



BILANCIO SOCIALE

2021



PREFAZIONE

La presentazione del secondo bilancio sociale di **Movimento Consumatori aps** coincide con un momento storico e geopolitico delicato e foriero di ulteriore grande instabilità economica; l'invasione dell'Ucraina ha ulteriormente aggravato il costo degli idrocarburi aumentando una spinta inflazionistica già in essere anche in altri settori. Oggi sembra quindi più difficile per l'Europa coniugare gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite declinati nel Green new deal e nella transizione verso un'economia circolare.

Con questo bilancio sociale intendiamo evidenziare la complessità della nostra attività 2021 portata avanti insieme alle nostre articolazioni territoriali e alle associazioni a noi federate.

Il 2021 è stato anche l'anno del nostro congresso nazionale che è "caduto" dopo due anni di pandemia ma anche con i primi sintomi di quella crisi energetica che è poi esplosa in tutta la sua virulenza nel 2022.

In questo scenario sempre più complesso e critico il Bilancio sociale ha quindi l'obiettivo di aiutare tutti gli stakeholder a comprendere che cosa abbiamo fatto nel 2021, la nostra identità e come interpretiamo il nostro ruolo nel contesto economico e sociale odierno, condivide il percorso intrapreso, per perseguire i nostri obiettivi statuari tra cui in primis l'inclusione economica e finanziaria dei cittadini.

Questo bilancio si rivolge anche ai nostri associati e alla cittadinanza tutta alla quale come associazione siamo tenuti.

Per migliorarne la comprensione e rendere le informazioni maggiormente divulgative, i dati sono accompagnati da elementi di valutazione e di indirizzo necessari a rendere fruibile la traiettoria indicata dagli organi politici in primis dal congresso di Roma del settembre 2021.

L'impatto comunicativo del bilancio sociale si estrinseca nella possibilità, per chiunque ne sia interessato, di verificare se ed in quale misura gli obiettivi dichiarati dal Movimento Consumatori aps siano stati effettivamente conseguiti.

Abbiamo quindi ritenuto opportuno a tal fine, dar vita ad un unico documento globale, nel quale far confluire i risultati finanziari, ambientali, sociali e di governance, in altri termini un "bilancio sociale integrato" che auspichiamo rappresenti in maniera completa l'organizzazione, l'attività, le esperienze e i risultati raggiunti nell'anno 2021.

NOTA METODOLOGICA

“L'impegno di MC per la promozione della cultura consumerista e dello sviluppo della tutela del consumatore e della sostenibilità sociale ed economica”

Il secondo Bilancio sociale del Movimento Consumatori APS è un documento realizzato nel rispetto delle Linee guida per la redazione del Bilancio sociale degli Enti del Terzo Settore ai sensi dell'art.14 comma 1 del D.LGS. 117/2017, adottate con il decreto 4 luglio 2019 del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali.

Il Bilancio sociale 2021 è stato progettato e realizzato non solo come una mera raccolta di fattori finalizzati all'ottenimento dei propri risultati istituzionali, ma fa riferimento all'esercizio annuale in termini di rendicontazione sia delle attività sia dei risultati sociali ed economici raggiunti, nonché di verifica delle responsabilità e degli impegni presi nei confronti dei soci, dei lavoratori, dei destinatari e dei committenti pubblici e privati, ed in generale di tutti gli interlocutori con i quali Movimento Consumatori APS interagisce.

È uno strumento di accountability che si pone l'obiettivo di un corretto utilizzo delle risorse a disposizione e alla sua redazione ha contribuito tutta la struttura nazionale attraverso un gruppo di lavoro interno coordinato dal vicesegretario generale Ovidio Marzaioli ed in rappresentanza di tutti i settori operativi. Il Bilancio sociale è stato sottoposto all'approvazione dei competenti organi sociali congiuntamente al Bilancio di esercizio.

Movimento Consumatori APS dà ampia pubblicità del Bilancio sociale approvato, attraverso i canali di comunicazione a disposizione in particolare sul **sito Internet** www.movimentoconsumatori.it con la pubblicazione entro il 30 giugno di ogni anno.

La pubblicazione del Bilancio sociale 2021 ha l'obiettivo di favorire un dialogo trasparente con gli interlocutori basato sulla fiducia e sulla collaborazione reciproca anche valutando la coerenza degli obiettivi sociali con le esigenze del territorio e valorizzando le risorse locali, ai fini dello sviluppo umano e dell'inclusione delle minoranze e i dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono al Movimento Consumatori APS per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

L'impegno alla trasparenza di Movimento Consumatori APS si declina in tanti modi: il Bilancio sociale è una pubblicazione che riguarda la comunicazione di informazioni non finanziarie, di carattere ambientale e sociale, fornite secondo specifiche metodologie e standard di rendicontazione.

A tal fine sono stati identificati gli aspetti “materiali” da rendicontare, con i relativi indicatori di performance; i dati e le informazioni sono stati forniti dai diversi settori e fanno riferimento a documenti e fonti ufficiali diffusi sia internamente sia esternamente. Al fine di assicurare la massima attendibilità delle informazioni riportate, è stata privilegiata l'inclusione di grandezze misurabili direttamente, evitando il più possibile il ricorso a stime, le quali, laddove necessarie, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili o su rilevazioni campionarie e il loro utilizzo è segnalato all'interno dei singoli indicatori.

INDICE

1. Identità - Mission – Valori

1.1 Identità

1.2 Mission

1.3 Valori

1.4 Storia

1.5 Struttura politico-organizzativa

1.6 Rete associativa

2. Congresso nazionale dei delegati, proposte per il futuro

3. Attività di tutela del consumatore

3.1 Servizio Legale Nazionale

3.2 Tutela collettiva

3.3 Tutela giurisdizionale

3.4 ADR (Alternative Dispute Resolution)

3.5 Tutela individuale: Sportello Consumatori

3.6 Formazione interna

4. Attività progettuali

5. Attività istituzionali ed altre campagne

5.1 Attività di comunicazione

5.2 Rapporti con le istituzioni

5.3 Rapporti con gli stakeholder

5.4 Associazionismo e iniziative per “FARE RETE”

5.5 La rete MC

6. Il Bilancio sociale integrato con la relazione dell’organo di controllo ai sensi dell’art. 30, comma 7 del Codice del Terzo Settore

1. Identità - Mission - Valori

1.1 Identità

Il Movimento Consumatori APS, brevemente denominato MC APS, fondato nel 1985, è un'associazione di diritto civile senza scopo di lucro [...] che ha quale esclusivo scopo statutario la tutela dei diritti e degli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti. [...]

Il Movimento Consumatori [...] si prefigge le seguenti finalità ed obiettivi:

- a) migliorare la qualità della vita delle persone;
- b) promuovere lo sviluppo della cultura consumeristica e l'educazione ad un consumo sostenibile e ambientalmente compatibile;
- c) tutelare i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ivi compresi i risparmiatori e i contribuenti, come definiti dalle vigenti leggi di settore (a titolo esemplificativo art. 2 e 139 d.lgs 6 settembre 2005, n. 206) dalla Costituzione italiana e, a livello internazionale, dalla Dichiarazione Universale dei diritti dell'uomo, e a tal fine:
 - contribuisce al pieno riconoscimento e alla realizzazione dei diritti di cittadinanza economica nel mercato;
 - promuove la regolamentazione globale dell'economia;
- d) promuovere l'attuazione dei diritti costituzionali concernenti l'uguaglianza di dignità e opportunità e la lotta contro ogni forma di discriminazione nei confronti di persone che, per cause di genere, età, di deficit psichici, fisici o funzionali o di specifiche condizioni socio-economiche, siano in condizione di marginalità sociale.

In tale prospettiva si batte per il diritto alla tutela della salute e per la sicurezza e la qualità dei prodotti e dei servizi pubblici e privati, per il diritto alla tutela degli interessi economici, per il diritto al rispetto della privacy, per il diritto di risarcimento dei danni subiti dai consumatori e dagli utenti, per il diritto di questi ad essere informati, rappresentati ed ascoltati anche con apposite attività di consulenza ai soci, per offrire loro le migliori condizioni di consumo, di utenza, di risparmio, di soggettività fiscale, di qualità ambientale.

1.2 Mission

Il consumerismo italiano organizzato in forma associativa, dal 1998 con la legge 281 e ancor più dal 2005 con il Codice del Consumo, è stato riconosciuto nelle sue funzioni di rappresentanza, tutela e informazione in maniera formale e strutturata; si è rafforzato, fino ad assumere un ruolo di rilievo istituzionale nel dibattito economico e sociale.

Sempre più le associazioni di consumatori sono chiamate dalle istituzioni europee, nazionali e locali a dare pareri, formulare proposte, esaminare articolati legislativi e regolamentari.

Il Codice del consumo ha segnato un momento fondamentale nella storia del consumerismo italiano, e può dirsi sia stato il punto d'approdo di un modello basato principalmente sulla tutela della concorrenza, dei prezzi, della trasparenza e, in parte, dell'equità nei rapporti contrattuali. Gli importanti strumenti di tutela (individuale e collettiva) hanno permesso una reazione a pratiche vessatorie, scorrette o ingannevoli. Le associazioni si sono adattate a questa impostazione e, nei limiti delle risorse a disposizione, hanno svolto e svolgono un enorme lavoro di tutela, soprattutto a livello territoriale: centinaia di migliaia di cittadini trovano soluzione alle proprie controversie di consumo tramite l'attività degli sportelli locali.

Spesso le associazioni hanno accettato in modo del tutto acritico il ruolo di difensori “della borsa della spesa dal caro prezzi”, delegando, come sembrava costituzionalmente corretto, alla politica elettiva le scelte rispetto alle politiche economiche, sociali e fiscali.

In tale contesto non si è tenuto conto che la maggior parte dei partiti si era ormai appiattita sulle politiche neoliberiste, perdendo una propria visione politica ed economica della società, mettendo in cantina ogni proposito di continuare, come nei decenni precedenti, l’opera di attuazione dei diritti costituzionali economici dei cittadini.

Gli ultimi decenni hanno segnato una brusca interruzione del percorso politico di attuazione dei diritti economici e di cittadinanza sanciti nella Dichiarazione universale dei diritti umani ed un allontanamento dal principio costituzionale per cui l’attività economica non deve svolgersi “in contrasto con l’utilità sociale o in modo da arrecare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana” (art. 41 Cost.).

Anche le associazioni di consumatori hanno finito per appiattirsi sul pensiero economico dominante guardando con sempre crescente entusiasmo e acriticità alle liberalizzazioni dei mercati, alle privatizzazioni, alla deregolamentazione dei mercati finanziari.

