



Federconsumatori

BILANCIO SOCIALE 2023

BILANCIO SOCIALE FEDERCONSUMATORI - APS 2023

PRESENTAZIONE

La crisi attualmente in corso nel Paese, caratterizzata da diffusa apprensione, incertezza sulle prospettive future e crescente malcontento, presenta il concreto rischio di trasformarsi in una vasta emergenza sociale. Le politiche attuate dal Governo in carica non solo non contribuiscono a mitigare contraddizioni, disuguaglianze e ingiustizie, ma sembrano destinate ad acuirle ed esasperarle ulteriormente.

In questo contesto, risulta imperativo recuperare i principi fondamentali della democrazia e della solidarietà, sia a livello nazionale che europeo. L'Unione Europea, in particolare, è chiamata a svolgere un ruolo primario e proattivo nella transizione verso una società più equa, sostenibile e rispettosa dei diritti fondamentali di ogni individuo. Un passaggio, questo, che deve essere fondato sui valori inderogabili che precedono e sovraintendono agli obiettivi economici e che devono essere universalmente riconosciuti, diffusi e promossi.

Le istituzioni europee sono chiamate a svolgere un ruolo determinante in una pluralità di questioni cruciali per il futuro e lo sviluppo della democrazia. Tra queste, spiccano le sfide relative alla transizione ecologica e digitale, settori in cui l'UE ha il compito di fornire un vigoroso impulso, tramite un ampio e ben strutturato programma di investimenti. È essenziale che tali investimenti non solo favoriscano la realizzazione di tali transizioni, ma garantiscano anche un accesso equo, sostenibile e solidale per tutti i membri della società.

Nel contesto sociale in evoluzione, il ruolo di Federconsumatori e delle Associazioni dei Consumatori nell'*advocacy* delle istanze dei cittadini assume una rilevanza sempre maggiore. Pertanto, Federconsumatori si impegna costantemente nell'accrescimento della propria sensibilità e capacità di visione, non limitandosi alla mera comprensione dei problemi, ma dotandosi prontamente degli strumenti necessari per affrontarli in modo efficace e risolutivo.

Michele Carrus

Presidente Federconsumatori – APS



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2023 è stato redatto rispettando le *"Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo Settore ai sensi dell'Art. 14 Comma 1 D.LGS. 117/2017"*, adottate con il Decreto 4 luglio 2019 del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Il presente documento mira a delineare la struttura interna e organizzativa di Federconsumatori, nonché a descrivere e spiegare le attività svolte nel corso del 2023.



La sezione introduttiva del documento si focalizza non solo sui valori e i principi che da oltre 35 anni guidano l'operato e gli interventi di Federconsumatori, ma anche sulla composizione dell'Associazione, sulla sua struttura organizzativa e sugli organi che ne sovraintendono l'attività. Oltre alla descrizione dei servizi offerti negli sportelli e del contributo di volontari, dipendenti e collaboratori, è stato fatto specifico riferimento agli *stakeholder*, agli enti con cui Federconsumatori interagisce e collabora e ai finanziatori. Nella seconda sezione del Bilancio sono state evidenziate le iniziative concrete intraprese in relazione a fatti di attualità risultati rilevanti nel corso dell'anno sia nel contesto del consumerismo che dal punto di vista socioeconomico. Particolare enfasi è stata posta sulle questioni maggiormente impegnative e sui risultati ottenuti in risposta a tali sfide.

INFORMAZIONI GENERALI SULL'ENTE

Nome: Federconsumatori - APS

Codice Fiscale: 97060650583

Forma giuridica: Associazione di Promozione Sociale

Qualificazione ai sensi del Codice del Terzo Settore:
Associazione di Promozione Sociale

Indirizzo sede legale: via Palestro, 11 – 00185 Roma

Altre sedi: <https://www.federconsumatori.it/sedi/>

Aree territoriali di operatività: Italia (tutte le Regioni)



5X1000.
FIDATI DI CHI TI TUTELA DA SEMPRE.



Scegli di devolvere il tuo 5x1000 a Federconsumatori,
l'associazione che difende i tuoi diritti di consumatore.
A te non costa nulla.

C F 97060650583

I NOSTRI VALORI

Federconsumatori si impegna da tempo su due fondamentali fronti: l'assistenza ai cittadini e l'attività politica di rappresentanza. Questa duplice missione costituisce il fulcro del nostro ruolo, in cui ciascun versante si integra reciprocamente per mantenere intatta la propria efficacia e significatività. Da un lato, raccogliamo le segnalazioni dei cittadini, denunciamo pratiche scorrette, promuoviamo l'educazione al consumo sostenibile e offriamo assistenza nelle decisioni quotidiane. Dall'altro, ci adoperiamo per trasformare tali attività in iniziative legislative, proposte e battaglie politiche per il riconoscimento di vecchi e nuovi diritti. Riconosciamo quanto sia importante passare da una prospettiva individuale a una visione collettiva al fine di rappresentare efficacemente le esigenze dei cittadini a livello politico e istituzionale, creando spazi di tutela dove necessario. In un contesto sociale in continua evoluzione, focalizziamo i nostri sforzi sui temi dell'ambiente, della mobilità e del consumo sostenibile, rispondendo alla crescente attenzione per la sostenibilità e l'innovazione. Questo impegno riflette la nostra identità e il nostro ruolo nella società nonché le peculiarità che ci contraddistinguono nel panorama delle associazioni dei consumatori: trasparenza, correttezza, affidabilità e rappresentatività diffusa sul territorio nazionale. L'attività che svolgiamo ogni giorno si innesta su valori quali l'equità sociale, l'inclusione, l'uguaglianza, la legalità, il rispetto dei diritti umani e la sostenibilità, con una forte vocazione democratica e solidaristica. Contrastiamo le disuguaglianze sociali ed economiche, concentrando i nostri sforzi sulla tutela dei segmenti più vulnerabili della società. Nel quadro della attuale transizione energetica e digitale, incoraggiamo l'adozione di stili di vita sostenibili attraverso campagne di comunicazione, formazione e informazione. Allo stesso tempo non perdiamo di vista le questioni economicamente rilevanti per le famiglie, contrastando rincari e abusi: a tale proposito intendiamo intensificare l'azione contro la speculazione e l'aumento dei prezzi energetici, collaborando con altri soggetti del mondo dell'associazionismo e altre forze sociali per promuovere un futuro equo e sostenibile. La nostra Associazione ha come obiettivo esclusivo la tutela dei diritti dei consumatori, con particolare attenzione alla legalità del mercato, alla tutela della salute e dell'ambiente, e al diritto all'informazione corretta. Collaboriamo attivamente con altre organizzazioni del Terzo Settore, come il Forum Terzo Settore, la Rete servizi CGIL, ASVIS, l'Alleanza contro la Povertà Energetica e AMESCI, per garantire una tutela efficace dei diritti dei consumatori e promuovere l'inclusione sociale.



CHI SIAMO

Fondata nel 1988, la Federconsumatori vanta un'esperienza ultratrentennale nella tutela dei diritti dei cittadini, che opera attraverso una rete capillare di sedi e sportelli distribuiti in tutta Italia, garantendo assistenza e consulenza in ogni ambito del consumerismo. In qualità di Associazione di Promozione Sociale senza scopo di lucro, operiamo sulla base di valori solidaristici e di utilità sociale ed è proprio il perseguitamento di questi valori che ci ha consentito di creare e mantenere nel tempo un solido ruolo di primo piano nel panorama delle Associazioni dei Consumatori e nel contesto sociopolitico nazionale nonché di diventare un punto di riferimento affidabile per i cittadini, sempre con una posizione neutrale e attribuendo assoluta priorità agli interessi degli utenti. Il nostro lavoro va oltre le questioni direttamente connesse al consumerismo e ci porta ad intervenire nei settori della sanità, delle assicurazioni, della finanza, della sicurezza dei prodotti e servizi, della promozione dei consumi sostenibili, della correttezza delle pratiche commerciali e della trasparenza.



Non ci tiriamo indietro difronte alle sfide emergenti legate alla rapida evoluzione della scienza e della tecnologia e agiamo attivamente in ambiti quali l'energia, le telecomunicazioni, i trasporti, il turismo, le banche, la salute, i consumi, la pubblicità e la sicurezza dei dati online.

Allo scopo di agire anche sul piano politico e istituzionale, collaboriamo con una vasta gamma di soggetti a livello nazionale e internazionale, garantendo un dialogo costante e una presenza attiva nei processi decisionali.

Federconsumatori fa parte del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti e di ECU - European Consumers' Union. Infine, sentiamo nostra la responsabilità di promuovere stili di vita sostenibili e un modello di sviluppo equo, orientato all'uguaglianza e alla democrazia, per preservare il pianeta e l'ambiente per le generazioni future.

L'impegno di Federconsumatori si estende anche alla formazione continua del personale, composto da volontari, dipendenti e collaboratori: le competenze e le professionalità degli operatori vengono supportate da una costante attività formativa, allo scopo di offrire agli utenti un'assistenza qualitativamente adeguata. Senza il contributo prezioso di questo capitale umano, il nostro lavoro non sarebbe possibile.

SEDI FEDERCONSUMATORI – APS

SEDE NAZIONALE

20 SEDI REGIONALI

773 SPORTELLI TERRITORIALI

SPORTELLI DEDICATI

Alla luce della crescente complessità dei problemi che i cittadini si trovano ad affrontare, Federconsumatori ha aperto alcuni sportelli dedicati a tematiche specifiche:

- Sovraindebitamento
- Salute e sanità
- Alimentazione
- Immigrazione
- Disabilità
- Turismo
- Energia
- Amici a 4 zampe
- Gioco d'azzardo

CONSULTA GIURIDICA

Per meglio coordinare la propria attività legale la Federconsumatori dispone di una Consulta Giuridica, articolata sia a livello nazionale che a livello regionale, composta dai legali dell'Associazione con maggiore esperienza nell'ambito del consumerismo.

Si tratta di un organo tecnico che effettua approfondimenti e analisi indispensabili per dotare la Federconsumatori di strumenti utili a tutelare efficacemente i cittadini. Scopo della Consulta Giuridica è condividere competenze ed esperienze per formare e coordinare l'intera attività in campo legale della Federconsumatori.



