

BILANCIO SOCIALE 2024



Federconsumatori

INDICE

Presentazione.....	3
Nota metodologica.....	4
I nostri valori	5
Chi siamo.....	6
Sedi Federconsumatori-APS.....	8
Censimento	9
Tesseramento.....	13
Organi sociali.....	19
Il Presidente.....	20
La Presidenza	21
L' Assemblea dei Soci Delegati	22
Il Consiglio Direttivo	24
Il Collegio dei Sindaci Revisori	25
Il Collegio dei Probiviri.....	25
Il Collegio Statutario	25
La nostra attività nel 2024	26
Energia e Ambiente	29
Banche, Poste e Assicurazioni	32
Telecomunicazioni.....	34
Salute e Sanità	36
Trasporti e Turismo	39
Scuola e Università	41
Alimentazione e Commercio	42
Iniziative e Progetti	48
Accordi e Protocolli	53
Comunicazione, strumenti e canali d'informazione	56
Obiettivi.....	75
Bilancio Consuntivo 2024.....	77

PRESENTAZIONE

Viviamo un'epoca di profonde trasformazioni e siamo, quindi, posti davanti a sfide difficili.

Il nostro Pianeta è sempre più esposto, a causa dei cambiamenti climatici, a fenomeni naturali avversi e talvolta catastrofici, che arrecano danni ingenti alle popolazioni e ai territori colpiti. Stiamo anche vivendo un'epoca permeata da una profonda rivoluzione tecnologica, in cui le tecnologie digitali pervadono ormai ogni aspetto della nostra esistenza e in cui l'IA si spinge in territori finora inesplorati, richiedendo nuove forme di regolazione e di controllo, vista la sua pervasività e i forti rischi che ne derivano. Queste due grandi sfide del nostro tempo – ambientale e tecnologica – sono strettamente intrecciate, e richiedono risposte forti, coordinate e orientate al bene comune.

A maggior ragione dal momento che, nel contesto internazionale (e non solo) le logiche populiste e sovraniste sembrano prendere il sopravvento, configurando forme statali che via via, a suon di attacchi alla libertà di stampa e al ricorso a processi decisionali poco democratici, perdono i connotati di democrazie per assumere sempre più quelli di democrazie.

Come Federconsumatori, riteniamo che il nostro ruolo oggi debba evolversi e rafforzarsi: vogliamo essere promotori attivi di una nuova consapevolezza collettiva, capaci di orientare i comportamenti verso scelte più sostenibili, etiche e informate. Vogliamo essere presidi di democrazia, legalità e diritti, sempre più attuali e sempre più forti.

Sul fronte climatico questa assunzione di responsabilità significa sostenere modelli di consumo sostenibile, denunciare il greenwashing e le altre pratiche scorrette che dilagano in questo ambito, promuovere la trasparenza delle filiere produttive e accompagnare i cittadini nella transizione ecologica.

Quanto all'intelligenza artificiale, non possiamo restare spettatori di un cambiamento che già oggi incide profondamente sulla vita e sulla libertà delle persone. L'IA può essere una risorsa straordinaria, sicuramente il suo uso consapevole e informato, e il suo governo attraverso regole chiare, eque e partecipate determinerà gli sviluppi futuri della società, del lavoro, dell'informazione e delle stesse regole democratiche.

Le associazioni dei consumatori devono svolgere, in questo scenario, un ruolo di veri attori del cambiamento, condizionando positivamente le scelte e gli orientamenti dei governi, delle istituzioni e degli operatori del mercato, dirigendole sempre verso i bisogni dei cittadini, la lotta alle disuguaglianze, il sostegno alle categorie più vulnerabili piuttosto che alla massimizzazione dei profitti.

Il nostro obiettivo, oggi e domani, è quello di far sentire la nostra voce anche nei tavoli dove si decidono le politiche pubbliche e le regole del digitale, dell'ambiente e della sostenibilità, del welfare, del lavoro e dello sviluppo. In quest'ottica, attraverso appositi programmi di aggiornamento e attraverso il sempre maggiore coinvolgimento dei giovani vogliamo essere sempre più interlocutori attenti e competenti, capaci di rappresentare davvero le istanze dei cittadini in un mondo che cambia.

Michele Carrus

Presidente Federconsumatori – APS

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2024 è stato redatto rispettando le *Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale degli enti del Terzo Settore* indicate nel Decreto 4 luglio 2019 emanato dal Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, così come previsto dall'art. 14, comma 1, d.lgs. n. 117/2017, secondo cui gli Enti del Terzo settore con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque denominate superiori ad 1 milione di euro devono depositare presso il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), e pubblicare nel proprio sito internet, il Bilancio Sociale redatto secondo le predette linee guida.

Il presente documento ha l'obiettivo di delineare la struttura interna e organizzativa di Federconsumatori-APS, nonché quello di illustrare le attività svolte dall'Associazione nel corso del 2024.

Nella sezione introduttiva del presente documento vengono rappresentati i valori e i principi che da oltre 35 anni guidano l'operato e gli interventi di Federconsumatori: viene descritta la composizione dell'Associazione, la sua struttura organizzativa e gli organi che ne sovrintendono l'attività. Vengono illustrati i servizi offerti negli sportelli e il contributo di volontari, dipendenti e collaboratori. Uno specifico riferimento è stato fatto agli *stakeholder*, agli enti, ai finanziatori e alle istituzioni con cui Federconsumatori interagisce e collabora.

Nella seconda sezione del Bilancio Sociale sono state evidenziate le iniziative intraprese in relazione a fatti di attualità e problematiche che sono risultati essere rilevanti nel corso del 2024 sia nel contesto del consumerismo che dal punto di vista socioeconomico.

INFORMAZIONI GENERALI SULL'ASSOCIAZIONE

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 ha una duplice missione: l'assistenza ai cittadini e l'attività politica di rappresentanza. Sono funzioni distinte ma che si integrano necessariamente l'una con l'altra nello svolgimento di un'azione efficace e significativa.

Raccogliamo le segnalazioni dei cittadini, denunciando le pratiche commerciali scorrette delle aziende, promuoviamo l'educazione al consumo consapevole e sostenibile e offriamo assistenza legale e servizio di consulenza ai consumatori. Inoltre, ci adoperiamo trasformare le attività sopra descritte in iniziative legislative, proposte e battaglie politiche per il riconoscimento di vecchi e nuovi diritti.

In tal senso, è importante superare la prospettiva individuale per abbracciare una visione collettiva, con l'obiettivo di rappresentare in modo efficace le esigenze dei cittadini a livello politico e istituzionale, creando spazi di tutela laddove necessario.

In un contesto sociale in costante evoluzione, gli sforzi dell'Associazione sono concentrati su temi cruciali come l'ambiente, la mobilità e il consumo sostenibile, in grado di rispondere alla crescente sensibilità verso sostenibilità e innovazione. Questo impegno riflette la nostra identità.

Sempre tenendo conto della nostra vocazione democratica e solidaristica, ci impegniamo attivamente nel contrasto alle disuguaglianze sociali ed economiche, con particolare attenzione alla tutela dei segmenti più vulnerabili della popolazione.

Nel contesto dell'attuale transizione energetica e digitale, promuoviamo stili di vita sostenibili attraverso campagne di comunicazione, formazione e informazione per la collettività. Parallelamente, manteniamo alta l'attenzione sulle questioni socioeconomiche che incidono sul quotidiano delle famiglie, opponendoci con decisione a rincari e abusi. In tal senso, sempre forte e determinata è la nostra azione contro la speculazione e l'aumento dei prezzi energetici che svolgiamo collaborando con altre realtà del mondo dell'associazionismo e con le forze sociali, al fine di costruire un futuro più equo e sostenibile.

La nostra Associazione ha come obiettivo esclusivo e prioritario la tutela dei diritti dei consumatori, con un focus particolare sulla legalità del mercato, la protezione della salute e dell'ambiente, e il diritto a un'informazione corretta. A tal proposito, collaboriamo attivamente con organizzazioni del Terzo Settore, tra cui il Forum Terzo Settore, la Rete Servizi CGIL, ASVIS, l'Alleanza contro la Povertà Energetica e AMESCI.



CHI SIAMO

Fondata nel 1988, Federconsumatori- APS è un'associazione con una lunga esperienza nella tutela dei diritti dei cittadini/consumatori, che offre assistenza e consulenza in ogni ambito del diritto del consumo su tutto il territorio nazionale attraverso una capillare rete di sedi e sportelli.

In qualità di Associazione di Promozione Sociale senza scopo di lucro, opera avendo sempre come riferimento valori solidaristici e di utilità sociale. È stato proprio il perseguimento di questi valori che ha consentito alla Federconsumatori - APS 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 la collettività, i cui interessi vengono anteposti a qualsiasi altra considerazione.

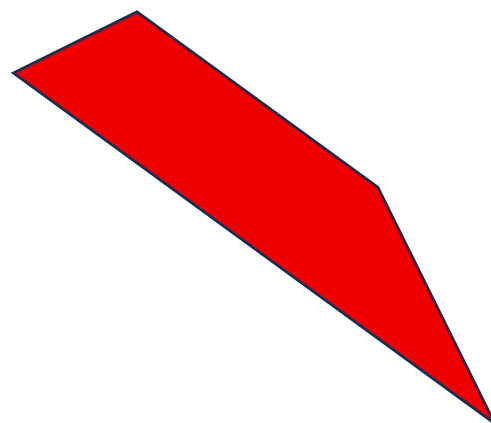
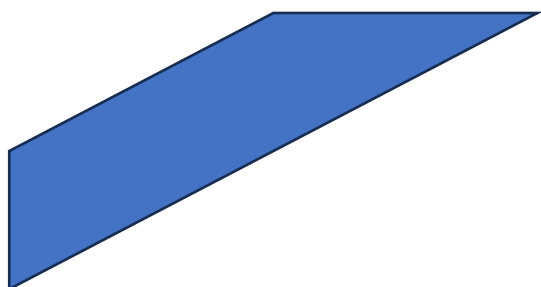
Il nostro lavoro non si concentra solo ed esclusivamente sulle questioni direttamente connesse al consumerismo, ma ci porta ad intervenire nei settori della sanità, delle assicurazioni, della finanza, della sicurezza dei prodotti e servizi, della promozione dei consumi sostenibili, della correttezza delle pratiche commerciali e della trasparenza. Non ci tiriamo indietro di fronte 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 rete estesa di soggetti sia a livello nazionale che internazionale, garantendo un dialogo costante e una presenza attiva nei processi decisionali. Federconsumatori - APS 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
693 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 specifiche tematiche:

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

CONSULTA GIURIDICA

Per coordinare al meglio la propria attività legale la Federconsumatori dispone di una Consulta Giuridica, articolata a livello nazionale e 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. Lo scopo della Consulta Giuridica è quello di condividere competenze ed esperienze in modo tale da coordinare efficacemente l'intera attività in campo legale della Federconsumatori.

Questo organo tecnico svolge, inoltre, approfondimenti e analisi specifiche, studi di fattibilità, condivide competenze ed esperienze, al fine di formare e coordinare l'intera attività legale dell'Associazione, dotandola degli strumenti più appropriati ed efficaci nel tutelare i cittadini.



CENSIMENTO

L'attività di Federconsumatori si distingue per la sua capillarità sul territorio nazionale, 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.

DIPENDENTE A TEMPO INDETERMINATO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		23	19	0	42
DA 40 A 50 ANNI		3	16	0	19
DA 50 A 60 ANNI		2	9	0	11
OLTRE 60		2	3	0	5
DIPENDENTE A TEMPO DETERMINATO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		2	7	0	9
DA 40 A 50 ANNI		2	6	0	8
DA 50 A 60 ANNI		2	2	0	4
OLTRE 60		0	1	0	1
COLLABORATORI		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		2	13	0	15
DA 40 A 50 ANNI		7	22	0	29
DA 50 A 60 ANNI		3	4	0	7
OLTRE 60		14	2	0	16

LIVELLI CONTRATTUALI

DIRIGENTI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	0	0	0	0
QUADRI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	0	1	0	1
IMPIEGATI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	16	58	0	75

VOLONTARIO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		12	32	0	44
DA 40 A 50 ANNI		15	31	0	46
DA 50 A 60 ANNI		15	17	0	32
OLTRE 60		55	16	0	71
PENSIONATO		88	38	0	126

TUTELA GIURISDIZIONALE

Tipologia	Esiti°	N°
Ricorsi al Tar	Pendenti	45
	Perenti	7
	Accolti/positivi	30
	Respinti	13
Azioni inibitorie	Pendenti	7
	Perenti	
	Accolte/positive	434
	Negative/respinte	37
Ricorsi al Giudice di Pace	Pendenti	197
	Perenti	12
	Accolti	37
	Negativi	4
Costituzione parte civile	Pendenti	2
	Perente	
	Ammesse	1
	Negative	
Class Action / Ricorsi collettivi	Pendente	3
Segnalazioni Autorità	Pendenti	55
	Perente	3
	Positive	12
	Respinte	14
Ricorsi Comm. Tributarie	Pendente	6
	Positive	6

ATTIVITA'

ANNO 2024	TIPOLOGIA	N°
	Manifestazioni e Partecipazioni Pubbliche	31
	Iniziative pubbliche, Conferenze Stampa	185
	Iniziative di formazione anche online	80

ANNO 2024	TIPOLOGIA	N°
	Accordi e convenzioni	81
	Protocolli d'intesa	17

SPORTELLI DI CONSULENZA E ASSISTENZA

REGIONE	N°
ABRUZZO	39
BASILICATA	10
CALABRIA	22
CAMPANIA	28
EMILIA-ROMAGNA	95
FRIULI-VENEZIA GIULIA	45
LAZIO	36
LIGURIA	10
LOMBARDIA	102
MARCHE	28
MOLISE	3
PIEMONTE	31
PROV. AUT. TRENTO	4
PUGLIA	32
SARDEGNA	20
SICILIA	53
TOSCANA	67
UMBRIA	15
VALLE D'AOSTA	2
VENETO	51

TOTALE SPORTELLI





TESSERAMENTO

TESSERAMENTO

Da oltre trenta anni, la Federconsumatori si impegna costantemente nella tutela dei diritti dei cittadini. Un impegno quotidiano, alimentato dalla fiducia e dalla stima dei cittadini nei confronti dell'Associazione. Per far sì che la nostra azione continua e sia sempre più mirata ed efficace è importante il contributo di coloro che decidono di sostenerci, iscrivendosi all'Associazione. 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.



Tesserarsi alla Federconsumatori consente al cittadino di:

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



LA QUOTA DI ISCRIZIONE È DI 40,00 EURO
TESSERARSI È SEMPLICE!

L'iscrizione a Federconsumatori - APS avviene, di norma, per il tramite delle sue articolazioni regionali e territoriali oppure attraverso una procedura digitale on-line, attiva sul sito nazionale dell'Associazione (www.federconsumatori.it) o sui siti delle strutture, con questo collegati, con la compilazione e sottoscrizione della relativa modulistica materiale o digitale e il versamento della quota associativa da parte del richiedente.

QUOTA ASSOCIATIVA

Il Consiglio Direttivo con propria delibera definisce il costo della tessera d'iscrizione a Federconsumatori - APS, secondo il seguente schema:

- Tessera ordinaria: **40,00** euro;
- Rinnovo Tessera ordinaria: **25,00** euro
- Tessera gruppo familiare: **25,00** euro, per ciascuna tessera rilasciata/rinnovata a più persone del medesimo nucleo familiare;
- Tessera sociale: **10,00** euro, per giovani di età inferiore ai 29 anni, pensionati al minimo, precari, disoccupati e lavoratori con reddito inferiore ai 12mila €/anno;
- Tessera in convenzione: la quota della tessera è definita dalle convenzioni stipulate a livello nazionale o regionale o territoriale, normalmente contenenti un parametro percentuale riferito al valore della tessera ordinaria, per un valore non inferiore alla tessera sociale;
- Tessera sostenitore: la quota sostenitore è libera, ma di importo superiore a quella ordinaria;
- Tessera soggetti collettivi: per gli associati che non siano persone fisiche – facendo seguito a quanto disposto all'art. 6, cpv 1, dello Statuto, di cui il presente regolamento è parte integrante – si dispone che la quota associativa non potrà essere inferiore a **120,00** euro.