In uno scenario così poco dinamico e critico, Movimento Consumatori APS ha attuato una scelta di originale posizionamento nel panorama delle associazioni dei consumatori riconosciute nel CNCU non limitandosi ai compiti istituzionalmente previsti, ma investendo le proprie energie su tematiche sempre più aderenti alle necessità sociali italiane ed europee a partire dalla lotta alla povertà allo sviluppo di politiche inclusive.

Il Movimento Consumatori APS ha contribuito e **contribuisce al pieno riconoscimento e alla realizzazione dei diritti di cittadinanza economica nel mercato**, promuovendo la regolamentazione globale dell’economia, attraverso l’attuazione dei diritti costituzionali concernenti l’uguaglianza di dignità e di opportunità e la lotta contro ogni forma di discriminazione, richiamando le istituzioni e le imprese al principio costituzionale per cui l’attività economica non deve svolgersi in contrasto con l’utilità sociale o in modo da arrecare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana.

MC promuove la sicurezza, la legalità, la giustizia, la salute in ogni suo aspetto, **la qualità dei prodotti e dei servizi**, l’adeguatezza dell’informazione ed una corretta pubblicità, l’educazione al consumo ed all’uso del denaro, con particolare attenzione alla prevenzione del **sovraindebitamento** ed alla lotta all’usura.

L’attività di Movimento Consumatori è volta a verificare che l’erogazione dei **servizi pubblici** rispetti standard di qualità ed efficienza, evitando che si trasformino, come purtroppo spesso accade, in disservizi.

Come Associazione di Promozione Sociale, riconosciuta presso il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, è impegnata in azioni volte all’affermazione di una società democratica e solidale per la diffusione della cultura, della legalità e del diritto alla cittadinanza.

Come Associazione Nazionale di Consumatori ed Utenti, riconosciuta presso il Ministero dello Sviluppo Economico, promuove e favorisce una politica di tutela e di informazione in favore dei consumatori.

L’attività di MC APS si concretizza attraverso i suoi sportelli e l’impegno dei volontari e delle volontarie che ogni giorno portano avanti un’attività di controllo e tutela dei diritti del cittadino consumatore e utente.

La natura della nostra mission di tutela e di difesa dei diritti e degli interessi dei cittadini consumatori, ci impone non soltanto di realizzare azioni e interventi in grado di produrre effetti positivi e duraturi sulla crescita dell’associazione, ma anche di condividere con gli stakeholder i nostri risultati, misurare le decisioni di fondo da scegliere analizzando tutti gli impatti che esse determinano e comunicarne gli esiti.

1.3 Valori

Movimento Consumatori APS riconosce la necessità e tutela la partecipazione democratica di tutti i cittadini e lo spirito democratico; informa su tutte le nostre attività e procedure, difendendo la propria autonomia senza scopo di lucro e tutelando i diritti dei consumatori dal mancato rispetto delle normative poste a tutela dei consumatori.

Movimento Consumatori APS è un'associazione di promozione sociale e persegue l'obiettivo di ridurre le disparità e promuovere l'equità, l'inclusione sociale anche attraverso attività di informazione ai cittadini, così da renderli consapevoli dei propri diritti e delle modalità per esercitarli.

Movimento Consumatori APS valuta, attraverso la sua rete di sportelli, ogni istanza presentata dal consumatore in maniera responsabile, guidandolo verso una corretta gestione della propria controversia.

Dal 2002, svolge piani di monitoraggio del rispetto delle normative a tutela dei consumatori da parte delle aziende e persegue le violazioni riscontrate tramite azioni collettive inibitorie e esposti alle Autorità indipendenti. Incentiva la promozione e la diffusione di valori quali partecipazione, solidarietà, integrazione e legalità in modo particolare lavorando sul tema della responsabilità sociale di consumo e dell'economia circolare. Realizza programmi di educazione al consumo responsabile e di educazione finanziaria e alimentare per gli studenti e per specifiche "fasce deboli" della popolazione; svolge ricerche per la valutazione dei comportamenti delle grandi aziende rispetto al tema della sostenibilità sociale e ambientale.

MC è riconosciuta dal Ministero dello Sviluppo economico tra le associazioni dei consumatori maggiormente rappresentative, collabora con le Authority di controllo (AGCM, AGCOM, PRIVACY, ARERA, ecc.) e si relaziona dialetticamente con le principali associazioni di categoria del mondo del lavoro e dell'impresa e svolge attività di lobby parlamentare e governativa per influenzare i decisori a normare nell'interesse generale dei cittadini. MC è membro del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti e dal 2006 è un'Associazione di Promozione Sociale.

Trae le risorse necessarie per il perseguimento dei propri obiettivi principalmente dal volontariato e dalla partecipazione a bandi pubblici nazionali (ad esempio, MISE, Ministero del Lavoro e Ministero dell'Interno) e europei su specifiche linee di azione (ad esempio, contrasto della contraffazione dei prodotti, educazione al consumo, assistenza e difesa dei cittadini, economia circolare, ecc.)

1.4 Storia

Il Movimento Consumatori APS (MC) nasce a Milano su impulso di alcuni intellettuali, guidati dal prof. Gustavo Ghidini, che nel 1985 percepiscono la necessità di creare un organismo collettivo e inclusivo (da qui anche l'alleanza cofondatrice originaria con l'Arci) per promuovere i diritti dei consumatori come diritti civili nel mercato.

Da allora l'associazione si è fortemente sviluppata, dando vita a presidi e sportelli in tutta Italia, ottenendo il riconoscimento del Ministero dello Sviluppo economico e raggiungendo risultati notevoli in materia di tutela del cittadino-consumatore-utente, incidendo attivamente nella creazione di nuovi testi di legge e di nuove forme di procedure stragiudiziali (negoziazioni e conciliazioni paritetiche) e arriva a contare oltre 30 mila iscritti tra singoli cittadini, associazioni federate e sezioni territoriali.

Le associazioni federate a Movimento Consumatori sono:

- A.Di.C Umbria Associazione per i diritti dei Cittadini
- A.Di.C Toscana Associazione per i diritti dei Cittadini
- Sportello del Consumatore Liguria
- TUTELATTIVA
- ACP - Associazione Consumatori Piemonte

1.5 Struttura politico-organizzativa

Organizzazione politica



Organi collegiali

Gli organismi dirigenti eletti dal XII Congresso nazionale dei delegati sono:

Direttivo Nazionale: Annacora Azzollini, Michele Bernaudo, Massimo Camerieri, Gioacchino Comparato, Antonio De Michele, Paolo Fiorio, Marco Gagliardi, Gustavo Ghidini, Paolo Graziano, Mariella Inchingolo, Bruno Maizzi, Giuliano Mancinelli, Armando Mansueto, Ovidio Marzaioli, Rosanna Minafra, Giuseppe Minio, Alessandro Mostaccio, Monica Multari, Marila Nsunda Nimi, Maria Cristina Osnaghi, Piero Pacchioli, Laila Perciballi, Corrado Pinna, Egidio Raimondi, Rita Rocco, Maria Russo, Michele Salaris, Riccardo Sartoris, Giorgio Sprocati, Giampietro Tentori, Stefano Vignolo

Collegio dei probiviri: Francesco Orlandi, Gianluca Franchi, Gisella Seghettini Supplenti: Marco Malorgio, Osvaldo Ciriello

Revisori: Carlo LoVerde, Renato Casari, Marco Ziccardi

Esecutivo: Paolo Fiorio, Ovidio Marzaioli, Alessandro Mostaccio, Piero Pacchioli, Rita Rocco

Segreteria: Paolo Fiorio, Gustavo Ghidini, Bruno Maizzi, Armando Mansueto, Ovidio Marzaioli, Alessandro Mostaccio, Piero Pacchioli, Rita Rocco, Gavino Sanna, Giorgio Sprocati.

Nell'ambito del percorso di trasparenza che Movimento Consumatori APS ha intrapreso con la presentazione del primo Bilancio sociale del 2020 si è deciso di pubblicare in uno al Codice etico ed allo Statuto anche i due regolamenti previsti all'art.14 comma 2 del Dlgs 117/2017 ed approvati dal Consiglio Direttivo nella riunione del 12 novembre 2021 e che rappresentano un pezzo importante sulla strada della definizione delle strutture e delle articolazioni degli enti del Terzo settore ed in particolare delle Associazioni di Promozione Sociale come MC.

Si riportano di seguito i documenti integrali consultabili anche sul sito MC <https://www.movimentoconsumatori.it/chi-siamo/statuto-e-codice-etico>

1. Il Codice etico

Premessa

L'adozione del Codice Etico è espressione di un contesto associativo nel quale l'obiettivo primario è soddisfare le necessità e le aspettative degli stakeholder attraverso elevati standard di professionalità e l'assenza di condotte contrarie alle disposizioni di legge e ai valori che MC promuove.

MC assicura alle proprie persone un programma di formazione e sensibilizzazione sul contenuto del Codice Etico.

Il presente Codice Etico viene promulgato dal Consiglio Direttivo Nazionale di Movimento Consumatori ai sensi dell'art. 12 dello Statuto. Esso norma i comportamenti dei dirigenti, dei collaboratori e degli associati per quanto attiene ai loro ruoli e alle loro funzioni, nonché nei confronti dell'Associazione stessa.

- Sezione I - posizione e comportamenti individuali
- Sezione II - modalità di servizio allo sportello
- Sezione III - partnership e finanziamenti
- Sezione IV - disposizioni comuni

SEZIONE I - POSIZIONE E COMPORTAMENTI INDIVIDUALI

1. Riservatezza

I dirigenti, i collaboratori e gli associati sono tenuti alla riservatezza verso l'esterno in ordine alle attività svolte, alle iniziative intraprese, ai casi trattati e alle decisioni assunte dall'Associazione, salvo diversa specifica decisione relativa alla diffusione di comunicazioni attraverso i mezzi di informazione.

Ogni comunicazione, sia scritta sia verbale, che pervenga a Movimento Consumatori può essere liberamente utilizzata e diffusa, con omissione del nome delle persone coinvolte, salvo loro autorizzazione scritta.

2. Incompatibilità e obbligo di astensione

Ciascun associato ha l'obbligo di astenersi dal partecipare ai processi deliberativi che riguardino lui stesso o soggetti con cui ha o ha avuto rapporti, favorevoli o contrari quali: patrocinio favorevole o contrario, abituale consulenza professionale, lite personale in corso, rapporti di società o di associazione, rapporto di parentela, che comportino interessi incompatibili e in conflitto con quelli dell'associazione.