CENSIMENTO

CENSIMENTO

L'attività di Federconsumatori si distingue per la sua capillarità e per il consolidato radicamento territoriale nonché per la presenza di un solido capitale umano, che costituisce la vera forza dell'Associazione. Oltre ai lavoratori dipendenti e ai giovani coinvolti nel Servizio Civile Universale, nelle nostre sedi operano collaboratori e volontari, il cui contributo risulta fondamentale per erogare ai cittadini adeguati servizi di assistenza e consulenza.

| | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|---|-----------|-----------|----------|------------|
| DIPENDENTE A TEMPO INDETERMINATO | 21 | 66 | | 87 |
| DIPENDENTE A TEMPO DETERMINATO | 5 | 12 | | 17 |
| CONTRATTO CO.CO.CO. | 68 | 77 | 1 | 146 |

| DIPENDENTE A TEMPO INDETERMINATO | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-------|-----------|
| DA 20 A 40 ANNI | 10 | 27 | | 37 |
| DA 40 A 50 ANNI | 5 | 29 | | 34 |
| DA 50 A 60 ANNI | 4 | 9 | | 13 |
| OLTRE 60 | 1 | 3 | | 4 |

| DIPENDENTE A TEMPO DETERMINATO | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|-----------------------------------|----------|-----------|-------|-----------|
| DA 20 A 40 ANNI | 5 | 12 | | 17 |
| DA 40 A 50 ANNI | | 9 | | 9 |
| DA 50 A 60 ANNI | | 3 | | 3 |
| OLTRE 60 | | | | |

| CONTRATTO CO.CO.CO. | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|----------------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| DA 20 A 40 ANNI | 3 | 18 | | 21 |
| DA 40 A 50 ANNI | 20 | 31 | 1 | 52 |
| DA 50 A 60 ANNI | 14 | 10 | | 24 |
| OLTRE 60 | 7 | 3 | | 10 |

| DIRIGENTI | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| | 1 | 1 | | 2 |

| QUADRI | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|---------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| | 1 | 2 | | 3 |

| IMPIEGATI | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| | 26 | 69 | | 95 |

| VOLONTARIO | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|-------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| | 314 | 230 | 1 | 544 |

| VOLONTARIO | UOMO | DONNA | ALTRO | TOTALE |
|------------------------|-------------|--------------|--------------|---------------|
| DA 20 A 40 ANNI | 13 | 40 | | 53 |
| DA 40 A 50 ANNI | 45 | 62 | | 107 |
| DA 50 A 60 ANNI | 30 | 34 | | 64 |
| OLTRE 60 | 149 | 67 | | 216 |
| PENSIONATI | 120 | 51 | | 171 |

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE 2023

| ANNO 2023 | MODALITA' | N° |
|-----------|---|-----------|
| | Social network, sito internet, tv e radio | 5.364.996 |
| | Contatti telefonici e online | 3.141.022 |
| | Pareri forniti via e-mail e al telefono, ecc. | 986.069 |

| ANNO 2023 | TIPOLOGIA | N° |
|-----------|---|--------|
| | Comunicati stampa relativi all'attività dell'Associazione nell'ambito delle tematiche di competenza dell'Associazione | 1.115 |
| | Guide, istruzioni per l'uso e contenuti attraverso il sito internet | 102 |
| | Presentazioni di studi ed indagini | 79 |
| | Siti Federconsumatori (Nazione + regionale + siti provinciali) | 33 |
| | Campagna 5x1000 - Interviste radiofoniche | 37 |
| | Interviste radio, stampa e tv | 1.404 |
| | Uscite sulla stampa nazionale, sulla stampa locale e sulle testate online | 31.680 |
| | Account Twitter | 23 |
| | Pagine/profilo Facebook Federconsumatori | 158 |
| | Altro (Linkedin, TikTok, Telegram...) | 6 |
| | Profilo Instagram | 188 |
| | Canale Youtube | 11 |
| | Assemblee | 38 |

TUTELA GIURISDIZIONALE

| ANNO | TIPOLOGIA | Esiti | N° |
|-------------|-----------------------------------|-------------------|-----|
| 2023 | | | |
| | | Pendenti | 8 |
| | Ricorsi al Tar | Perenti | 1 |
| | | Accolti/positivi | 1 |
| | | Respinti | 2 |
| | | Pendenti | 3 |
| | Azioni inibitorie | Perenti | |
| | | Accolte/positive | 51 |
| | | Negative/respinte | 50 |
| | | Pendenti | 39 |
| | Ricorsi al Giudice di Pace | Perenti | 4 |
| | | Accolti | 76 |
| | | Respinti | 4 |
| | | Pendenti | 2 |
| | Costituzione parte civile | Perenti | |
| | | Ammesse | |
| | | Negative | |
| | Class Action / Ricorsi collettivi | Pendente | 1 |
| | Segnalazione Autorità | Pendenti | 560 |
| | | Perenti | |
| | | Positive | 16 |
| | | Respinte | 9 |
| | | Pendenti | 3 |
| | Cause Tribunali | Perente | |
| | | Positive | |
| | | Respinte | |

SPORTELLI DI CONSULENZA E ASSISTENZA 2023

| REGIONE | N |
|-----------------------|----|
| ABRUZZO | 26 |
| BASILICATA | 2 |
| CALABRIA | 15 |
| CAMPANIA | 10 |
| EMILIA-ROMAGNA | 75 |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 16 |
| LAZIO | 41 |
| LIGURIA | 10 |
| LOMBARDIA | 95 |
| MARCHE | 5 |
| MOLISE | 1 |
| PIEMONTE | 24 |
| PROV. AUT. TRENTO | 2 |
| PUGLIA | 13 |
| SARDEGNA | 37 |
| SICILIA | 39 |
| TOSCANA | 2 |
| UMBRIA | 13 |
| VALLE D'AOSTA | 1 |
| VENETO | 50 |



SPORTELLI TELEMATICI 2023

| REGIONE | N |
|-----------------------|------|
| ABRUZZO | 6 |
| BASILICATA | 2 |
| CALABRIA | 4 |
| CAMPANIA | 3 |
| EMILIA-ROMAGNA | 9 |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 29 |
| LAZIO | 2 |
| LIGURIA | n.d. |
| LOMBARDIA | n.d. |
| MARCHE | n.d. |
| MOLISE | n.d. |
| PIEMONTE | 2 |
| PROV. AUT. TRENTO | 2 |
| PUGLIA | n.d. |
| SARDEGNA | 13 |
| SICILIA | 31 |
| TOSCANA | 2 |
| UMBRIA | 1 |
| VALLE D'AOSTA | 1 |
| VENETO | 13 |

ATTIVITA' 2023

| ANNO 2023 | TIPOLOGIA | N° |
|-----------|---|-----|
| | Manifestazioni e Partecipazioni Pubbliche | 66 |
| | Iniziative pubbliche, Conferenze Stampa | 427 |
| | Iniziative di formazione anche online | 253 |

| ANNO 2023 | TIPOLOGIA | N° |
|-----------|-----------------------|----|
| | Accordi e convenzioni | 43 |
| | Protocolli d'intesa | 15 |

TESSERAMENTO

TESSERAMENTO

Da oltre tre decenni, la Federconsumatori si impegna costantemente nella tutela dei diritti dei cittadini. Questo impegno quotidiano, alimentato dalla fiducia e dalla stima dei cittadini nei confronti dell'Associazione, è cresciuto nel tempo, diventando un pilastro fondamentale della nostra missione.

L'iscrizione alla Federconsumatori ha effetto immediato e copre un periodo di 12 mesi dal giorno del versamento. Garantiamo assistenza al cittadino attraverso la sede territoriale più vicina al luogo di residenza o tramite servizi online, contatto telefonico o via e-mail.

I cittadini hanno quindi la possibilità di rivolgersi a noi attraverso la modalità che preferiscono per individuare e contestare irregolarità relative a prodotti difettosi, bollette, acquisti online, servizi bancari, spedizioni postali, prestiti, vacanze, mutui, assistenza sanitaria e molto altro.



NEL 2023 IL NUMERO DEGLI ISCRITTI ALLA FEDERCONSUMATORI È 100635

Iscriversi alla FEDERCONSUMATORI È SEMPLICE!

La quota di iscrizione è di 40,00 euro



Tesserarsi alla Federconsumatori consente al cittadino di:

- usufruire dei nostri servizi, ogni qualvolta lo ritenga necessario, per l'intera durata della validità della tessera;
- contribuire al mantenimento di questi stessi servizi di assistenza e consulenza, sostenendo una struttura che opera al servizio dei soggetti più vulnerabili;
- condividere i valori di un'Associazione che batte a difesa dei consumatori, troppo spesso vittime di pubblicità ingannevoli, pratiche scorrette, raggiri e truffe;
- partecipare alla vita associativa secondo i principi e le modalità contenute nello Statuto vigente.

TESSERAMENTO DIVISO PER REGIONI 2023

| | |
|------------------------------|---------------|
| ABRUZZO | 1283 |
| BASILICATA | 1066 |
| CALABRIA | 1413 |
| CAMPANIA | 2324 |
| EMILIA-ROMAGNA | 22377 |
| FRIULI-VENEZIA GIULIA | 6900 |
| LAZIO | 7500 |
| LIGURIA | 3411 |
| LOMBARDIA | 9095 |
| MARCHE | 3876 |
| MOLISE | 442 |
| PIEMONTE | 7217 |
| PROV. AUT. TRENTO | 155 |
| PUGLIA | 1624 |
| SARDEGNA | 6582 |
| SICILIA | 3375 |
| TOSCANA | 9657 |
| UMBRIA | 903 |
| VALLE D'AOSTA | 1522 |
| VENETO | 9913 |
| TOTALE | 100635 |

ORGANI SOCIALI

ORGANI SOCIALI

Sono organi sociali della Federconsumatori:

- l'Assemblea Nazionale dei soci delegati;
- il Consiglio Direttivo;
- il Presidente;
- la Presidenza;
- il Collegio dei Sindaci Revisori – organo di controllo;
- il Collegio dei Probiviri;
- il Collegio Statutario.

IL PRESIDENTE

Il Presidente della Federconsumatori è Michele Carrus, eletto il 10 dicembre 2021.



LA PRESIDENZA

Componenti della Presidenza Nazionale di Federconsumatori sono il Presidente Michele Carrus, il Vicepresidente Roberto Giordano e la Vicepresidente Giovanna Capuzzo.



L'ASSEMBLEA DEI SOCI DELEGATI

L'Assemblea Nazionale dei soci delegati è il massimo organo elettivo e deliberante della Federconsumatori ed è costituita dai delegati eletti dalle assemblee territoriali e regionali; è convocata, in via ordinaria, ogni quattro anni dal Consiglio Direttivo che approva, secondo i quorum previsti dall'art. 11 dello Statuto dell'Associazione, un apposito regolamento per lo svolgimento dell'Assemblea Nazionale dei soci delegati e delle Assemblee territoriali e regionali dei soci delegati, nell'osservanza della proporzionalità che deriva dal numero rispettivo di iscritti. Gli associati a Federconsumatori hanno diritto di partecipare all'elezione dei delegati all'Assemblea Nazionale dei soci delegati.



L'Assemblea Nazionale dei soci delegati:

- elegge il Consiglio Direttivo definendo il numero dei componenti nel rispetto di quanto previsto dall'art. 2382 c.c.;
- stabilisce gli obiettivi politici dell'Associazione fino all'Assemblea Nazionale successiva;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio dei Sindaci Revisori - Organo di controllo e i due supplenti nel rispetto delle disposizioni previste dalla normativa vigente in materia;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio dei Probiviri e i due supplenti;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio Statutario e i due supplenti;
- approva l'accordo previsto dall'art. 26, par.1 del Regolamento dell'Unione Europea n. 2016/679

L'Assemblea dei soci delegati è composta dai seguenti membri:

Adriana Bazzano
Alberto De Santis
Alberto Feltrin
Alessandro Cherubin
Alessandro Pertoldi
Alessia Zedde

Barbara Deimichei
Bruno Pasero
Bruno Martignene
Bruno Albertinelli
Carmelo Benenti
Carmine Carbone