TESSERAMENTO FEDERCONSUMATORI 2024

ABRUZZO	1.369
BASILICATA	914
CALABRIA	1244
CAMPANIA	1530
EMILIA-ROMAGNA	22065
FRIULI-VENEZIA GIULIA	7211
LAZIO	4546
LIGURIA	3745
LOMBARDIA	9566
MARCHE	3766
MOLISE	448
PIEMONTE	6516
PROV. AUT. TRENTO E BOLZANO	169
PUGLIA	2238
SARDEGNA	5016
SICILIA	2788
TOSCANA	8844
UMBRIA	952
VALLE D'AOSTA	926
VENETO	9410

IL NUMERO DEGLI ISCRITTI NEL 2024 È DI 93.263





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 all'unanimità dal Consiglio Direttivo il 9 maggio 2023, a conclusione dell'Assemblea Nazionale dei Soci Delegati – IX Congresso Federconsumatori.



LA PRESIDENZA

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



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:

Acquafredda	Filomena	Dalias	Giandomenico	Lanterna	Alessia
Albertinelli	Bruno	Dallari	Loretta	Lo Bello	Giuseppe
Aloisi	Stefano	Daminato	Pietro	Longo	Lorenzo
Ardia	Laura	Damonti	Paola	Lorubio	Mario
Arru	Luigi	Danese	Tiziana	Loschi	Cristina
Baldaccini	Simona	D'Aronco	Letizia	Lusenti	Lucia
Balzani	Serena	Davoli	Claudia	Maccabruni	Cristiano
Barletta	Antonio	De Bianchi	Chiara	Macchiavelli	Silvia
Bartoli	Enza	De Col	Antimo	Maccione	Barbara
Bartucca	Maria Grazia	De Marco	Claudia	Masini	Roberto
Belli	Dario	Dei Giudici	Giovanni	Massaccesi	Patrizia
Benedetti	Sara	Della Carità	Tatiana	Merlo	Mara
Benedetto	Andrea	Di Stefano	Franca	Missio	Marco
Benenti Torlo	Carmelo	Di Tullio	Livio	Monticelli	Daniele
Benfatto	Mattia	Donati	Mario	Morselli	Susanna
Bernacca	Giulio	D'Onofrio	Luca	Morucci	Simonetta
Berritto	Giovanni	Falciani	Luca	Mugnano	Giuliana
Bertolone	Daniela	Farnesi	Fulvio	Mulas	Elisa
Boncompagni	Rosalba	Fattori	Michela	Murgia	Massimiliano
Borghetti	Luisa	Feltrin	Alberto	Nanna	Antonella
Boscato	Pasquale	Ferrari	Pietro	Nicosia	Salvatore
Boschi	Roberto	Filocamo	Orazio	Norcini Pala	Niccolò
Broccoli	Lucia	Fincati	Matteo	Notaro	Giuseppe
Bussetti	Pamela	Forino	Flavia	Ormesi	Paolo
Candelori	Paola	Framba	Maurizio	Pace	Luigi
Capuzzo	Giovanna	Frau	Francesca	Pasero	Bruno
Cara	Eliana	Fuggetta	Antonio	Pegoraro	Gianpietro
Carnio	Francesca	Fuschini	Vincenzo	Perria	Christian
Carravieri	Claudia	Gagliano	Rosalia	Pertoldi	Alessandro
Carrus	Michele	Galfetti	Riccardo	Pes	Alice
Catalano	Michele	Gardini	Maria Antonietta	Pes	Martina
Cavalero	Flavia	Gentili	Marco	Petruzzello	Giorgia
Cernich	Davide	Ghergo	Mariangela	Pilone	Lucia
Cesaro	Serena	Ghidini	Fabrizio	Pisano	Angelo
Cescutti	Roberto	Giordano	Roberto	Pittoni	Marino
Cherubin	Alessandro	Goldoni	Marinella	Poli	Giuseppe
Ciraci	Antonio	Govoni	Marzio	Pollogno	Giorgio
Colella	Manuela	Grande	Elisabetta	Poso	Barbara
Collina	Giancarlo	Grazioli	Giorgia	Prestigiaco	Giovanni
Cordani	Angela	Guidetti	Gabriella	Prezioso	Giovanni
Correa	Katherine	Ianelli	Ermanno	Prino	Marco
Cuccu	Erica	Iannello	Domenica	Prosperi	Giorgia
D'Adamo	Angelo Michele	Incerti	Loretta	Pusceddu	Andrea

Dakoli	Erisa	La Rosa	Alfio Maurizio	Ramoni	Marco
Dalcore	Anna	Lampis	Olinda	Rebuschi	Romano
Roggero	Gabriella	Sciardis	Julie	Trivelli	Francesco
Romaniello	Graziella	Seu	Federica	Urbinati	Graziano
Romualdi	Giorgio	Soffientini	Sabrina	Vellani	Simone
Rossetti	Elena	Soragni	Rino	Verneti	Fabio
Rossi	Michele	Talia	Maria Assunta	Veroli	Sergio
Rubbiani	Chiara	Tariciotti	Marco	Verona	Stefano
Sabatini	Giada	Tazzini	Paolo	Zanin	Eugenio
Sassu	Davide	Tibo	Giorgio	Zapparoli	Roberto
Scarlata	Michele	Todaro	Franco		
Scherino	Michele	Tore	Romina		

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 Consiglio Direttivo è composto dai seguenti membri:

Albertinelli	Bruno	Di Tullio	Livio	Notaro	Giuseppe
Balzani	Serena	D'Onofrio	Luca	Ormesi	Paolo
Belli	Dario	Forino	Flavia	Pace	Luigi
Benedetto	Andrea	Framba	Maurizio	Pietro	Daminato
Benenti Torlo	Carmelo	Frau	Francesca	Prezioso	Giovanni
Berritto	Giovanni	Ghergo	Mariangela	Romualdi	Giorgio
Capuzzo	Giovanna	Ghidini	Fabrizio	Rossetti	Elena
Cara	Elia	Giordano	Roberto	Rubbiani	Chiara
Carrus	Michele	Goldoni	Marinella	Santini	Gian Mario
Catalano	Michele	Govoni	Marzio	Scherino	Michele
Cesaro	Serena	Grandi	Laura	Soragni	Rino
Collina	Giancarlo	Iannello	Mimma	Tibo	Giorgio
Cordani	Angela	La Rosa	Alfio Maurizio	Trivelli	Francesco
Cuccu	Erica	Lo Bello	Giuseppe	Urbinati	Graziano
D'Adamo	Angelo Michele	Loschi	Cristina	Verneti	Fabio
Dalias	Giandomenico	Masini	Roberto	Veroli	Sergio
De Col	Antimo	Micarelli	Fabrizio	Zapparoli	Roberto
De Marco	Claudia	Missio	Marco		
Del Caro	Paolo	Nanna	Antonella		

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:

Longo Lorenzo

Russo Roberto

Tesser Renato

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:

Dolci Umberto

Fuschini Vincenzo

Prino Marco

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:

Cescutti Roberto

Petillo Felice

Romaniello Graziella



LA NOSTRA ATTIVITÀ

LA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2024

La missione della Federconsumatori

Federconsumatori è da sempre attivamente impegnata nella promozione sociale e nella tutela dei diritti dei cittadini, ispirandosi ai principi sanciti nei Trattati dell'Unione Europea e nella Costituzione Italiana. Le nostre attività si fondano su valori imprescindibili come il rispetto dei diritti umani, politici e civili, l'uguaglianza, la libertà personale e religiosa, la trasparenza, la correttezza del mercato, la legalità, la privacy, la sicurezza, la giustizia, la dignità e la democrazia.

Operiamo su tutto il territorio nazionale attraverso una rete capillare di sportelli, offrendo assistenza e consulenza efficace. Seguiamo con attenzione l'evoluzione normativa in numerosi ambiti, consapevoli che – sebbene il quadro legislativo sia divenuto sempre più articolato – non sempre le norme riescono a garantire una piena tutela dei diritti dei consumatori. Per questo motivo, parte fondamentale della nostra attività è dedicata al supporto legale e stragiudiziale, volto a colmare le lacune normative e a rafforzare le tutele esistenti.

Accanto a queste attività, Federconsumatori è fortemente impegnata anche sul fronte dell'advocacy e del lobbying civico, attraverso un dialogo costante e strutturato con le istituzioni a livello locale, nazionale ed europeo. Partecipiamo attivamente ai processi decisionali, portando all'attenzione dei decisori politici le istanze dei cittadini, specialmente delle fasce più fragili della popolazione. In tal modo, contribuiamo alla definizione di politiche pubbliche più eque, inclusive e orientate alla sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Promuoviamo iniziative, incontri, conferenze, campagne informative e ricerche in collaborazione con importanti istituzioni italiane ed europee, come la Commissione Europea per le Politiche dei Consumatori, il CNEL, il Parlamento Europeo, il Ministero del Lavoro, il Ministero dello Sviluppo Economico, enti locali e Camere di Commercio. In molteplici contesti, abbiamo presentato proposte di legge, emendamenti, pareri tecnici e documenti programmatici, contribuendo concretamente all'aggiornamento normativo e alla definizione di misure di tutela più efficaci per i consumatori.

Il recente contesto economico ha messo a dura prova i cittadini, che si sono trovati ad affrontare rincari generalizzati e un peggioramento della qualità della vita. Le richieste di assistenza sono cresciute sensibilmente, sia presso gli sportelli fisici che tramite i nostri canali digitali (e-mail, WhatsApp, Telegram) e telefonici.

Oltre all'intensa attività di tutela e assistenza, abbiamo costruito uno spazio di partecipazione attiva e confronto, dando vita a numerose iniziative a difesa degli interessi collettivi. Interloquendo costantemente con Governo, Autorità e istituzioni locali, non solo abbiamo ottenuto risposte concrete per fronteggiare le nuove sfide, ma abbiamo anche esercitato un'azione di pressione positiva per orientare le politiche pubbliche verso una maggiore equità e giustizia sociale.

Di seguito sono presentate le principali attività svolte dall'Associazione nei diversi ambiti tematici.

ALLERTA PREZZI - Commissione di allerta rapida di sorveglianza dei prezzi

Federconsumatori fa parte, insieme ad 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 anomale 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 E AMBIENTE



La fine del servizio di maggior tutela per gli utenti domestici nei settori del gas e dell'energia elettrica (al via rispettivamente dal 10 gennaio 2024 e dal 1° luglio 2024), tra le poche cose positive, ha previsto una salvaguardia per i clienti vulnerabili, che hanno mantenuto il diritto di rimanere o rientrare nel servizio a tutela delle vulnerabilità. Federconsumatori ha inviato ai principali venditori una lettera con la quale ha chiesto di conoscere, per ciascuna area territoriale, le modalità che ogni azienda ha messo a disposizione per sottoscrivere questo tipo di contratto, per valutare se sono conformi alla norma e adeguate rispetto alla funzione sociale che il servizio di tutela ricopre.

La Federconsumatori ha avviato una campagna informativa destinata agli utenti vulnerabili (chi ha compiuto 75 anni, percettori di bonus energia e disabili ai sensi dell'art. 3 L. 104/92), per informarli del loro diritto a rimanere in servizio di tutela e per invitarli a segnalare prontamente ostacoli da parte delle aziende al suo esercizio, assistendoli per ottenere il riconoscimento di questo diritto. Il tema della vulnerabilità è tra le questioni prioritarie che Federconsumatori ha chiesto all'ARERA di approfondire, prevedendo un ampliamento della platea dei soggetti vulnerabili.

In seguito al recapito in tutta Italia di bollette d'importo molto elevato, sia per quanto riguarda l'energia elettrica, che per il gas, moltissimi cittadini si sono rivolti ovunque agli sportelli dell'Associazione per ricevere assistenza e verificare gli importi fatturati, in alcuni casi più che decuplicati, delle loro bollette di energia.



Abbiamo, pertanto, rivolto un appello urgente al Governo, al Parlamento e ad ARERA chiedendo un intervento immediato per porre fine ai soprusi e alle speculazioni.

In occasione della Giornata mondiale dell'acqua, Federconsumatori ha redatto un vademecum con i consigli utili per risparmiare e tutelare una risorsa che tende sempre più a scarseggiare.

Secondo le stime dell'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, tenendo conto sia dell'andamento del costo del petrolio che dell'andamento del cambio Euro/Dollaro, la benzina a metà 2024 ha registrato un sovrapprezzo di ben 6 centesimi al litro, il gasolio addirittura di 9 centesimi al litro.

Abbiamo invitato ARERA e AGCM a vigilare con attenzione sugli abusi e sui comportamenti scorretti delle aziende di energia che hanno ostacolato in ogni modo il rientro degli utenti dal mercato libero a quello tutelato, per poter accedere come previsto dalla normativa, da luglio 2024, al Servizio a Tutele Graduali. Un passaggio che consente di ottenere tariffe probabilmente più convenienti e maggiori tutele dal punto di vista contrattuale.

Dopo le ripetute denunce e segnalazioni di Federconsumatori, l'AGCM ha avviato un procedimento nei confronti di Enel Energia, per accertare e sanzionare opportunamente le inaccettabili condotte della Società che, secondo le accuse, avrebbe adottato pratiche commerciali scorrette e aggressive. Pertanto, ci siamo costituiti *ad adiuvandum* nel procedimento dell'AGCM contro la Società.



Federconsumatori
Difendiamo valori, tuteliamo diritti

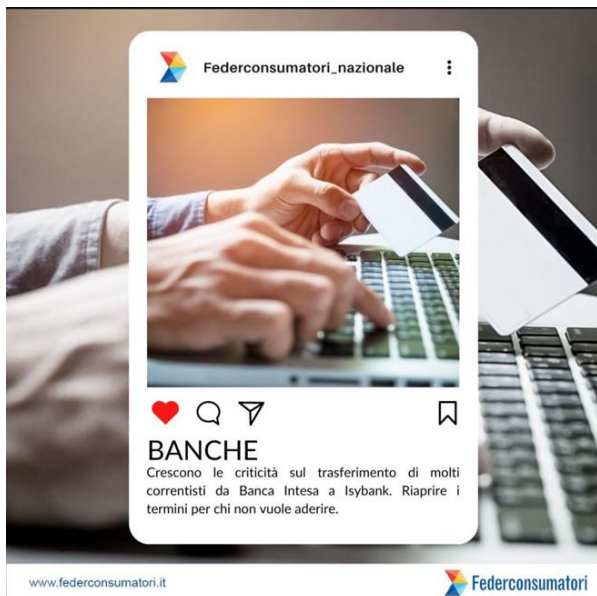


Lo SPI-CGIL, la Federconsumatori e il mensile Liberetà hanno predisposto una guida dal titolo *“Quanto mi costa? Dal caro bollette alle energie rinnovabili.”* presentata in conferenza stampa presso la Camera dei Deputati a Roma il 9 maggio 2024, per rispondere alla forte e crescente domanda di informazione da parte dei cittadini, per diffondere consapevolezza e approfondire i temi dell’energia.

Si è svolto il 14 maggio 2024 a Palermo, il convegno dal titolo *“Rifiuti: trasparenza e partecipazione per una tariffa giusta”*. L’incontro, organizzato da Federconsumatori nazionale e Federconsumatori Sicilia, è stato l’occasione per presentare il 14° Report Nazionale di Federconsumatori su *“Servizi e tariffe rifiuti”*, che ha fatto il punto sugli importi della Ta.Ri nei 20 Comuni capoluogo di regione italiani. Ma l’incontro è stato anche utile per ascoltare gli esperti in materia di rifiuti e confrontarsi dopo l’ennesimo commissariamento della Regione Sicilia.