Ciascun associato, consulente o collaboratore ha l'obbligo di astenersi dal partecipare a iniziative, campagne, attività rispetto alle quali si configuri una situazione di incompatibilità come definita al comma precedente.

Nel caso previsto dal secondo comma, il Consiglio Direttivo può dichiarare l'inesistenza della causa di incompatibilità o deliberare l'esonero dall'obbligo di astensione con provvedimento motivato.

La partecipazione a processi decisionali, a iniziative o attività non preceduta dalla dichiarazione di incompatibilità, quando questa sussiste, è causa di esclusione dell'associato e di cessazione del rapporto con il collaboratore.

3. Interventi pubblici

La partecipazione a convegni, congressi, iniziative da parte di associati o collaboratori di Movimento Consumatori, usando come qualifica l'appartenenza al Movimento stesso, è possibile previo accordo con gli organi dirigenti di riferimento.

Qualora essa dia titolo ad un compenso professionale, quota parte di tale compenso dovrà essere versata al Movimento Consumatori. Le stesse regole si applicano nel caso di collaborazioni a giornali, riviste, programmi radio televisivi, e simili.

4. Adesione a partiti politici e sindacati

Ciascun associato può partecipare ad iniziative di partito, di sindacati o di altre associazioni in cui si trovi a militare, anche accettandone candidature o designazioni. Dovrà però astenersi dal configurare in qualsiasi momento la propria personale partecipazione come espressione di una adesione di Movimento Consumatori.

5. Collaborazione con enti pubblici

La collaborazione con enti pubblici di qualsiasi livello, anche a titolo professionale, è consentita con il solo limite della necessaria distinzione tra strutture e rappresentanze di Movimento Consumatori e strutture e rappresentanze dell'ente. In particolare si dovrà operare per escludere qualsiasi (reale o apparente) assorbimento organico dell'attività del Movimento nell'ente.

6. Rapporti con i mezzi di informazione

I rapporti con i mezzi di informazione su tematiche di carattere locale sono tenuti dal presidente, dai componenti o dai collaboratori espressamente incaricati del livello associativo competente per territorio. I rapporti con i mezzi di informazione su tematiche di carattere nazionale sono tenuti ed in ogni caso coordinati esclusivamente dal presidente nazionale o da chi da questi espressamente incaricato.

SEZIONE II - MODALITÀ DI SERVIZIO ALLO SPORTELLLO

7. Principi generali

Le sezioni territoriali e gli sportelli locali di Movimento Consumatori, in quanto associazioni autonome dotate di un proprio atto costitutivo e di un proprio statuto, e affiliate a Movimento Consumatori nazionale secondo le regole da questo stabilite, possono gestire servizi di consulenza e assistenza rivolti ai consumatori nelle materie statutariamente di competenza dell'associazione.

Qualora dovessero pervenire a Movimento Consumatori nazionale richieste di assistenza e consulenza ai singoli, tali richieste verranno inoltrate alle sezioni e agli sportelli secondo il loro ambito territoriale.

8. Attività del socio-consulente

I servizi di informazione, consulenza e assistenza stragiudiziale presso gli sportelli sono curati da associati a Movimento Consumatori.

In ogni caso, il socio-consulente (anche se eventualmente iscritto ad un albo professionale) svolge l'attività di sportello in nome e per conto dell'associazione, e al di fuori della propria eventuale attività professionale.

Pertanto, il socio-consulente non può richiedere compensi personali di alcun genere agli utenti dello sportello, né accettarli.

Nel servizio di assistenza al consumatore, ogni contatto con soggetti terzi sarà tenuto in nome e per conto di Movimento Consumatori, usando, per le comunicazioni scritte, esclusivamente la carta intestata dell'associazione.

9. Informazioni al consumatore

L'addetto allo sportello informa preventivamente il consumatore che:

- l'associazione si autofinanzia mediante il tesseramento, pertanto il servizio è riservato agli associati;
- il servizio di sportello comprende l'attività di informazione, consulenza e assistenza stragiudiziale per le materie di competenza dell'associazione;
- l'associazione non fornisce il servizio di assistenza legale professionale, per la quale il consumatore dovrà eventualmente rivolgersi ad un legale di propria fiducia e a sue spese.

10. Assistenza legale

Nel caso in cui l'intervento di Movimento Consumatori non abbia potuto risolvere il problema, e si renda necessario l'intervento di un legale, l'addetto allo sportello ne informa il consumatore, comunicandogli che:

- il Movimento Consumatori non può fornirgli l'assistenza legale, trattandosi di attività riservata ai professionisti iscritti all'albo degli avvocati;
- se ritiene di avvalersi di un'assistenza professionale deve rivolgersi ad un legale di sua fiducia, instaurando con lui un rapporto diretto, con oneri a suo carico.

11. Indicazione di professionisti

Esaurita l'attività di sportello, se il consumatore ne fa espressa richiesta, il Movimento Consumatori gli indica uno o più professionisti esperti della materia.

In questo caso, al consumatore viene richiesto di riferire, all'esito della pratica, circa il proprio grado di soddisfazione in merito al servizio prestato dal professionista, nonché in merito alle tariffe applicate e alla correttezza della fatturazione.

Al consumatore viene chiarito che ciò costituisce una sua facoltà e non un obbligo, e che il Movimento

Consumatori non interverrà nel suo rapporto con il professionista, ma che terrà conto di quanto eventualmente riferito ai fini di casi futuri.

In ogni caso, il rapporto tra il consumatore e il professionista da lui scelto, anche se su eventuale indicazione dell'associazione, è esclusivo e non coinvolge in alcun modo il Movimento Consumatori.

SEZIONE III - PARTNERSHIP E FINANZIAMENTI

12. Erogazioni liberali e altri finanziamenti a fondo perduto

Non può essere accettata l'erogazione di somme a fondo perduto da parte di imprese commerciali o di associazioni di categoria rappresentative di imprese commerciali.

13. Partnership

Il ricorso a partnership con soggetti finanziatori, comprese imprese commerciali e loro associazioni di categoria, è ammesso nei limiti di durata e di oggetto di singoli progetti o iniziative alle seguenti condizioni:

- perseguimento di interessi dei consumatori;
- esclusione di ogni attività di promozione o pubblicità commerciale avente per oggetto beni o servizi prodotti da terzi e di ogni connessione di interessi con imprese di produzione o di distribuzione.

L'utilizzo del nome e del logo di Movimento Consumatori contestualmente a quello dei suddetti soggetti è consentito negli stessi limiti. In ogni caso, nome e logo di Movimento Consumatori non possono essere utilizzati da parte di sezioni territoriali per iniziative di valenza nazionale o per progetti promossi in partnership con soggetti di rilievo nazionale.

14. Esclusioni

Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i principi definiti dalla Risoluzione 2003/16 delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:

- rispetto degli obblighi riguardanti la tutela dei consumatori;
- rispetto del diritto alle pari opportunità e al trattamento non discriminatorio;
- rispetto del diritto alla sicurezza e alla salute delle persone;
- rispetto dei diritti dei lavoratori;
- rispetto degli obblighi riguardanti la protezione dell'ambiente.

Sono escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte in attività illecite, illegali o immorali. Se una delle cause ostative di cui al primo comma si rende nota nel corso di un rapporto di partnership già avviato, è consentito portare a termine il rapporto in corso sino alla sua naturale scadenza, secondo la prudente valutazione di opportunità da parte degli organi associativi competenti, sentito il parere del Collegio dei Probiviri. In tale caso non è tuttavia consentito il rinnovo del rapporto alla scadenza.

SEZIONE IV - DISPOSIZIONI COMUNI

15. Collegio dei probiviri

La competenza sulla verifica della corretta applicazione del presente Codice Etico ad ogni livello è attribuita al Collegio dei Probiviri nazionale, cui è demandata altresì la risoluzione di ogni controversia che dovesse insorgere circa l'interpretazione e l'applicazione delle norme in esso contenute.

16. Revisione del Codice etico

La revisione delle disposizioni del presente Codice etico è deliberata dal Consiglio Direttivo Nazionale.

1. Regolamento per la determinazione di trattamenti economici, emolumenti, compensi o corrispettivi (art. 14 co. 2 Codice Terzo Settore)

1 Oggetto e definizioni

1.1 - Il presente Regolamento definisce gli indirizzi cui il Movimento Consumatori APS intende uniformare il modello organizzativo della determinazione dei compensi massimi da attribuire ai soggetti che ricoprono cariche associative o che siano destinatari di deleghe di funzioni associative attribuite dal Consiglio Direttivo.

Il presente Regolamento non attribuisce ai soggetti che ricoprono cariche associative o che siano destinatari di deleghe di funzioni associative attribuite dal Consiglio Direttivo il diritto a i compensi che potranno essere determinati secondo quanto di seguito previsto.

1.2 Definizioni

Sono organi del Movimento Consumatori:

- Il Consiglio Direttivo Nazionale;
- La Segreteria Nazionale;
- Il Consiglio Esecutivo;
- Il Collegio dei Probiviri;
- l'Organo di controllo

(gli "Organi dell'Associazione")

Sono Cariche Associative elette dagli Organi dell'Associazione:

- Il Presidente
- Il Vice Presidente
- Il Segretario Generale.
- Il Vice Segretario
- Il Tesoriere

(le "Cariche Associative")

Sono "Dirigenti" i lavoratori subordinati, autonomi e/o professionisti destinatari di specifica delega emanata dal Consiglio Direttivo.

2 Tipologie di trattamenti economici

Il presente Regolamento disciplina le seguenti tipologie di trattamenti economici:

i) Indennità di carica

ii) Compensi per l'attuazione di deleghe specifiche

iii) Compensi riconosciuti per l'attuazione di specifici progetti finanziati e rendicontati ad enti pubblici nazionali e/o europei

iv) Altri compensi stabiliti dal Consiglio direttivo

v) Rimborsi

I trattamenti economici di cui al punto precedente sono stabiliti annualmente dal comitato esecutivo secondo i criteri ed entro i massimali previsti dal presente regolamento. I trattamenti economici devono essere in ogni caso proporzionati all'importanza e all'impegno richiesto dallo specifico incarico.

Non sono attribuibili trattamenti economici, emolumenti, compensi, corrispettivi o rimborsi non compatibili con il presente Regolamento salva espressa delibera del Consiglio Direttivo.

I compensi dei componenti dell'Organo di controllo sono stabiliti dal Congresso Nazionale con l'atto di nomina.