Davide Sassu
Domenica Iannello
Edo Billa
Elena Rossetti
Eliana Cara
Elisa Mulas

| | | |
|------------------------|--------------------------|----------------------|
| Alessia Lanterna | Chiara De Bianchi | Elisabetta Grande |
| Alfio Maurizio La Rosa | Chiara Rubbiani | Enrica Bulgarelli |
| Alice Tunesi | Christian Perria | Enza Bartoli |
| Alice Pes | Ciro Rossi | Erica Cuccu |
| Andrea Benedetto | Claudia Davoli | Erisa Dakoli |
| Andrea Cazzolaro | Claudia Carravieri | Ermanno Ianelli |
| Andrea Pusceddu | Claudia Carravieri | Eugenio Zanin |
| Angela Cordani | Claudia Carravieri | Fabio Vernetti |
| Angelo D'Adamo | Claudia De Marco | Fabio Coppolella |
| Angelo Pisano | Claudio Fancello | Fabrizio Ghidini |
| Anna Dalcore | Cristiano Maccabruni | Federica Sebastiani |
| Antimo De Col | Cristina Loschi | Felice Petillo |
| Antonella Nanna | Daniela Bertolone | Flavia Forino |
| Antonio Barletta | Daniele Ribichini | Flavia Cavalero |
| Antonio Ciraci | Daniele Monticelli | Franca Di Stefano |
| Antonio Fuggetta | Dario Belli | Francesca Frau |
| Arkadiusz Karpinski | Daniele Monticelli | Francesca Carnio |
| Barbara Maccione | Dario Belli | Francesco Trivelli |
| Barbara Poso | Davide Cernich | Franco Todaro |
| Fulvio Capria | Lucia Pilone | Paola Candelori |
| Fulvio Farnesi | Luigi Pace | Paola Damonti |
| Gabriella Guidetti | Luigi Arru | Paolo Tazzini |
| Gabriella Roggero | Luigi Tosi | Paolo Ormesi |
| Giada Sabatini | Luisa Borghetti | Pasquale Boscato |
| Giancarlo Collina | Manuela Colella | Patrizia Massaccesi |
| Giandomenico Dalias | Mara Merlo | Piero Daminato |
| Gianfranco Tamburini | Marco Tariciotti | Pietro Ferrari |
| Gianpietro Pegoraro | Marco Missio | Raffaella Cornetta |
| Giorgia Grazioli | Marco Prino | Renato Tesser |
| Giorgia Prosperi | Marco Gentili | Renza Barani |
| Giorgia Petrucciello | Marco Ramoni | Riccardo Galfetti |
| Giorgio Pollogno | Maria Mancino | Rino Soragni |
| Giorgio Pau | Maria Antonietta Gardini | Roberto Zapparoli |
| Giorgio Romualdi | Maria Assunta Talia | Roberto Cescutti |
| Giorgio Tibo | Mariagrazia Bartucca | Roberto Giordano |
| Giovanna Capuzzo | Mariangela Ghergo | Roberto Masini |
| Giovanni Beritto | Marinella Goldoni | Roberto Boschi |
| Giovanni Prestigiacomo | Marino Pittoni | Romano Rebuschi |
| Giovanni Dei Giudici | Mario Donati | Romina Tore |
| Giovanni Prezioso | Mario Lorubio | Rosalba Boncompagni |
| Giuliana Mugnano | Marisa Da Lollo | Rosalia Gagliano |
| Giulio Bernacca | Martina Pinna | Rosanna Tranquillini |
| Giuseppe Poli | Martina Pes | Sabrina Soffientini |
| Giuseppe Femiano | Marzio Govoni | Salvatore Nicosia |
| Giuseppe Lo Bello | Massimiliano Murgia | Sandro Imbraguglio |
| Giuseppe Notaro | Matteo Fincati | Sara Benedetti |
| Graziano Urbinati | Mattia Benfatto | Saverio Attico |
| Graziella Romaniello | Maurizio Frama | Serena Balzani |

| | | |
|------------------|----------------------|----------------------|
| Igli Corradi | Micaela Nikolassy | Serena Cesaro |
| Ivan Brusco | Michela Fattori | Sergio Veroli |
| Julie Sciardis | Michele Catalano | Silvia Macchiavelli |
| Katherine Correa | Michele Carrus | Simona Baldaccini |
| Laura Ardia | Michele Scherino | Simone Vellani |
| Letizia D'Aronco | Michele Gentile | Simonetta Morucci |
| Livio Di Tullio | Michele Scarlata | Stefano Aloisi |
| Lorenzo Longo | Michele Rossi | Stefano Verona |
| Loretta Dallari | Miria Vaccari | Susanna Morselli |
| Loretta Incerti | Niccolò Norcini Pala | Tatiana Della Carità |
| Luca D'Onofrio | Nicoletta Bernardi | Tiziana Danese |
| Luca Falciani | Olinda Lampis | Ubaldo Loiero |
| Lucia Lusenti | Orazio Filocamo | Valeria Farigu |
| Lucia Broccoli | Pamela Bussetti | Vincenzo Fuschini |

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

Il Consiglio Direttivo è l'organo di amministrazione dell'Associazione e ha il compito di promuovere, elaborare, dirigere e coordinare l'attività della Federconsumatori sull'intero territorio nazionale, attuando gli indirizzi definiti dall'Assemblea Nazionale dei soci delegati e assumendo iniziative nei confronti di terzi. Promuove e orienta la negoziazione nazionale sui temi di interesse generale.

Il Presidente del Consiglio Direttivo è Renza Barani.

Il Consiglio Direttivo è composto dai seguenti membri:

| | | |
|------------------------|---------------------|----------------------|
| Alfio Maurizio La Rosa | Flavia Forino | Marinella Goldoni |
| Alice Tunesi | Francesca Frau | Marzio Govoni |
| Andrea Pusceddu | Francesco Trivelli | Maurizio Framba |
| Angela Cordani | Giancarlo Collina | Michele Carrus |
| Angelo D'Adamo | Giandomenico Dalias | Michele Catalano |
| Antimo De Col | Giorgio Romualdi | Michele Scherino |
| Antonella Nanna | Giorgio Tibo | Mimma Iannello |
| Bruno Albertinelli | Giovanna Capuzzo | Paolo Del Caro |
| Carmelo Benenti | Giovanni Beritto | Paolo Ormesi |
| Chiara Rubbiani | Giovanni Prezioso | Renza Barani |
| Claudia De Marco | Giuseppe Lo Bello | Rino Soragni |
| Cristina Loschi | Giuseppe Notaro | Roberto Giordan |
| Dario Belli | Graziano Urbinati | Roberto Masini |
| Elena Rossetti | Livio Di Tullio | Roberto Zapparoli |
| Eliana Cara | Luca D'Onofrio | Rosanna Tranquillini |
| Erica Cuccu | Luigi Pace | Serena Balzani |
| Fabio Vernetti | Marco Missio | Serena Cesaro |
| Fabrizio Ghidini | Mariangela Ghergo | Sergio Veroli |

IL COLLEGIO DEI SINDACI REVISORI

Il Collegio dei Sindaci Revisori - Organo di Controllo, nominato nel rispetto delle disposizioni previste dalla normativa vigente in materia è l'organo di controllo amministrativo e contabile dell'Associazione, che riferisce direttamente al Consiglio Direttivo.

Il Collegio dei Sindaci Revisori è composto dai seguenti membri:

Lorenzo Longo

Roberto Russo

Renato Tesser

IL COLLEGIO DEI PROBIVIRI

Il Collegio dei Probiviri è un organo di giurisdizione interna della Federconsumatori. Esso funge da Collegio Arbitrale che decide in seconda istanza e in via equitativa sui ricorsi dei soci contro le decisioni degli organi di giurisdizione interna territoriali, nonché in prima istanza sui ricorsi contro decisioni degli organi nazionali e sulle controversie tra strutture dell'Associazione o tra strutture dell'Associazione e strutture federate.

Al Collegio dei Probiviri è, altresì, demandato il potere di inchiesta e delibera/irrogazione della sanzione nei riguardi degli iscritti all'Associazione in conformità delle regole statutarie.

Il Collegio dei Probiviri è composto dai seguenti membri:

Umberto Dolci

Vincenzo Fuschini

Marco Prino

IL COLLEGIO STATUTARIO

Il Collegio Statutario è l'organo di garanzia e interpretazione statutaria: controlla le procedure e gli atti degli organismi e strutture della Federconsumatori, verifica la conformità degli statuti e regolamenti delle strutture territoriali con i principi e le norme generali dello Statuto dell'Associazione e svolge la funzione di seconda e ultima istanza per i provvedimenti assunti dal Collegio dei Probiviri in prima istanza, avverso cui viene presentato ricorso.

Il Collegio Statutario è composto dai seguenti membri:

Roberto Cescutti

Felice Petillo

Graziella Romaniello

IX CONGRESSO NAZIONALE FEDERCONSUMATORI 2023

Il IX Congresso Nazionale Federconsumatori è stato aperto il 9 maggio a Rimini e si è concluso il 11 maggio.

È stato un appuntamento importante per fare il punto della situazione sul consumerismo in Italia e sulle opportunità e sulle prospettive future, nonché per analizzare il delicato ruolo svolto dalle Associazioni dei Consumatori in una società sempre più spaccata dalle disuguaglianze.

Nell'ambito dei lavori congressuali, nella mattinata del 9 maggio, il Presidente Michele Carrus ha illustrato la sua relazione.

Sono inoltre intervenuti il Presidente del CNCU, on. Massimo Bitonci, sulle questioni relative alla rappresentanza e al ruolo delle Associazioni dei Consumatori), il Presidente della Fondazione GIMBE Nino Cartabellotta, sul diritto alla salute, e il Costituzionalista Massimo Villone sull'autonomia differenziata.



Nella mattinata del 10 maggio sono state invece illustrate due indagini relative a specifiche questioni di natura socioeconomica: lo studio, a cura di Ipsos, “Il sentimento del Paese” è stato presentato da Chiara Ferrari – Direttore Public Affairs dell’Istituto, mentre l’indagine “Le prospettive dell’economia”, realizzata da Prometeia, è stata illustrata da Alessandra Lanza, economista e Senior Partner Prometeia.



È seguita poi la Tavola Rotonda “La sfida dello sviluppo responsabile: mondo del lavoro, consumo, imprese” sul ruolo congiunto dei consumatori, dei lavoratori e delle imprese nella promozione di un mercato improntato alla qualità e alla sostenibilità sociale e ambientale, a cui hanno preso parte il funzionario MIMIT, Emilio Miceli Segretario Confederale CGIL, On. Pier Luigi Bersani, il delegato Centromarca e Presidente Granarolo



Gianpiero Calzolari e il Presidente della X Commissione alla Camera Attività produttive, Commercio e Turismo on. Alberto Luigi Gusmeroli, la Componente della X Commissione alla Camera Alessandra Todde e il Presidente Federconsumatori Michele Carrus. La tavola rotonda è stata moderata dal giornalista Ivo Ferrario.

La mattina dell'11 maggio, infine, i presenti hanno assistito all'intervento del Segretario Generale CGIL, Maurizio Landini. Durante le tre giornate, con illustri ospiti delle autorità garanti, del mondo dell'associazionismo e dell'impresa, si è dibattuto dei profondi cambiamenti in corso nell'economia e nella società. È stato un momento di analisi determinante per comprendere, discutere e delineare i nuovi confini entro cui si svilupperà l'azione della Federconsumatori nei prossimi anni e per individuare le strategie utili a garantire democrazia e legalità e ad affermare nuove tutele e nuovi diritti.



LA NOSTRA ATTIVITA'

LA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2023

La Federconsumatori si impegna attivamente nella promozione sociale con l'obiettivo primario di tutelare gli utenti, ispirando la propria azione ai principi sanciti nei Trattati istitutivi della Comunità Europea, nel Trattato sull'Unione Europea e nella Costituzione Italiana. I valori cardine che guidano le nostre attività includono il rispetto dei diritti umani, politici e civili, l'uguaglianza, la dignità sociale, la libertà personale e di culto, la trasparenza, la correttezza del mercato, la legalità, la privacy, la sicurezza, la giustizia, il rispetto della dignità umana e la democrazia. Per assicurare un'assistenza e una consulenza efficaci, operiamo attraverso una rete di sportelli territoriali presenti in tutta Italia. Seguiamo da vicino le evoluzioni del contesto regolatorio e normativo in una pluralità di settori, poiché nel corso degli anni le istituzioni hanno dimostrato un crescente interesse verso le problematiche relative al mondo del consumerismo, producendo un *corpus* legislativo sempre più articolato. Tuttavia, non sempre le norme vigenti riescono ad assicurare al cittadino una reale tutela dei propri diritti: una parte significativa del nostro impegno è pertanto dedicata a fornire supporto legale e stragiudiziale ai consumatori, individuando gli strumenti idonei per colmare eventuali lacune presenti nel quadro regolatorio. Promuoviamo altresì iniziative, incontri, dibattiti, conferenze, ricerche e campagne informative, collaborando con istituzioni comunitarie e nazionali, come la Commissione Europea per le Politiche dei Consumatori, il CNEL, il Parlamento Europeo, il Ministero del Lavoro, il Ministero dello Sviluppo Economico, le Regioni, le Province e i Comuni, nonché le Camere di Commercio. L'anno appena trascorso è stato particolarmente difficile per i cittadini, che hanno dovuto affrontare notevoli aumenti e rincari, riscontrando spesso un netto peggioramento della qualità della vita e della condizione economica. Le richieste di assistenza e le segnalazioni si sono moltiplicate, sia presso gli sportelli che attraverso i canali digitali, come e-mail, WhatsApp e Telegram, oltre al tradizionale canale telefonico. Parallelamente all'intensa attività di assistenza, abbiamo promosso un ampio spazio di dialogo, confronto e partecipazione, che ha portato alla realizzazione di numerose iniziative a tutela degli interessi dei cittadini. Rivolgendoci alle Autorità competenti, al Governo e agli Enti locali, abbiamo ottenuto concrete e tempestive risposte per affrontare le sfide emergenti e garantire un supporto efficace ai cittadini. Di seguito sono riportate le principali attività svolte dall'Associazione nelle diverse aree tematiche di intervento.



