancio familiare e delle scelte finanziarie
- Organizzazione di incontri ed eventi rivolti anche ai giovani per diffondere la cultura dell'educazione finanziaria

- Attivazione di sessioni individuali gratuite di consulenza finanziaria per supportare percorsi personalizzati di autonomia
- Creazione di una rete di supporto per accompagnare le beneficiarie nel rafforzamento delle proprie competenze e capacità decisionali

Destinatari

Donne, in particolare in situazioni di vulnerabilità economica o a rischio di violenza economica, oltre a giovani e cittadinanza generale per le attività di sensibilizzazione.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza e riconoscimento della violenza economica di genere
- Rafforzamento dell'autonomia e della sicurezza finanziaria delle partecipanti
- Diffusione di competenze pratiche di gestione del denaro
- Riduzione della vulnerabilità economica e sociale delle donne

ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE (2023–2025)

Progetto nazionale promosso da un ampio partenariato di associazioni dei consumatori, tra cui Adiconsum, finanziato da ARERA (Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente), finalizzato a rafforzare la tutela dei cittadini nei mercati dell'energia elettrica, del gas e del servizio idrico.

Obiettivo

Fornire informazione, assistenza e strumenti concreti ai consumatori per orientarsi nei mercati energetici, prevenire criticità e garantire maggiore trasparenza e correttezza nei rapporti con i fornitori.



Attività principali

- Attivazione di una rete nazionale di sportelli per l'informazione e l'assistenza su energia elettrica, gas e acqua
- Supporto ai consumatori nella gestione di reclami, controversie e problematiche contrattuali
- Orientamento nella scelta delle offerte e nella comprensione delle bollette e delle tariffe
- Informazione sui diritti dei consumatori, sui bonus sociali e sulle modalità di accesso alle agevolazioni
- Campagne informative per promuovere un uso consapevole dell'energia e dei servizi idrici

Destinatari

Consumatori e utenti dei servizi energetici e idrici, con particolare attenzione alle famiglie e ai soggetti più vulnerabili.

Risultati attesi

- Maggiore consapevolezza e capacità di orientamento nel mercato dell'energia
- Migliore accesso ai diritti, alle tutele e agli strumenti di supporto
- Riduzione delle criticità nei rapporti con i fornitori
- Rafforzamento della trasparenza e della fiducia nei mercati energetici

ENERGIA IN SINERGIA

Progetto promosso da Adiconsum in collaborazione con Edison, finalizzato a promuovere la consapevolezza dei consumatori sui temi della transizione energetica, dell'efficienza e dell'uso sostenibile dell'energia, con particolare attenzione alle fasce più vulnerabili della popolazione.



Obiettivo

Favorire una maggiore conoscenza delle opportunità legate alla transizione energetica e supportare i cittadini nell'adozione di comportamenti più efficienti e sostenibili, contribuendo anche al contrasto della povertà energetica.

Attività principali

- Organizzazione di incontri informativi e formativi sul territorio sui temi dell'energia, del risparmio energetico e delle comunità energetiche
- Realizzazione di campagne di comunicazione e sensibilizzazione a livello nazionale e locale
- Produzione e diffusione di materiali informativi per orientare i consumatori nelle scelte energetiche
- Approfondimenti su strumenti e opportunità per l'efficienza energetica e l'autoconsumo
- Coinvolgimento di esperti e operatori per fornire informazioni chiare e accessibili

Destinatari

Consumatori, con particolare attenzione agli over 65 e alle fasce più vulnerabili, oltre alla cittadinanza generale interessata ai temi energetici.

Risultati

attesi

- Maggiore consapevolezza sui temi della transizione energetica e della sostenibilità
- Adozione di comportamenti più efficienti e responsabili nell'uso dell'energia
- Migliore accesso alle informazioni su strumenti di risparmio ed efficientamento
- Riduzione del rischio di esclusione energetica e digitale per le fasce più fragili

MONITORIAMO IL SERVIZIO SCOLASTICO INTEGRATO A ROMA

Progetto promosso da Adiconsum in collaborazione con Risorse per Roma, finalizzato al monitoraggio della qualità del Servizio Scolastico Integrato nella città di Roma.

Obiettivo

Supportare la piena attuazione della Carta della Qualità dei Servizi e verificare, dal punto di vista degli utenti, il livello di qualità effettivamente erogato, favorendo trasparenza, partecipazione e miglioramento continuo del servizio.

Attività principali

- Analisi della Carta dei Servizi e degli standard di qualità dichiarati dal gestore
- Attivazione di un sistema di ascolto e partecipazione dei cittadini (genitori, personale scolastico, operatori)
- Realizzazione di focus group con diverse categorie di stakeholder
- Raccolta di segnalazioni, testimonianze e reclami degli utenti
- Elaborazione di report periodici sulla qualità percepita e organizzazione di un evento finale di restituzione dei risultati



Destinatari

Famiglie, studenti, personale scolastico e operatori coinvolti nei servizi di supporto scolastico (ausiliariato, trasporto, manutenzione, ecc.).

Risultati attesi

- Migliore conoscenza e utilizzo della Carta dei Servizi da parte degli utenti
- Rafforzamento del dialogo tra cittadini, gestore del servizio e amministrazione pubblica
- Individuazione di criticità e proposte di miglioramento
- Contributo al miglioramento della qualità dei servizi scolastici integrati sul territorio

Il lavoro dei settori tematici

Settore energia

Nell'ambito del settore dell'energia, Adiconsum ha presidiato, nel corso dell'anno, il settore con un'intensa attività, come già ampiamente fatto negli anni scorsi, per incidere, con propri contributi in tutte le sedi opportune, sulla gestione di una fase particolarmente impegnativa per il settore che, oramai completamente liberalizzato, non evidenzia gli auspicati effetti positivi nei confronti dei consumatori, in termini di riduzione dei prezzi e di maggiore efficienza, complice anche la situazione geopolitica complessa a livello internazionale che si riflette pesantemente sull'economia del nostro paese ed, inevitabilmente, sui prezzi di approvvigionamento delle materie prime per la produzione dell'energia elettrica, di cui il nostro paese è deficitario.

In tutto questo si inserisce la complessa fase di transizione energetica, indispensabile per il raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità prefissati dalla comunità mondiale.