3 - Indennità

L'indennità annuale di carica può essere riconosciuta al Segretario Generale, al Presidente e al Tesoriere in base ai seguenti criteri.

L'indennità massima è determinata, in funzione della responsabilità politica ed amministrativa del ruolo.

Le indennità, stabilite annualmente dal Comitato esecutivo, devono in ogni caso essere determinate tenuto conto della situazione economico e finanziaria dell'associazione, fermi i valori lordi massimi stabiliti dal presente regolamento. Gli interessati possono in ogni momento rinunciare in tutto o in parte all'indennità. Massimale per indennità: Segretario generale: 40.000; Presidente 10.000; Tesoriere: 30.000

4 Compensi per l'attuazione di deleghe specifiche

I Compensi eventualmente dovuti per l'attuazione di deleghe specifiche attribuite dal Consiglio Direttivo a soggetti che ricoprano una Carica Associativa o che siano componenti di Organi Associativi, se non determinati dal direttivo in sede di conferimento della delega, vengono individuati dal Comitato Esecutivo. Il Consiglio Direttivo al momento dell'attribuzione di deleghe di specifiche funzioni associative può incaricare il delegato a presentare al Comitato Esecutivo un programma per lo svolgimento delle attività delegate, eventualmente comprensivo di un piano finanziario e di un preventivo di spesa. Il Comitato esecutivo valuta ed approva il programma delle attività e l'eventuale piano finanziario e preventivo di spesa in considerazione della complessiva situazione economico finanziaria dell'associazione e del presente regolamento. Il compenso annuo lordo per singolo incarico non può superare il doppio di quanto previsto per l'indennità del Segretario Generale.

I compensi sono determinati tendo in considerazione l'importanza dell'incarico e l'impegno richiesto, nonché, per i rapporti di lavoro subordinato in conformità ai CCNL applicabili.

Nella determinazione del compenso per l'attività di consulenza dovranno essere presi in considerazione i massimali stabiliti dalla circolare 2 del 2009 del Ministero del lavoro.

L'importo massimo del compenso sopra stabilito può essere superato se autorizzato con delibera del Consiglio Direttivo.

5 Compensi riconosciuti per l'attuazione di specifici progetti finanziati e rendicontati ad enti pubblici nazionali e/o europei

I soggetti di cui all'articolo 1 possono essere destinatari di incarichi specifici direttamente connessi allo svolgimento dell'attività progettuale da svolgere in attuazione di progetti finanziati da soggetti istituzionali nazionali o europei. I compensi corrisposti per dette attività sono oggetto di pubblicazione in base al presente regolamento.

Le modalità di attribuzione dei compensi e la rendicontazione degli stessi devono rispettare i limiti e le forme stabilite dall'ente pubblico finanziatore.

6. Altri compensi stabiliti dal Consiglio direttivo

Qualora, nell'attribuzione di deleghe di funzioni associative, il Consiglio Direttivo abbia delegato l'approvazione di un preventivo di spesa al Comitato Esecutivo, la determinazione dei compensi, ivi compresi quelli dei componenti degli organi dell'associazione, avviene ad opera del Consiglio Esecutivo in conformità alle indicazioni del Consiglio Direttivo.

In ogni caso I compensi sono determinati tendo in considerazione l'importanza dell'incarico e l'impegno richiesto, nonché, per i rapporti di lavoro subordinato in conformità ai CCNL applicabili. Nella determinazione del compenso per l'attività di consulenza dovranno essere presi in considerazione i massimali stabiliti dalla circolare 2 del 2009 del Ministero del lavoro.

7 Cumulo dei trattamenti economici

Per coloro i quali ricoprono più incarichi tra quelli sopraelencati il compenso viene determinato sommando i trattamenti economici corrispondenti. In ogni caso il trattamento economico complessivo non può superare il doppio di quanto previsto l'indennità complessiva del Segretario Generale.

Non sono conteggiati ai fini del cumulo previsto dal presente articolo i compensi erogati in base all'articolo 5 e i compensi per attività professionali per le quali sia necessaria l'assistenza o la consulenza di professionisti iscritti a specifici albi professionali i quali, in ogni caso, dovranno essere conformi alle tariffe professionali eventualmente applicabili o ai valori di mercato in loro assenza;

8 Durata degli incarichi

La durata degli incarichi previsti dal presente regolamento è determinata dallo Statuto per quanto attiene alle cariche e ai componenti degli organismi di cui all'articolo 1 e dal Consiglio Direttivo con la deliberazione di delega per gli altri soggetti.

La determinazione dei compensi è annuale e viene stabilita per ciascun anno entro l'approvazione del bilancio preventivo.

In caso di cessazione anticipata dell'incarico il compenso verrà adeguato proporzionalmente.

All'atto dell'accettazione dell'incarico, gli interessati potranno rinunciare al compenso.

9 Rimborsi

E' previsto il rimborso delle spese documentate nei limiti e nelle modalità stabilite dal regolamento sui rimborsi.

Si intende comunque autorizzato, nei limiti e con le modalità previste dal regolamento sui rimborsi, il rimborso delle spese per la partecipazione alle riunioni degli organi di appartenenza.

I rimborsi delle spese effettivamente sostenute non concorrono al cumulo dei compensi e non è oggetto di pubblicazione.

10 Attività di volontariato

I soggetti di cui all'art. 1 del presente regolamento, qualora ne ricorrano i presupposti, possono prestare attività di volontariato per l'Associazione. In tale caso si applicano le disposizioni previste per i volontari nel CTS o nei regolamenti associativi all'uopo approvati. Per i soggetti di cui all'art 1 che abbiamo la qualifica di volontario, gli eventuali rimborsi oggetto di autodichiarazione delle spese vengono conteggiati ai fini della pubblicazione dei compensi.

11 Decorrenza

Salvo quanto diversamente previsto nel Documento, le disposizioni relative ad incarichi prestati presso Movimento Consumatori nazionale entrano in vigore dal primo giorno successivo all'approvazione e saranno applicabili dall'esercizio 2022. Per quanto compatibili sono applicabili anche all'esercizio economico 2021. L'entrata in vigore delle disposizioni e degli indirizzi operativi annulla e sostituisce ogni precedente determinazione in materia.

3.REGOLAMENTO SULLE MODALITA' OPERATIVE DI APPLICAZIONE DEGLI ADEMPIMENTI SULLA TRASPARENZA DEI COMPENSI (art. 14, co.2, d.lgs. n. 117/2017)

1. OGGETTO E FINALITA'

Il presente regolamento stabilisce i criteri per procedere alla pubblicazione dei compensi o dei corrispettivi erogati ai percettori elencati all'art. 14, co. 2, d.lgs. 3 luglio 2017 n. 117 e s.m.i. (di seguito: art. 14, Decreto), e in particolare: "ai componenti degli organi di amministrazione e controllo, ai dirigenti nonché agli associati."

Le disposizioni sono state adottate per conseguire il duplice obiettivo di:

1. Adempiere compiutamente agli obblighi di legge di cui al richiamato art. 14, Decreto;
2. Uniformarsi ai principi di trasparenza sostanziali ai quali si ispira l'azione di MC

2. Destinatari dei compensi

Ai fini del presente regolamento si adottano le seguenti definizioni:

a. per "componenti degli organi di amministrazione e controllo" del Movimento Consumatori si intendono:

- i componenti del Consiglio Direttivo Nazionale;
- i componenti della Segreteria Nazionale;
- i componenti del Consiglio Esecutivo;
- i componenti del Collegio dei Probiviri;
- i componenti dell'Organo di controllo

b. Per "dirigenti" si intendono le le Cariche Associative elette dagli Organi dell'Associazione secondo quanto previsto dal vigente statuto e quindi:

- Il Presidente.
- Il Vice Presidente
- Il Segretario Generale.
- Il Vice Segretario
- Il Tesoriere

c. per "Dirigenti" si intendono altresì, qualora non ricompresi nelle lettere precedenti, i lavoratori subordinati, autonomi e/o professionisti destinatari di specifica delega del Consiglio Direttivo.

3. Tipologia di compensi

Costituiscono oggetto del presente regolamento e quindi sono oggetto di pubblicazione i compensi stabiliti dal regolamento "Determinazione dei compensi" approvato dal Consiglio Direttivo ed in particolare:

- i) Indennità riconosciuta ai soggetti di cui alla lettera b) del precedente articolo 2;
- ii) Compensi riconosciuti ai soggetti di cui al precedente art. 2 lettera c per l'attuazione delle deleghe attribuite dal Consiglio Direttivo;
- iii) Compensi riconosciuti a soggetti di cui all'art. 2 lettera a, b e c per l'attuazione di specifici progetti finanziati e rendicontati ad enti pubblici nazionali e/o europei
- iv) Altri compensi stabiliti dal Consiglio Direttivo

Sono ricomprese nella categoria dei compensi le erogazioni di rimborsi-spese attribuiti mediante autocertificazione ai soggetti di cui alle categorie elencate al precedente articolo 2

Non sono ricompresi tra i compensi:

- a. i rimborsi di spese erogati ai soggetti di cui all'art. 2 per la rifusione, analiticamente documentata, di spese;
- b. i rimborsi dei compensi professionali e delle spese legali a favore dei professionisti di cui all'art. 2 per la rappresentanza dell'associazione, corrisposti a seguito di provvedimenti dell'autorità giudiziaria o di accordi

transattivi alla condizione che tali importi siano congrui rispetto ai parametri forensi di cui al DM 55/2014 e vengano corrisposti direttamente o indirettamente da soggetti terzi.

c. i rimborsi di spese erogati ai volontari, da questi autocertificati nei limiti di spesa e secondo le prescrizioni di cui all'art. 17, comma 4, del decreto legislativo n. 117 del 3 luglio 2017, e s.m.i.

4. MODALITA' DI RAPPRESENTAZIONE DEI COMPENSI

I compensi erogati sono esposti analiticamente, ossia con indicazione nominativa del singolo soggetto percettore e degli importi allo stesso riferiti per le tipologie di cui all'art 3 lettere i), ii), iii) e iv) I compensi di cui alla lettera iii) e iv) dell'articolo 3 possono essere esposti in modalità aggregata per tipologia dando conto delle regole rendicontazione e delle regole per la determinazione dei compensi erogati.

In sede di pubblicazione, sono precisati i criteri economici di esposizione dei compensi (cassa o competenza economica). I compensi sono espressi comprensivi degli eventuali oneri fiscali e previdenziali.

5. TERMINI E STRUMENTI DELLA PUBBLICAZIONE

I compensi erogati ai percettori elencati nelle categorie di cui al precedente art. 2 sono pubblicati, annualmente, sul sito Internet del Movimento Consumatori aps in allegato al bilancio sociale e comunque in conformità a quanto previsto dal CTS.