ALLERTA PREZZI - Commissione di allerta rapida di sorveglianza dei prezzi

Federconsumatori fa parte, insieme a Adoc e Assoutenti, in rappresentanza di tutte le Associazioni dei Consumatori riconosciute dal CNCU, della Commissione di allerta rapida di sorveglianza dei prezzi, costituita presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con la partecipazione attiva di Mister Prezzi.

L'organismo ha l'obiettivo di monitorare la dinamica dei prezzi dei beni di largo consumo in relazione agli effetti derivanti dall'andamento dei costi dei prodotti energetici e delle materie prime sui mercati internazionali, anche con riferimento alla filiera dei prezzi dei carburanti.

Il Garante dei Prezzi può convocare la Commissione per coordinare l'attivazione degli strumenti di monitoraggio necessari a individuare le cause di eventuali anomalie dinamiche dei prezzi nella filiera di mercato. La Commissione viene spesso convocata anche su richiesta delle Associazioni dei Consumatori, in presenza di particolari allarmi, irregolarità e fenomeni speculativi.

Qualora dalle analisi condotte in seno alla Commissione o dalle indagini conoscitive emergano fenomeni speculativi lungo la filiera di origine e produzione, ingrosso e distribuzione, nonché vendita e consumo, il Garante è tenuto a riferire gli esiti delle attività al MIMIT, che a sua volta informa il Governo per l'adozione di adeguate misure correttive o di ogni altra iniziativa ritenuta opportuna.

CNEL - Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro.

Federconsumatori fa parte del "Forum Permanente per la diffusione della cultura del consumo responsabile e sostenibile" istituito dal CNEL - Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro. Il fatto che un organismo di rilievo costituzionale abbia incluso nella propria attività la nostra e altre organizzazioni che operano a tutela dei consumatori dimostra quale e quanto rilievo abbia assunto l'associazionismo nella società odierna e ci consente di aprire ulteriori fronti di confronto e discussione con le istituzioni, sempre mantenendo l'interesse del cittadino come principio guida. Federconsumatori coglierà quindi anche questa occasione per portare le istanze dei consumatori in un contesto politico istituzionale, puntando a rendere quanto più efficace possibile la regolazione a tutela degli utenti.



ENERGIA, GAS, IDRICO E RIFIUTI



L'aumento dei prezzi dell'energia, del gas, dei carburanti e dei generi di prima necessità sta diventando sempre più difficile da sopportare per le famiglie italiane. L'Osservatorio Nazionale Federconsumatori (O.N.F.) ha condotto un monitoraggio sull'andamento dei prezzi dei carburanti, evidenziando come le speculazioni siano un problema persistente. Abbiamo denunciato questa situazione e invocato l'istituzione di Osservatori territoriali dedicati al monitoraggio e al contrasto di tali fenomeni, purtroppo finora senza esito.

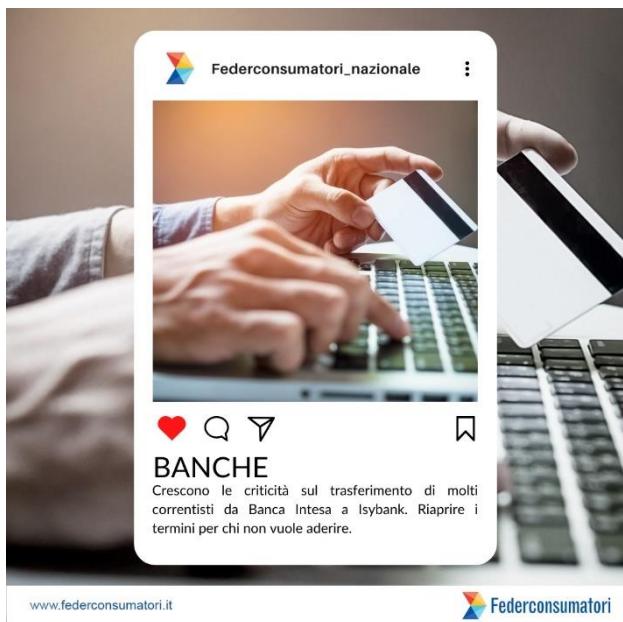
Le Associazioni dei consumatori sono state convocate dal Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, per discutere dei crescenti

costi dell'energia e dei prezzi della quasi totalità dei beni e dei servizi: durante l'incontro, abbiamo rappresentato le richieste dei consumatori, chiedendo provvedimenti sulla tassazione e sulla lotta alla speculazione e abbiamo sollecitato interventi per garantire l'adozione di regole più efficaci per contenere gli aumenti dei prezzi.

La Commissione di allerta rapida sui prezzi si è riunita per affrontare le tariffe del servizio idrico. Mentre le aziende stavano denunciando aumenti dei costi, le Associazioni dei consumatori iscritte al CNCU hanno messo in evidenza gravi inefficienze nel sistema, chiedendo inoltre tariffe più equilibrate e investimenti immediati per migliorare qualità ed efficienza del servizio idrico. I rincari nell'ambito dell'energia hanno aggravato la situazione delle famiglie italiane, aumentando il fenomeno della povertà energetica nel Paese: abbiamo pertanto chiesto al Governo l'introduzione di misure per la rateizzazione delle bollette, al fine di alleggerire, almeno in parte, gli aggravi economici per i cittadini, nonché la sospensione dei distacchi per morosità non imputabili ai consumatori. Sebbene il Governo non abbia accolto tutte le nostre richieste, alcune aziende fornitrice di energia hanno implementato piani di rateizzazione a partire dal febbraio 2023, consentendo di dilazionare i pagamenti senza alcun interesse o spesa aggiuntiva. Abbiamo anche chiesto al Governo e al Parlamento di includere nella Legge di Bilancio la riduzione dell'aliquota IVA al 5% per i cittadini serviti dal teleriscaldamento, una proposta sostenuta anche da Utilitalia ed Airu. Su nostra segnalazione, l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato ha preso provvedimenti contro diverse aziende energetiche per sospenderne le variazioni unilaterali dei contratti, che avrebbero comportato aumenti significativi sulle bollette dei consumatori. Inoltre, abbiamo sollecitato il Governo a rivedere la normativa sugli extraprofitti delle aziende fornitrice di energia, proponendo un aumento della tassazione sui profitti straordinari. Abbiamo anche chiesto interventi più incisivi, a livello nazionale ed europeo, per contrastare le speculazioni e stabilizzare i mercati energetici. Abbiamo avviato una campagna di sensibilizzazione sull'uso consapevole dell'acqua e chiesto al Governo di non allentare le misure di contrasto al caro-energia, considerando le incertezze sui mercati energetici e l'aggravarsi della situazione economica per molte famiglie. Infine,

abbiamo richiesto al Governo di prorogare la fine del servizio di maggior tutela per il gas e l'energia elettrica e condotto un'indagine sui consumatori sul tema del caro-energia. In vista della fine del mercato tutelato del gas, Federconsumatori ha lavorato e continua a lavorare per fare da "cuscinetto" nella transizione, accompagnando i consumatori fase di passaggio con i propri servizi di consulenza e assistenza. Considerando che a partire da gennaio 2024 la permanenza nel mercato tutelato per le forniture gas è riservata ai clienti considerati vulnerabili (tra cui over 75 e disabili), la nostra Associazione ha supportato gli utenti nell'analisi dei contratti e delle comunicazioni trasmesse dai gestori al riguardo.

BANCHE, SERVIZI FINANZIARI E ASSICURAZIONI



In questi anni Federconsumatori ha agito attivamente per tutelare i cittadini che, avendo investito nei buoni fruttiferi postali, al momento della riscossione hanno però riscontrato il riconoscimento di importi nettamente inferiori rispetto a quelli realmente spettanti a causa di un'irregolarità nel sistema di calcolo degli interessi. Tale circostanza ha determinato una vera e propria ingiustizia, che ha privato migliaia di cittadini di somme spesso considerevoli. Ad esempio, i buoni fruttiferi serie Q emessi tra il 1988 e il 1995, con un valore iniziale di 5.000.000 di Lire, hanno subito una mancata corresponsione di parte degli interessi da parte di Poste Italiane S.p.A. e

Cassa Depositi e Prestiti S.p.A., causando una perdita di 3.773,49 euro. Per garantire i diritti degli investitori coinvolti, Federconsumatori nel 2021 ha avviato una class action che ha raccolto migliaia di adesioni e ha inoltre offerto assistenza, tramite i propri sportelli territoriali, anche ai possessori di buoni postali di altre serie al di fuori dell'azione collettiva. Nel maggio 2022 il Tribunale Civile di Roma ha dichiarato l'inammissibilità della class action: Federconsumatori ha impugnato l'ordinanza e i giudici devono pertanto pronunciarsi sull'ammissibilità del procedimento. Nel frattempo, continuiamo a raccogliere le adesioni sul portale www.serieq.it, fornendo ai cittadini tutte le informazioni necessarie per valutare i propri buoni fruttiferi e partecipare all'azione.

Nel 2023 Federconsumatori ha proseguito l'impegno a tutela delle vittime del risparmio tradito, assistendo migliaia di cittadini colpiti da pratiche scorrette da parte di istituti di credito. Abbiamo altresì sollecitato il Governo e le istituzioni competenti affinché vigilino attentamente sull'andamento dei tassi applicati sui mutui, per evitare fenomeni speculativi, anche alla luce di quanto emerso dalle rilevazioni dell'O.N.F. - Osservatorio Nazionale Federconsumatori sull'andamento dei tassi medesimi. Infine, abbiamo lavorato a stretto contatto con l'IVASS per "risvegliare" le polizze dormienti presso le compagnie assicurative, sia italiane che estere, affinché i beneficiari non perdano il diritto alla riscossione.

Federconsumatori ha promosso iniziative volte ad informare i cittadini sulle insidie del sovradebitamento, soprattutto nei settori legati alle spese mediche, come le cure odontoiatriche, per le quali spesso si è costretti a ricorrere al credito con conseguenze anche drammatiche.

Federconsumatori ha monitorato attentamente la situazione di Eurovita S.p.A. e ha tenuto informati i cittadini e gli assicurati coinvolti e ha sollecitato il Governo per l'individuazione di soluzioni per proteggere gli investimenti dei consumatori e salvaguardare la stabilità del sistema assicurativo. Federconsumatori ha apprezzato l'intervento tempestivo di IVASS – in particolare la proroga della sospensione dei riscatti e la decisione di porre la compagnia in amministrazione straordinaria, evitandone il default – e ha chiesto che IVASS continui a collaborare con il Governo e le imprese del settore per risolvere la situazione. Attraverso i propri sportelli territoriali, l'Associazione ha offerto assistenza e consulenza agli assicurati coinvolti e si è resa disponibile a intraprendere qualsiasi iniziativa utile a tutela dei cittadini, anche collaborando ad azioni legali e/o ad altri interventi.