C'è ancora molto da fare per sensibilizzare e responsabilizzare l'utenza numerosa che preferisce restare nel Servizio a Tutele Graduali anziché passare al Mercato libero; passaggio inevitabile che si concretizzerà il 31 marzo 2027. Nel corso dell'anno si è evidenziata comunque una tendenza, seppur contenuta in questo senso.

Il Servizio di Maggior Tutela riservato ai Clienti Vulnerabili non garantisce attualmente un buon supporto anche in considerazione del fatto che le categorie individuate come tali andrebbero meglio valutate e considerate alla luce di dati crescenti in termini di povertà energetica.

Il ricorso a provvedimenti tampone (Bonus) che nell'anno sono stati individuati per alleggerire la pesantezza del costo per le famiglie e le piccole imprese, ha dimostrato di non essere sufficienti. Servono aiuti concreti, anche in termini di miglioramento delle condizioni impiantistiche delle famiglie vulnerabili, attraverso l'efficientamento delle abitazioni e l'aiuto alla sostituzione di elettrodomestici obsoleti ed altamente energivori.

L'istituzione di un Fondo sociale, in aggiunta o alternativo al bonus automatico, potrebbe diventare uno strumento utile per salvaguardare tutte le Parti coinvolte nel settore e dare certezza di costi a tutti i cittadini-consumatori.

Per facilitare ed accompagnare i consumatori in povertà energetica nella fase ineluttabile della transizione energetica, come Adiconsum abbiamo proposto nel nostro documento "Casa GREEN", in linea con quanto affermato sopra, la possibilità di aiutare questa tipologia di cittadini attraverso la realizzazione ed il miglioramento delle loro abitazioni ed apparecchi elettrici, attraverso interventi diretti di riqualificazione attraverso un fondo dedicato a carico del Bilancio dello Stato.

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

Adiconsum ha assicurato, come tutti gli anni, identico impegno nella tutela individuale del consumatore, sia attraverso le varie modalità conciliative ma anche e soprattutto

continuando a svolgere una attività di informazione verso i consumatori con pubblicazioni e assemblee aperte ai cittadini in tutte le regioni e webinar dedicati.

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

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

Purtroppo però l'anno 2025 non vede ancora decollare questo strumento.

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

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

Sono sempre aperti i confronti con i principali player sulla conciliazione paritetica in quanto si avverte la necessità di migliorarla nel metodo e nella qualità, con l'obiettivo anche di estenderla a più operatori possibili del settore. Si deve registrare però, anche per l'anno 2025, la presenza di aziende importanti a livello nazionale che, pur operando in maniera multisettoriale, non hanno ancora colto l'invito ad aderire alla grande opportunità offerta dalla conciliazione paritetica. Nello specifico ci riferiamo ad HERA Spa che, con l'avvio del Servizio a Tutele Graduali, gestisce una area importante di clienti transitati a questo servizio a partire dal 1° luglio 2024

In merito alle modalità e regole applicate negli ADR rispetto a quelle adottate nelle conciliazioni presso il Servizio Conciliativo di ARERA, gestito dall'Acquirente Unico, Adiconsum ha continuato ad impegnarsi nel corso del 2025, insieme alle altre Associazioni del CNCU, per richiedere modifiche all'Autorità, al fine di rendere omogenee tali regole e non penalizzare le conciliazioni paritetiche negli Organismi esistenti, limitandone la crescita numerica, di cui si avverte la potenzialità.

Tale esigenza è sentita in maniera cogente non solo dalle Associazioni dei Consumatori, ma anche da diversi operatori del settore, per questo si conferma tale impegno anche per l'anno 2026. A questo riguardo la tematica assume un valore ancora maggiore a seguito della multidisciplinarietà che sta interessando sempre più i grandi gruppi del settore postale e delle telecomunicazioni che stanno entrando nel mercato dell'energia.

ARERA - Autorità per la Regolazione Energia Reti e Ambiente

Adiconsum ha lavorato per consolidare i rapporti con l’Autorità di Regolazione per Energia Reti ed Ambiente (ARERA), partecipando attivamente alle consultazioni pubbliche e ai momenti di confronto istituzionale nei diversi ambiti di competenza.

Nel corso del 2025 l’Associazione ha contribuito ai procedimenti regolatori con osservazioni e proposte su numerosi temi, tra cui le nuove misure per la trasparenza e la confrontabilità delle offerte di energia, il superamento del Servizio di Maggior Tutela nel settore elettrico e le modalità di accesso al servizio a tutele graduali per i clienti vulnerabili (febbraio 2025).

Parallelamente, Adiconsum ha preso parte a riunioni plenarie e tavoli tecnici dedicati agli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie (ADR), nonché a diversi focus group finalizzati all’aggiornamento della qualità dei servizi di vendita di energia elettrica e gas naturale e alla regolazione dei servizi ambientali e dei rifiuti (febbraio, marzo, giugno, novembre 2025).

L’Associazione ha inoltre partecipato alla presentazione della Relazione Annuale dell’Autorità e ad eventi istituzionali di approfondimento sul ruolo delle Autorità indipendenti nei sistemi di governance multilivello, contribuendo anche con segnalazioni su criticità emergenti, come il fenomeno del telemarketing ingannevole (giugno-luglio 2025).

Nel corso dell’anno Adiconsum ha seguito anche i procedimenti relativi alla definizione dei metodi tariffari e alla revisione della regolazione dei servizi, inclusi quelli relativi al teleriscaldamento, prendendo parte ai relativi momenti di confronto (giugno-luglio-ottobre 2025).

Inoltre, con cadenza trimestrale, ha partecipato agli incontri convocati dall’Autorità per l’aggiornamento delle condizioni economiche dell’energia elettrica e del gas nel mercato tutelato.

Attività con le aziende

Nel corso del 2025 si sono sviluppate numerose interlocuzioni con i principali operatori del settore energetico, con l’obiettivo di migliorare la qualità dei servizi e rafforzare la tutela dei consumatori.

Con A2A sono stati organizzati incontri informativi rivolti anche alle strutture territoriali, in particolare sul superamento del Servizio di Tutela per energia elettrica e gas. Con Edison, Adiconsum ha partecipato al Protocollo di Autoregolazione Volontaria, contribuendo con attività di analisi e proposta nell’ambito delle associazioni dei consumatori del CNCU.