La pubblicazione è curata dal tesoriere del Movimento Consumatori aps dopo l'approvazione del bilancio annuale, con riferimento ai compensi maturati o erogati nell'esercizio di riferimento del bilancio.

La pubblicazione è disposta, in ogni caso, entro la fine dell'esercizio successivo a quello cui i compensi fanno riferimento, salvo più stringenti termini di legge.

La pubblicazione deve rispettare le norme per la protezione dei dati personali degli interessati.

6. DECORRENZA

Il presente regolamento ha efficacia immediata, ed opera, per quanto compatibile, anche con riguardo alla pubblicazione dei compensi erogati nell'esercizio amministrativo precedente a quello in cui il Regolamento è approvato.

7. NORMA FINALE

Il Consiglio Esecutivo è autorizzato alle modifiche del Regolamento che siano richieste da sopravvenute disposizioni di legge, da innovazioni statutarie e regolamentari o da sopravvenuti indirizzi emanati dall'Amministrazione vigilante in materia di enti iscritti al Registro unico nazionale del Terzo settore.

Staff MC sede nazionale



Sistema di compliance e controllo

Il nostro impianto organizzativo si sottopone a verifica e aggiornamenti periodici, per garantire la sua idoneità al presidio territoriale in coerenza con la normativa di riferimento.

Nel 2021 abbiamo rafforzato il nostro impianto con:

- interventi di formazione e informazione, per sensibilizzare e aumentare la consapevolezza degli stakeholder;
- modifiche organizzative e procedurali, per assicurare certezza di ruoli e responsabilità;
- sistema di protezione dei dati personali;
- creazione di un call center nazionale di assistenza online al consumatore.

Movimento Consumatori lavora per assicurare attendibilità certa, univocità, integrità e riservatezza nella gestione del patrimonio informativo.

Il nostro sistema è adeguato al GDPR (General Data Protection Regulation - Regolamento UE 2016/679).

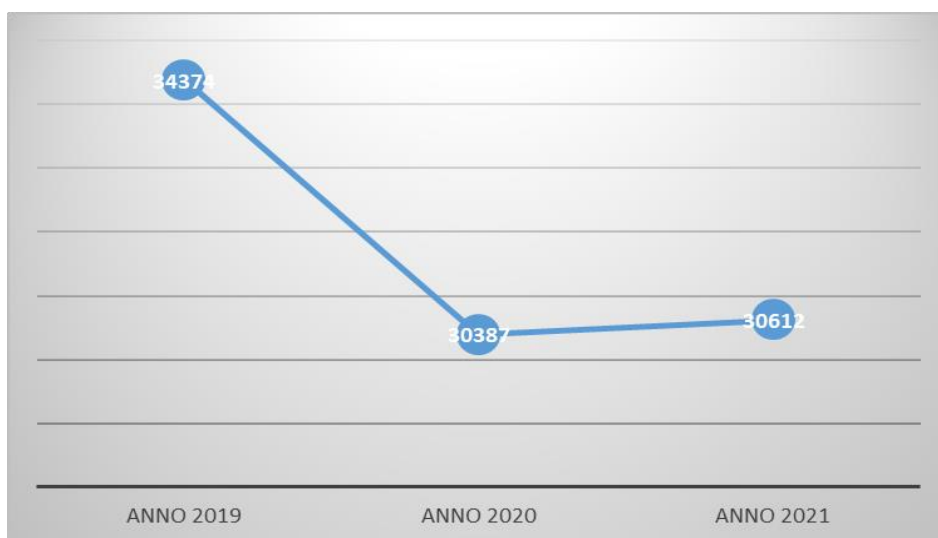
1.6 Rete associativa

- 1 sede nazionale
- 5 associazioni regionali federate
- 45 sezioni territoriali

MC nazionale è presente in 17 regioni, ha sede a Roma e conta una rete territoriale di 50 sedi - tra sezioni MC e federate - e oltre 100 sportelli fisici e online.

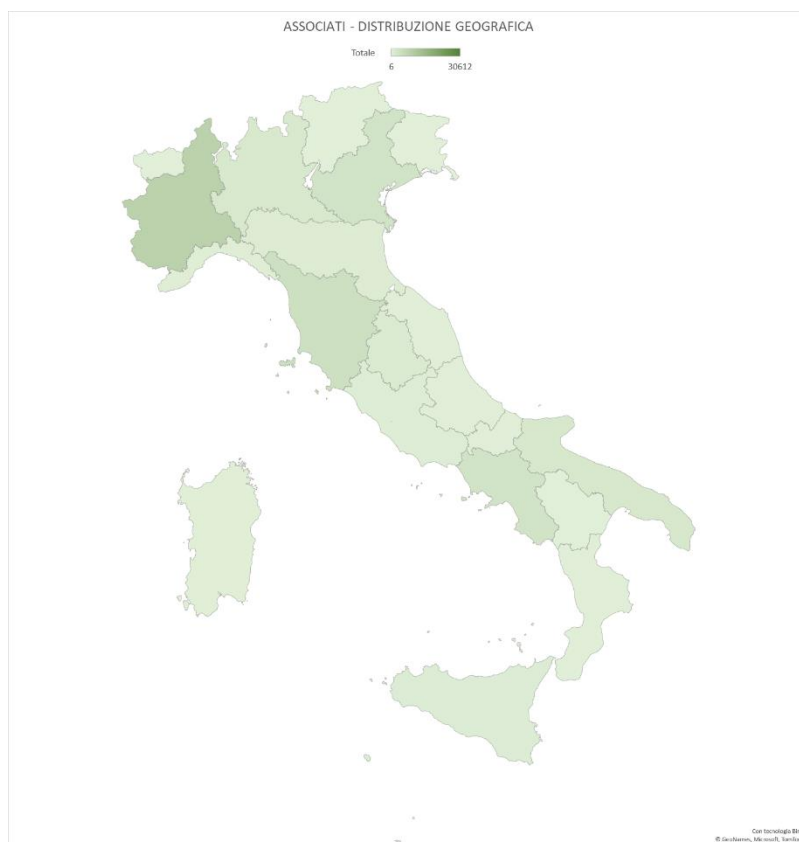


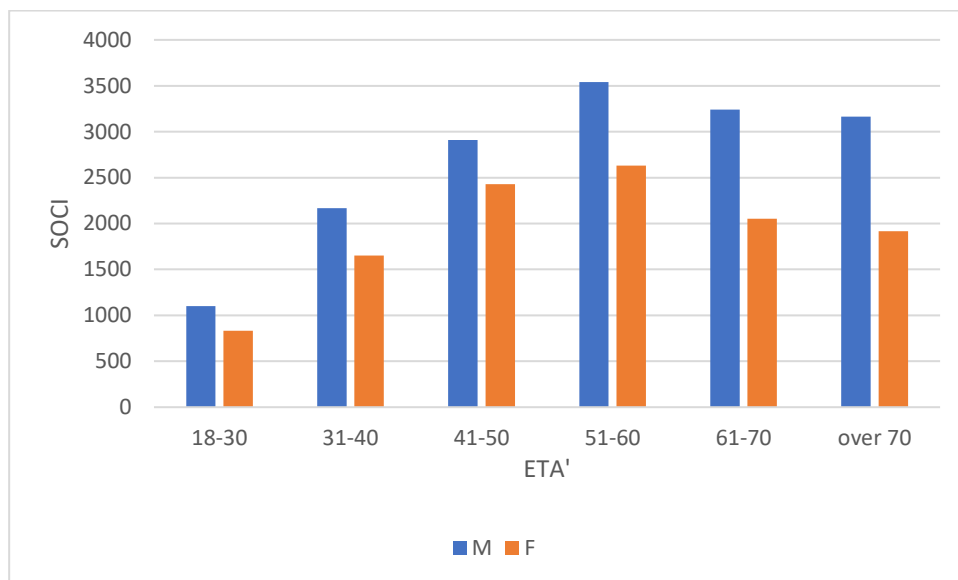
A causa del forte impatto pandemico, l'associazione ha subito un calo delle iscrizioni a partire dall'anno 2020. Tuttavia l'attività di tutela e di rappresentanza degli interessi dei consumatori svolta da Movimento Consumatori è cresciuta ed è inversamente proporzionale ai dati di tesseramento. A partire da marzo 2020 e per tutto il 2021, gli strumenti di tutela e le opportunità messe a disposizione dei cittadini sono aumentati, anche grazie al supporto ricevuto dagli enti pubblici in termini di risorse. Ciò ha comportato un aumento dell'erogazione di servizi ai cittadini non associati. Spesso questa è conditio *sine qua non* contenuta nei bandi stessi.