In tema carburanti, l’O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha aggiornato i conti per le famiglie (stimando gli effetti sulla spesa per 2 pieni a settimana) alla luce delle possibili modifiche delle accise e del progressivo riallineamento dell’accisa sul diesel a quella sulla benzina. A conti fatti, con questa operazione: a) chi ha un’auto a benzina risparmierebbe circa 16,00 euro annui; b) chi ha un’auto a gasolio subirebbe un aggravio di circa 135,00 euro annui; c) chi non ha un’auto subirebbe comunque un aggravio di circa 68,00 euro.

BANCHE, POSTE E ASSICURAZIONI



Class Action BPF - La Federconsumatori prosegue l'attività relativa alla class action avviata per tutelare i risparmiatori titolari di buoni fruttiferi postali della serie Q che, al momento della riscossione, si sono visti riconoscere un importo nettamente inferiore al dovuto. La class action è rivolta a tutti i possessori di buoni fruttiferi postali serie Q emessi dopo il 1° luglio 1986 e riscossi entro il 19 maggio 2021. In tal senso, sono state raccolte migliaia di preadesioni di cittadini coinvolti che, grazie alla class action, potranno far valere in una sola azione e con costi estremamente contenuti i propri diritti.

Federconsumatori ha partecipato alla Commissione di allerta rapida sui prezzi per *“approfondire le tematiche assicurative e, in particolare le recenti dinamiche dei costi dell'RC auto, a fronte di un aumento del prezzo medio del +7,1% tra novembre 2023 e lo stesso periodo nel 2022, come pubblicato da IVASS.”* Secondo le stime ACI-ISTAT sugli incidenti stradali nel primo semestre 2023, però, il numero di incidenti è diminuito rispetto all'anno precedente del -1%. Non può essere certo imputabile all'andamento dell'incidentalità, quindi, l'incremento delle polizze RC auto rilevato da IVASS. A gennaio-febbraio dell'anno in corso, rispetto al 2023, l'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha rilevato un aumento medio del +5% per chi si trova in 14esima classe e del +2% per chi si trova in prima classe.

L'Associazione bancaria italiana (ABI) e la Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio (FEduF) hanno realizzato in raccordo con il Dipartimento per le Pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri, in condivisione con le banche e le Associazioni dei consumatori tra cui Federconsumatori una guida per approfondire i principali aspetti che riguardano questa forma di violenza per aiutare le donne che la subiscono e per supportare i cittadini anche nella comprensione e nel riconoscimento del fenomeno.

Federconsumatori, da sempre impegnata al fianco dei risparmiatori, ha attivato una task force di esperti per studiare ogni iniziativa legale utile a consentire ai cittadini coinvolti di avanzare la richiesta di restituzione di parte degli interessi su mutui, finanziamenti e leasing basati su un Euribor “manipolato”.

Federconsumatori ha promosso un corso sull'educazione finanziaria per scoprire quali tipi di finanziamento esistono o imparare a valutare e comparare le offerte di credito ai consumatori.

Il Tribunale di Monaco di Baviera ha pronunciato la dichiarazione di insolvenza della compagnia tedesca FWU Assicurazioni; al provvedimento hanno fatto seguito analoghe decisioni da parte delle Authority di Lussemburgo e Austria, assunte a causa del deterioramento delle condizioni finanziarie del Gruppo. Federconsumatori ha assistito gli utenti coinvolti nella vicenda.

Federconsumatori ha promosso un corso sull'educazione finanziaria per saperne di più sui diritti e doveri in tema di credito ai consumatori.

Federconsumatori ha promosso un corso sull'educazione finanziaria sul credito al consumo per favorire la transizione energetica.

Federconsumatori ha rivolto alla Direzione di Unicredit l'invito a volersi confrontare con le Associazioni dei consumatori, con le quali intrattiene relazioni protocollari relativamente all'Ops Unicredit-Banco BPM.



Attenzione: Polizze RCA online False!



Federconsumatori
Difendiamo valori, tuteliamo diritti

TELECOMUNICAZIONI



Come già negli anni passati, anche nel 2024 la Federconsumatori ha seguito le questioni e le vicende di maggiore rilevanza emerse nel settore delle telecomunicazioni: l'Associazione è intervenuta sia sul fronte della comunicazione esterna che nei contesti istituzionali e regolatori, allo scopo di sollecitare opportuni interventi atti a tutelare i principi di correttezza e trasparenza nel mercato nonché di assicurare agli utenti informazioni chiare e affidabili. Nonostante una certa diminuzione del contenzioso tra clienti e aziende del settore in ordine ai problemi che quotidianamente possono verificarsi in contratti e servizi, ad esempio per disservizi tecnici, burocratici o di altra natura, nel corso dell'anno si sono

presentate questioni di rilievo che hanno impattato su un elevato numero di utenti, in particolare in seguito a comportamenti non corretti o trasparenti da parte degli operatori.

A tale proposito è significativo il caso DAZN: negli anni scorsi Federconsumatori ha seguito con la massima attenzione le vicende legate alla piattaforma di streaming, segnalandone in numerose occasioni le condotte inappropriate quando non addirittura ai margini della liceità alle Autorità competenti e prendendo pubblicamente posizione nei confronti delle politiche commerciali che, seppure consentite dalla normativa vigente, hanno mostrato una palese mancanza di considerazione degli utenti e dei loro diritti. A gennaio 2024 la piattaforma ha incrementato per l'ennesima volta i costi degli abbonamenti e Federconsumatori ha evidenziato come il successivo lancio di alcuni contenuti fruibili gratuitamente da tutti i clienti, a prescindere dal piano tariffario sottoscritto, non sia stato tanto un omaggio agli iscritti quanto piuttosto un tentativo di far passare in secondo piano, appunto, la precedente scelta commerciale. E ancora nel mese di maggio DAZN ha ulteriormente incrementato i costi degli abbonamenti PLUS: tale decisione configurava a tutti gli effetti una fattispecie in cui l'azienda ha approfittato della posizione di forza derivante dalla sostanziale mancanza di alternative sul mercato e per questo Federconsumatori ha trasmesso apposita segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato e dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

Federconsumatori ha inoltre partecipato a riunioni, incontri e tavoli di lavoro con AGCom e altre Associazioni nonché stakeholder del settore delle telecomunicazioni per l'organizzazione, l'elaborazione e la gestione di strumenti e provvedimenti introdotti dalla stessa Authority per incrementare il livello di tutela dei diritti degli utenti e per agevolarne l'utilizzo dei servizi. L'Associazione ha preso parte all'incontro con l'Autorità nel corso del quale è stato illustrato il nuovo Portale delle Segnalazioni, attivato sul sito web di AGCom nel mese di ottobre e attraverso il quale gli utenti possono segnalare violazioni della normativa di settore da parte degli operatori di telecomunicazioni e di pay-tv.

L'Associazione ha altresì monitorato situazioni in cui nel settore delle telecomunicazioni si siano presentate problematiche relative alla privacy e alla tutela del diritto alla riservatezza, come nel caso

dell'istruttoria avviata dall'Autorità Antitrust nei confronti di Google e della sua capogruppo Alphabet relativamente alla richiesta di consenso al collegamento dei servizi offerti in cui, di fatto, la Società ha utilizzato modalità e toni di comunicazione tali da indurre i destinatari ad accettare la proposta, peraltro omettendo alcune informazioni di rilievo. Inoltre Federconsumatori è intervenuta valutando positivamente l'entrata in vigore, all'inizio del mese di ottobre, del Codice di condotta per le attività di telemarketing e teleselling, cogliendo tuttavia l'occasione per sollecitare per l'ennesima volta le Autorità competenti ad adottare interventi realmente risolutivi per contrastare il telemarketing selvaggio e a tutela della privacy degli utenti: l'Associazione ha chiesto controlli mirati da parte del Ministero delle Imprese e del Made in Italy per garantire la piena ed effettiva operatività del Registro Pubblico delle Opposizioni nonché l'adozione di un sistema di opt-in in sostituzione dell'attuale sistema di opt-out.

A settembre, Federconsumatori si è attivata nei confronti del Governo e delle aziende di erogazione di servizi a rete per rivendicare adeguate misure di sostegno per i cittadini e le imprese colpiti dall'alluvione che ha colpito l'Emilia-Romagna e le Marche, sollecitando iniziative volte a sostenere e ristorare gli utenti disserviti. Anche grazie all'intervento dell'Associazione, alcuni operatori di TLC hanno attivato apposite agevolazioni per i cittadini coinvolti, tra cui connettività mobile gratuita per una settimana e sospensione della fatturazione per 2 mesi dei costi di telefonia fissa.

Nel mese di dicembre, infine, Federconsumatori ha partecipato alla consultazione indetta da AGCom in merito alla delibera 457/24/CONS relativa alle *"disposizioni a tutela degli utenti finali in materia di trasparenza nell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica e nella presentazione del numero chiamante"* – mettendo in luce in particolare criticità in termini di trasparenza e obblighi di informazione agli utenti – ed è intervenuta valutando negativamente l'emendamento che, all'interno della Legge di Bilancio 2025 (Legge n. 207 del 30 dicembre 2024), ha introdotto un'accelerazione della procedura di *decommissioning* precedentemente avviata da AGCom e che ha di fatto scaricato parte dei costi sul consumatore finale.



SALUTE E SANITA'



Nel corso del 2024 il Dipartimento Welfare e Salute di Federconsumatori ha proseguito il lavoro avviato nella precedente annualità relativamente alla campagna nazionale “Stop alle Liste di Attesa”, nell’ambito della quale le strutture territoriali dell’Associazione hanno svolto una rilevazione dei tempi di attesa per lo svolgimento di visite ed esami erogati dal Servizio Sanitario Nazionale e hanno fornito informazioni e assistenza nei casi in cui le tempistiche previste dalla normativa vigente per l’erogazione delle prestazioni sanitarie pubbliche non siano state rispettate. I risultati del monitoraggio sono stati presentati durante la conferenza stampa tenutasi a Roma il 7 febbraio 2024 presso la Sala Stampa della Camera dei

Deputati. È stata, poi, organizzata una seconda conferenza stampa il 5 giugno 2024, allo scopo di presentare la versione aggiornata del report, includendo anche i primi dati disponibili relativi al 2024: dal monitoraggio, che fotografa i tempi massimi di attesa registrati fra le aziende monitorate, è emerso un preoccupante scenario di disuguaglianze economiche, sociali e territoriali che condizionano l’accesso equo e universale alle cure e su cui grava l’inaccettabile disegno di autonomia differenziata.

L’Associazione ha poi seguito con attenzione le questioni relative a gioco d’azzardo e ludopatia: oltre a proseguire il proprio impegno nel Comitato di contrasto al gioco d’azzardo “Mettiamoci in gioco”, siamo intervenuti in merito all’introduzione delle nuove norme relative alla promozione del gioco online e ai provvedimenti sanzionatori emessi nei confronti di Google e YouTube.

Relativamente invece ai temi più strettamente connessi all’ambito sociale, Federconsumatori è intervenuta in merito ai ritardi riscontrati nell’entrata in vigore dei nuovi LEA (Livelli Essenziali di Assistenza), sollecitando il Ministro Schillaci a renderli operativi in tempi rapidi, oltre che sulle proposte avanzate nel contesto regionale del Piemonte dalle Associazioni pro-vita allo scopo di disincentivare il ricorso all’interruzione volontaria di gravidanza, schierandosi altresì in opposizione alla proposta del “reddito di maternità” quale sostegno alle donne che scelgano di non ricorrere all’aborto.

L’Associazione ha realizzato, in collaborazione con la CGIL e con la Fondazione ISSCON, la seconda edizione del “Libro Nero dell’Azzardo” già pubblicato nel 2023, esaminando in profondità la vertiginosa crescita negli ultimi anni dell’azzardo online in Italia, grazie a dati inediti riferiti al 2023, ottenuti con un accesso agli atti dall’Agenzia Dogane e Monopoli. L’indagine è stata presentata a Roma presso la sala Santi della CGIL. I tre soggetti coinvolti nella produzione del Libro hanno altresì realizzato il report “Non così piccoli. L’azzardo online nei piccoli comuni italiani”, che ne costituisce un approfondimento in cui sono stati sistematizzati i dati, mai esplorati in precedenza, dei 3.232 comuni italiani tra 2.000 e 9.999 abitanti, corrispondenti a un quarto della popolazione italiana. I risultati dell’indagine sono stati presentati nel corso di una conferenza stampa il 3 ottobre presso la sede CGIL di Roma.



LA SALUTE NON PUÒ ATTENDERE

MONITORAGGIO
SULLE **LISTE**
DI ATTESA

a cura di Federconsumatori

realizzato in collaborazione con
Fondazione Isscon e con il contributo
dell'Area Stato Sociale e Diritti CGIL



7 febbraio 2024

A luglio, Federconsumatori, che in più occasioni aveva già convintamente espresso parere contrario all'autonomia differenziata, ha aderito al Comitato promotore del referendum per l'abrogazione del DDL Calderoli, che appunto ne ha sancito l'applicazione attribuendo alle regioni le più ampie facoltà in materie come l'istruzione, la sanità e la previdenza.

Sempre nel mese di luglio, la Federconsumatori, con altre Associazioni di consumatori e di settore, ha sottoscritto con il Ministero della Salute, il Ministero del Made in Italy e il Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, il protocollo d'intesa per l'eliminazione e l'utilizzo dell'amalgama dentale.

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 l'aumento esponenziale della spesa privata e una sempre più frequente rinuncia alle cure nonché il disinvestimento nella sanità territoriale e sulla prevenzione. Proprio allo scopo di rivendicare cure

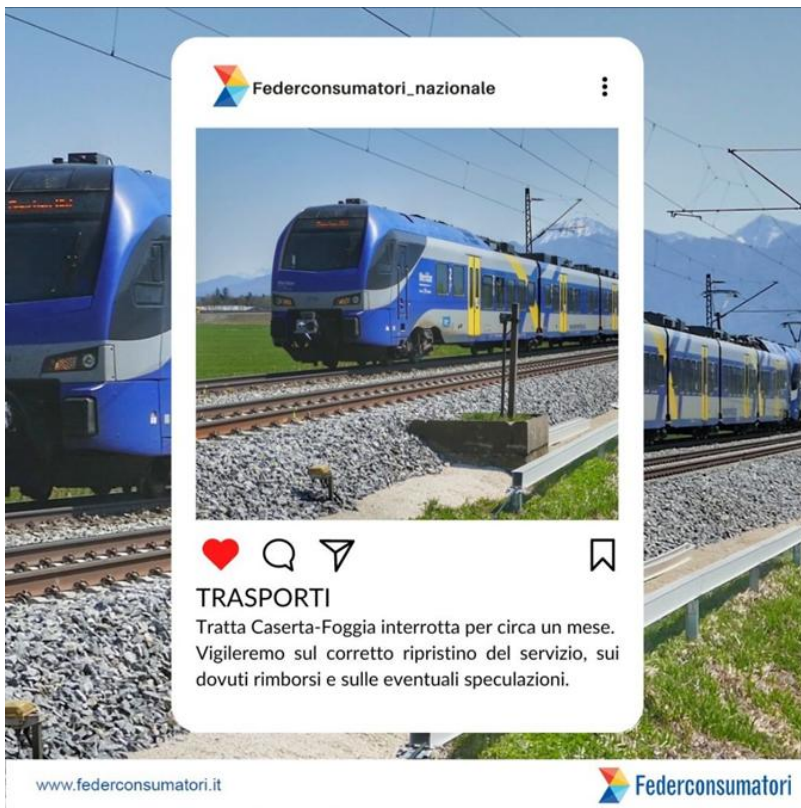
accessibili per tutti, senza discriminazioni territoriali o economiche, Federconsumatori ha aderito e partecipato alla mobilitazione nazionale promossa dalle categorie del pubblico impiego di CGIL e UIL *“Salario, salute, diritti e occupazione”* nella giornata del 19 ottobre.