TELECOMUNICAZIONI



Nel corso del 2023 l'attività di Federconsumatori nel settore delle telecomunicazioni ha seguito due linee principali di intervento. In primo luogo, l'Associazione ha partecipato alle consultazioni pubbliche indette dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom) presentando pareri, contributi e osservazioni su diversi temi. In ordine alla “Consultazione pubblica inerente alla modifica del regolamento recante disposizioni a tutela degli utenti in materia di contratti relativi alla fornitura di servizi di comunicazioni elettroniche”, ad esempio, sono stati posti quesiti e sono state avanzate proposte in merito alla libertà di scelta degli

utenti e obblighi informativi a carico degli operatori, alla modifica delle condizioni contrattuali e all’eventualità di adeguare i costi all’indice dei prezzi al consumo. L’Associazione ha anche preso parte al processo di interlocuzione con il Ministero delle Imprese e del Made in Italy per il contrasto alle truffe online che ha portato all’elaborazione, da parte dello stesso MIMIT, di un vademecum dedicato.

In merito ai problemi sorti in ordine a circostanze e questioni di stretta attualità, Federconsumatori ha stigmatizzato quella che di fatto si è rivelata un’operazione discriminatoria da parte di DAZN, che nel mese di marzo ha reso sottoscrivibile un’offerta promozionale solo nelle regioni del Mezzogiorno, e ha espresso invece la propria approvazione per le sanzioni emesse a carico della stessa piattaforma di streaming e di TIM in ordine all’irregolarità dell’accordo di esclusiva per la trasmissione delle partite della serie A di calcio tra i due operatori.

Per l’intero anno 2023, inoltre, l’Associazione si è opposta con estrema fermezza alla proposta avanzata dagli operatori di telecomunicazioni di aumentare automaticamente le tariffe in base al tasso di inflazione – trasmettendo anche, congiuntamente ad altre Associazioni dei Consumatori, una specifica nota al riguardo al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, alla Presidenza del Consiglio, all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e all’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – e ha preso parte alla fase di prima sperimentazione del sistema di allerta pubblico IT-alert, messo a punto per trasmettere messaggi diretti alla popolazione in caso di gravi emergenze o catastrofi imminenti o in corso.

Nel mese di novembre l’Associazione ha formalmente segnalato ad AGCom una condotta messa in atto da Tiscali, che ha bloccato l’operatività della posta elettronica di un vasto numero di clienti per non meglio precisati “motivi di sicurezza” impedendo agli intestatari degli indirizzi mail in questione di tornare ad accedere alle proprie caselle e mostrando inoltre gravissime lacune nel servizio di customer care, che di fatto non risultava fruibile.

In seguito, poi alle copiose segnalazioni ricevute sull’inefficacia del Registro delle Opposizioni, Federconsumatori ha condotto un sondaggio pubblico allo scopo di verificare in quale percentuale gli utenti siano stati contattati a scopo promozionale anche dopo l’iscrizione e di rilevare la natura e la provenienza delle chiamate stesse.



WELFARE E SANITA'



Nel corso del 2023 il Dipartimento Welfare e Salute di Federconsumatori – dopo essere stato soggetto ad una importante riorganizzazione finalizzata a svolgere un lavoro il più possibile efficiente nonché una adeguata e approfondita comprensione delle realtà territoriali, in cui emergono variegate problematiche in ambito sanitario e assistenziale – ha seguito da vicino e con estrema attenzione questioni ritenute di particolare rilievo per i cittadini in un settore che negli ultimi anni ha manifestato importanti segnali di crisi. E' stata lanciata la campagna nazionale "Stop alle Liste di Attesa", nell'ambito della quale Federconsumatori ha attivato

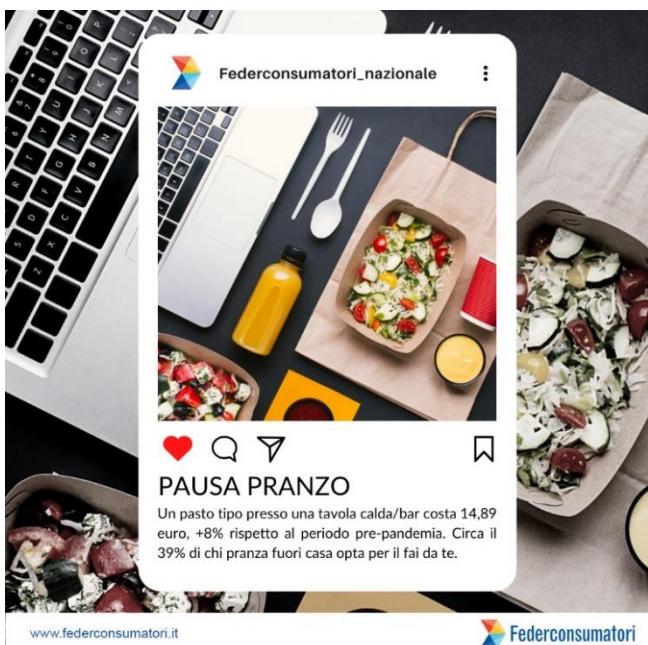
le proprie strutture su tutto il territorio nazionale per agire su un duplice fronte: da una parte è stata svolta una rilevazione dei tempi di attesa per lo svolgimento di visite ed esami erogati dal Servizio Sanitario Nazionale e dall'altra le sedi e gli sportelli dell'Associazione si sono messi a disposizione dei cittadini per offrire informazioni e assistenza nei casi in cui le tempistiche previste dalla normativa vigente per l'erogazione delle prestazioni sanitarie pubbliche non siano state rispettate. Il Dipartimento ha poi proseguito il percorso, già precedentemente avviato, di coinvolgimento di figure specializzate e di costruzione di interlocuzioni e sinergie con diversi soggetti, in ambito sindacale e non, anche e soprattutto al fine di promuovere iniziative per la valorizzazione dell'attività degli sportelli e per il miglioramento dell'assistenza sanitaria.

Federconsumatori ha inoltre attribuito grande rilevanza ai temi connessi alla ludopatia e al gioco d'azzardo: oltre a proseguire il proprio impegno nel Comitato di contrasto al gioco d'azzardo "Mettiamoci in gioco", l'Associazione ha realizzato, in collaborazione con la CGIL e con la Fondazione ISSCON, il Libro Nero dell'Azzardo, focalizzato sulla esponenziale crescita dell'azzardo online in Italia anche e soprattutto come ambito privilegiato di investimenti da parte della malavita organizzata. L'indagine è stata presentata presso la sala stampa della Camera dei deputati.



Infine, nel corso dell'intera annualità l'Associazione ha continuato a seguire e a denunciare, come anche in passato, episodi e condizioni di grave criticità del sistema sanitario pubblico, tra cui la dequalificazione del sistema di primo soccorso, alcuni casi particolarmente eclatanti di malasanità e circostanze di palesi violazioni dei diritti dei pazienti.

ALIMENTAZIONE E COMMERCIO



In un contesto di crescente allarme dovuto agli aumenti dei prezzi dei prodotti alimentari, sia a causa dell'incremento delle materie prime sia degli aumenti energetici che influenzano i costi di produzione e trasporto, abbiamo condotto un monitoraggio sull'andamento dei prezzi e dei fenomeni speculativi. In tale contesto, a causa della ripresa delle attività in presenza e l'abbandono dello smart working, gli italiani si sono trovati di fronte a nuovi aumenti nei costi della pausa pranzo +11,09% nei punti ristoro nel 2023 rispetto al 2019. Gli aumenti nei supermercati e nei negozi di alimentari hanno avuto ripercussioni anche sui prezzi applicati in ristoranti, mense, bar e punti di ristoro,

ristoro, spingendo un numero sempre maggiore di lavoratori a portarsi il pranzo da casa (+39% rispetto alle precedenti rilevazioni). Durante le festività natalizie del 2023, abbiamo condotto un'indagine sui costi dei dolci tipici di questo periodo dell'anno, riscontrando un aumento del 9% per il panettone tradizionale e del 10% per il pandoro classico. Abbiamo evidenziato come i crescenti costi dei beni essenziali stiano mettendo a dura prova i bilanci familiari, costringendo le famiglie a sempre maggiori rinunce: ne è un esempio il dato sul consumo di carne e pesce, diminuito del 16%. Alla luce di tali premesse, abbiamo sollecitato interventi urgenti a sostegno del potere d'acquisto delle famiglie e finalizzati al contrasto delle speculazioni, con particolare riguardo al comparto alimentare e ai carburanti, proponendo l'eliminazione dell'IVA su pane, pasta e latte e un abbassamento al 4% su carne e pesce. L'aumento dei prezzi ha ampliato le disuguaglianze tra famiglie e regioni, spingendo i cittadini a modificare abitudini e scelte di consumo. Oltre ad intervenire sul piano politico, Federconsumatori ha svolto una intensa attività di informazione alla cittadinanza, allo scopo di diffondere il più possibile indicazioni importanti per risparmiare sulla spesa senza compromettere la qualità e la sostenibilità dei prodotti e per incoraggiare l'acquisto di prodotti locali. Sempre in un'ottica di accrescimento del livello di consapevolezza nell'opinione pubblica, abbiamo continuato a promuovere la trasparenza nelle produzioni vinicole attraverso la campagna "In Vino Veritas", sostenendo la comunicazione agli acquirenti dell'eventuale presenza di saccarosio nel vino, portando così avanti un impegno concreto che ha contribuito a garantire una maggiore trasparenza nell'informazione ai consumatori.

TRASPORTI E TURISMO



www.federconsumatori.it

Federconsumatori

Nel 2023 Federconsumatori ha continuato a partecipare, così come negli anni precedenti, a incontri e confronti soggetti operanti nel comparto dei trasporti e con le maggiori istituzioni del settore, presentando anche osservazioni e proposte a tutela dei cittadini sulle Carte dei Servizi dei gestori.

In merito alle concessioni autostradali, l'Associazione ha focalizzato l'attenzione sull'assenza di un sistema che a livello nazionale garantisca il monitoraggio della qualità del servizio e la gestione trasparente, con tariffe proporzionate al servizio reso su singole tratte.

In ambito turistico, L'O.N.F. – Osservatorio

Nazionale Federconsumatori ha monitorato e messo a confronto i costi per una settimana bianca in varie località sciistiche italiane, evidenziando un aumento medio del 11% rispetto alla stagione precedente.

Dopo il fallimento della compagnia aerea Blue Panorama, l'Associazione ha assistito i cittadini in possesso di titoli di viaggio non frutti e non rimborsati, sia attraverso le sedi territoriali, sia attraverso lo sportello specializzato in tematiche turistiche SOS Turista.

Durante l'anno siamo intervenuti anche sulle gare per le concessioni demaniali marittime, denunciando meccanismi di proroghe automatiche contrastanti con la normativa UE e richiedendo l'inserimento di parametri chiari all'interno dei bandi.

L'O.N.F. ha altresì esaminato i prezzi di pullman, aerei e treni durante ponti e festività natalizie e pasquali, mettendo a confronto tali costi con quelli normalmente applicati per gli altri week end dell'anno. Gli esiti delle rilevazioni hanno portato alla luce significativi rincari, a fronte dei quali la nostra Associazione ha segnalato le pratiche commerciali scorrette messe in atto dalle compagnie di trasporto all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato. Anche le pratiche scorrette di Fabilia Group SpA, che ha sospeso l'attività annullando le prenotazioni senza rimborsare gli utenti, sono state segnalate alle Autorità competenti.

Nell'ambito del trasporto ferroviario, abbiamo assistito gli utenti che hanno dovuto richiedere i rimborsi in seguito al deragliamento di un carro merci vicino alla stazione di Firenze, che ha causato ritardi e cancellazioni per gli altri treni; in ambito turistico abbiamo tutelato gli utenti costretti ad annullare i viaggi organizzati nell'isola di Rodi o a rientrare anticipatamente dalla località stessa a causa dell'incendio divampato nel mese di luglio nonché quanti non abbiano avuto la possibilità di partire perché colpiti dall'alluvione a maggio in Emilia Romagna.

Infine, abbiamo sollecitato interventi per calmierare i costi dei trasporti e monitorare i prezzi delle compagnie low-cost. Da un monitoraggio effettuato dall’O.N.F. è emerso che tali vettori hanno applicato prezzi spesso superiori rispetto a quelli dei voli di linea, anche a causa di costi per i “servizi accessori” (bagagli, prenotazione posto ecc.) decisamente poco trasparenti, eccessivi e sproporzionati. Le pratiche commerciali sono state segnalate agli Autorità preposte, tra cui AGCM e ART, che sono intervenute, seguite poi anche da Mr. Prezzi, con azioni di contrasto a questi fenomeni.