Distribuzione geografica degli associati

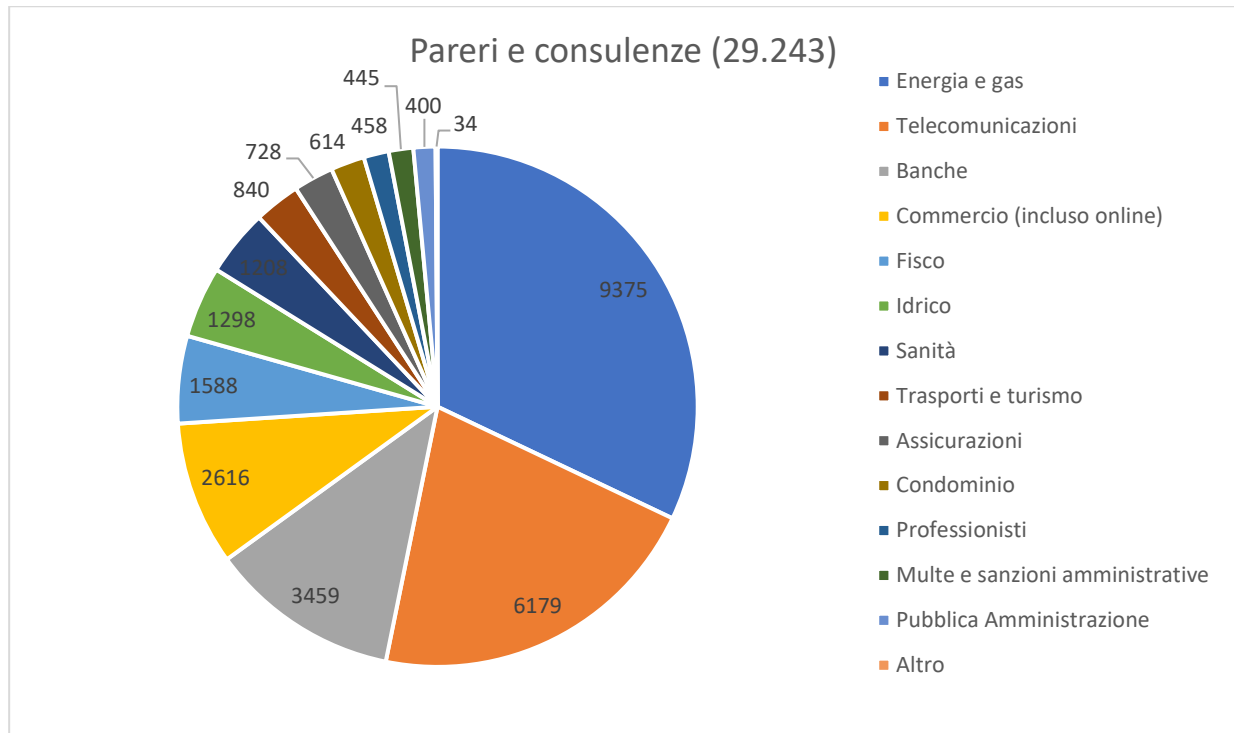
Regione	Totale	F	M
Piemonte	8361	4091	4270
Toscana	4513	1666	2847
Veneto	3454	1398	2056
Campania	3414	1355	2059
Puglia	2240	955	1285
Lombardia	1978	909	1069
Umbria	1522	601	921
Emilia-Romagna	1171	410	761
Sicilia	1023	378	645
Lazio	837	287	550
Liguria	659	283	376
Sardegna	318	130	188
Calabria	274	105	169
Molise	239	105	134
Marche	203	74	129
Abruzzo	196	71	125
Basilicata	134	50	84
Trentino-Alto Adige	49	10	39
Friuli-Venezia Giulia	21	9	12
Valle d'Aosta	6	1	5
Totale complessivo	30612	12888	17724



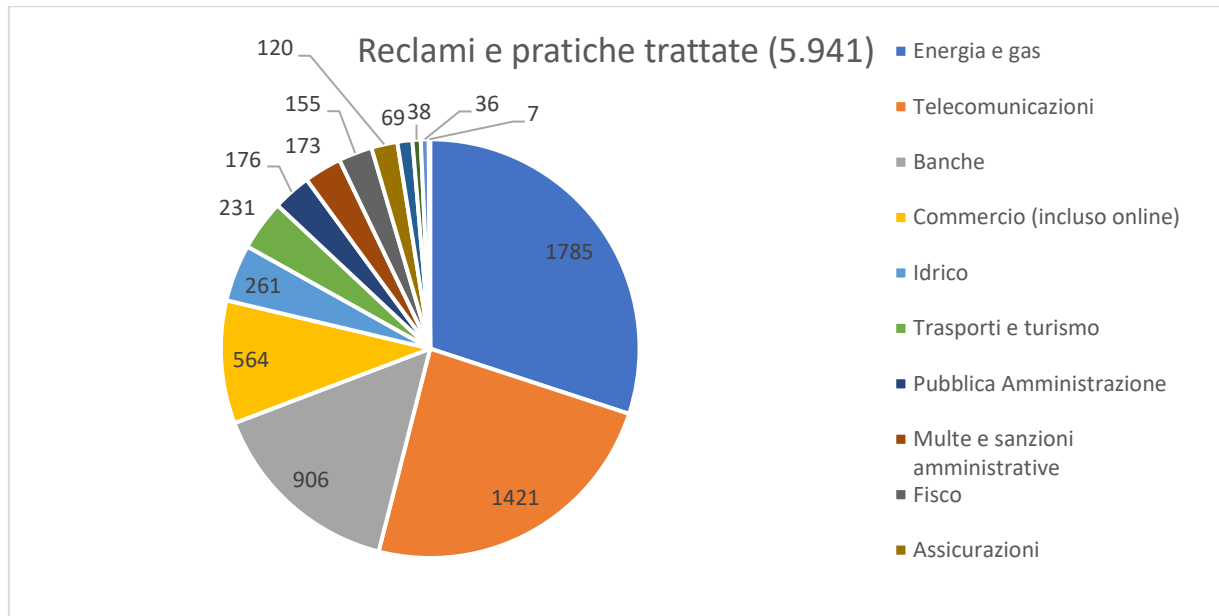


Le attività della rete territoriale di MC nel 2021

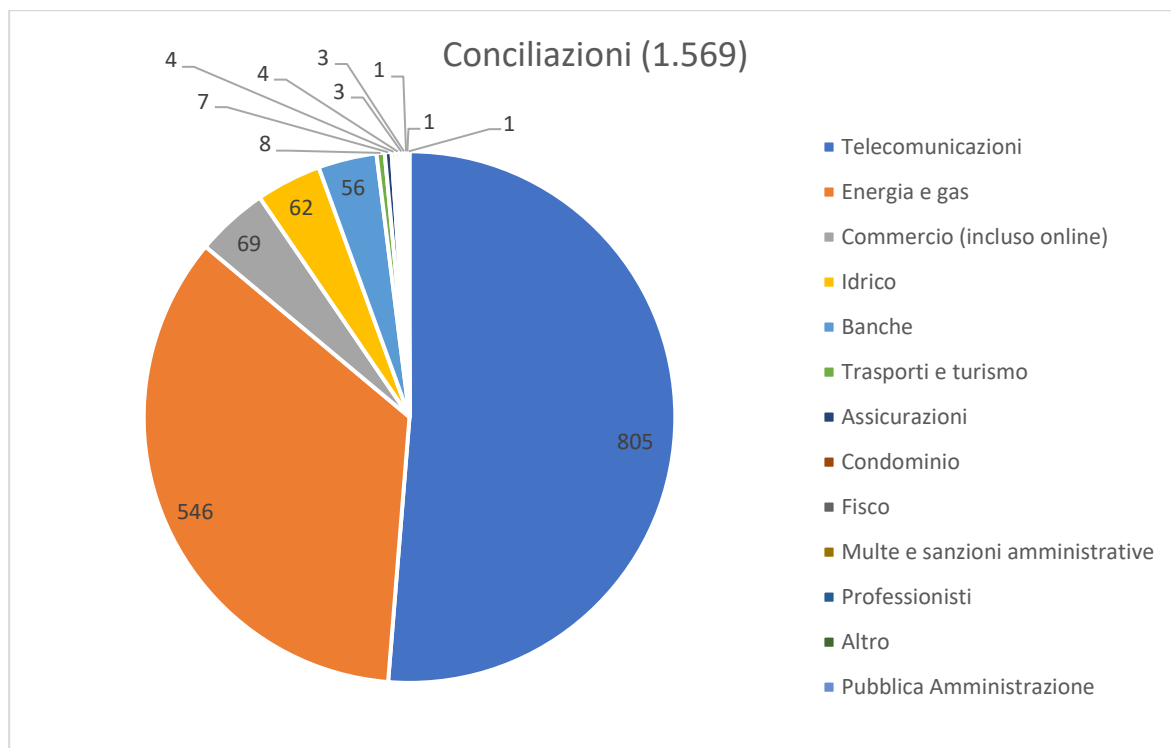
Settore	Pareri e consulenze
Energia e gas	9375
Telecomunicazioni	6179
Banche	3459
Commercio (incluso online)	2616
Fisco	1588
Idrico	1298
Sanità	1208
Trasporti e turismo	840
Assicurazioni	728
Condominio	614
Professionisti	458
Multe e sanzioni amministrative	445
Pubblica Amministrazione	400
Altro	34
Totale	29243



Settore	Reclami e pratiche trattate
Energia e gas	1785
Telecomunicazioni	1421
Banche	906
Commercio (incluso online)	564
Idrico	261
Trasporti e turismo	231
Pubblica Amministrazione	176
Multe e sanzioni amministrative	173
Fisco	155
Assicurazioni	120
Condominio	69
Professionisti	38
Sanità	36
Altro	7
Totale	5941



Settore	Conciliazioni
Telecomunicazioni	805
Energia e gas	546
Commercio (incluso online)	69
Idrico	62
Banche	56
Trasporti e turismo	8
Assicurazioni	7
Condominio	4
Fisco	4
Multe e sanzioni amministrative	3
Professionisti	3
Altro	1
Pubblica Amministrazione	1
Sanità	1
Totale	1569



2. Congresso Nazionale dei delegati, proposte per il futuro

*“Dobbiamo riprendere in mano i fili della difesa sociale collettiva (.....), affinché si sviluppi un’azione a ‘forze unite’ tra lavoratori e consumatori, **recuperando il senso di un conflitto di interessi che non deve condurre a distruzione**, bensì ad una costruzione riformatrice per via dialettica, e nemmeno ad una preconcepita ostilità nei confronti del mondo delle imprese, ma che apra al dialogo sempre mantenendo indipendenza e senza farsi apertamente, o ancor peggio in maniera mascherata, collaboratori e testimonial delle aziende. **Anche in questo sta da sempre l’identità di Movimento Consumatori**” (tratto dall’intervento al congresso di Gustavo Ghidini, fondatore e presidente riconfermato di MC).*



L’anno 2021 anno è stato l’anno del XII congresso nazionale dei delegati, svoltosi a Roma il 17 e 18 settembre 2021.

Tra il 3 luglio e il 1° agosto 2021 si sono svolte 27 assemblee territoriali per eleggere i 100 delegati chiamati a rappresentare 31.949 associati nell’assemblea congressuale nazionale.

Il congresso nazionale di Movimento Consumatori si è svolto durante il perdurare della prima pandemia globale Covid-19 che ha accelerato i processi storici già in atto, ‘rivoluzione digitale globale’ (IV rivoluzione industriale), riconversione green della produzione e del consumo, radicalizzazione delle disuguaglianze e aumento della povertà, guerra commerciale senza precedenti tra i principali protagonisti dell’economia mondiale.

Chiamato a determinare la strategia associativa per il 2021-2025, il congresso ha deciso di proseguire con forza sulla strada tracciata già dal precedente congresso politico del 2016 che ha portato l’associazione, a fronte dell’inarrestabile crescita di povertà e disuguaglianze che già allora risultavano enormi e insostenibili, a investire di più su attività a ‘monte’ degli atti di consumo, allargando gli orizzonti verso i diritti di eguale cittadinanza economica, dando sempre più forza nel contempo all’attività quotidiana di tutela del consumatore a tutto campo, con progetti di cambiamento economico, sociale e culturale. Abbiamo così incrementato l’attività di lobby legislativa e l’antagonismo giudiziario, soprattutto collettivo per la difesa dei diritti di cittadinanza economica delle persone e non solo la difesa dei loro diritti ‘contrattuali’ da consumatori.