In seguito ad alcuni risultati di uno studio, riportati dalla rivista tedesca Oko-Test, relativamente alla presenza di tracce di piombo e cadmio, antimonio tossico e dimetilformammide nei capi di abbigliamento e della presenza, in alcune scarpe, di livelli elevatissimi di ftalati, la Federconsumatori è intervenuta sulla crescita esponenziale del volume di queste merci, che ogni giorno arrivano a bordo di aerei cargo, con conseguenze notevoli sia sulla salute umana che sull'ambiente. Al fine di tutelare i consumatori, predisponendo tutte le forme di prevenzione e tutela necessarie, è stata inviata al Ministero della Salute una lettera di richiesta informativa relativamente alla sicurezza e alla sostenibilità dei capi di abbigliamento.



Federconsumatori
Difendiamo valori, tuteliamo diritti

TRASPORTI E TURISMO



Anche nel 2024, così come negli anni precedenti, Federconsumatori ha partecipato a incontri con società del settore dei trasporti e soggetti istituzionali, presentando osservazioni e contributi allo scopo di garantire un adeguato livello di tutela dei diritti degli utenti, in particolare in merito alle Carte dei Servizi dei gestori. Tra le altre, l'Associazione ha inoltrato le proprie osservazioni nell'ambito del Format Carta dei Servizi Regionale 2025 - per coinvolgimento delle Associazioni dei Consumatori e delle persone con disabilità.

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 dell'11% rispetto alla stagione 2023.

Nel quadro dell'entrata in vigore delle nuove regole su bagagli e trasporto di bici sulle Freccie di Trenitalia, Federconsumatori ha evidenziato le criticità della normativa stessa, in particolare per i pendolari, in termini di prezzi e trasparenza delle comunicazioni.

Avendo riscontrato numerosi disagi, quali interruzioni del servizio, cancellazioni e ritardi, nella prima metà dell'anno, ad agosto l'O.N.F. ha realizzato una mappatura dei principali disservizi nel trasporto ferroviario. Sempre nel periodo estivo, lo stesso Osservatorio ha condotto numerose indagini sui costi dei servizi balneari, su propensioni, tendenze e scelte di acquisto degli utenti nell'ambito dei servizi turistici (tra cui pacchetti di viaggio e campeggi), sull'aumento dei prezzi di vacanze e trasporti, sui costi dei parchi acquatici e su normative e costi dei viaggi con gli animali.

Nel mese di giugno, Federconsumatori ha sottoscritto, insieme ad altre Associazioni di Consumatori, il Protocollo di intesa con Telepass.

A partire dal mese di maggio, Federconsumatori ha ricevuto un consistente volume di segnalazioni, poi aumentato nelle settimane successive, da parte di utenti a cui è stata recapitata, da parte di Citroën o DS Automobiles, una lettera di richiamo per il sistema di gonfiaggio degli Airbag prodotti dalla società Takata, in cui veniva segnalato che le sostanze chimiche contenute nei dispositivi stessi ne avrebbero potuto provocare l'esplosione con forza eccessiva, provocando così gravi lesioni o morte. A seguito dell'aumento esponenziale del numero di segnalazioni e considerata la difficoltà di reperimento dei pezzi di ricambio nonché la quasi totale indisponibilità di vetture sostitutive, Federconsumatori ha sollecitato l'intervento delle società coinvolte nonché del Ministero delle Imprese e del Made in Italy e dell'AGCM. In assenza di adeguati riscontri, l'Associazione ha indetto

una conferenza stampa il 25 luglio 2024 presso la sede di FNSI a Roma per illustrare le diverse opzioni attivabili a tutela dei cittadini coinvolti.

Nel corso dell'estate, oltre a seguire da vicino la vicenda del sequestro degli autovelox T-Exspeed v.2.0, risultati non idonei al rilevamento delle violazioni, Federconsumatori ha sostenuto la campagna di sensibilizzazione per la sicurezza stradale *"La strada è il filo che ci lega a ciò che amiamo"*, promossa da Autostrade per l'Italia e Polizia di Stato, e ha sottoscritto il Protocollo di intesa con Autostrade per l'Italia.

La Federconsumatori, per il venticinquesimo anno consecutivo, ha anche promosso e aderito alla campagna *"Vacanze coi Fiocchi"*, per la sicurezza stradale.



A novembre Federconsumatori ha condotto un'indagine sulla mobilità sostenibile nell'ambito della campagna *"Smuoviamoci!"*, promossa con altre 9 Associazioni dei Consumatori con il contributo non condizionato di Telepass.

Nel mese di dicembre, l'Associazione ha diffuso attraverso i propri social delle infografiche esplicative relativamente alle novità previste dal nuovo Codice della Strada, entrato in vigore il 14 dicembre 2024.

Infine, l'Associazione ha svolto uno studio per misurare il livello di legalità degli affitti turistici nel nostro Paese, esaminando quale fosse lo stato dell'arte sul fronte dell'adozione del Codice Identificativo Nazionale (CIN) e delle dotazioni di sicurezza degli immobili e ha realizzato la consueta rilevazione dei prezzi di viaggi e servizi turistici nel periodo natalizio.

SCUOLA E UNIVERSITA'

Nel corso del 2024 Federconsumatori ha seguito e monitorato con attenzione temi di attualità che nel settore dell'istruzione sono risultati rilevanti sotto il profilo sociale, politico e istituzionale nonché della comunicazione. L'Associazione ha manifestato la propria solidarietà ai ragazzi che, dopo aver partecipato ad una mobilitazione studentesca contro l'autonomia differenziata, sono stati aggrediti e percossi da militanti dell'organizzazione di estrema destra CasaPound. E ancora, sempre rispetto alla legge Calderoli – che per l'attuazione dell'autonomia differenziata attribuisce le più ampie facoltà decisionali alle Regioni anche in materie quali istruzione, sanità e previdenza – Federconsumatori ha preso posizione contro quello che si è configurato come un progetto fortemente divisivo dell'unità nazionale sotto il profilo economico e sociale e ha aderito al Comitato promotore del referendum per l'abrogazione della norma in questione.



L'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha condotto, come ogni anno, l'indagine sui costi dei libri di testo (che hanno fatto registrare un aumento medio del +18% rispetto all'anno precedente) e del materiale scolastico, i cui prezzi sono aumentati del +6,6% rispetto alle rilevazioni del 2023. L'indagine ha altresì riscontrato la possibilità di risparmi superiori al 28% acquistando testi usati e, ancora, di contenere la spesa per il materiale scolastico anche del 20% comprando online. L'Osservatorio ha altresì elaborato una lista di consigli utili per risparmiare su queste stesse voci di spesa, pubblicando anche una panoramica dei bonus, con relativa mappatura regionale delle agevolazioni economiche disponibili, ed è intervenuta valutando positivamente l'indagine avviata dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato proprio relativamente ai costi dell'editoria scolastica.



ALIMENTAZIONE E COMMERCIO

Nel corso del 2024 è proseguita la tensione sui prezzi, anche dei prodotti alimentari, che a causa dell'incremento delle materie prime hanno continuato, seppure in maniera molto meno accelerata, la loro tendenza al rialzo. In tale contesto abbiamo monitorato, attraverso l'attività del nostro Osservatorio, l'andamento dei costi di produzione e trasporto, con particolare attenzione all'attività di rilevazione di eventuali fenomeni speculativi.

Nel settore alimentare, abbiamo condotto un'analisi sull'andamento dei prodotti tipici delle festività pasquali, registrando aumenti medi del +6%, con un incremento dei prezzi in particolare dei prodotti a base di cioccolato e delle uova fresche.

Siamo intervenuti in particolare per denunciare l'aumento di prezzo dell'olio extravergine d'oliva che, non a caso, si è meritato il soprannome di "oro verde". L'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, ha monitorato i costi di questo prodotto rilevando che, rispetto allo scorso anno, il prezzo di 1 litro d'olio extravergine d'oliva è aumentato mediamente del +20%, ma con picchi anche oltre il 50%. Impressionante, invece, il confronto con il 2021, che segna un aumento medio del +52%.

Abbiamo rilevato, in tal senso, come il fattore qualità e il calo produttivo gravassero notevolmente sui prezzi (specialmente per quanto riguarda le produzioni da olive italiane e quelle non industriali), ma, nei fatti, su quelli della nuova annata.

Abbiamo denunciato, poi, le preoccupazioni relative a ipotesi di sofisticazione. Come accaduto in passato, infatti, il forte incremento di prezzo dell'olio extravergine d'oliva aumentava la possibilità di imbattersi in truffe e abusi. Abbiamo messo in guardia i cittadini e li abbiamo informati su come tutelarsi da questo rischio.

Il 7 giugno, in occasione della Giornata Mondiale sulla Sicurezza Alimentare, proclamata dall'Assemblea Generale dell'ONU per aiutare a prevenire, individuare e gestire i rischi di origine alimentare sulla salute umana, abbiamo richiamato l'attenzione dell'opinione pubblica su questo importante tema, augurandoci che fosse l'occasione per consentire ai cittadini di prendere decisioni informate sui loro consumi alimentari, per promuovere ogni provvedimento normativo e sanzionatorio utile a garantire la sicurezza alimentare e per discutere approcci collaborativi per migliorare la sicurezza alimentare in tutti i settori.



Abbiamo preso parte, inoltre, ad una riunione della Commissione di allerta rapida sui prezzi, presso il Mimit, nel corso della quale sono stati presentati i dati BMTI, ISMEA e ISTAT sull'andamento dei costi all'origine e al dettaglio di un paniere di prodotti alimentari.

I dati emersi sono risultati preoccupanti, attestando come i prodotti più acquistati dalle famiglie italiane abbiano subito, negli ultimi anni, forti incrementi, solo in minima parte giustificati dagli andamenti dei costi della materia prima, degli imballaggi e delle lavorazioni, mentre i prezzi di energia e carburanti, che hanno fortemente inciso sugli aumenti nel medio lungo-periodo e sui picchi registrati l'anno scorso, non determinano l'effetto inverso quando diminuiscono. I prezzi dei prodotti alimentari, infatti, non sono mai tornati ai livelli precedenti la crisi energetica. Tale tendenza, in assenza di una adeguata crescita dei redditi fissi, stipendi e pensioni, che sono invece rimasti inspiegabilmente fermi, non ha fatto altro che determinare un progressivo impoverimento delle famiglie, una contrazione del loro potere di acquisto, un aumento delle rinunce e dei sacrifici sul fronte dei consumi, arrivando ad intaccare settori fondamentali quali la salute, oltre che causare danni alla crescita economica complessiva e al mercato interno.

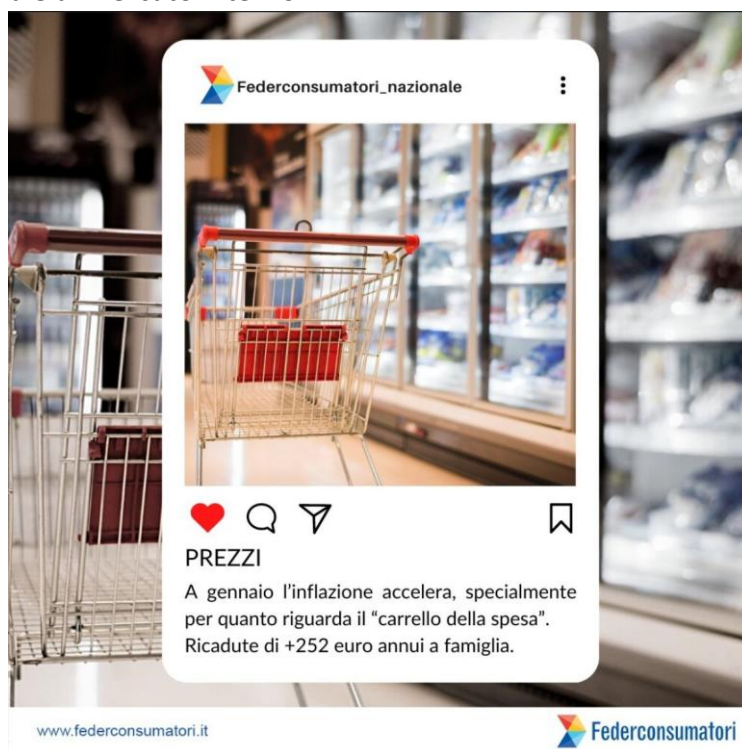
Abbiamo evidenziato, in tal senso, come le famiglie siano costrette a sempre maggiori tagli e rinunce: ne è un esempio il dato sul consumo di carne e pesce, diminuito del 16,9% e sempre più orientato a tagli e qualità meno pregiati.

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, proponendo una rimodulazione delle aliquote IVA che avrebbe fatto risparmiare alle famiglie oltre 530 euro.

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.

Siamo intervenuti sul delicato e controverso tema della *shrinkflation*, sia attraverso uno studio condotto dal nostro Osservatorio, da cui sono emersi fenomeni speculativi non trascurabili, sia nell'ambito di una Commissione di allerta rapida convocata da Mister Prezzi in cui abbiamo proposto integrazioni e modifiche alle "Disposizioni in materia di riporzionamento dei prodotti preconfezionati" introdotte nel DDL Concorrenza. Per rendere la norma veramente efficace e utile a combattere le speculazioni, abbiamo rilevato come fosse necessario:



- Introdurre l'obbligo per i produttori di mettere in evidenza la quantità di prodotto contenuto, destinando a ciò almeno il 15% della grafica presente sulla parte frontale (o la più evidente) del *packaging*.
 - Prevedere che la violazione o l'elusione di tale obbligo sia una pratica commerciale scorretta, ingannevole, finanche aggressiva, inserendo la stessa nell'elenco ex art. 23 del Codice del Consumo, con tutto ciò che ne consegue anche in termini di vigilanza dell'AGCM.
 - Disporre un opportuno sistema di vigilanza, per monitorare l'incidenza del fenomeno sulla spesa delle famiglie e per verificare la corretta applicazione delle norme, prevenendo opportune sanzioni.
- Abbiamo poi effettuato, con l'avvicinarsi delle festività natalizie, il monitoraggio dei costi dei prodotti tipici di questa festa: è emerso un aumento medio dei prezzi del +1,4% rispetto al 2023, una crescita piuttosto contenuta, ma che rivela importanti differenze da settore a settore. A registrare i rincari più elevati, infatti, sono i regali *low cost* (+5,9%), seguiti dal settore alimentare, che registra aumenti medi del +2,4%. Abbiamo inoltre stimato la spesa media a persona di chi avrebbe effettuato acquisti: pari a 172,80 euro (+2% rispetto allo scorso anno). Abbiamo lavorato attivamente, inoltre, nell'ottica di accrescere il livello di consapevolezza e di responsabilità dei cittadini nelle loro scelte di consumo, alimentare e non solo.

Siamo intervenuti in merito alla vicenda dell'operaio a cui, nelle campagne di Latina, un macchinario ha tranciato un braccio e i suoi datori di lavoro, invece di soccorrerlo, hanno pensato bene di caricarlo su un pulmino e abbandonarlo davanti casa, in gravissime condizioni. In un gesto di disumanità che richiama l'attenzione sul grave e inaccettabile fenomeno del caporalato, ancora troppo diffuso nel nostro Paese.

Quanto accaduto dimostra come abbiamo pericolosamente varcato il confine dello sfruttamento per giungere al perpetrarsi di pratiche crudeli e inumane. Questo, nel piatto, i cittadini non lo vogliono più. Per questo abbiamo lanciato una campagna convinti che

il primo passo per contrastare questo fenomeno, oltre alle opportune indagini e controlli, sia l'adozione di un sistema di etichettatura sociale che certifichi la correttezza dei processi produttivi, le condizioni e la sicurezza dei lavoratori, la sostenibilità delle colture e l'impegno per la tutela delle persone e dell'ambiente. Solo conoscendo quali sono i prodotti che, realmente, rispettano questi standard noi consumatori potremo decidere di consumare responsabilmente, conferendo un grande valore, etico oltre che economico, ad ogni nostra scelta di acquisto.