Per il 24simo anno consecutivo, Federconsumatori ha promosso e aderito alla campagna “Vacanze coi Fiocchi” per la sicurezza stradale.



SCUOLA E UNIVERSITÀ'



Nel corso del 2023 Federconsumatori ha prestato particolare attenzione alle questioni di attualità che nel settore dell’istruzione hanno acquisito rilevanza sociale e politica. E’ il caso, ad esempio, della tragedia sfiorata in una scuola di Milano a metà settembre, che ha riacceso il dibattito su un tema di vitale importanza ma allo stesso tempo troppo spesso trascurato nel comparto scolastico: l’allarmante livello di trascuratezza e vetustà di molti edifici scolastici, che non di rado mette a rischio l’incolumità di alunni e insegnanti.

L’O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha poi condotto, come ogni anno, l’indagine sui costi del materiale scolastico e dei libri, in ordine ai quali sono emersi aumenti rispettivamente del +6,2% e del +4%. Inoltre nel 2023 il consueto studio che lo stesso O.N.F. realizza a cadenza annuale sui costi degli studi universitari è stato condotto in

collaborazione con U.D.U. – Unione degli Universitari: dal Report, presentato nel corso di una conferenza stampa presso la Sala Stampa della Camera dei Deputati, sono emerse cifre allarmanti sul caro-studi strettamente legate al sottofinanziamento del diritto allo studio e che costringono un numero impressionante di studenti a lavorare per sostenere le spese o addirittura ad abbandonare il percorso universitario proprio a causa delle difficoltà economiche.

La realizzazione dell'indagine e la presentazione della stessa hanno costituito quindi occasione per denunciare la carenza di sussidi dedicati nonché l'insufficienza dei servizi relativi al diritto allo studio.



Federconsumatori è intervenuta sul mancato rinnovo della convenzione tra il Ministero dell'Istruzione e l'Associazione Nazionale Partigiani Italiani, sottolineando in particolare l'importanza di proseguire il percorso di incontri e dibattiti nelle scuole con la partecipazione di partigiani, storici e costituzionalisti per parlare di antifascismo e Resistenza, nell'interesse della qualità formativa del sistema scolastico e della democrazia.

In qualità di Associazione che vede nella democrazia, nell'uguaglianza e nell'antifascismo alcuni tra i suoi principali valori, Federconsumatori è intervenuta con fermezza sulla questione, ritenendo opportuno richiamare il Ministero a sopperire ad una lacuna che è apparsa come un preoccupante e intollerabile segnale di oscurantismo e revisionismo.

PROGETTI

PROGETTI

IL SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE

Il Servizio Civile Universale rappresenta la scelta volontaria di dedicare la propria attività in un tempo determinato al servizio di difesa, non armata e non violenta, della Patria, all’educazione, alla pace tra i popoli e alla promozione dei valori costitutivi della Repubblica italiana.

Il Servizio Civile Universale costituisce una importante occasione di formazione e di crescita personale e professionale per i giovani, che sono un’indispensabile e vitale risorsa per il progresso culturale, sociale ed economico del Paese.

La Federconsumatori durante l’anno 2023 ha avviato 46 volontari, di cui 28 femmine e 18 maschi su un progetto di Servizio Civile Universale:



PROGETTO: “SILVER&G[OLD] – CONSUMO CONSAPEVOLE”

Il progetto è finalizzato a potenziare le attività di back office e front office degli sportelli territoriali. La presenza dei volontari del Servizio Civile Universale nelle sedi Federconsumatori costituisce un ausilio concreto al lavoro quotidiano degli operatori dell’Associazione, consentendo così di incrementare la qualità e la quantità delle informazioni e dell’assistenza, al fine di soddisfare richieste ed esigenze degli utenti. Il contributo delle ragazze e dei ragazzi del SCU si è pertanto concretizzato nel supporto alle attività di informazione in materia consumeristica rivolte al cittadino-consumatore sui propri diritti e sui servizi disponibili sul territorio e di organizzazione di eventi info-formativi, anche attraverso l’attivazione di sportelli itineranti nonché di confronto e raccolta feedback da parte degli utenti degli sportelli in ottica migliorativa del servizio. I volontari sono stati inoltre coinvolti nelle azioni di promozione, divulgazione e sensibilizzazione sul territorio. Le attività svolte nell’ambito del progetto rientrano nel più ampio contesto del programma di intervento di cui il progetto stesso fa parte, al fine di traghettare gli obiettivi dell’Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, con specifico riguardo al goal 4 sul miglioramento del livello di istruzione e informazione nelle aree vulnerabili e al goal 16 sulla promozione di società più inclusive e sostenibili.

IO SONO Originale

Il progetto “Io Sono Originale” è promosso dalla Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale Ufficio Italiano Brevetti e Marchi del Ministero dello Sviluppo Economico (ora MIMIT DGTPI-UIBM) in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori iscritte al CNCU. Anche nel 2023, in continuità con quanto realizzato nelle precedenti edizioni, è stata condotta una campagna di educazione e sensibilizzazione sulla cultura della legalità e sul contrasto alla contraffazione. In considerazione, inoltre, dell’impegno assunto dal Ministero nell’ambito del “Piano di azione per il contrasto dei roghi dei rifiuti”, parte delle attività sono state svolte nei territori della “Terra dei Fuochi”.

Nell’ambito del programma sono state pianificate numerose attività: laboratori in numerosi di istituti scolastici su tutto il territorio nazionale, un percorso formativo rivolto ai docenti delle scuole stesse e cicli di workshop di approfondimento in collaborazione con decine di università. Già nel 2021, inoltre, era stato elaborato un programma triennale di svolgimento di eventi di animazione sul territorio in contesti di aggregazione (ad es. fiere e sagre) per promuovere le tematiche centrali del progetto in tutta Italia. Proprio in base a tale pianificazione, nel corso del 2023 sono state organizzati appuntamenti info-divulgativi, con distribuzione di materiali e gadget, nel quadro di importanti appuntamenti di rilevante interesse pubblico in Campania e in Basilicata.





Il fenomeno delle *fake news*, notizie alterate o del tutto false, appositamente manipolate per generare forti reazioni emotive nell'opinione pubblica, è diventato in questi anni sempre più esteso in quasi tutti i Paesi in cui gli utenti hanno libero accesso ai contenuti di Internet. La diffusione di informazioni false è agevolata soprattutto da due fattori: l'oggettiva impossibilità di controllare l'imponente mole di dati che viaggiano in rete e, per una consistente percentuale di utenti, una inadeguata conoscenza degli strumenti digitali. A ciò si aggiunge l'impossibilità della totale rimozione di un contenuto condiviso online, poiché una volta avvenuta la pubblicazione restano in rete tracce della notizia stessa, condizione che facilita ulteriormente la replicabilità e la diffusione delle *fake news*, che permangono su Internet per un tempo indefinito. Tutte le *fake news*, proprio perché inattendibili, inesatte o alterate, possono in qualche misura essere potenzialmente dannose ma in alcuni contesti si rivelano particolarmente pericolose, come nel caso, per ovvie ragioni, di quelle diffuse in ambito sanitario, nel cui contesto i profili di rischio conseguenti alla diffusione di una notizia falsa aumentano in misura considerevole. Una realtà, questa, emersa con particolare evidenza nel periodo pandemico, quando molti cittadini hanno smesso di seguire e di ritenere affidabili le indicazioni diffuse dalle autorità sanitarie e dalle istituzioni, in particolare sui vaccini, anche a seguito della diffusione di *fake news* sull'argomento.



ACQUISTARE FARMACI O INTEGRATORI SU INTERNET È SICURO E CONVENIENTE?

NO!

Acquistare medicinali da siti internet non autorizzati comporta molti rischi, tra cui la possibilità di comprare, magari inconsapevolmente, prodotti contraffatti. Le piattaforme illegali spesso commercializzano farmaci contraffatti, che quindi non contengono il principio attivo, ne contengono dosi ridotte oppure sono composti da altre sostanze potenzialmente pericolose per la salute.

Progetto realizzato da

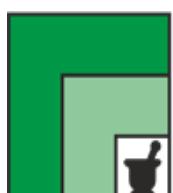


Con la collaborazione di



Partendo da tali considerazioni, il progetto ALPHA, finanziato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per l'informazione e l'editoria, è stato elaborato con l'obiettivo di attuare un'operazione di contrasto alle fake news non solo attraverso la controinformazione ex post sul merito – quindi attraverso la smentita la notizia falsa pubblicata – ma soprattutto con un'azione preventiva di comunicazione ed educazione, allo scopo di rendere i cittadini consapevoli e capaci di distinguere in autonomia i contenuti affidabili da quelli *fake* e di accrescere lo spirito critico degli utenti. Per contrastarne la diffusione si è ritenuto necessario coinvolgere i soggetti più esposti ai rischi della disinformazione in una campagna di sensibilizzazione allo scopo di accrescere la capacità critica e il livello di consapevolezza degli utenti nella fruizione di contenuti e informazioni sulla salute, in modo tale da facilitare l'individuazione delle corrette fonti informative.

La campagna di informazione e sensibilizzazione ha riguardato due segmenti della popolazione vulnerabili ai rischi suindicati: giovani di età compresa tra i 18 e i 35 anni, assidui fruitori di contenuti digitali, e anziani oltre i 70 anni, non sempre in possesso di un elevato livello di competenze digitali. Per i giovani è stata realizzata una campagna social mediante la pubblicazione di post digitali e landing pages su cui porre domande di comprensione di testi contenenti fake news e su cui reperire indicazioni sulle fonti a cui fare riferimento per avere le informazioni corrette. Le attività di progetto sono state realizzate in collaborazione e in sinergia con Federfarma, ANDI e Istituto Mario Negri, i cui esperti hanno fornito un fondamentale supporto in termini di *know how*. Il secondo target di riferimento, cittadini di età superiore ai 70 anni, ha beneficiato di un'operazione di sensibilizzazione mediante l'organizzazione di 20 info-days in diverse regioni italiane, in occasione dei quali esperti in ambito medico e/o farmaceutico hanno avviato un dialogo con i cittadini finalizzato a fornirgli elementi base di alfabetizzazione sanitaria. Durante gli info-days è stato distribuito un opuscolo informativo contenente informazioni utili a riconoscere le *fake news*. L'opuscolo è stato distribuito inoltre attraverso il periodico della Federconsumatori e in migliaia di studi odontoiatrici aderenti all'ANDI e di farmacie aderenti a Ferderfarma.



federfarma

associazione sindacale
titolari di farmacia



Associazione Nazionale Dentisti Italiani



ISTITUTO DI RICERCHE
FARMACOLOGICHE
MARIO NEGRI - IRCCS



A CASA FACCIAMO I CONTI

Il progetto “A casa facciamo i conti”, presentato nel 2023 in risposta ad un bando emesso dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, nasce allo scopo di rispondere ai crescenti bisogni di informazione da parte dei cittadini negli aspetti più delicati della vita quotidiana, in particolare in ambito economico, sanitario, previdenziale e assicurativo, in cui entrano in gioco fattori riguardanti la salute, il denaro, la *privacy* e la sicurezza. Il progetto prevede due piani di intervento che viaggiano parallelamente: un progetto focalizzato su consumi sostenibili ed economia circolare realizzato in partnership con altre Associazioni dei Consumatori e un piano di intervento, gestito e realizzato in autonomia da Federconsumatori, dedicato all’educazione finanziaria, assicurativa, sanitaria e previdenziale.