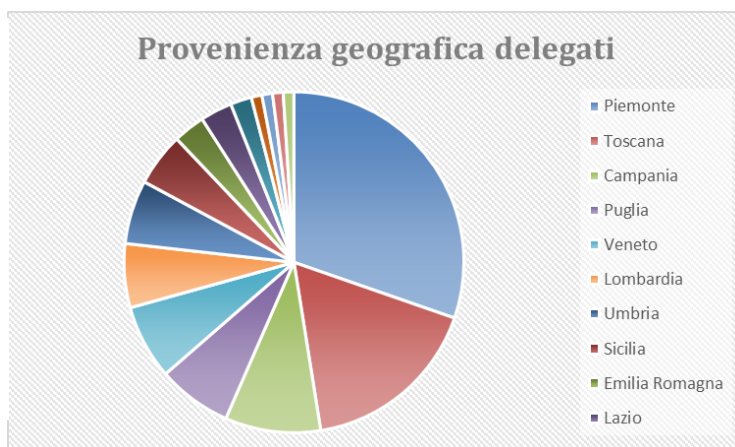
Il congresso 2021 ha confermato la necessità di proseguire ancora su questa strada con determinazione dato gli attuali livelli di disuguaglianza e povertà diffusa, disoccupazione e compromissione ambientale del nostro pianeta.

L'associazione lavorerà ancora più a monte a sostegno del diritto alla salute per la ricostituzione del servizio sanitario nazionale e l'abrogazione del federalismo sanitario, alla lotta alle frodi fiscali delle grandi compagnie, al contrasto al dumping fiscale tra Paesi Ue, alle attività di antagonismo giudiziario contro le pratiche commerciali aggressive e scorrette, all'attività di lobby legislativa per orientare a favore dell'interesse dei consumatori le leggi e per riportare la produzione di beni in Italia, per contrastare un sistema ormai al collasso, esercitando fino in fondo il ruolo di corpo intermedio, facendo contro cultura in maniera indipendente nelle scuole, senza tralasciare il lavoro a 'valle' per la tutela dei singoli diritti contrattuali delle persone che ogni giorno ci portano le loro "disavventure", e di cui ci prendiamo cura giuridicamente, facendo sentire la loro voce e valere i loro diritti, perché non smetteremo mai di credere che "un altro mondo è possibile".

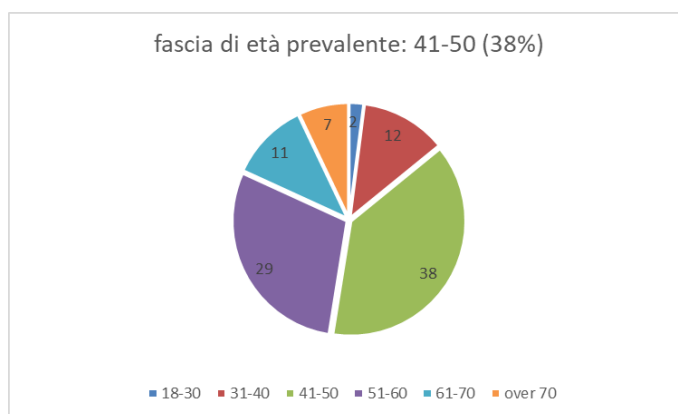
Il congresso sia nelle assemblee territoriali sia in sede congressuale, attraverso una discussione politica di indirizzo e di verifica delle attività e dell'agire politico dell'associazione, ha ulteriormente sancito il ruolo chiave della partecipazione democratica per la crescita dell'associazione, ha confermato la necessità di dotarsi di strumenti di innovazione tecnologica capaci di ripensare al sistema di comunicazione, ha affermato la volontà di tessere rapporti, "fare rete" con quei soggetti di matrice diversa con cui raggiungere obiettivi comuni, come ad esempio la campagna Abiti Puliti e al contempo rafforzare e valorizzare la natura dell'associazione al fianco del cittadino, con un servizio di tutela forte e attraverso l'informazione e la formazione, anche interna.

I numeri del congresso:

- ✓ **27 assemblee territoriali**
- ✓ **99 delegati eletti**
- ✓ **94 delegati presenti**
(di persona o per delega)



Età	M	F	Totale
18-30	1	1	2
31-40	3	9	12
41-50	25	13	38
51-60	20	9	29
61-70	10	1	11
over 70	4	3	7
totale	63	36	99



È prevedibile che si acceleri il ricorso alle tecnologie digitali, che si sono rivelate essenziali per attenuare gli effetti negativi della pandemia.

Il Pnrr (Piano Nazionale di ripresa e resilienza) resta la principale fonte di finanziamento nella nuova politica della due transizioni digitale ed ecologica, oggi più che mai necessarie. La tecnologia digitale è l'infrastruttura abilitante che rende possibile la transizione ecologica in quanto in grado di raccogliere, elaborare, processare e fornire informazioni/dati utili ai membri delle comunità. L'importanza della forte interconnessione tra le due dimensioni (digitale ed ecologica) non è stata ben compresa all'interno del consumerismo, ed è una consapevolezza da assumere nella partecipazione a numerosi progetti e attività inseriti all'interno del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) che afferiscono i consumatori.

Questa forte attenzione alla doppia transizione (ecologica e digitale) deve essere ampliata anche al mondo imprenditoriale, potendo rappresentare un'importante occasione per i settori produttivi che stanno affrontando un momento particolarmente delicato.

Accanto al binomio digitalizzazione-transizione ecologica, all'interno del PNRR viene prestata molta attenzione alla relazione tra digitalizzazione e tenuta sociale del sistema. Esiste una forte relazione tra questi due ambiti e il tema dell'inclusione sociale dovrà diventare centrale nello sviluppo e nella programmazione di quelle associazioni consumeriste come Movimento Consumatori APS, che hanno legato le proprie attività ed iniziative a tali aspetti in relazione a cui l'Italia, negli ultimi tre decenni, si è mostrata piuttosto carente e per cui il PNRR apre numerose opportunità.

La rapida diffusione del lavoro a distanza e degli acquisti online può influenzare permanentemente i comportamenti delle imprese e delle persone modificando l'organizzazione del lavoro, la struttura della distribuzione commerciale, l'organizzazione della rete dei trasporti, la fornitura di servizi pubblici, il mercato immobiliare.

Questi cambiamenti e gli altri innescati dalla pandemia avranno conseguenze di rilievo sulla struttura sociale e produttiva, modificando il quadro delle disuguaglianze rispetto a quelle preesistenti e a quelle emerse nei mesi passati nella fase acuta della crisi.

Molte delle fasce di popolazione più colpite dalla crisi erano a rischio di povertà già prima del coronavirus, come i giovani o i lavoratori a termine. È noto che tale rischio è assai più elevato per chi vive in famiglie in cui il lavoro è interamente prestato in attività precarie e temporanee rispetto a chi appartiene a famiglie in cui vi sono prevalentemente impieghi di tipo tradizionale. Anche le famiglie più numerose hanno una probabilità più alta di essere povere: per molte, all'insufficienza di reddito si è aggiunta l'inadeguatezza di strumenti (computer, connessione internet) e ambienti adatti all'istruzione a distanza dei figli. È un altro esempio dell'importanza di un'analisi multidimensionale delle conseguenze sociali dell'epidemia. Ciò che la pandemia ha reso evidente, ancor più che in crisi precedenti, è il ruolo fondamentale del risparmio nell'attutire cadute estreme e repentine del reddito.

Più che cercare di individuare i "nuovi poveri" è necessario riflettere sul disegno complessivo della rete di protezione sociale italiana. Così come negli anni Settanta le difficoltà del sistema mutualistico portarono alla creazione del Sistema Sanitario Nazionale di carattere universalistico, l'auspicio è che la crisi spinga a superare l'attuale impostazione "categoriale" **in favore di tutele sociali universali commisurate ai bisogni delle persone.**

Movimento Consumatori APS ha ritenuto, dato il contesto socio-economico delineato, di dover intervenire in difesa del consumatore non solo nella prima fase emergenziale, ma anche e soprattutto in quella attuale che, dati alla mano, risulta essere ancor più drammatica vista l'indeterminatezza dei suoi confini spazio-temporali. Proprio in virtù di questo, MC ha identificato un set di azioni, che, nonostante l'ampiezza e la diversa natura delle tematiche trattate, fosse però ispirato dal principio universale di lotta alle ineguaglianze – "Obiettivo n. 10: ridurre le ineguaglianze", sancito anche dall'Agenda ONU 2030.

Sulla base di queste considerazioni, Movimento Consumatori ha definito un ventaglio di attività che, dall'inizio della pandemia, ha accompagnato e accompagnerà la comunità verso l'auspicata conclusione della crisi sanitaria.

Parallelamente alle azioni di tutela individuale e collettiva, sono proseguite le attività progettuali, con le rimodulazioni necessarie per adeguarle allo stato emergenziale., così come quelle di rappresentanza e di comunicazione.

Nell'anno 2021 si è svolta l'assemblea congressuale di rinnovo degli organismi, la situazione emergenziale però ne ha inevitabilmente contratto l'attività nonostante si sia svolto in presenza.

L'associazione ha completato nel 2021 il processo di riorganizzazione interna dovuto alla crescita di MC in termini di quantità e di qualità delle attività sia di rappresentanza sia di tutela delle persone. Tale processo riorganizzativo ha ridefinito i ruoli, le responsabilità e gli iter decisionali in modo da permettere all'associazione di operare con più efficienza e più coesione, presupposti necessari alla creazione di una squadra di lavoro inclusiva e forte.

Si evidenziano a seguire le principali attività dell'associazione, significative anche se non esaustive dell'enorme lavoro fatto in questo anno nonostante le difficoltà, grazie allo staff nazionale e all'operoso contributo di tutti i dirigenti nazionali, i presidenti di sezione e delle associazioni federate.