Con Enel Energia si sono svolti incontri periodici dedicati alla presentazione del piano industriale e allo sviluppo delle offerte di mercato, con particolare attenzione al coinvolgimento diretto dei consumatori. Analogamente, con Eni Plenitude sono proseguiti momenti di confronto volti a migliorare le relazioni con l’utenza e a individuare iniziative di contenimento degli effetti del caro-tariffe.

Di particolare rilievo è stato il percorso concluso con Italgas attraverso la controllata Nepta S.p.A., che ha portato alla sottoscrizione di un Protocollo di Intesa finalizzato alla promozione dell'uso responsabile dell'acqua e al miglioramento della qualità del servizio, attraverso attività informative e formative rivolte ai consumatori (aprile 2025).

Con Ecom S.p.A. Energia Comune, il protocollo di collaborazione sottoscritto nel 2024 ha trovato piena attuazione nel 2025 con l'avvio dell'Osservatorio previsto, finalizzato al monitoraggio delle attività e al miglioramento della trasparenza nei rapporti con i consumatori.

Attività diverse

Adiconsum ha inoltre partecipato alle attività del Banco dell'Energia, contribuendo ai lavori del Comitato di Indirizzo, e ha preso parte al gruppo di lavoro promosso da NEXT Nuova Economia, dedicato allo sviluppo delle Comunità Energetiche da Fonti Rinnovabili.

Settore Trasporti

Trasporto ferroviario

Nel settore ferroviario, Adiconsum ha proseguito la collaborazione con il Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane nell'ambito del Protocollo di Intesa attivo con le Associazioni dei consumatori del CNCU. Tale collaborazione ha consentito un confronto costante su tematiche infrastrutturali e sulla gestione del trasporto passeggeri, sia per la lunga percorrenza sia per il trasporto regionale, attraverso incontri con Trenitalia e RFI (giugno-luglio 2025).

L'Associazione ha inoltre contribuito alla revisione delle Carte dei Servizi dei treni Intercity e Regionali, partecipando attivamente al miglioramento degli standard di qualità e delle informazioni rivolte agli utenti.

Il Protocollo rappresenta anche uno strumento di coinvolgimento delle associazioni nella fase di attuazione dei progetti del PNRR, con particolare riferimento agli interventi di interesse generale nel settore ferroviario.

Trasporto autostradale

Nel settore autostradale, il 2025 ha visto il consolidamento delle attività di conciliazione paritetica con Autostrade per l'Italia, a seguito del protocollo ADR sottoscritto nel 2024.

Sono stati inoltre organizzati momenti di confronto con la società, finalizzati a migliorare la conoscenza del settore e raccogliere indicazioni utili per il miglioramento dei servizi agli utenti, tra cui la presentazione della nuova applicazione digitale e la visita al Centro

Operativo Viabilità di Roma con incontri con i vertici aziendali (luglio-ottobre 2025).

Autorità di Regolazione dei Trasporti (ART)

Adiconsum ha partecipato alle attività dell'Autorità di Regolazione dei Trasporti, contribuendo alle consultazioni sulla definizione dei diritti degli utenti autostradali e prendendo parte agli incontri tecnici e alle audizioni previste (aprile-maggio 2025). Ha inoltre partecipato alle attività di monitoraggio sull'attuazione delle delibere dell'Autorità e alla presentazione della Relazione Annuale (settembre 2025).

Sportello Assistenza veicoli elettrici

Servizio promosso da Adiconsum nell'ambito delle attività di supporto alla mobilità sostenibile, finalizzato a fornire assistenza diretta ai consumatori interessati all'acquisto e all'utilizzo di veicoli elettrici.



Accompagna i cittadini nelle scelte legate alla mobilità elettrica, fornendo informazioni chiare e supporto personalizzato per superare le principali barriere informative e decisionali:

- acquisto, utilizzo e gestione dei veicoli elettrici
- comprensione di costi, incentivi, modalità di ricarica e caratteristiche tecniche
- quesiti specifici e problematiche legate alla mobilità elettrica
- informazione e orientamento per favorire scelte consapevoli e sostenibili
- Supporto concreto nella gestione di dubbi e criticità
- Promozione della diffusione della mobilità elettrica

ACQUISTO SICURO – Più tutela sull'acquisto dell'auto usata Iniziativa promossa da Adiconsum in collaborazione con ConformGest, finalizzata a migliorare la trasparenza e la tutela dei consumatori nel mercato delle auto usate.

L'obiettivo è rendere più chiaro e affidabile il processo di acquisto dei veicoli usati,



garantendo il rispetto delle norme sulle garanzie e rafforzando la consapevolezza dei consumatori sui propri diritti. Tra le attività principali:

- Definizione di un protocollo con operatori del settore per promuovere comportamenti corretti e conformi al Codice del Consumo
- Introduzione del marchio “Acquisto Sicuro”, attribuito ai venditori che rispettano standard di trasparenza e qualità
- Supervisione da parte di Adiconsum delle comunicazioni commerciali (contratti, pubblicità, informazioni pre e post vendita)
- Predisposizione di materiali informativi per orientare i consumatori prima dell’acquisto
- Attivazione di un sistema di conciliazione paritetica per la risoluzione stragiudiziale delle controversie
- Formazione degli operatori per migliorare la qualità del rapporto con la clientela

Settore conciliazioni

Nel corso del 2025 gli strumenti di risoluzione alternativa delle controversie (ADR) hanno confermato la loro utilità, pur registrando ancora un ricorso limitato, in particolare nei settori dell’energia e del commercio online.

Nel settore energetico permane una situazione di forte competitività tra la conciliazione paritetica e quella gestita dallo Sportello del Consumatore presso ARERA. In quest’ultimo caso, la presenza del distributore all’interno del procedimento facilita la risoluzione delle controversie, determinando uno squilibrio rispetto agli strumenti ADR, nei quali tale figura non è prevista. Questa criticità, già evidenziata negli anni precedenti, non ha ancora trovato soluzione e continua a rappresentare una priorità di intervento.