Quest’ultima linea di attività è stata elaborata tenendo in considerazione il progressivo peggioramento del sistema di welfare italiano e i cambiamenti che hanno investito il mondo del lavoro nonché la sfera previdenziale e pensionistica di ampie fasce della popolazione, che hanno spinto un numero sempre maggiore di cittadini a guardare, seppure malvolentieri, a forme di previdenza e assicurazione integrativa, per coprire spese, servizi e prestazioni. A ciò si aggiungono crescenti criticità nel settore bancario e del risparmio, visto che gli aumenti dei tassi di interesse si hanno provocato l’impennata dei costi dei mutui, con impatti deflagranti sui bilanci familiari.

Nonostante in Italia il ricorso a prestiti e mutui costituisca una prassi piuttosto comune, non è altrettanto diffusa la conoscenza degli strumenti che il consumatore ha a disposizione per modificare, a breve o a lungo termine, il proprio rapporto contrattuale con l’istituto di credito e il pagamento di quanto dovuto.



In questo contesto l'educazione finanziaria, così come quella previdenziale, assicurativa e sanitaria, sono elementi chiave per il benessere delle persone ed è proprio alla luce di tali premesse che il progetto punta a raggiungere varie fasce di popolazione, svolgendo attività specificamente studiate per i diversi target di destinatari: i bambini dai 6 ai 10 anni con un percorso di educazione finanziaria nelle scuole elementari condotto tramite la divulgazione di un racconto illustrato "animato" sul tema dell'educazione al consumo consapevole, gli studenti universitari con un percorso di informazione e sensibilizzazione attraverso i social,



la popolazione immigrata con un opuscolo informativo digitale disponibile in quattro lingue (inglese, francese, spagnolo e arabo) e una webserie animata e la totalità dei cittadini con incontri tematici su tutto il territorio nazionale.



È importante conoscere i tuoi diritti di consumatore!

Se mai dovessi riscontrare **problemi o discriminazioni** nell'apertura del conto sappi che esistono **procedure di reclamo e organizzazioni** come la nostra a cui ti puoi rivolgere per ottenere assistenza



Nel quadro di entrambe le linee di azione si collocano inoltre webinar tematici dedicati alla formazione del personale interno specificamente focalizzati su questioni tecniche, operative e legislative, allo scopo di mantenere gli operatori costantemente aggiornati e di assicurare così agli utenti un'assistenza qualificata.

PROGETTO CAMPAGNA INFORMATIVA SUL NUOVO REGISTRO PUBBLICO DELLE OPPOSIZIONI

A luglio del 2022 è entrato in vigore, in seguito alla pubblicazione del Decreto del Presidente della Repubblica n. 26 del 27 gennaio 2022, il nuovo Registro Pubblico delle Opposizioni: l'aggiornamento del servizio – istituito per consentire ai cittadini di chiedere di non essere raggiunti da telefonate a scopo promozionale sulla linea telefonica fissa – è stato realizzato per permettere l'iscrizione anche delle linee di telefonia mobile nonché ad annullare tutti i consensi al trattamento dei dati personali rilasciati in precedenza.

Il Decreto prevedeva inoltre un'attività di promozione e informazione sul funzionamento del Registro stesso ad opera del Ministero delle imprese e del Made in Italy e della Presidenza del Consiglio dei ministri, in collaborazione con il Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti e con il coinvolgimento di alcune Associazioni. Federconsumatori ha aderito al progetto e ha contribuito alla campagna di comunicazione svolta tra luglio e settembre 2023 diffondendo i materiali informativi appositamente predisposti. Sono stati pubblicati post dedicati sui profili Facebook e Instagram, è stata creata una *landing page* sul sito web di Federconsumatori e i contenuti della campagna stessa sono stati inclusi nella newsletter dell'Associazione.

ENERGIA DIRITTI A VIVA VOCE

I contratti di energia elettrica, gas e acqua possono nascondere rischi ed insidie per gli utenti: proprio per questo 17 Associazioni di consumatori (ADOC, Adiconsum, Adusbef, Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi, Assoutenti, Casa del Consumatore, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, U.di.Con e Unione Nazionale Consumatori) hanno promosso il progetto “Energia: Diritti a Viva Voce”, finanziato dalla Cassa per i servizi energetici e ambientali su disposizione di ARERA proprio per offrire informazioni e assistenza.



Nell’ambito del progetto, è stata creata una rete di sportelli su tutto il territorio nazionale, che dal 2011 si è consolidata ed ha rafforzato il proprio operato mettendo a disposizione dei cittadini le proprie competenze per aiutarli ad orientarsi tra le diverse offerte commerciali, a comprendere la struttura tariffaria delle bollette e degli importi fatturati, a gestire eventuali controversie con i gestori, a saperne di più sull’accesso ai bonus e a controllare meglio i consumi quotidiani.

**Energia elettrica:
quanto mi costi?**

ENERGIA DIRITTI A VIVA VOCE

Approvata la Riforma del Mercato Energetico dell'UE: Maggiore Protezione per i Consumatori

ENERGIA DIRITTI A VIVA VOCE



COMUNICAZIONE STRUMENTI E CANALI DI INFORMAZIONE

SONDAGGI, ANALISI E RICERCHE



L’O.N.F. - Osservatorio Nazionale Federconsumatori è lo storico osservatorio dell’Associazione, che negli anni ha conquistato fama e autorevolezza grazie alle sue ricerche puntuale, tese sempre ad analizzare gli aspetti più nascosti, meno noti o più significativi della vita del Paese, rilevando le principali tendenze e le modifiche nelle abitudini dei cittadini. Dall’andamento dei prezzi nei diversi settori alla qualità dei servizi, dai trend di consumo alle disparità esistenti sotto tanti punti di vista, come il gender gap o la sanità. L’O.N.F. realizza monitoraggi, rilevazioni, sondaggi e confronti internazionali su tutti questi temi: si tratta di uno strumento fondamentale per l’attività di denuncia e di proposta legislativa che la Federconsumatori svolge ogni giorno, a livello nazionale ed europeo.



Lo sportello nazionale “SOS TURISTA” è specializzato nelle problematiche relative al settore turistico e ai viaggi e negli anni ha consentito a migliaia di cittadini di vedere riconosciuti i propri diritti. Risulta inoltre estremamente rilevante anche l’attività dello sportello stesso nell’informazione rivolta ai cittadini, allo scopo di renderli maggiormente consapevoli sui possibili inconvenienti che potrebbero verificarsi durante una vacanza. Lo sportello non ha il solo obiettivo di assistere turisti, viaggiatori e passeggeri ma punta anche a promuovere lo sviluppo di un’offerta turistica di qualità, in una logica di responsabilizzazione di tutti i soggetti che operano in tale comparto.

ASSISTENZA E ISCRIZIONE ONLINE



Dal 2020 ad oggi è aumentata in misura esponenziale la richiesta di assistenza online a Federconsumatori da parte degli utenti: alla luce di tale evidenza, abbiamo potenziato i nostri strumenti di tutela a distanza e il servizio di informazione via mail “Al tuo servizio”.

Per mezzo dello sportello online e dell’indirizzo di posta elettronica deputato all’assistenza, abbiamo fornito migliaia di pareri e consulenze per aiutare i cittadini a risolvere dubbi e problemi.

Abbiamo inoltre messo a disposizione dei cittadini diverse modalità di iscrizione online per sostenerci anche senza uscire di casa!

INFORMAZIONE E CONDIVISIONE

Oltre a pubblicare notizie, interventi e materiali prodotti dall’Associazione sul sito www.federconsumatori.it, Federconsumatori porta avanti l’attività di comunicazione con gli utenti tramite il settimanale Federconsumatori News, distribuito presso gli sportelli territoriali, e tramite il portale di informazione online connesso alla rivista (<https://www.federconsumatori.it/webnews/>). Su questi prodotti editoriali vengono riportati istruzioni e consigli utili per i cittadini, vengono pubblicate rubriche e allerte sui prodotti nonché aggiornamenti legislativi, analisi e approfondimenti di carattere socioeconomico.

Federconsumatori è presente sui principali *social network*, quali Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Linkedin. La comunicazione sui social rappresenta un ulteriore spazio di interazione e confronto con i cittadini, che consente a questi ultimi di partecipare attivamente alla vita associativa, di discutere, di denunciare difficoltà e problemi e di esprimere pareri e opinioni sui temi di maggiore attualità in ambito consumeristico.

Gli utenti possono inoltre iscriversi a una newsletter gratuita che consente di restare aggiornati sulle nostre attività e sulle notizie di potenziale interesse e di scaricare guide e approfondimenti realizzati da Federconsumatori.



ISSCON è una Fondazione senza scopo di lucro nata su iniziativa della Federconsumatori che si pone come obiettivo la realizzazione di studi e ricerche sulle principali tematiche di interesse consumeristico, spesso supportando e collaborando con l’O.N.F. e altri centri di ricerca. ISSCON, inoltre, organizza incontri ed iniziative utili a promuovere la cultura del consumo consapevole e responsabile. Nel 2023 ISSCON ha collaborato realizzando le seguenti Indagini:

Indagine sui costi dei servizi balneari 2023

La Fondazione Isscon, insieme a Federconsumatori, ha condotto un’indagine sui costi dei servizi balneari nella stagione estiva 2023. La ricerca, condotta nelle principali località balneari italiane, ha rilevato aumenti medi del +11% rispetto al 2022. Oltre alla rilevazione dei coti, l’indagine analizza anche le ultime tendenze del settore e monitora i cambiamenti delle abitudini degli italiani nella fruizione dei servizi balneari.

Universitari al verde

La Fondazione Isscon, insieme a Federconsumatori e UDU ha realizzato il report “Universitari al verde”, per monitorare il costo della vita e della retta universitaria per gli studenti in sede e fuori sede.

Dalla ricerca emerge che, mediamente uno studente spende per tasse universitarie, alloggio, pasti, trasporti (urbani ed extraurbani per chi è pendolare o fuorisede), materiale didattico e digitale, cultura, attività sociali, ricreative, sport e salute: 9.379 euro annui se in sede, 10.293 euro annui se pendolare, 17.498 euro annui se fuorisede.





Il libro nero dell'azzardo - La crescita impetuosa dell'azzardo online in Italia. MAFIE, DIPENDENZE, GIOVANI.

Federconsumatori e CGIL, in collaborazione con la Fondazione Isscon hanno realizzato il rapporto “Il libro nero dell’azzardo - La crescita impetuosa dell’azzardo online in Italia. MAFIE, DIPENDENZE, GIOVANI”: una attenta analisi del fenomeno del gioco d’azzardo online, che rileva una crescita apparentemente inarrestabile. Nel 2022, il gioco online ha superato i 73 miliardi di euro, con un vero e proprio raddoppio rispetto al 2019. Nei primi sette mesi del 2023 la ricerca ha registrato una ulteriore crescita del 10%, rendendo probabile il superamento degli 80 miliardi a fine anno, nel solo online.

Ciclo integrato dei rifiuti urbani: indagine sulla soddisfazione dell’utenza domestica – focus sul Comune di Modena.

La Fondazione Isscon, insieme a CGIL Modena e Federconsumatori Modena, ha realizzato una ricerca sulla raccolta dei rifiuti nel Comune di Modena. La ricerca nasce dalla considerazione di quanto sia indispensabile che i cittadini siano sempre più consapevoli che il tema del contenimento e trattamento dei rifiuti è centrale nella ricerca della sostenibilità ambientale. Perché questa consapevolezza cresca bisogna però innescare dei percorsi partecipati che fino ad oggi non ci sono stati, o si sono soltanto intravisti.

Dalla ricerca emerge un buon giudizio sul livello generale di pulizia della città, positivo per quasi il 75% dei rispondenti. Un dato che va però letto tenendo conto delle numerose osservazioni critiche anche da parte di chi si è espresso positivamente. Critiche che si sono concentrate sulla pulizia dei parchi e delle aree verdi, delle strade e dei portici, delle frazioni, sulla leggibilità delle fatture e sugli sportelli informativi.