Federconsumatori ha aderito alla manifestazione del 6 luglio indetta a Latina dalla CGIL, assieme alle associazioni della società civile per contrastare il sistema perverso e criminale del caporalato,



che lucra sulla disperazione e sulla povertà, mettendo in condizioni di sfruttamento gli operai che lavorano nei campi.

Siamo intervenuti, poi, sui dati allarmanti relativi allo spreco alimentare, tema da sempre a noi molto caro. I dati emersi dal Rapporto Internazionale Waste Watcher 2024, *“Lo spreco alimentare nei Paesi del G7: dall’analisi all’azione”*, curato dall’Osservatorio Waste Watcher International-Campagna Spreco Zero, dall’Università di Bologna assieme a Ipsos ha rivelato un quadro poco incoraggiante. Secondo il rapporto in Italia nel 2024 il fenomeno è cresciuto del 45,6%: ogni settimana finiscono nel bidone della spazzatura 683,3 grammi di cibo pro capite (ad agosto 2023 erano 469,4 grammi).

Per contrastare la crescita del fenomeno abbiamo rivendicato azioni volte ad incrementare la trasparenza delle informazioni sui prodotti che portiamo in tavola, ma anche campagne per accrescere la consapevolezza dei consumatori sulla sostenibilità dei loro consumi (anche in termini etici) e dei loro comportamenti (con progetti educativi per ridurre gli sprechi). Inoltre, è indispensabile disporre serie azioni di contrasto alla povertà alimentare, fenomeno purtroppo in crescita nel nostro Paese.



Abbiamo continuato, poi, 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.



I CONSUMATORI
VOGLIONO
alzarsi da tavola
CON LA **COSCIENZA**
PULITA

STOP
ALLE PRODUZIONI
DISUMANE
e n e m i c h e
dell' **AMBIENTE**

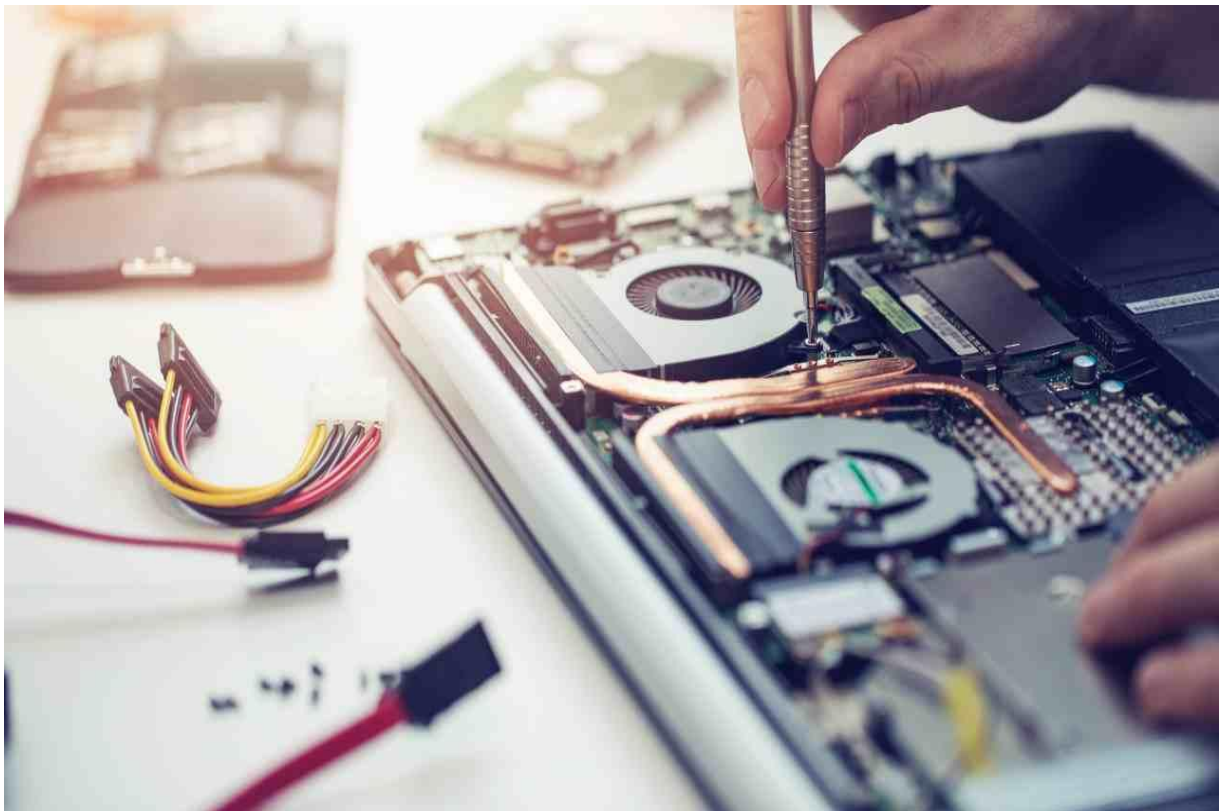
Nell'ambito del commercio al dettaglio siamo intervenuti monitorando, come ogni anno, l'andamento degli acquisti a saldo, con delle indagini sui volumi e sulla spesa realizzate dal nostro Osservatorio Nazionale. Analogamente, abbiamo indagato le ultime tendenze di acquisto in occasione del *Black Friday*, mettendo in guardia i cittadini dai falsi sconti e dalle possibili truffe.

Siamo intervenuti in merito al *fast-fashion*, denunciandone in particolare i rischi per la salute. Un'analisi tedesca aveva, infatti, rilevato pericolose sostanze tossiche nei capi analizzati. Abbiamo chiesto maggiore chiarezza su tali prodotti, con particolare attenzione all'aspetto della sicurezza, ma anche della sostenibilità.

Abbiamo accolto positivamente l'avvio, da parte dell'AGCM, di un'istruttoria nei confronti di alcune società del Gruppo Armani e del Gruppo Dior, per condotte scorrette e dichiarazioni etiche non veritiere. In tal senso, abbiamo sottolineato la necessità di una maggiore attenzione su questi temi e di una normativa stringente che introduca l'etichettatura sociale.

Sempre in relazione all'attività dell'AGCM abbiamo apprezzato la sanzione da 10 milioni comminata ad Amazon per la preselezione automatica dell'acquisto periodico dei prodotti. Una pratica ingannevole che ha portato molti cittadini a selezionare erroneamente e inconsapevolmente tale opzione. Visto il grave susseguirsi e ripetersi di pratiche ingannevoli di questo tipo abbiamo rivendicato l'adozione di norme e sanzioni più severe, che rappresentino realmente un deterrente per le aziende.

Infine, abbiamo apprezzato fortemente l'entrata in vigore, il 30 luglio, della nuova norma UE sul Diritto alla Riparazione, che farà bene all'ambiente e al portafogli dei consumatori. Abbiamo sollecitato il Parlamento italiano a recepirla rapidamente.





INIZIATIVE E 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 2024 ha impegnato 96 volontari, di cui 60 ragazze e 36 ragazzi sul progetto di Servizio Civile Universale "Sguardi Vigili".



PROGETTO: "SGUARDI VIGILI"

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 dell'assistenza, soddisfacendo così le richieste ed esigenze degli utenti.

Il contributo delle ragazze e dei ragazzi del Servizio Civile Universale, nel corso del 2024, 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 di feedback da parte degli utenti, con l'obiettivo di migliorare il servizio offerto. 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 raggiungere 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.

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, in particolare relativamente agli aumenti dei tassi di interesse che hanno provocato l’impennata dei costi dei mutui. 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 ha raggiunto 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. Nel quadro di entrambe le linee di azione si collocano poi 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. In sinergia con le Associazioni partner, inoltre, è stata svolta una ricerca sui consumi sostenibili e sull’economia circolare, commissionando ad un soggetto specializzato la rilevazione di comportamenti, percezioni e livello di consapevolezza dei cittadini in merito a specifici sotto argomenti collegati alle suindicate tematiche e sui quali sono stati poi svolti eventi e webinar rivolti alla cittadinanza, anche in collaborazione con importanti stakeholder del settore.



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. Nel quadro del progetto, è stata creata una rete di sportelli su tutto il territorio nazionale, in cui operatori competenti forniscono indicazioni utili in merito alle offerte commerciali, alla struttura tariffaria delle bollette e degli importi fatturati, alle controversie con i gestori, all’accesso ai bonus e ai consumi quotidiani. Allo scopo di divulgare quanto più possibile e attraverso differenti canali di comunicazione le informazioni sulle tematiche centrali del progetto, sono stati prodotti podcast diffuse sulla piattaforma Spotify dedicati ad argomenti che, anche e soprattutto in connessione con vicende di attualità, si rivelano di particolare interesse per il consumatore: nel corso del 2024 sono state pubblicate puntate relative al Bonus Sociale, ai clienti vulnerabili, al dettaglio delle voci presenti in bolletta, ai portali consumi e offerte dell’Autorità di Regolazione Energia Reti e Ambiente, alla conciliazione obbligatoria, alle tariffe idrica e rifiuti, al greenwashing, all’etichetta energetica degli elettrodomestici e alle energie rinnovabili.



CONSUMATORI ILLUMINATI

Il progetto “Consumatori Illuminati” nasce in una fase di acuta crisi socioeconomica, innescata soprattutto da eventi nazionali e internazionali che hanno provocato ripercussioni non solo a livello istituzionale e politico ma anche nella vita quotidiana dei cittadini e nella dimensione domestica. In un contesto diventato particolarmente insidioso per i cittadini soprattutto a causa dell’incremento dei prezzi di energia elettrica, gas e altri combustibili e del parallelo aumento del costo della vita, Federconsumatori ha lanciato un’iniziativa che prevede un’azione di sensibilizzazione e informazione rivolta ai cittadini, mettendo inoltre a disposizione una rete di sportelli operativi in

tutta Italia presso i quali richiedere assistenza e consulenza ad esperti competenti nonché verifiche e valutazioni dei consumi energetici domestici. Altro obiettivo fondamentale del progetto, oltre al contenimento dei costi per le utenze domestiche, è costituito dalla riduzione degli sprechi e delle risorse utilizzate per contribuire al contrasto al climatico: a questo scopo Federconsumatori promuove forme di autoconsumo collettivo di energia, che offrono reali opportunità di risparmio dei consumi e delle spese e contribuiscono alla transizione ecologica.

Nel mese di settembre 2024 hanno preso avvio i lavori preparatori del progetto, con specifico riguardo alle operazioni di raccordo tra i diversi partner in vista delle attività da svolgere nel 2025 – in particolare per le attività di assistenza e consulenza presso gli sportelli nonché per l'organizzazione di eventi e incontri con la cittadinanza – e alla produzione del materiale destinato alla formazione prevista per gli operatori dell'Associazione.



RILEVAZIONE DEI PREZZI DI PRODOTTI AGROALIMENTARI

In risposta ad un avviso pubblicato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, Federconsumatori ha aderito ad un progetto sperimentale di monitoraggio dei prezzi al consumo nei capoluoghi di Regione o provincia autonoma, nell'ambito del quale le Associazioni dei Consumatori coinvolte hanno incaricato i propri operatori di rilevare con cadenza settimanale i prezzi dei prodotti alimentari in alcuni mercati rionali dislocati in tutta Italia. Federconsumatori, avendo assunto il ruolo di Associazione capofila, oltre a partecipare all'attività di monitoraggio avviata nel mese di ottobre, ha anche curato la suddivisione territoriale degli incarichi tra le Associazioni nonché l'organizzazione e il coordinamento dell'attività con i diversi partner.



ACCORDI E PROTOCOLLI

PROTOCOLLO FEDUF

La Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio (FEDUF) ha siglato un Protocollo d'intesa con 15 Associazioni dei Consumatori aderenti al Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) per favorire la diffusione dei temi inerenti all'educazione finanziaria per i cittadini adulti. L'accordo prevede in particolare attività di promozione e sviluppo dell'educazione finanziaria verso altri segmenti di popolazione e diffusione capillare delle iniziative di educazione finanziaria, con particolare attenzione alle fasce in situazione di fragilità economica.

Le Associazioni firmatarie sono: Adiconsum, Adoc, Altroconsumo, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Confconsumatori, Casa del consumatore, Federconsumatori, Lega consumatori, Movimento consumatori, Movimento difesa del cittadino, Unione nazionale consumatori e U.Di.Con.



PROTOCOLLO FORUM ANIA-CONSUMATORI

A partire dal 2018 il Forum ANIA-Consumatori ha promosso il programma “Più informati, più protetti”, che prevede la realizzazione, da parte delle Associazioni dei Consumatori aderenti al Forum stesso, di attività e iniziative finalizzate a informare i cittadini e a valorizzare eventuali proposte condivise da imprese e consumatori su un ventaglio di temi assicurativi rilevanti per il settore e l'opinione pubblica. Nel corso degli anni sono state realizzate, con il coinvolgimento diretto delle Associazioni dei Consumatori, decine di iniziative informative e formative (convegni, dibattiti, webinar, pubblicazioni sugli organi di informazione e sui siti web, attività sui social network, etc.) con la partecipazione e il coinvolgimento di migliaia di operatori e aderenti delle associazioni stesse. Nel 2024 è stata avviata la terza edizione del programma “Più informati, più protetti”, che prevede la realizzazione di eventi dedicati ai seguenti temi: catastrofi naturali e soluzioni assicurative; frodi ed elusione assicurativa; procedura di conciliazione RC auto; non autosufficienza e coperture LTC; gender gap in ambito finanziario e assicurativo.



PROTOCOLLO TELEPASS

Nel mese di giugno 2024, Federconsumatori ha sottoscritto, congiuntamente ad altre Associazioni dei Consumatori, un protocollo d'intesa con Telepass, nell'ambito del quale è prevista la realizzazione di studi e approfondimenti su vari argomenti, per rilevare le esigenze degli utenti e in modo tale da orientare le policy della società in direzione di una sempre maggiore tutela del consumatore.

Nel quadro di tale collaborazione, inoltre, è prevista un'attività di informazione finalizzata ad incrementare in misura significativa le conoscenze e il livello di consapevolezza degli utenti in materia di mobilità sostenibile, nell'ottica di contribuire alla transizione energetica. In una prospettiva di dialogo e di sviluppo di iniziative funzionali a informare e tutelare gli utenti, Federconsumatori ha aderito alla campagna "Smuoviamoci!", promossa in collaborazione con altre 10 Associazioni di Consumatori con l'obiettivo di divulgare notizie sulla mobilità sostenibile, ridurre i pregiudizi e favorire l'adozione di comportamenti responsabili.



PROTOCOLLO AUTOSTRADE PER L'ITALIA

Nel 2024, Federconsumatori ha sottoscritto, congiuntamente ad altre Associazioni dei Consumatori, un protocollo d'intesa con Autostrade per l'Italia, nell'ambito del quale è prevista l'attuazione di procedure volte a facilitare la risoluzione delle controversie tra gli utenti e la società. Nell'ottica di dialogo e collaborazione con l'azienda stessa, inoltre, l'Associazione ha partecipato alla campagna di sensibilizzazione per la sicurezza stradale "La strada è il filo che ci lega a ciò che amiamo".



CAMPAGNA "VACANZE COI FIOCCHI"

Federconsumatori ha aderito alla 25^a edizione della campagna nazionale per la sicurezza sulle strade nel periodo estivo, finalizzata, in un'ottica di sensibilizzazione, a ricordare ai cittadini l'importanza della prudenza alla guida e a invitare gli utenti a programmare la propria donazione di sangue prima di partire per le vacanze.

Lo spirito della campagna è l'attuazione di un'azione informativa a scopo preventivo, visto che i dati sugli incidenti stradali dimostrano che nella maggior parte dei casi le cause degli stessi sono riconducibili alla distrazione dell'autista, dal mancato rispetto delle regole della precedenza e dalla velocità elevata.





COMUNICAZIONE, STRUMENTI E CANALI D'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 puntuali, 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.

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 e-mail "Al tuo servizio".

Per mezzo dello sportello online e dell'indirizzo di posta elettronica dedicato 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!

SOS TURISTA



Sportello S.O.S. Turista



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.