Diversamente, nei settori delle telecomunicazioni e dei trasporti, il rapporto tra conciliazione paritetica e piattaforme istituzionali come ConciliaWeb si presenta più equilibrato, consentendo una maggiore complementarità tra gli strumenti disponibili. Adiconsum ha garantito un’attività continuativa di assistenza attraverso i propri sportelli territoriali, realizzando circa 2.500 conciliazioni nei settori dell’energia, telecomunicazioni, servizi postali e finanziari, trasporti e commercio online.

Per quanto riguarda il finanziamento delle attività conciliative nei settori telecomunicazioni, servizi postali, trasporti e commercio online, nel 2025 è proseguita la gestione transitoria del bando ministeriale Invitalia, scaduto nel 2021 e rinnovato parzialmente. Tale modalità presenta ancora elementi di criticità e si attende la definizione di un nuovo bando che chiarisca aspetti procedurali e di finanziamento.

Nel settore energia, è proseguito il confronto con le principali aziende con cui sono attivi organismi ADR (Acea, A2A, Edison, Enel, Eni Plenitude, E.ON, Iren), con l’obiettivo di

migliorare il funzionamento delle procedure conciliative e rafforzare la formazione dei conciliatori, anche attraverso la distinzione tra percorsi formativi per nuovi operatori e aggiornamento per quelli già attivi.

Resta inoltre centrale l'obiettivo di arrivare alla figura del conciliatore unico e all'omogeneizzazione delle procedure, elementi che potrebbero contribuire a rafforzare ulteriormente l'efficacia e la diffusione dello strumento.

Ufficio studi, innovazioni e sostenibilità e settore reti e servizi pubblici

Nel corso del 2025, Adiconsum ha svolto un'intensa attività istituzionale, di monitoraggio e di rappresentanza, intervenendo trasversalmente sui temi della mobilità elettrica, della sostenibilità dei fabbricati e della tutela nei servizi di comunicazione elettronica. Il filo conduttore è stato la centralità del consumatore-cittadino, valorizzato come protagonista della doppia transizione ecologica e digitale, in un'ottica inclusiva.

L'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica della mobilità elettrica: trasparenza e advocacy per un mercato equo

Uno dei pilastri dell'attività è stato rappresentato dall'Osservatorio prezzi delle tariffe di ricarica della mobilità elettrica, realizzato in partnership con TariffEV e sviluppato lungo tutto l'anno. Adiconsum ha pubblicato mensilmente tabelle dettagliate, con analisi comparative per le diverse tipologie di ricarica (AC, DC e HPC), coprendo oltre l'85% dei punti di ricarica attivi in Italia e monitorando l'evoluzione del mercato da circa 54.000 a 72.000 punti nel corso dell'anno.

I dati del 2025 hanno evidenziato una sostanziale stabilità dei prezzi medi annui (AC 0,62 €/kWh, DC 0,73 €/kWh, HPC 0,75 €/kWh), ma anche un divario significativo rispetto alla ricarica domestica (0,25–0,30 €/kWh) e rispetto ad altri Paesi europei. Sono state inoltre evidenziate criticità strutturali, quali la frammentazione dell'offerta, la limitata concorrenza in alcune aree e livelli tariffari elevati in zone rurali (fino a 1,01 €/kWh). Adiconsum ha quindi promosso il riconoscimento della ricarica pubblica come servizio di pubblica utilità, con l'obiettivo di garantire tariffe più eque e accessibili.

Mobilità elettrica: dal prezzo alla qualità dell'esperienza del consumatore

Accanto al monitoraggio dei prezzi, Adiconsum ha approfondito le barriere all'adozione della mobilità elettrica attraverso il progetto Green Circle 2. Nel 2025 è stata realizzata un'attività di mystery shopping in 60 concessionari distribuiti in 10 città italiane. I risultati hanno evidenziato criticità diffuse: solo il 12% dei concessionari ha raggiunto una valutazione sufficiente e nessuno ha ottenuto risultati eccellenti. Sono emerse carenze nella preparazione del personale, nella capacità di analizzare le esigenze dei clienti e nella comunicazione relativa a costi, manutenzione e incentivi.

I risultati sono stati presentati nell'ambito della Settimana Europea della Mobilità Sostenibile e in occasione di un convegno tenutosi a Roma nel mese di ottobre, sollecitando un miglioramento della qualità della filiera distributiva.

Adiconsum ha inoltre svolto un'intensa attività di rappresentanza a livello europeo e nazionale, partecipando a incontri a Bruxelles con il BEUC, agli Stati Generali della Mobilità Elettrica, al Maker Faire e ad eventi promossi da Motus-E. Sono stati inoltre organizzati incontri pubblici, anche in collaborazione con Edison Energia, e partecipazioni a tavoli tecnici e gruppi di lavoro interassociativi, tra cui la RETE IRENE e le attività di Green Circle 2.

Sostenibilità dei fabbricati: Position Paper “Case Green” e visione dello smart building

Nel settore della rigenerazione urbana e dell'efficientamento energetico, il Position Paper di Adiconsum sulla Direttiva “Case Green” (EPBD) ha costituito il riferimento per le attività del 2025. Il documento ha evidenziato l'opportunità di rigenerare il patrimonio edilizio italiano attraverso interventi orientati alla digitalizzazione, alla salubrità degli ambienti, alla riduzione delle emissioni e al coinvolgimento attivo dei consumatori.

Adiconsum ha partecipato a numerose iniziative, tra cui il comitato scientifico di Rigeneracity, il seminario NEXT, eventi promossi dal Comune di Roma sulla digitalizzazione degli edifici e il Smart Building Expo di Milano. È stata inoltre assicurata la presenza alla manifestazione Ecofuturo presso il Parlamento Europeo, contribuendo al dibattito su soluzioni tecnologiche per il raggiungimento degli obiettivi Net Zero.

Ulteriori attività hanno incluso la sottoscrizione del “Patto per la plastica bio & circolare” e iniziative di sensibilizzazione sul ruolo attivo del consumatore nei processi di rigenerazione urbana.

Tutela nei servizi di comunicazione: contrasto alle chiamate spoofing

Un ambito di particolare rilevanza è stato il contrasto alle truffe telefoniche. Adiconsum ha partecipato attivamente alla consultazione Agcom (delibera 457/24/CONS) e ai tavoli tecnici per la definizione delle misure di blocco delle chiamate spoofing.