CICLO INTEGRATO DEI RIFIUTI URBANI INDAGINE SULLA SODDISFAZIONE DELL’UTENZA DOMESTICA FOCUS SUL COMUNE DI CARPI

Promossa da Federconsumatori APS Modena

In collaborazione con



In collaborazione con



LA COMUNICAZIONE

La comunicazione da sempre è un aspetto fondamentale per la Federconsumatori, che infatti non solo è attenta a seguire, analizzare e approfondire i temi di principale interesse per i cittadini, ma è anche impegnata in un continuo aggiornamento sulle tecniche e sui canali di comunicazione utili a raggiungere i cittadini e a rispondere ai loro bisogni.

Da anni la Federconsumatori, sia la struttura nazionale che quelle regionali e provinciali, sono attive sui diversi social network, diffondendo notizie, campagne, informazioni utili, denunciando comportamenti scorretti e rispondendo alle richieste di cittadini.

Inoltre, è molto rilevante la nostra presenza sulla stampa, specialmente grazie all'attività di ricerca dell'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, sempre pronto a rilevare tendenze, rincari e possibili fenomeni speculativi sull'andamento dei prezzi.

Social Network

| TWITTER | FACEBOOK | INSTAGRAM | YOUTUBE |
|-----------------|-----------------|----------------|--------------|
| 10.531 tweet | 60.047 mi piace | 3.258 follower | 91.973 views |
| 13.007 follower | | | |

COMUNICATI STAMPA – 273

NOTIZIE SULLA STAMPA NAZIONALE E LOCALE – 12.775

TOTALE USCITE – 31.680

NOTIZIE TV, WEB TV, RADIO, WEB RADIO, POST SUI SOCIAL NETWORK – 18.905

Visualizzazioni MENSILI – 62.908

FACEBOOK E INSTAGRAM

Il post più visto nel 2023

Impression 613.999

 Federconsumatori •
Sponsorizzato

X : ·

Stanco di ricevere chiamate indesiderate a tutte le ore?
Da oggi puoi dire basta! ... continua a leggere



registrodelleopposizioni.it
Registro pubblico delle
opposizioni Scopri di più

Commenti: 3

 Mi piace  Commenta  Condividi

MAPPATURA STAKEHOLDERS

Per realizzare gli obiettivi e gli scopi che si prefigge, Federconsumatori si interfaccia costantemente con le proprie articolazioni territoriali, con le istituzioni, con le associazioni di categoria, con i media ed ovviamente con gli utenti, utilizzando sia i canali tradizionali (*front-office*, telefono, TV, conferenze, convegni, etc.), che quelli di nuova generazione (ovvero canali web e *social network*).

I principali stakeholders della Federconsumatori - APS sono:

- Istituzioni nazionali e locali:
 - Ministeri
 - Commissioni Parlamentari
 - Agenzia delle Entrate
 - Agenzia delle Dogane
 - Regioni
 - Province
 - Comuni
 - Camere di Commercio
 - CNEL
- Forze dell'ordine:
 - Carabinieri
 - Polizia
 - Guardia di Finanza
 - Telefonia
 - Servizi postali
 - Energia
 - Gas
 - Acqua
 - Rifiuti
 - Commercio al dettaglio
 - Commercio on line
 - Turismo
 - Trasporti
 - Spettacolo
 - Tecnologie e AI
- Associazioni di categoria:
 - Confindustria
 - Confesercenti
 - Confartigianato
 - Coldiretti
 - Lega Coop
 - CIA
 - Centromarca
 - Studi professionali
 - Articolazioni territoriali
 - Cittadinanza
- Associazioni sindacali
- Enti del Terzo Settore
- Media
- Università
- Controparti dei settori:
 - Banche
 - Assicurazioni

Federconsumatori – APS è membro di:



Federconsumatori – APS è socio di:



Federconsumatori – APS aderisce a:



GLI OBIETTIVI

GLI OBIETTIVI

Nel corso del 2023 abbiamo costruito un percorso che ha saputo coinvolgere tutte le Associazioni dei consumatori intorno a una piattaforma comune, capace di creare una mobilitazione contro il caro-vita, in particolare sui prodotti alimentari di prima necessità.

Questo percorso, condotto con intelligenza, strategia e tenacia, al fianco di altri soggetti che con noi stanno operando per creare una rete più vasta di collaborazioni e alleanze, ci condurrà

a ottenere maggiore riconoscimento e a instaurare un dialogo costruttivo con le istituzioni e con i nostri *stakeholder*.

Sarà utile anche spingere il mondo politico a superare un eccesso di autoreferenzialità dannoso per l'interesse generale, dal momento in cui il rialzo dei prezzi al consumo non è stato accompagnato da un'adeguata crescita dei redditi fissi, degli stipendi e delle pensioni.

Ciò ha comportato un progressivo impoverimento delle famiglie, causato da una riduzione del potere di acquisto, e una conseguente inflessione della crescita economica complessiva del nostro Paese.





Nel quadro appena descritto abbiamo quindi intenzione per 2024 di continuare ad agire con convinzione e consapevolezza in direzione degli obiettivi di crescita equa e sostenibile appena tracciati, senza tralasciare il nostro lato più umano e sensibile, che ci porta a batterci affinché nessuno rimanga mai indietro.

In quest'ottica, lo studio dei fenomeni e delle tendenze di una società sempre più tesa alla digitalizzazione dei servizi e ai modelli di consumo sostenibili e circolari ma anche lo stimolo della partecipazione attiva dei cittadini allo sviluppo democratico delle comunità e dei territori, costituiscono elementi imprescindibili, per far sì che non venga meno a nostra capacità di confrontarci con la realtà e di adeguare la portata della nostra azione alle esigenze di tutti i cittadini.

Sulla base di tali presupposti dobbiamo rendere ancora più forte, incisiva e riconoscibile la nostra azione, raccogliendo, dando espressione al bisogno di rappresentanza dei cittadini, e avvicinandoci ulteriormente alla teorizzazione di una società più giusta, equa e libera, attenta alla salvaguardia dell'ambiente e ai bisogni e ai diritti della persona.

In questa continua evoluzione di percezioni e richieste, inevitabilmente connesse al progresso scientifico e tecnologico con i rischi e le opportunità che esso comporta, restano saldi i nostri valori, la professionalità e la correttezza quali tratti distintivi che consentano ai cittadini di riconoscersi come parte attiva della nostra comunità.

Per raggiungere compiutamente tali obiettivi è necessario un intenso lavoro di studio, osservazione e aggiornamento, oltre che di discussione e avvio di complessi iter legislativi, in cui l'Associazione intende continuare ad impegnarsi: siamo infatti consapevoli che la nostra condizione di Organizzazione che lavora a tutela dei diritti dei cittadini implica la responsabilità di rappresentare le esigenze e garantire le tutele che questo momento storico richiede.

Ecco perché è giunto il momento di rafforzare ulteriormente la nostra struttura e dotarci degli strumenti organizzativi necessari ad assolvere ad un compito sì complesso e ambizioso ma anche estremamente motivante, se volgiamo lo sguardo ai risultati che consentirà di raggiungere.



BILANCIO CONSUNTIVO

2023

SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

Bilancio Consuntivo 2023 dal Consiglio Direttivo Federconsumatori – APS approvato il 30/05/2024.

Il bilancio di esercizio al 31/12/2023, di cui la presente relazione di missione costituisce parte integrante, corrisponde alle risultanze delle scritture contabili regolarmente tenute, ed è stato redatto seguendo le disposizioni di cui all'articolo 13 del d.lgs 117/2017 ed il principio contabile 35 – Principio contabile ETS.



CONTO ECONOMICO AL 31/12/2023

| ONERI E COSTI | 2023 | 2022 | PROVENTI E RICAVI | 2023 | 2022 |
|--|-----------------------------|------------------|---|--|------------------|
| A) Costi e oneri da attività di interesse generale | | | A) Ricavi, rendite e proventi da attività di interesse generale | | |
| 1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci | 34.865 | 19.216 | 1) Proventi da quote associative e apporti dei fondatori | 1.242.493 | 1.938.338 |
| 2) Servizi | 2.306.272 | 2.670.739 | 2) Proventi dagli associati per attività mutuali | | |
| 3) Godimento beni di terzi | 25.670 | 19.809 | 3) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori | 82.200 | 5.225 |
| 4) Personale | 332.043 | 332.746 | 4) Erogazioni liberali | 6.200 | 300 |
| 5) Ammortamenti | 15.889 | 16.572 | 5) Proventi del 5 per mille | 374.534 | 374.583 |
| 6) Accantonamenti per rischi ed oneri | - | - | 6) Contributi da soggetti privati | 231.418 | 180.500 |
| 7) Altri accantonamenti | 22.635 | 24.917 | 7) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi | | |
| 8) Oneri diversi di gestione | 1.403 | 2.972 | 8) Contributi da enti pubblici | 555.446 | 410.048 |
| 9) Rimanenze iniziali | | | 9) Proventi da contratti con enti pubblici | 278.105 | 139.080 |
| | Totale | 2.738.777 | 3.086.971 | Totale | 2.774.248 |
| | | | Avanzo/disavanzo attività di interesse generale (+/-) | 35.471 | 31.956 |
| B) Costi e oneri da attività diverse | | | B) Ricavi, rendite e proventi da attività diverse | | |
| 1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci | | | 1) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori | | |
| 2) Servizi | | | 2) Contributi da soggetti privati | | |
| 3) Godimento beni di terzi | | | 3) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi | | |
| 4) Personale | | | 4) Contributi da enti pubblici | | |
| 5) Ammortamenti | | | 5) Proventi da contratti con enti pubblici | | |
| 6) Accantonamenti per rischi ed oneri | | | 6) Altri ricavi, rendite e proventi | | |
| 7) Oneri diversi di gestione | | | 7) Rimanenze finali | | |
| 8) Rimanenze iniziali | | | | | |
| | Totale | | | Totale | |
| | | | Avanzo/disavanzo attività diverse (+/-) | | |
| C) Costi e oneri da attività di raccolta fondi | | | C) Ricavi, rendite e proventi da attività di raccolta fondi | | |
| 1) Oneri per raccolte fondi abituali | | | 1) Proventi da raccolte fondi abituali | | |
| 2) Oneri per raccolte fondi occasionali | | | 2) Proventi da raccolte fondi occasionali | | |
| 3) Altri oneri | | | 3) Altri proventi | | |
| | Totale | | | Totale | |
| | | | Avanzo/disavanzo attività di raccolta fondi | | |
| D) Costi e oneri da attività finanziarie e patrimoniali | | | D) Ricavi, rendite e proventi da attività finanziarie e patrimoniali | | |
| 1) Su rapporti bancari | 23.170 | 5.632 | 1) Da rapporti bancari | 1.047 | |
| 2) Su prestiti | | | 2) Da altri investimenti finanziari | | |
| 3) Da patrimonio edilizio | | | 3) Da patrimonio edilizio | | |
| 4) Da altri beni patrimoniali | | | 4) Da altri beni patrimoniali | | |
| 5) Accantonamenti per rischi ed oneri | | | 5) Altri proventi | | |
| 6) Altri oneri | | | | Totale | 1.047 |
| | Totale | 23.170 | 5.632 | Avanzo/disavanzo attività finanziarie e patrimoniali (+/-) | - 22.123 - 5.632 |
| E) Costi e oneri di supporto generale | | | E) Proventi di supporto generale | | |
| 1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci | | | 1) Proventi da distacco del personale | | |
| 2) Servizi | | | 2) Altri proventi di supporto generale | | |
| 3) Godimento beni di terzi | | | | | |
| 4) Personale | | | | | |
| 5) Ammortamenti | | | | | |
| 6) Accantonamenti per rischi ed oneri | | | | | |
| 7) Altri oneri | | | | | |
| | Totale | | | Totale | |
| | Totale oneri e costi | 2.761.947 | 3.092.603 | Totale proventi e ricavi | 2.775.295 |
| | | | Avanzo/disavanzo d'esercizio prima delle imposte (+/-) | 13.348 | 26.324 |
| | | | Imposte | 12.562 | 12.126 |
| | | | Avanzo/disavanzo d'esercizio (+/-) | 786 | 14.198 |