Nel 2024 le richieste di consulenza giunte allo Sportello, in diversa forma, sono aumentate rispetto all’anno precedente, analogamente a quanto avvenuto in generale per le prestazioni turistiche. Come sempre le problematiche riguardano il trasporto aereo legate soprattutto alle prenotazioni online di voli aerei in ritardo o cancellati.

In particolare, è stato gestito il caso del portale FlyGo, che permetteva di prenotare i biglietti dei voli ma che non li emetteva oppure li emetteva solo a ridosso della data di partenza.

Sono in crescita le segnalazioni di problemi legati agli affitti turistici tramite i maggiori portali, ma anche di vere e proprie truffe subite, in particolare a causa di siti che sono mere bacheche, o di inserzioni sui social.

Significativo il numero di truffe legate ad intrusioni nei dati della piattaforma Booking.com: i truffatori, avendo accesso a tutti i dati personali degli utenti e sfruttando la loro particolare vulnerabilità, hanno inviato e-mail richiedendo pagamenti indebiti nelle ore immediatamente precedenti alla partenza. In tali circostanze, gli utenti sono stati indirizzati alle Forze dell’Ordine.



A causa del maltempo che ha colpito Madeira e che ha portato alla cancellazione di numerosi voli, lo Sportello ha fornito assistenza ai viaggiatori che non sono stati riprotetti su altri voli e ai quali non è stata proposta una sistemazione alternativa dove soggiornare, fino alla partenza del volo successivo, che in alcuni casi è stato dopo una settimana.

In generale sono stati illustrati i percorsi, le modalità e le normative applicabili a seconda dei vari problemi rilevati per gli eventi eccezionali che si sono verificati. Diversi consumatori hanno deciso di affidarsi allo Sportello, avviando così numerose pratiche per chiedere il rimborso dei costi accessori che hanno dovuto sostenere per soggiornare a Madeira e per rientrare in Italia.

Con un ritardo estremo i rimborsi Alitalia tanto attesi, legati agli eventi pandemici ed alla cancellazione di voli, sono iniziati ad arrivare.

Il personale dello sportello ha fornito assistenza relativamente ad alcuni disservizi registrati con Flixbus, in particolare legati a furti di bagagli, evidenziando la poca sicurezza e lo scarso controllo applicati dalla compagnia in questo ambito. Sempre con la stessa società, è stata aperta una pratica di una persona abbandonata in una stazione di servizio autostradale, sottolineando così l'inadeguata assistenza che Flixbus fornisce ai suoi clienti.

La ripresa dei viaggi verso le località del Mar Rosso ha riportato alla luce alcune criticità qualitative, già note, che si sono tradotte in richieste di consulenza e gestione di pratiche legate alla discrepanza tra il prodotto turistico acquistato e l'esperienza effettivamente vissuta.



Le proteste giunte presso lo Sportello hanno riguardato anche gli incrementi di prezzo ritenuti ingiustificabili dei prodotti turistici: nel 2024 è stato segnalato, da clienti abituali, l'aumento dei prezzi di alberghi (cresciuti in modo significativo in località dolomitiche e in alberghi e pensioni sulla riviera romagnola). Infine, non sono mancate richieste di consulenza rispetto a strutture turistiche, come alberghi e/campeggi, che avevano omesso di informare i clienti che nelle strutture erano in corso importanti opere di ristrutturazione, con l'effetto tra l'altro, di rendere indisponibili alcuni servizi e di recare disagi durante il soggiorno.



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 la Fondazione senza scopo di lucro nata su iniziativa della Federconsumatori che si pone come obiettivo la realizzazione di studi e ricerche su 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 2024 ISSCON ha collaborato con Federconsumatori realizzando le seguenti indagini:

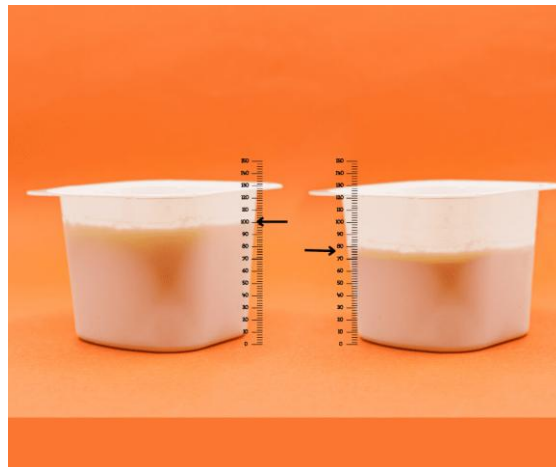
Indagine sui costi dei servizi balneari 2024

Con l'apertura della maggior parte degli stabilimenti balneari, la Fondazione ISSCON, insieme all'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, hanno potuto ultimare il consueto monitoraggio dei costi praticati per i servizi balneari nella stagione 2024, nonché rilevare le ultime mode e tendenze. Nemmeno quest'anno le famiglie saranno al riparo dai rincari: secondo i dati emersi, i costi dei servizi balneari aumentano mediamente del +5,2% rispetto al 2023.

Shrinkflation

La Fondazione ISSCON e l'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori hanno rilevato i principali prodotti interessati dalla *shrinkflation*, prendendo in esame gli ultimi due anni e mettendo a confronto riduzione di quantità e variazione di prezzo (rispetto al 2022), sia per i prodotti di uso quotidiano, sia con un focus relativo alle festività natalizie.

Tra i prodotti di Natale, il dolce tipo panettone al cioccolato di un noto marchio ha subito l'incremento di prezzo più eclatante (pari al +30,82%), con una contestuale riduzione del prodotto del -11,76%. Tra i prodotti di uso quotidiano, un determinato marchio di bagnoschiuma ha registrato il calo di quantità più evidente, pari al -16,67%, a fronte di un aumento di prezzo del +6,71%. Noti detersivi per piatti e ammorbidenti hanno visto ridurre le quantità del -5,56% e del -12,50%, con un aumento di prezzo, rispettivamente, del +50,31% e del +78,85%.



Il libro nero dell'azzardo - mafie, dipendenze, giovani. II edizione.

Il rapporto, a firma di Federconsumatori e CGIL nazionale, è curato da Federconsumatori Modena, in collaborazione con la Fondazione ISSCON.

Dopo la presentazione del rapporto da parte del ricercatore Massimiliano Vigarani, si è tenuta una tavola rotonda, moderata da Toni Mira, giornalista di Avvenire, con la partecipazione di Daniela Barbaresi – Segretaria nazionale CGIL, Michele Carrus – Presidente nazionale Federconsumatori, Marco De Pasquale – Osservatorio parlamentare di Avviso Pubblico, Luciano Gualzetti – Presidente Consulta nazionale Antiusura Giovanni Paolo II, Don Armando Zappolini – Portavoce della Campagna “Mettiamoci in gioco”.

Il rapporto di CGIL e Federconsumatori esamina nel dettaglio la vertiginosa crescita negli ultimi anni dell'azzardo online in Italia, grazie a dati inediti riferiti al 2023, ottenuti con un accesso agli atti dall'Agenzia Dogane e Monopoli. I dati emersi sono a dir poco allarmanti: gli italiani nel 2023 hanno speso 150 miliardi di euro nel gioco d'azzardo, ben il 78% per cento in più rispetto a dieci anni prima. Per fornire una misura, basti pensare che tale spesa equivale all'89% della nostra spesa alimentare annuale e a un po' meno della spesa sanitaria dell'anno scorso (che si ferma a 131,1 miliardi).

Sono 82 i miliardi raccolti nell'azzardo in rete nel corso del 2023; erano 49 nel 2020. In quattro anni si registra una crescita del 67%.

È come se, nel corso del 2023, ogni persona tra i 18 ed i 74 avesse speso in azzardo bel 1.926 euro.



Non così piccoli. L'azzardo online nei piccoli comuni italiani.

“Non così piccoli. L'azzardo online nei piccoli Comuni italiani” è il rapporto di Cgil, Federconsumatori e Fondazione ISSCON che, a pochi mesi dalla seconda edizione del *“Il Libro Nero dell'azzardo”*, conduce una mappatura dell'evoluzione dell'azzardo nelle Regioni, nelle Province e nei Comuni a partire dai 10.000 abitanti, approfondisce i dati, mai esplorati in precedenza, dei 3.232 Comuni italiani tra 2.000 e 9.999 abitanti, corrispondenti a un quarto della popolazione italiana e al 41% dei Comuni. Un tentativo che trova non pochi ostacoli, il primo dei quali è rappresentato dalla limitazione alla diffusione dei dati della gran parte del gioco fisico decisa dal Parlamento nel dicembre 2019.

I Comuni italiani sono centrali in ogni tentativo di contenere la crescita dell'azzardo. 150 miliardi di gioco complessivo annunciato dall'Agenzia Dogane e Monopoli per il 2023, è infatti un numero talmente grande da diventare astratto, lontano. Se, invece, si esamina la propria città, se si studia quanto viene speso e perso nelle Slot, nel gioco online, nel Gratta&Vinci, inevitabilmente si dà corpo e sangue a quei numeri, se ne intuiscono l'enormità e le anomalie, in termini di disagio e possibili infiltrazioni criminali.

Dal rapporto emerge che, se mediamente si gioca di più nei medi e grandi centri, la quantità di anomalie nella fascia dei piccoli Comuni è decisamente superiore. La regione che spende meno nel gioco online è il Veneto: Padova, con 960 euro annui giocati nel 2023, è lontanissima dagli oltre 3.200 euro di Messina, Palermo e Siracusa. Ma guardando ai piccoli Comuni, quello dove si è giocato di più online nel 2023 è proprio in provincia di Padova, Anguillara Veneta, 4.161 abitanti. Nel 2022 si registrava un dato di poco superiore a quello provinciale, 1.231 euro, ma nel 2023 sono spuntati all'improvviso 40 milioni di euro, accuratamente riportati nelle tabelle dell'ADM, che hanno portato il piccolo Comune all'incredibile media pro capite di 13.073 euro per ogni abitante tra 18 e 74 anni, 1.100 euro mensili, quasi 14 volte la media provinciale. I primi 3 Comuni della classifica sono del Nord.



La salute non può attendere. Monitoraggio nazionale sulle liste di attesa.

Il monitoraggio sulle liste di attesa predisposto da Federconsumatori e Fondazione ISSCON, con il contributo dell'Area Stato Sociale e Diritti della CGIL ha fotografato i tempi massimi di attesa registrati nelle Regioni e P.A. di Trento e Bolzano, nelle 41 aziende sanitarie locali di aree metropolitane e periferiche alle grandi Città, ed in 13 aziende ospedaliere. Sono state monitorate il 52% del totale delle prestazioni (86) oggetto del monitoraggio previsto dal PNGLA, inclusi i ricoveri nelle poche aziende dove risultano accessibili i dati.

Il report ha rilevato come i tagli alla sanità e la carenza di personale, in concomitanza con gli aumenti dei costi di produzione dei servizi, continuino a produrre ritardi e disservizi nel governo della domanda di prestazioni. L'analisi prende in considerazione anche il contesto sanitario, sociale, economico e territoriale dentro cui si muove il fenomeno delle liste di attesa e le tante disuguaglianze nell'accesso alle prestazioni sanitarie. Contesto su cui pesano i tagli al Fondo Sanitario, le differenze di riparto fra Regioni, i tanti commissariamenti lacrime e sangue per i cittadini, la spesa privata crescente per le cure arrivata, nel 2021, a ben 41 miliardi di euro e che varia in relazione ai territori ed alle condizioni sociali delle famiglie. Ciò a dimostrazione che laddove il pubblico arretra non tutte le famiglie sono nelle condizioni di sostenere i costi per le cure private. Ciò accade soprattutto nel Mezzogiorno dov'è più bassa la qualità e la garanzia dei LEA più alta la migrazione e l'aspettativa di vita.

I tempi di attesa fotografati dal Monitoraggio ISSCON, Federconsumatori, CGIL rilevano attese lunghissime sino a 735 giorni per una ecodoppler cardiaca. Dal confronto seguito all'illustrazione dei tempi del monitoraggio, è emersa la bocciatura del PNGLA 2024-2026, riproposizione di molte parti del Piano 2019-2021 che appare più incentrato a soddisfare esigenze contingenti di propaganda politica che i reali nodi a cui sono legate le liste di attesa. Nodi che per essere risolti richiedono misure cogenti per assicurare a Regioni e Aziende le condizioni ottimali per erogare le prestazioni nei tempi previsti dai medici prescrittori e nell'appropriatezza della domanda, a partire dall'adeguato finanziamento del Fondo sanitario, dello sblocco del tetto del personale, dal contenimento della spesa verso il privato, di trasparenza nella pubblicazione e comprensione dei dati anche per i non addetti e da cogenti misure di controllo e partecipazione dei cittadini nella valutazione della quantità e qualità dei servizi erogati.



LA COMUNICAZIONE

La comunicazione rappresenta da sempre un pilastro fondamentale per Federconsumatori, quale strumento indispensabile per informare, sensibilizzare e rafforzare il rapporto di fiducia con i cittadini. Non ci limitiamo a seguire e analizzare i temi di maggiore interesse sociale ed economico, ma siamo impegnati costantemente nell'aggiornamento delle nostre strategie comunicative, adottando linguaggi, strumenti e canali in grado di intercettare i bisogni delle persone e rispondere con tempestività ed efficacia.

Sia a livello nazionale che attraverso le sedi regionali e territoriali, Federconsumatori è attivamente presente sui principali social network, dove quotidianamente diffondiamo contenuti informativi, promuoviamo campagne di sensibilizzazione, denunciando pratiche commerciali scorrette e offriamo risposte concrete alle domande e ai dubbi espressi dai cittadini. Questo presidio digitale si affianca alla tradizionale attività di comunicazione attraverso la stampa, dove la voce dell'Associazione trova spazio grazie a interventi puntuali e autorevoli.

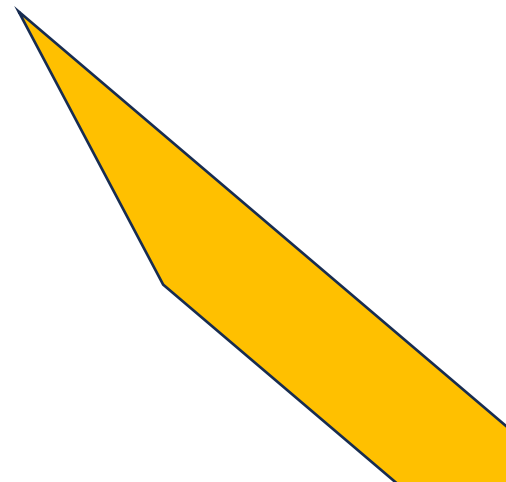
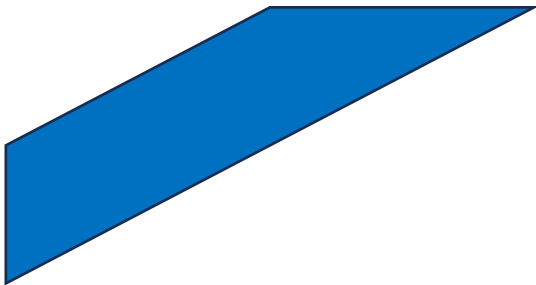
Un ruolo di primo piano è svolto dall'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, che attraverso un'attenta attività di monitoraggio e analisi fornisce dati aggiornati su prezzi, consumi e tendenze di mercato, contribuendo a smascherare fenomeni speculativi e a richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica e delle istituzioni sui temi più critici per le famiglie italiane.

Guardando al futuro, lo sforzo e l'impegno di Federconsumatori è quello di rafforzare la propria comunicazione digitale, con particolare attenzione al coinvolgimento dei giovani, sviluppando contenuti multimediali dinamici, accessibili e capaci di parlare il loro linguaggio. Verrà potenziato l'uso di strumenti interattivi e canali innovativi, per stimolare la partecipazione attiva delle nuove generazioni e favorire un dialogo diretto su temi come la cittadinanza attiva, il consumo responsabile e la tutela dei diritti digitali, l'utilizzo consapevole delle nuove tecnologie e dell'AI.



ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Anno	Modalità	Tipologia	N°
2024	Contatti telefonici e online	Acqua, Alimentazione, Assicurazioni, Carburanti, Casa, Cittadinanza, Credito – Banche, Infanzia, Energia elettrica e gas, Sanità e Farmaci, Commercio/consumi, Inflazione prezzi, Matrimoni, Festività, RC Auto, Rifiuti, Politica economica, Politiche culturali, Politica e società, Scuola e Università, Telecomunicazioni, Tempo libero, Trasporti, Vacanze e Turismo, Fine del mercato tutelato energia	3.024.566 Contatti e richieste
2024	Pareri forniti via e-mail e al telefono, ecc.		948.327
2024	Social network, internet, tv, radio		15.420 Interazioni Facebook e Instagram 5.695.041 Visualizzazioni social e web 862.669.184 Visualizzazioni di contenuti (stime sulla base dell'audience tv e radio)



SOCIAL NETWORK

TWITTER	FACEBOOK	INSTAGRAM	YOUTUBE
10.699 tweet 12.625 follower	60.800 mi piace	3.643 follower	93.049 views

COMUNICATI STAMPA – 269

NOTIZIE SULLA STAMPA NAZIONALE E LOCALE – 14.040

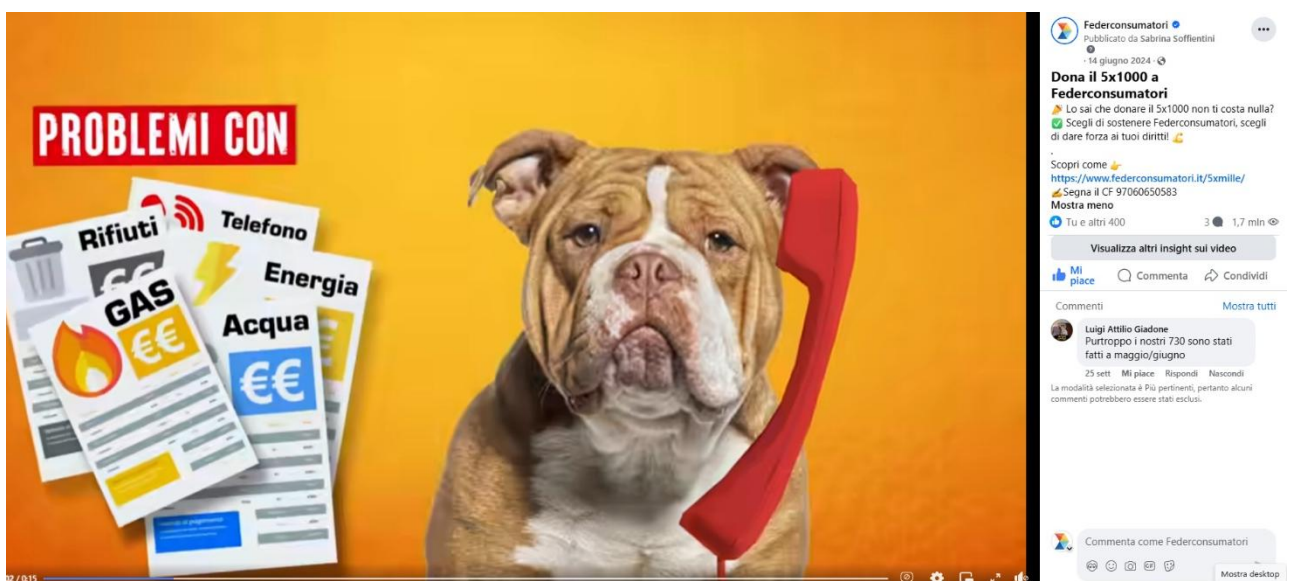
TOTALE USCITE – 32.098

NOTIZIE TV, WEB TV, RADIO, WEB RADIO, POST SUI SOCIAL NETWORK – 19.776

Visualizzazioni MENSILI sito web – 68.067

FACEBOOK E INSTAGRAM

Il post più visto nel 2024



FEDERCONSUMATORI NEWS

Federconsumatori News è una pubblicazione settimanale distribuita gratuitamente da Federconsumatori per informare e sensibilizzare i consumatori su temi legati al consumo e alla tutela dei diritti. È disponibile sia in versione cartacea che online attraverso un portale informativo che fornisce aggiornamenti e approfondimenti su varie problematiche consumeristiche. La rivista cartacea viene distribuita gratuitamente presso tutti gli sportelli di Federconsumatori. Il portale online permette di accedere ad un archivio di notizie, oltre a fornire strumenti per effettuare segnalazioni e denunce. Sono previste 52 uscite.

48.2024 | anno IV
 25 novembre - 1 dicembre



Gioco d'azzardo



I dati relativi ai piccoli comuni hanno messo in luce anomalie rilevanti

**Nessuna epidemia da gioco,
semmai una cronica malattia
da infiltrazioni illegali**

A distanza di oltre 20 giorni dalla presentazione del rapporto *"Non così piccoli, le infiltrazioni dell'azzardo on line nei piccoli comuni italiani"*, la cura di Federconsumatori, CODL e Fondazione ISSCON, i dati rilevati continuano a suscitare forte interesse dei mezzi d'informazione, delle istituzioni locali e delle Forze dell'Ordine.

La domanda che ci viene rivolta più frequentemente è come sia possibile che in comuni così piccoli, con poche migliaia di abitanti, si possano registrare giocate online medie che superano i 1000 euro al mese pro capite (popolazione di riferimento dai 18 ai 74 anni). Una prima risposta si trova nel sottotitolo che abbiamo dato al primo rapporto: **"Libro nero dell'azzardo"** (presentato a maggio 2024): **"mafie, dipendenze, giovani"**.

Da un lato l'azzardo online è sempre di più diffuso tra le giovani generazioni, tra i nativi digitali, e continua a sviluppare forme di dipendenza che faticano a essere individuate e curate.

Dall'altro lato nei nostri rapporti (che peraltro riportano anche valutazioni della Commissione Anti-



mafia) si segnala che l'azzardo praticabile su smartphone e pc, è una vera e propria prateria per il riciclaggio del denaro sporco. Anche i piccoli comuni che fanno registrare quote giocate pro capite incredibilmente alte potrebbero rientrare in questa ultima fattispecie.

Ovviamente una parte di queste giocate anomale potrebbero essere ricondotte anche alla presenza, in un piccolo Comune, di uno o due giocatori "professionisti", capaci di muovere somme ingenti (non necessariamente proprie) e capaci di attivare il dato complessivo di quella realtà. In questo caso saremmo di fronte ad una attività probabilmente legale, ma i soggetti preposti ai controlli potrebbero procedere con tutti gli accertamenti del caso. È del tutto evidente che non esistono le improvvise epidemie da azzardo, concentrate in un solo Comune.

La soluzione, ovviamente, è quella non di intraprendere la strada del proibizionismo - notoriamente inutile a combattere fenomeni analoghi - ma di regolamentare un settore che necessita una crescente attenzione. Il primo passo in questa direzione potrebbe essere quello di rendere fruibili e trasparenti i dettagli anche del



Federconsumatori News è un periodico di informazione e tutela dei diritti al consumo e alla tutela dei diritti.
 è un'attività di Federconsumatori, CODL e Fondazione ISSCON.

Redazione - Via Poenza 17 - 00198 Roma
 tel. 06 4307151 - 06 4307152
 email: federconsumatori.it

Pagine: 10
 Periodo: 15 ottobre 2024 - 15 novembre 2024
 Prezzo: 0,50 euro (IVA inclusa)

CHAT DI ASSISTENZA

Federconsumatori ha introdotto un ulteriore strumento digitale: una chat online attraverso WhatsApp che consente agli operatori di rispondere in tempo reale a richieste di informazioni, assistenza e consulenza su tutte le tematiche legate alla tutela dei consumatori.

Qualora la problematica richieda approfondimenti, il consumatore viene messo in contatto con i consulenti delle sedi territoriali. L'acquisizione e la gestione da remoto delle pratiche consentono una presa in carico tempestiva e mirata, facilitando la raccolta della documentazione necessaria (reclami, conciliazioni, ecc.).

Il canale garantisce un punto di contatto unico, assicurando sia la tutela individuale che quella collettiva. I dati raccolti, archiviati e schedati, rappresentano una risorsa strategica per l'attività dell'associazione nei tavoli istituzionali, nei confronti con aziende, associazioni di categoria, enti pubblici e soggetti privati.



MAPPATURA STAKEHOLDERS

Per perseguire i propri obiettivi, Federconsumatori mantiene un dialogo costante con le sue sedi territoriali, con le istituzioni, le associazioni di categoria, i media e, naturalmente, con i cittadini. Il confronto avviene attraverso i canali tradizionali – come sportelli fisici, contatti telefonici, programmi televisivi, conferenze e convegni – ma anche tramite le moderne piattaforme digitali.

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

- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA:

Confindustria, Confesercenti, Confartigianato, Coldiretti, Lega Coop, CIA, Centromarca

- CONTROPARTI DEI SETTORI:

Banche, Assicurazioni, Telefonia, Servizi postali, Energia, Gas, Acqua, Rifiuti, Commercio al dettaglio, Commercio on line, Turismo, Trasporti, Spettacolo, Tecnologie e AI

- ASSOCIAZIONI SINDACALI

- ENTI DEL TERZO SETTORE

- MEDIA

- UNIVERSITÀ

- STUDI PROFESSIONALI

- ARTICOLAZIONI TERRITORIALI

- CITTADINANZA

Tra le altre attività dell'Associazione si evidenziano alcuni interventi e partecipazione ad incontri online promossi da Istituzioni ed Associazioni di diverse categorie settoriali:

- Assemblea annuale dell'ANIA;
- Relazione annuale dell'ARERA;
- Relazione annuale AGCM;
- Relazione annuale Garante Privacy;
- Relazione annuale IVASS;
- Relazione Annuale ABF;
- Relazione Annuale OCF;
- Relazione Annuale ART;
- Relazione sull'attività Banca d'Italia;
- Assemblea annuale Confesercenti;
- Assemblea annuale ANITA;
- Assemblea aderenti ASviS;
- Conferenza Ordine del Notariato;
- Iniziative del CNCU;
- Eventi ed iniziative promosse da Centromarca;
- Evento annuale PagoPA;
- Eventi e iniziative organizzate da NeXt;

- Eventi I-COM;
- Eventi Banco dell'Energia;
- Tavoli AA.CC.-ABI;
- Campagna FEDERMOSTI;
- Campagna "M'illumino di meno";
- Eventi ACF;
- Eventi ABF;
- Eventi Consob;

ACCORDI E PROTOCOLLI PER LA RISOLUZIONE EXTRAGIUDIZIALE DELLE CONTROVERSIE.

- ABI;
- Assofin;
- ANIA;
- ANM;
- ASTOI
- ENI;
- Enel;
- Edison;
- E.ON;
- ACEA;
- A2A;
- Iren;
- Estra;
- Anbi;
- Andi;
- Netcomm;
- TIM;
- Wind/Tre;
- Vodafone;
- Fastweb;

- Poste Italiane;
- Autostrade per l'Italia;
- Strada dei parchi;
- Trenitalia;
- Unicredit;
- CRIF;
- Monte dei Paschi di Siena;
- Intesa San Paolo;
- BPER;
- Unipol;
- Feduf;
- Ministero Salute / Amalgama dentale;
- Telepass;
- Sinergy;
- UNIREC
- GSE
- Acquirente Unico



Federconsumatori – APS è membro di:



Federconsumatori – APS è socio di:



Federconsumatori – APS aderisce a:







OBIETTIVI

GLI OBIETTIVI

Nel corso degli anni scorsi abbiamo avviato un percorso che ha visto il coinvolgimento attivo e concreto di tutte le Associazioni dei Consumatori intorno a una piattaforma comune con lo scopo di contrastare con determinazione il caro-vita e in particolare l'aumento dei prezzi dei beni alimentari essenziali, il contrasto agli abusi e alle speculazioni. In un contesto segnato da prezzi ancora troppo elevati, redditi fermi e lavoro povero, il potere d'acquisto delle famiglie è sempre più basso, e questo non fa che aumentare in maniera intollerabile le disuguaglianze, ostacolando una crescita equa e sostenibile del nostro Paese.

La Federconsumatori intende proseguire con rinnovata convinzione su questa rotta, creando sinergie ed alleanze per il raggiungimento di importanti obiettivi strategici.

Contrastare l'aumento del costo della vita: attraverso un'azione coordinata e responsabile, si intende contribuire, attraverso proposte e denunce, a contenere l'inflazione sui beni di prima necessità, con interventi mirati a livello territoriale e nazionale.

Promuovere un maggiore senso di responsabilità collettiva: promuovendo una partecipazione attiva dei cittadini alla vita sociale e alle iniziative che riguardano i loro diritti, le loro tutele, la loro espressione e i loro bisogni. Alla politica, inoltre, chiediamo un decisivo cambio di passo, superando logiche autoreferenziali per rimettere al centro l'interesse generale.

Rafforzare alleanze con la società civile e le istituzioni: il cammino intrapreso ha consolidato rapporti e sinergie con altri attori sociali, al fine di ampliare l'impatto delle azioni e costruire un dialogo strutturato e costruttivo.

Monitorare e analizzare i prezzi attraverso gli Osservatori territoriali e l'attività di ricerca: avviati nell'ottobre 2024, gli osservatori territoriali si sono rivelati strumenti innovativi capaci di offrire un quadro reale e aggiornato del comparto ortofrutticolo, attraverso rilevazioni condotte in 54 mercati cittadini nei 21 capoluoghi regionali, a cura di esperti indipendenti. Questa attività, fondamentale per smascherare fenomeni speculativi e abusi, dovrà proseguire negli anni, anzi, dovrà essere estesa e resa strutturale. Le Associazioni dei Consumatori hanno chiesto, in tal senso, che il modello degli Osservatori venga replicato anche in altri settori chiave e in tutte le province, così da fornire dati continuativi e affidabili sull'andamento dei prezzi dei beni di largo consumo. Un'attività che continuerà ad essere affiancata, ovviamente, dalle consuete ricerche e denunce che Federconsumatori, attraverso il suo Osservatorio, svolge da anni, rilevando distorsioni del mercato e andamenti poco trasparenti.

Favorire una crescita equa e sostenibile: l'obiettivo è costruire un'economia che non lasci indietro nessuno, integrando digitalizzazione dei servizi, sviluppo di modelli di consumo sostenibili e circolari, partecipazione attiva dei cittadini e valorizzazione dei territori e delle comunità locali.

Adattare le strategie ai bisogni reali dei cittadini: è necessario condurre una lettura attenta e aggiornata della realtà sociale ed economica per pianificare azioni mirate, capaci di rispondere alle nuove esigenze, per definire norme capaci di rispondere ai diritti emergenti.

Rafforzare il ruolo di rappresentanza e di tutela dei diritti: riuscire a essere voce autorevole per i cittadini, contribuendo a una società più giusta, inclusiva e rispettosa dell'ambiente e dei diritti fondamentali.

Operare con professionalità, trasparenza e correttezza: questi sono i valori fondanti che garantiscono credibilità e autorevolezza nell'interlocuzione con istituzioni, cittadini e stakeholder.

Promuovere innovazione e attivare processi legislativi: è essenziale un lavoro costante fatto di studio, osservazione, aggiornamento e confronto, per incidere in maniera efficace anche sul piano normativo, a tutti i livelli, anche in ambito europeo.

La nostra Associazione intende continuare a svolgere la propria missione con impegno, consapevole della responsabilità che comporta la tutela dei diritti in un'epoca in rapido cambiamento.