Il contributo fornito ha concorso all'adozione della delibera 106/25/CONS, che ha introdotto sistemi di filtraggio delle chiamate fraudolente: dal 19 agosto 2025 il blocco automatico delle chiamate dall'estero con numerazione fissa italiana falsificata e, dal 19 novembre, l'estensione alle numerazioni mobili e ad altri servizi vulnerabili.

Tali interventi rappresentano un avanzamento concreto nella tutela degli utenti contro il telemarketing aggressivo e le frodi, ambiti sui quali Adiconsum è attiva anche nell'ambito del CNCU, ADR Netcomm e dei tavoli tecnici Agcom.

Rete istituzionale e iniziative di sostenibilità

L'attività del 2025 si è sviluppata anche attraverso una fitta rete di partecipazioni istituzionali, tra cui le commissioni del CNCU, il consiglio direttivo Prosiel, i gruppi di lavoro ASVIS (Goal 12), il comitato tecnico-scientifico di Equalitas e Valoritalia, il coordinamento Free e i tavoli con operatori quali Telepass, TIM e WINDTRE.

Adiconsum ha inoltre preso parte a eventi nazionali e internazionali, tra cui EXPO Ecofuturo, il Villaggio della Sostenibilità e l'Assemblea nazionale ASVIS, oltre a numerose iniziative di formazione e confronto.

Considerazioni conclusive

Nel complesso, il 2025 ha consolidato il ruolo di Adiconsum come soggetto tecnico e autorevole nella doppia transizione ecologica e digitale. Le attività svolte hanno riguardato il monitoraggio dei mercati, la verifica dell'esperienza dei consumatori, l'elaborazione di proposte e il contributo ai processi regolatori. Il consumatore emerge come attore attivo di un modello di sviluppo sostenibile, accessibile e inclusivo.

Settore alimentazione e politiche agricole

Nel corso del 2025, il settore alimentazione e agricoltura ha proseguito con un'attività articolata e trasversale, intervenendo su molteplici ambiti: sostenibilità delle filiere, sicurezza e salubrità degli alimenti, etichettatura, packaging, normativa di settore, controlli e pratiche di marketing. Si tratta di un ambito fortemente interconnesso con altri settori dell'Associazione, inserito in iniziative e progettualità di carattere più ampio.

Un ruolo rilevante è stato svolto nell'ambito di eventi e iniziative pubbliche, tra cui il Villaggio della Sostenibilità a Bologna, che ha visto la realizzazione di laboratori didattici con le scuole, workshop e iniziative educative, con la presentazione della nuova "Guida sulla pasta", la "regina delle diete mediterranee".

Particolare rilievo ha avuto l'impegno nell'ambito delle iniziative europee promosse dalla società civile. E' proseguita la campagna 2gether4forest, per la difesa del Regolamento Europeo sui prodotti "deforestation free", ancora non pienamente operativo, dagli attacchi dell'industria senza scrupoli che vorrebbe annacquare e posticiparne ulteriormente le disposizioni. Adiconsum ha proseguito la sua partecipazione anche alla campagna "Ready Made Meals", finalizzata a sollecitare le istituzioni europee a introdurre una regolamentazione più stringente sui prodotti precucinati e sui pasti pronti, al fine di migliorarne il profilo nutrizionale e la sostenibilità ambientale. L'iniziativa, sviluppata da un'ampia alleanza di organizzazioni europee operanti nei settori ambiente, salute e tutela dei consumatori, ha registrato una significativa partecipazione e ha previsto, tra le principali azioni, il coinvolgimento delle istituzioni europee e nazionali e momenti di confronto pubblico.

Sul piano della collaborazione scientifica e progettuale, Adiconsum ha preso parte, in qualità di membro dello Stakeholders' Advisory Board, al progetto europeo Acquabalance, coordinato dall'Università di Bergen, focalizzato sulla sostenibilità dell'acquacoltura e sul miglioramento delle informazioni a disposizione dei consumatori. La collaborazione con il mondo accademico si è ulteriormente rafforzata con la partecipazione al progetto europeo Foodmission, dedicato alla sostenibilità dei sistemi alimentari.

L'attività del settore si è sviluppata anche attraverso il consolidamento di relazioni con università, enti di ricerca e soggetti privati, con l'obiettivo di rafforzare la base tecnico-scientifica delle iniziative e delle posizioni dell'Associazione. In tale ambito, è proseguito l'accordo di collaborazione con l'Università di Verona – Dipartimento di Management, per lo sviluppo di attività di ricerca socio-economica, iniziative di sensibilizzazione e progettualità congiunte.

È proseguito anche nel 2025 l'Accordo Paritetico con De Cecco S.p.A. finalizzato a promuovere trasparenza, correttezza e consapevolezza nei consumi, attraverso attività informative su etichettatura, tracciabilità e qualità dei prodotti.

Nel campo dell'economia circolare e del packaging alimentare, Adiconsum ha promosso iniziative e avviato interlocuzioni con operatori del settore, pur riscontrando difficoltà nel raggiungere posizioni condivise su temi considerati prioritari, quali la riduzione dei rifiuti plastici, il miglioramento del riciclo e il ricorso a materiali compostabili.

L'attività europea, anche attraverso la partecipazione al BEUC, ha rappresentato un ulteriore ambito di impegno. Adiconsum ha contribuito ai lavori dei gruppi di esperti, partecipando al confronto con le altre organizzazioni europee e alla definizione di posizioni comuni su temi di attualità. Tra le principali questioni affrontate figurano l'andamento dei prezzi alimentari, le nuove tecniche genomiche (nuovi OGM), la sostenibilità delle filiere (anche in relazione al rischio di pratiche di greenwashing) e le politiche agricole europee.

Nel corso del **2025** Adiconsum ha inoltre continuato ad aggiornare le proprie linee strategiche in materia di tutela del consumatore e alimentazione sostenibile, analizzando criticità e sviluppi delle filiere, delle tecnologie produttive e delle proposte normative a livello nazionale ed europeo. Ha partecipato alle audizioni parlamentari di rilievo per il settore.

L'Associazione ha partecipato a numerosi tavoli tecnici, consultazioni e gruppi di lavoro su sicurezza alimentare, etichettatura, sostenibilità, salute, additivi, packaging, riduzione dello spreco alimentare e agricoltura biologica, contribuendo con documenti di posizione basati su evidenze scientifiche e analisi socio-economiche.