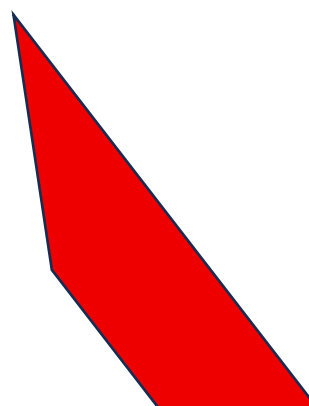
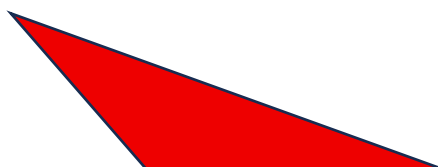
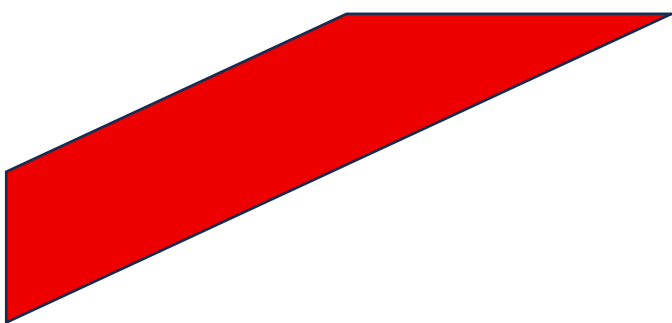


BILANCIO CONSUNTIVO 2024

SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

Bilancio Consuntivo 2024 dal Consiglio Direttivo Federconsumatori – APS approvato il 27/06/2025.

Il bilancio di esercizio al 31/12/2024, 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.



Ditta 1	FEDERCONSUMATORI NAZIONALE VIA PALESTRO 11 00185 ROMA	RM	Codice attivita' Codice fiscale Partita IVA	941100 - 97060650583 97060650583		
SITUAZIONE ECONOMICA		AL 31/12/2024	DAL	01/01/2024	AL 31/12/2024	Pagina 3
COSTI, SPESE E PERDITE			RICAVI E PROFITTI			
CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO		CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO
45/03/001	CONTRIB.A STRUTT.PER SEDI	1.160.318,00		64/01/001	TESSERAMENTO ORDINARIO	1.245.700,50
45/03/***	CONTRIB.A STRUTT.PER SEDI	1.160.318,00		64/01/***	INCASSI DA TESSERAMENTO	1.245.700,50
45/99/004	CONTR.A STRUTTURE:ALTRE	100,00		64/**/***	CONTRIBUTI ASSOCIATIVI	1.245.700,50
45/99/***	CONTR.A STRUTTURE: ALTRE	100,00				
45/**/***	CONTRIBUTI A STRUTTURE	1.160.418,00		65/01/002	CONTRIBUTI STRUTTURE CGIL	30.000,00
				65/01/***	CONTRIBUTI DA STRUTTURE	30.000,00
46/02/001	QUOTA ASSOCIATIVA ANNUALE 1	8.050,00		65/**/***	CONTRIBUTI DA STRUTTURE	30.000,00
46/02/***	QUOTA ASSOC.ANN.AD ORGAN.DIVERSI	8.050,00				
46/**/***	CONTRIBUTI-QUOTE ASSOC.ORGAN.DIV	8.050,00		66/01/001	CONTRIBUTO CGIL	140.000,00
				66/01/***	CONTRIBUTI DA ISTITUZIONI	140.000,00
47/03/001	SPESE PER ORGANI E ASSOCIAZION	1.200,00		66/02/007	CONTRIBUTI DA ENTI DIVERSI	5.500,00
47/03/***	SPESE PER CONGR. E CONF.ORGANIZ.	1.200,00		66/02/***	CONTRIBUTI DA ENTI LOCALI	5.500,00
47/04/001	VIAGGI E TRASFERTE	11.829,46		66/**/***	CONTR.FINALIZZATI DA ORG.DIVERSI	145.500,00
47/04/***	VIAGGI E TRASFERTE	11.829,46				
47/06/001	RIM.SPESE ORGANI ASSOCIAZIONI	5.246,29		70/02/002	CONTRIBUTI EDITORIA	51.645,70
47/06/002	RIM.SPESE ATTIVITA' ISTITUZIONAL	525,76		70/02/003	AGOS DUCATO	28.000,00
47/06/***	RIMBORSI SPESE	5.772,05		70/02/004	CONCILIAZIONI INVITALIA	355.010,00
47/07/001	Costi 5 x 1000 struttura	232.069,16		70/02/005	CONCILIAZIONI AUTOSTRADE	10.600,00
47/07/002	Costi 5 x 1000 territoriali 1	26.324,56		70/02/006	FONDO UNIREC	480,00
47/07/***	Costi 5 x 1000	258.393,72		70/02/007	CONCIL UNICREDIT	100,00
47/08/001	COSTO CONCILIAZIONI INVITALIA	383.577,39		70/02/013	CONCILIAZIONI ENERGIA	148.367,82
47/08/***	Costi Conciliazioni	383.577,39		70/02/014	CONCILIAZIONI FINDOMESTIC	1.750,00
47/**/***	SPESE ATTIVITA' ISTITUZZ	660.772,62		70/02/017	ENTRATE DA CONVENZIONI INTESA	189,80
				70/02/018	ENTRATE FEDUF	2.500,00
48/02/001	RIMBORSO SPESE VOLONTARI	5.990,03		70/02/099	ALTRE ATTIVITA PROGETTUALI	1.000,00
48/02/002	RIMBORSO SPESE ORGANI ASS	15.501,53		70/02/***	ENTRATE DA CONVENZIONI	599.643,32
48/02/***	RIMBORSO SPESE VOLONTARI	21.491,56		70/**/***	CONTRIBUTI VOLONTARI-LIBERALITA'	599.643,32
48/**/***	SPESE PER ATT. INTERNAZIONALE	21.491,56				
				71/01/001	CONTRIBUTI ASSOCIATIVI	2.850,00
50/01/001	COSTO PER STUDI E RICERCA	8.000,00		71/01/***	CONTRIBUTI ASSOCIATIVI	2.850,00
50/01/***	COSTO PER STUDI E RICERCHE	8.000,00		71/**/***	CONTRIBUTI DA ASSOCIATI	2.850,00
50/**/***	SPESE STUDI E RICERCHE	8.000,00				
				72/01/001	ENTRATA 5 X MILLE	363.219,58
52/01/001	STIPENDI E SALARI	270.223,31		72/01/***	ENTRATA 5 X MILLE	363.219,58
52/01/***	COMPETENZE	270.223,31		72/**/***	ENTRATA 5 X MILLE	363.219,58
52/02/001	CONTRIBUTI INPS CARICO DITTA	75.014,03				
52/02/005	INAIL DIPENDENTI COSTO	1.028,00		73/01/001	INTERESSI ATTIVI BANCHE	9.384,24
52/02/010	CONTRIBUTI SOCIALI COLLABORATORI	713,28		73/01/***	INTERESSI ATTIVI DA BANCHE	9.384,24
52/02/012	ARROTONDAMENTI	0,93		73/**/***	PROVENTI FINANZIARI	9.384,24
52/02/***	CONTRIBUTI SOCIALI	76.756,24				
52/04/001	ACCANTONAMENTO AL TFR	21.473,08		75/01/001	RECUPERO SPESE PER SERV.COMUN	69.931,59
52/04/***	ACCANTONAMENTO AL TFR	21.473,08		75/01/***	RECUPERO SPESE PER SERV. COMUNI	69.931,59
52/**/***	SPESE PER IL PERSONALE E COLLAB.	368.452,63		75/03/002	RIMBORSO X PREST. ATTIVITA' IST.	88,37
				75/03/***	RECUPERO SPESE DEL PERSONALE	88,37
53/03/001	ENERGIA ELETTRICA ED ACQUA	3.044,60		75/**/***	RECUPERO SPESE PER SERV.COMUN	70.019,96
53/03/***	ENERGIA ELETTRICA E ACQUA	3.044,60				
53/04/001	PULIZIA LOCALI	13.054,30		77/03/001	SOPRAVV.ATTIVE E INUSS.PASSIVE	11.064,00
53/04/***	PULIZIA LOCALI	13.054,30		77/03/***	SOPRAVV.ATTIVE E INSUSS.PASSIVO	11.064,00
53/05/001	CONDOMINIO	4.120,56		77/**/***	PROVENTI STRAORDINARI	11.064,00
53/05/002	CONDOMINIO 2	1.281,20				
53/05/***	CONDOMINIO	5.401,76		78/01/002	PROGETTO ERA DIGITALE	300.000,00
53/06/001	TELEFONICHE	10.044,65		78/01/003	PROGETTO IO SONO ORIGINALE	32.797,65
53/06/***	TELEFONICHE	10.044,65		78/01/007	DIRITTI A VIVA VOCE	101.011,41
53/07/001	TRASMISSIONE DATI	1.740,12		78/01/012	PROGETTO GIS	49.119,00
53/07/***	TRASMISSIONE DATI	1.740,12		78/01/***	RICAVI PROGETTI	482.928,06
53/08/002	COMMISSIONI POSTALI	54,40		78/**/***	RICAVI PROGETTI	482.928,06
53/08/***	POSTALI	54,40				
53/09/001	STAMPATI E CANCELLERIA	15.719,94				
53/09/***	STAMPATI E CANCELLERIA	15.719,94				
53/10/001	ABBONAMENTO GIORNALI STAMPE E TV	2.651,35				
53/10/***	ACQ.E ABBON.GIORNALI,RIV.,LIBRI	2.651,35				
53/11/001	ASSICURAZIONI	12.554,73				
53/11/***	ASSICURAZIONI	12.554,73				
53/12/001	PRESTAZIONI DA LAVORO AUTONOMO	4.458,24				
53/12/***	PRESTAZIONI DA LAVORO AUTONOMO	4.458,24				
53/13/001	COMPENSI A PROFESSIONISTI	1.610,00				
53/13/002	COMPENSI CONTABILITA E BUSTE P	19.964,35				

Ditta 1	FEDERCONSUMATORI NAZIONALE VIA PALESTRO 11 00185 ROMA RM			Codice attivita' Codice fiscale Partita IVA	941100 - 97060650583 97060650583	
SITUAZIONE ECONOMICA			AL 31/12/2024	DAL 01/01/2024	AL 31/12/2024	Pagina 4
COSTI, SPESE E PERDITE			RICAVI E PROFITTI			
CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO		CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO
53/13/008	COMPENSI A PROFESSIONISTI 8	1.903,20				
53/13/**	COMPENSI A PROFESSIONISTI	23.477,55				
53/14/001	SPESE DI RAPPRESENTANZA	1.952,00				
53/14/**	SPESE DI RAPPRESENTANZA	1.952,00				
53/15/002	CANONE ANNUO LICENZE SOFTWARE	12.134,67				
53/15/**	LOCAZIONE MACCHINE	12.134,67				
53/16/001	LOCAZIONE BENI IN LEASING	3.051,79				
53/16/002	LOCAZIONE MAGAZZINO	1.199,10				
53/16/**	LOCAZIONE BENI IN LEASING	4.250,89				
53/17/001	MANUTENZIONI E RIPARAZIONI	5.878,24				
53/17/002	MANUTENZIONE E RIPARAZIONE SEDE	900,90				
53/17/003	MANUT.E RIPARAZIONE SITO WEB	5.170,36				
53/17/**	MANUT.E RIPARAZIONE MACCHINE	11.949,50				
53/21/001	SERVIZI VARI E CONSULENZE	1.685,08				
53/21/003	SPESE PER SERVIZI COMUNI	13.090,60				
53/21/007	STAMPA FEDERNEWS	38.658,90				
53/21/008	SPESE PER ATTIVITA DI COMUNICAZI	39.528,86				
53/21/010	SPESE SERVIZIO CIVILE	13.320,00				
53/21/**	SPESE PER STAMPATI	106.283,44				
53/22/001	SPESE LEGALI	29.657,36				
53/22/**	SPESE LEGALI	29.657,36				
53/99/003	COSTI DI TRASPORTO E SPEDIZIONE	1.000,00				
53/99/004	ACQUISTO BENI DI CONSUMO	16.904,25				
53/99/005	VIGILANZA E METRONOTTE	1.484,60				
53/99/007	BUONI PASTO	13.642,13				
53/99/**	SPESE GENERALI: ALTRE	33.030,98				
53/**/**	SPESE GENERALI	291.460,48				
54/03/002	IMPOSTE E TASSE COMUNALI	1.292,74				
54/03/**	ICI	1.292,74				
54/05/001	TASSE SUI RIFIUTI SOLIDI URBANI	1.185,07				
54/05/**	TASSE SUI RIFIUTI SOLIDI URBANI	1.185,07				
54/07/001	IRAP	14.219,00				
54/07/**	IRAP	14.219,00				
54/99/001	IMPOSTE E TASSE ALTRE	696,31				
54/99/**	IMPOSTE E TASSE: ALTRE	696,31				
54/**/**	IMPOSTE E TASSE	17.393,12				
55/01/001	AMM.TO IMMOB.STRUMENTALI	13.620,00				
55/01/**	AMM.TO IMMBOLI STRUMENTALI	13.620,00				
55/06/001	AMM.TO MACCH.ELETTR.UFF.-HW	551,35				
55/06/**	AMM.TO MACCHINE ELETTR.D'UFFICIO	551,35				
55/09/001	AMM.TO ARREDI	1.432,21				
55/09/**	AMM.TO ARREDI	1.432,21				
55/**/**	AMMORTAMENTI	15.603,56				
56/01/002	ACCANTONAMENTI RISCHI E ONERI	10.000,00				
56/01/003	ACCANTONAMENTI SPESE FUTURE	10.000,00				
56/01/005	ACCANTONAMENTI FONDO SOLIDARIETA	14.235,42				
56/01/**	ACCANTONAMENTI	34.235,42				
56/99/001	ACCANTONAMENTO ALTRI	10.000,00				
56/99/**	ACCANTONAMENTI: ALTRI	10.000,00				
56/**/**	ACCANTONAMENTI	44.235,42				
57/01/001	INTERESSI PASSIVI BANCHE	351,22				
57/01/002	INTER. PASS. MUTUO E FINANZ	25.057,73				
57/01/**	INTERESSI PASSIVI A BANCHE	25.408,95				
57/04/001	COMMISSIONI E SPESE C/C BANCARIO	4.282,35				
57/04/**	COMMISSIONI E SPESE	4.282,35				
57/**/**	ONERI FINANZIARI	29.691,30				
59/03/001	SOPRAV.PASSIVE E INSUS.DI ATTIVO	9.354,04				
59/03/**	SOPPRAVV.PASSIVE E INSUSS.ATTIVO	9.354,04				
59/**/**	ONERI STRAORDINARI	9.354,04				
60/01/001	PROGETTO ERA DIGITALE	149.115,73				
60/01/002	IO SONO ORIGINALE	32.797,65				

Ditta 1	FEDERCONSUMATORI NAZIONALE VIA PALESTRO 11 00185 ROMA RM			Codice attivita' 941100 - Codice fiscale 97060650583 Partita IVA 97060650583		
SITUAZIONE ECONOMICA AL 31/12/2024 DAL 01/01/2024 AL 31/12/2024 Pagina 5						
COSTI, SPESE E PERDITE			RICAVI E PROFITTI			
CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO		CONTO	DESCRIZIONE CONTO	SALDO
60/01/003	COSTI GENERAZIONE IN SALUTE	24.119,00				
60/01/005	DIRITTI A VIVA VOCE	90.239,24				
60/01/006	PROGETTO RE CONSUMER	15.700,92				
60/01/014	COSTO PROG AVVISO 3	600,00				
60/01/015	PROGETTI DIVERSI	2.449,76				
60/01/099	COSTI PROGET RESIDUALI	1.040,00				
60/01/**	COSTI PROGETTI	316.062,30				
60/**/**	COSTI PROGETTI	316.062,30				
***	TOTALE COSTI	2.950.985,03		***	TOTALE RICAVI	2.960.309,66
****	UTILE DI ESERCIZIO	9.324,63				
*****	TOTALE A PAREGGIO	2.960.309,66		*****	TOTALE A PAREGGIO	2.960.309,66

Federconsumatori