Nel complesso, l'attività del settore si è confermata ampia e diversificata, articolata tra attività di ricerca, informazione, progettazione e rappresentanza. Adiconsum ha continuato a promuovere indagini conoscitive, iniziative di sensibilizzazione, accordi di collaborazione e partecipazione a progetti nazionali ed europei, mantenendo un costante presidio sull'evoluzione delle politiche pubbliche.

Sul piano della comunicazione, Adiconsum ha garantito un'informazione tempestiva e qualificata su temi di sicurezza alimentare e sulle principali evidenze provenienti da fonti istituzionali nazionali ed europee. È stata inoltre rafforzata la presenza sui canali social, con contenuti informativi diffusi attraverso Facebook, X e Instagram, rivolti anche ai consumatori più giovani.

Fondo per la prevenzione dell'Usura

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

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

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

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

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

Il Comitato Tecnico Scientifico (C.T.S.) nel corso del 2025 si riunisce mediamente una volta alla settimana. Tutte le decisioni assunte dal C.T.S. sono registrate nei "Verbali delle Riunioni" redatti da uno dei Componenti del Comitato e sottoscritto dal Presidente del Fondo. Tutti i documenti risultano allegati alla Relazione Annuale già presentata al MEF entro il 31 marzo 2025. Il C.T.S. ha trattato nell'anno di competenza n. 96 richieste, deliberandone n.38, di cui erogate dalle Banche convenzionate al giorno 31 dicembre 2025 n.20, per un importo complessivo garantito nel 2025 pari a 1.198.300,00 euro di cui le Banche hanno erogato una cifra pari a 664.607,89 euro.

Resta invece alto il rapporto tra le pratiche garantite e quelle respinte. Delle richieste istruite durante il 2025 poco meno del 20% sono state deliberate positivamente. Di fatto la maggior parte delle richieste pervenute non rispondono ai requisiti di Legge a causa della scarsa capacità di rimborso e del debito complessivo sempre più elevato di norma superiore al plafond massimo

che l'Associazione può garantire attraverso le Convenzioni in essere con le Banche presso le quali sono depositati i Fondi Pubblici. Per questo motivo si è provveduto a fornire ai cittadini le necessarie informazioni ed i riferimenti delle strutture operative sul territorio di residenza per un possibile tentativo di accesso alla ex Legge n.3/2012 – Composizione delle Crisi da Sovraindebitamento. Anche nel 2025 è stata confermata la grave situazione di disagio socio/economico delle famiglie italiane già censita prima della pandemia e acuita dalla guerra tra Russia e Ucraina, con un alto numero di segnalazioni e richieste di aiuto pervenute al nostro settore: circa 1114 contatti e-mail e telefonate registrate nell'anno, che però a causa della grave situazione di indigenza dei soggetti ascoltati non si sono tramutate in vere e proprie domande di accesso al Fondo di Prevenzione Usura. Molte famiglie che invece hanno avuto accesso al Fondo ci hanno contattato per informarci della difficoltà sopraggiunta a causa della perdita del lavoro o della messa in cassa integrazione di uno o più componenti del nucleo familiare.

CANALI DI CONTATTO

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

PROTOCOLLO D'INTESA CON LE SIC

È stato confermato anche per il 2025 protocollo d'intesa sottoscritto con le SIC (Crif, Ctc ed Experian). Tale strumento è stato anche utilizzato dal Comitato per verificare la veridicità delle informazioni contenute nelle richieste di accesso al Fondo. Nel 2025 il Settore ha ricevuto 281 richieste di accesso Crif, CTC ed Experian, per un numero totale di report ricevuti pari a 843.

Settore Bancario-finanziario

Il Dipartimento nell'anno 2025 ha dovuto affrontare le molte tematiche che si sono presentate sia nel settore bancario, sia in quello postale.

In particolare, l'attività oltre quella di consulenza ai territori e direttamente agli associati, di cui si parlerà di seguito, è stata rivolta a fornire alle Istituzioni, Parlamento, Ministeri, Banca d'Italia, le proprie osservazioni sul recepimento della Direttiva (Ue) 225/2023 relativa al credito al consumo, attraverso la partecipazione sia individuale, sia con altre Associazioni dei consumatori alla consultazione pubblica proposta dal Ministero dell'Economia e delle Finanze.

Direttiva che ha trovato un primo completamento nel 2026 con l'emanazione del Decreto Legislativo 12/22025, ma ancora deve avere il suo completamento con l'emanazione delle normative di secondo livello da parte, primariamente della Banca d'Italia, delle Autorità coinvolte.

In merito alla tutela dei consumatori, il Dipartimento ha dovuto agire, con successo, fino a coinvolgere le commissioni parlamentari, su due tentativi: Uno di far pagare ai consumatori spese per ottenere un finanziamento; argomento già ampiamente chiarito e superato da sentenze della Corte di Giustizia dell'Unione europea e dalla legislazione nazionale; l'altro sulla dare libertà a soggetti anche non autorizzati a pagamento, con consumatori alla ricerca di finanziamenti.

Entrando nel merito, nel Settore del credito nel corso dell'anno Adiconsum ha fornito una puntuale informativa sulla sottoscrizione dei finanziamenti, in particolare dei mutui, che con l'abbassamento dei tassi di interesse, hanno potuto godere, all'inizio del 2025, delle surroghe, così da abbassare il costo delle singole rate.

Nel credito, pur in presenza di vari protocolli sottoscritti con banche e società finanziarie, purtroppo, scarso successo hanno avuto le conciliazioni. Considerata l'importazione che esse hanno, come tempie costi, il Dipartimento, con il 2026 ha ripreso contatti con vari intermediari con cui rilanciare sia i rapporti in generale sia nello specifico le conciliazioni relativi ai reclami dei singoli consumatori.

Ulteriore tutela per i consumatori è derivata dall'accordo raggiunto con l'Arma dei Carabinieri, che ha consentito iniziative, direttamente nei territori, per il contrasto alle truffe e alle frodi.

Nel settore postale è continuata la vicenda dei Buoni Fruttiferi Postali, purtroppo con alterni risultati a causa dei diversi orientamenti presi dai Giudici di Pace, dai tribunali di merito e dalla Corte di Cassazione. Importante è stato il contributo di alcuni territori per vedere riconosciute le ragioni dei consumatori

Nel settore del recupero crediti è proseguita l'attività nel Forum Unirec – consumatori, particolarmente per quanto riguarda l'aggiornamento del codice di condotta degli operatori, aggiornato nel marzo del 2025 con nuove e importanti indicazioni per gli operatori.

Nelle attività di contrasto al sovraindebitamento e all'usura, in uno con il proprio fondo antiusura, il Dipartimento ha continuato a offrire la consulenza e l'assistenza necessaria, sia ai territori che ai singoli associati.

In merito, su richiesta della Cisl, ha partecipato alla revisione della normativa sul sovraindebitamento, in via di presentazione in Parlamento. Disciplina che deve trovare una collocazione specifica e unitaria anche alla luce della citata Direttiva sul credito ai consumatori, che introduce ufficialmente la procedura di "consulenza sul servizio del debito" per le persone che rischiano o sono cadute in situazioni di sovraindebitamento nel settore bancario.

Nelle attività di tutela estremamente utili sono state le proposte che Adiconsum ha presentato alle associazioni dei consumatori con chi collabora per la realizzazione di progetti nazionali e europei.

La sinergia con l'attività legata ai progetti ha consentito di svolgere varie iniziative formative sia con i consumatori sia verso le strutture territoriali.

La situazione economica e finanziaria

Le risorse economiche dell'Associazione sono acquisite e impiegate esclusivamente per il perseguimento delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale previste dallo Statuto, in coerenza con quanto disposto dal Codice del Terzo Settore. In particolare, i fondi raccolti sono destinati al funzionamento della struttura organizzativa, all'erogazione di servizi di assistenza e informazione ai consumatori e alla realizzazione di attività progettuali, campagne e iniziative volte alla tutela dei diritti, alla protezione dei consumatori e alla promozione di modelli di consumo responsabili.

Nel rispetto degli obblighi di trasparenza e pubblicità previsti dalla normativa vigente, Adiconsum provvede alla pubblicazione, sul proprio sito istituzionale, delle informazioni relative ai finanziamenti ricevuti e al loro impiego. Sono inoltre rese disponibili, per ciascun progetto, servizio o iniziativa, specifiche sezioni descrittive contenenti elementi informativi su obiettivi, attività realizzate, soggetti coinvolti, risultati conseguiti ed eventuali valutazioni di impatto.

Come evidenziato nella documentazione contabile, le entrate dell'Associazione derivano da una pluralità di fonti, pubbliche e private. Tra le prime rientrano, in particolare, le risorse derivanti dal contributo del 5 per mille e i finanziamenti pubblici destinati a progetti e iniziative; tra le seconde, le quote associative e i contributi erogati da soggetti privati, quali imprese e fondazioni, nell'ambito di specifiche attività o programmi.

Ricavi e Proventi da attività di interesse generale

	31/12/2025		31/12/2024	
Proventi da quote associative	€ 39.891		€ 40.645	
Proventi del 5 per mille	€ 108.917		€ 120.663	
Ricavi per prestazioni a terzi	€ 207.360		€ 285.325	
Altri Ricavi, rendite e proventi	€ 261.371		€ 260.977	
Contributi per progetti	€ 1.056.620		€ 1.055.921	
Sopravvenienze attive	€ 74.584		€ 29.055	
Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale	€ 1.748.743		€ 1.792.586	
	31/12/2025		31/12/2024	
Proventi da quote associative				40.645
Proventi del 5 per mille				120.663
Contributi da strutture sindacali				0
Ricavi per prestazioni a terzi				285.325
Altri Ricavi, rendite e proventi		260.977		279.207
Contributi per progetti		1.055.921		847.170
Sopravvenienze attive		29.055		231.473
Totale Ricavi e proventi da attività di interesse generale		1.792.586		1.779.396

Altre informazioni

Impatto ambientale e non solo

L'attenzione agli impatti ambientali rappresenta un elemento strutturale dell'azione di Adiconsum, coerente con la propria missione di tutela dei consumatori e promozione di modelli di sviluppo sostenibili. Tale sensibilità è diffusa a tutti i livelli dell'Associazione e si alimenta attraverso attività di informazione, campagne pubbliche, iniziative educative nelle scuole, partecipazione a eventi e fiere di settore (quali "Ecomondo" e "Fa' la cosa giusta"), nonché attraverso la produzione e diffusione di contenuti informativi.

Nell'ambito delle attività ordinarie, prevalentemente di natura amministrativa e d'ufficio, l'impatto ambientale diretto risulta fisiologicamente contenuto rispetto a contesti produttivi. Ciò nonostante, Adiconsum adotta in modo sistematico misure volte alla riduzione dei consumi e degli sprechi, promuovendo comportamenti responsabili all'interno della sede nazionale.

Tra le principali azioni adottate si evidenziano:

- la gestione attenta dei rifiuti, con raccolta differenziata per le diverse tipologie (carta, rifiuti organici, materiali speciali quali toner e RAEE) e corretto avvio a smaltimento;
- la progressiva riduzione dell'utilizzo della plastica monouso, anche attraverso l'allestimento di spazi attrezzati per la pausa pranzo dotati di stoviglie riutilizzabili;
- il contenimento del consumo di carta, favorito dalla digitalizzazione dei processi, dalla gestione elettronica degli archivi e dalla diffusione di indicazioni interne volte a limitare le stampe allo stretto necessario, nonché dalla produzione prevalentemente digitale delle pubblicazioni;
- l'adozione di detergenti a ridotto impatto ambientale, biodegradabili e dosati in modo efficiente, sia per l'igiene personale sia per la pulizia degli ambienti;
- il contenimento dei consumi energetici, mediante l'utilizzo di dispositivi per l'interruzione dello stand-by delle apparecchiature e la gestione razionalizzata delle linee elettriche durante i periodi di inattività;
- la regolazione attenta dei sistemi di climatizzazione e riscaldamento, con limitazione dell'utilizzo agli ambienti effettivamente occupati e mantenimento di temperature compatibili con criteri di efficienza energetica.

L'organizzazione del lavoro ha inoltre contribuito alla riduzione dell'impatto ambientale: il ricorso a modalità di lavoro flessibili, inclusa l'alternanza dello smart working, ha comportato una diminuzione degli spostamenti e delle presenze fisiche, con effetti positivi indiretti sui consumi. Analogamente, l'ampio utilizzo di strumenti digitali per lo svolgimento di riunioni, seminari, convegni e attività formative ha consentito di ridurre significativamente le emissioni connesse agli spostamenti, nonché i consumi energetici legati agli eventi in presenza.

Nella realizzazione di materiali informativi e prodotti progettuali, Adiconsum privilegia, ove possibile, l'utilizzo di materiali a basso impatto ambientale, quali carta riciclata e supporti naturali.

Proseguono inoltre le collaborazioni con iniziative orientate alla sostenibilità sociale e ambientale, tra cui GIOOSTO – piattaforma di shopping online sostenibile – e il progetto “Made in Carcere”.

Responsabilità sociale di impresa

In merito, il Regolamento Adiconsum recita, all’art. 2:

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

Pari opportunità



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

La formazione

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

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

Tali interventi si strutturano, in linea generale e salvi necessari adattamenti, in:

- formazione di base, con carattere trasversale alle diverse aree professionali, mirata all’acquisizione di competenze nell’area tecnologica e nell’area dei linguaggi e all’utilizzo di almeno una lingua straniera, per i principali scopi comunicativi e operativi;
- formazione specifica, orientata al “contenuto tipico” del lavoro dell’Associazione Adiconsum. La formazione specifica viene effettuata sulla base di una valutazione dei fabbisogni formativi, condotta dall’Ufficio del Personale di concerto con l’Ufficio di Presidenza. Sulla scorta degli esiti di tale ricognizione, l’Ufficio del Personale elaborerà piani formativi o delle attività ed iniziative,

a carattere obbligatorio e volontario, progettate, gestite ed erogate sia da strutture interne all'Organizzazione, sia da soggetti esterni accreditati.

Oltre alla formazione già individuata, le parti convengono sull'opportunità che i dipendenti partecipino a corsi di formazione specifica riferiti:

- ad una qualificazione linguistica elevata per operatori impegnati e coinvolti nelle attività internazionali;
 - all'aggiornamento qualificato e tempestivo degli addetti ai servizi di informatica;
 - alla Salute e Sicurezza e miglioramento ambientale;
- all'utilizzo degli strumenti informativi e comunicativi dell'Associazione Adiconsum.

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

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

Le tutele nel lavoro

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

“L'Associazione Adiconsum, in linea con le sue finalità e orientamenti, garantisce trattamenti di miglior favore e flessibilità di orario in materia di:

- a) tutela della maternità e paternità, della cura ed assistenza familiare;
- b) tutela dei portatori di handicap, dei tossicodipendenti, degli alcolisti, dei siero positivi e malati di AIDS;
- c) partecipazione alle attività di volontariato ed alle associazioni di promozione sociale;
- d) tutela della salute e sicurezza dei lavoratori nei luoghi di lavoro.

A tale fine vengono previsti adeguati periodi di aspettativa, congedi e permessi straordinari come definiti negli articoli successivi.”

Attività di volontariato e associazioni di promozione sociale

In merito, il Regolamento Adiconsum recita, all'art. 15:

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

Il monitoraggio dell'organo di controllo

L'Organo di Controllo è il Collegio dei Revisori. Il Collegio, previo esame del documento, prende atto che Adiconsum ha redatto il Bilancio Sociale 2025 secondo le indicazioni fornite dalle linee guida ministeriali di cui all'art. 7 comma 2 del Codice del Terzo settore.

Il Collegio ha verificato nel corso dell'anno 2025: l'osservanza delle finalità sociali, il perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria; il rispetto, nelle attività di raccolta fondi, dei principi di verità, trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico; ha verificato altresì l'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali.



Postfazione del Segretario Nazionale Adiconsum Andrea Di Palma

Care lettrici, cari lettori,

questo report vuole essere uno strumento di dialogo aperto, capace di raccontare il lavoro svolto e, allo stesso tempo, di rafforzare il legame con tutte le persone che seguono, sostengono e partecipano alla vita di Adiconsum. L'auspicio è che possa stimolare sempre più confronto, partecipazione e condivisione.

I risultati raggiunti sono il frutto di un impegno collettivo. Accanto al lavoro quotidiano di dirigenti, collaboratori e volontari, è fondamentale il contributo degli associati, delle istituzioni, delle imprese e dei media, che con il loro confronto continuo aiutano l'Associazione a crescere e a migliorarsi.

Viviamo in un contesto in rapido cambiamento, in cui i mercati evolvono e le sfide si fanno sempre più complesse. In questo scenario, la tutela dei consumatori richiede attenzione, competenza e capacità di adattamento. Significa anche accompagnare le persone verso un'idea di benessere che non sia solo individuale, ma condivisa, fondata su partecipazione, consapevolezza e responsabilità.

Le transizioni digitale ed ecologica rappresentano sfide decisive. Per affrontarle, Adiconsum continua a puntare su un approccio concreto e progettuale, capace di mettere in relazione istituzioni, imprese e società civile, creando occasioni di collaborazione e costruendo soluzioni utili per i cittadini. I progetti, in questo senso, sono uno spazio importante in cui competenze diverse si incontrano e si traducono in azioni reali.

Il Bilancio Sociale racconta questo percorso, attraverso attività, iniziative, campagne, studi e interventi sul territorio. È uno strumento che prova a restituire il senso del lavoro svolto, pur nella consapevolezza che una parte significativa dell'impegno dell'Associazione vive anche nelle tante azioni quotidiane, spesso meno visibili ma altrettanto importanti.

Per approfondire le attività e per restare aggiornati, si può fare riferimento anche ai canali informativi dell'Associazione, in particolare online. Per quanto riguarda gli aspetti economici e l'utilizzo delle risorse, si rinvia invece al Bilancio e alla sezione Trasparenza del sito istituzionale.

Come sempre, suggerimenti, osservazioni e contributi sono benvenuti: aiutano a migliorare questo strumento e a renderlo sempre più vicino alle aspettative di chi ci segue. È possibile scrivere all'indirizzo: analisiicerca@adiconsum.it.

Grazie per l'attenzione e per il sostegno e arrivederci al prossimo anno.

Andrea Di Palma