3. Attività di tutela del consumatore

3.1 Servizio Legale Nazionale

Il settore legale, uno dei settori strategici per l'associazione, nell'ambito del forte processo di riorganizzazione interna avviato dall'associazione a partire dal 2019, è stato il primo ad elaborare una proposta organizzativa volta a dare continuità, stabilità e maggiore efficacia al servizio legale di tutela dei diritti dei consumatori. Nasce così il Nuovo Servizio Legale Nazionale di MC. Sono stati definiti i settori di riferimento (Acquisti e Servizi, Servizi bancari e finanziari, Assicurazioni, Telefonica e pay-tv, Ambiente ed Energia, Turismo e Trasporti), stabiliti gli ambiti di attività (azioni seriali civili e penali; azioni collettive inibitorie, ripristinatorie e risarcitorie, attività di studio, formazione interna e comunicazione esterna) e delineata la struttura organizzativa (un coordinamento nazionale costituito dai responsabili dei diversi settori, gruppi di lavoro dei settori di riferimento). Il Nuovo servizio Legale nazionale ha anche in capo a sé il coordinamento del servizio di assistenza individuale a distanza, lo Sportello Consumatori.

Nel corso del 2021, l'associazione ha intensificato le proprie attività di assistenza e di tutela dei consumatori sovraindebitati promuovendo una rete di consulenti del debito nell'ambito del progetto Riparto, al quale si rinvia.

3.2 Tutela Collettiva

Nell'ambito dell'attività istituzionale di MC, il SLN ha proseguito il consueto lavoro di analisi giuridica di normativa e regolazione di settore. Ha preso parte ad audizioni pubbliche e consultazioni, apportando il contributo concreto dell'associazione.

Il Servizio Legale Nazionale si è impegnato nel costante monitoraggio dei diversi settori per l'individuazione di irregolarità contrattuali, mancato rispetto della normativa e della regolazione vigente a tutela dei consumatori. In tale ambito ha attivato azioni di tutela collettiva per la cessazione dei comportamenti illeciti con diffide/esposti/segnalazioni presentati alle autorità competenti e/o agendo attraverso azioni inibitorie rivolte alle aziende inadempienti al fine di produrre la cessazione dei comportamenti illeciti anche, laddove necessario, proseguendo l'iter giudiziario o riconducendo le aziende ad accordi/protocolli di intesa a tutela dei cittadini.

In particolare:

Garante per la protezione dei dati personali - Consultazione avviata nel mese di gennaio 2021 sulle “Linee Guida sull’utilizzo di cookie e di altri strumenti di tracciamento” del 26 novembre 2020, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale in data 11 dicembre 2020. MC ha esposto alcune precisazioni sulle considerazioni del Garante relative alle modalità semplificate di richiesta ed espressione del consenso (tra cui in primis lo scrolling down), tipicamente utilizzate per i cookie, in modo da contribuire alla predisposizione di un sistema regolativo idoneo a proteggere adeguatamente il diritto alla privacy dell’utente di internet.

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) - Consultazione in materia di clausole vessatorie nel procedimento istruttorio CV/183 Lloyd’s – Obbligo di perizia. Mc ha presentato osservazioni per fornire il proprio contributo all’istruttoria (gennaio 2021).

Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA): Osservazioni DCO 457/2021/R/COM e DCO 462/2021/R/IDR inerenti alla regolamentazione della normativa sulla cd “prescrizione breve” (novembre 2021)

Il Servizio Legale Nazionale si è impegnato nel costante monitoraggio dei diversi settori per l’individuazione di irregolarità contrattuali, mancato rispetto della normativa e della regolazione vigente a tutela dei consumatori. In tale ambito ha attivato azioni di tutela collettiva per la cessazione dei comportamenti illeciti con diffide/esposti/segnalazioni presentati alle autorità competenti e/o agendo attraverso azioni inibitorie rivolte alle aziende inadempienti al fine di produrre la cessazione dei comportamenti illeciti anche, laddove necessario, proseguendo l’iter giudiziario o riconducendo le aziende ad accordi/protocolli di intesa a tutela dei cittadini.

Sono state diffidate 31 aziende (3 aziende fornitura energia per clausole vessatorie, comportamenti contrari agli orientamenti dell'ARERA e lesivi del diritto dei consumatori alla trasparenza, correttezza ed equità nei rapporti contrattuali; 13 compagnie assicurative per clausole vessatorie nelle condizioni generali di contratto polizza RC Auto; 5 istituti di credito e finanziarie per comportamenti lesivi in materia di estinzione anticipata dei contratti di prestito ai consumatori, 5 aziende varie – editoria, trasporti, finanziarie ecc) per mancato adeguamento della cookie policy al Regolamento GDPR 679/2016; 1 compagnia telefonica per pubblicità ingannevole, 1 compagnia di trasporto per clausole vessatorie nelle condizioni generali di contratto, 1 università online per clausole vessatorie nella modulistica adottata in fase contrattuale e variazione unilaterale del servizio durante l’erogazione dello stesso; 1 società in house concessionaria del servizio di TPL per comportamenti lesivi nel regolamento e norme generali di parcheggio; 1 federazione sportiva per pratiche commerciali scorrette).

Sono state inviate 8 segnalazioni/esposti di pratiche commerciali scorrette All’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

Azioni inibitorie

Sono state diffidate 31 aziende (3 aziende fornitura energia per clausole vessatorie, comportamenti contrari agli orientamenti dell'ARERA e lesivi del diritto dei consumatori alla trasparenza, correttezza ed equità nei rapporti contrattuali; 13 compagnie assicurative per clausole vessatorie nelle condizioni generali di contratto polizza RC Auto; 5 istituti di credito e finanziarie per comportamenti lesivi in materia di estinzione anticipata dei contratti di prestito ai consumatori, 5 aziende varie – editoria, trasporti, finanziarie ecc) per mancato adeguamento della cookie policy al Regolamento GDPR 679/2016; 1 compagnia telefonica per pubblicità ingannevole, 1 compagnia di trasporto per clausole vessatorie nelle condizioni generali di contratto, 1 università online per clausole vessatorie nella modulistica adottata in fase contrattuale e variazione unilaterale del servizio durante l’erogazione dello stesso; 1 società in house concessionaria del servizio di TPL per comportamenti lesivi nel regolamento e norme generali di parcheggio; 1 federazione sportiva per pratiche commerciali scorrette).

Sono state inviate 8 segnalazioni/esposti di pratiche commerciali scorrette All’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

Banche e Finanziarie

Proseguendo l'attività iniziata nel 2019 e proseguita nel 2020 sono state portate a termine ed avviate nuove azioni inibitorie nei confronti di società finanziarie che, in violazione dei principi affermati dalla sentenza n. 383 dell'11 settembre 2019 ("Lexitor") della Corte di Giustizia europea, hanno continuato ad adottare clausole che, in caso di estinzione prima della scadenza dei prestiti ai consumatori (contratti con cessione del quinto dello stipendio o della pensione, delegazione di pagamento, prestiti personali o finalizzati all'acquisto di beni e servizi) non prevedevano il diritto del consumatore alla restituzione di una quota di tutti i costi posti a suo carico per il periodo nel quale non ha goduto del finanziamento.

Dopo le ordinanze cautelari ottenute nel settembre 2020 dal Tribunale di Torino e a novembre dal Tribunale di Milano in sede di reclamo, l'associazione ha contestato analoghe pratiche ad altri intermediari finanziari, i quali hanno provveduto a modificare le clausole contrattuali e ad avviare procedure conciliative con MC che hanno consentito ai consumatori associati di ottenere anche il rimborso dei costi "up-front" a seguito dell'estinzione anticipata del prestito. In merito, si evidenzia la grande campagna di comunicazione "Estinzione anticipata prestiti" realizzata dall'associazione mettendo in campo tutti i suoi strumenti comunicativi per informare e offrire assistenza ai consumatori.

Nel luglio 2021 con l'approvazione del decreto Sostegni bis è stata modificato l'art. 125-sexies t.u.b. con una norma "salva banche" molto discussa ed oggi giunta all'attenzione della Corte costituzionale, dalla cui decisione potrà dipendere la continuazione delle attività di tutela dei consumatori.

Telefonia: fatturazione a 28 giorni

- Nel 2021, con due sentenze 'gemelle' emesse a luglio e ottobre 2021 (sentenza n. 6327/2021 e sentenza n. 8267/2021) il Tribunale di Milano ha accolto le azioni inibitorie collettive avviate da Movimento Consumatori in base all'art. 140 del Codice del Consumo, condannando le due Compagnie, tra l'altro, ad accogliere, entro il termine di 30 (trenta) giorni dalla ricezione delle singole richieste, le domande di restituzione dei corrispettivi di telefonia fissa pagati dai consumatori in applicazione della fatturazione a 28 giorni, estendendo però il rimborso relativamente ai giorni erosi anche antecedenti il 23 giugno 2017, data di entrata in vigore della Delibera AGCOM n. 121.

I clienti di WindTre e Telecom hanno avuto riconosciuto il diritto di chiedere il rimborso anche di quanto pagato per la fruizione dei servizi di telefonia fissa e convergenti (TV+TELEFONO+INTERNET) anche nel periodo ricompreso tra il 1° giugno 2016 e il 23 giugno 2017 (abbonati WindTre) o tra il 1° aprile e il 23 giugno 2017 (abbonati Telecom) ed anche se nel frattempo abbiano esercitato il diritto di recesso o disdetta dal contratto.

I due operatori hanno appellato le due sentenze avanti alla Corte d'Appello di Milano, la quale, in un caso, ha respinto la richiesta della compagnia (TIM) di sospendere l'esecuzione della sentenza di primo grado; sicché TIM è stata costretta a darvi attuazione attraverso la pubblicazione sul sito e l'inserimento in fattura un avviso relativo, fra l'altro, al diritto al rimborso.

Sempre nel 2021, le Sezioni Unite della Corte di Cassazione, con sentenza del 12.11.2021 n. 33848, a chiusura di un procedimento che ha visto l'intervento dell'Associazione, hanno respinto il ricorso proposto da WINDTRE contro la pronuncia del Consiglio di Stato che, confermando la sentenza sul punto resa dal Tar Lazio, aveva sancito la legittimità della Delibera n. 269/18/CONS, con cui l'AGCOM ha imposto all'Operatore l'applicazione autocratica di un indennizzo pari ai giorni di mancata fruizione dell'abbonamento conseguente alla riduzione della cadenza di fatturazione dal mese solare ai 28 giorni (c.d. giorni erosi).

MC ha monitorato altresì il giudizio instaurato avanti alla Corte di Giustizia UE su rinvio del Consiglio di Stato per stabilire, per verificare se - secondo la prassi in uso nelle Corti degli altri Paesi membri - vi siano ostacoli a considerare conforme al diritto unionale l'imposizione, da parte di un'Autorità statale di regolazione del settore, di standard di durata minima della cadenza di fatturazione dei servizi di telecomunicazioni.

- Iliad Italia SpA – richiesta di cessazione dei comportamenti lesivi interrenti l'offerta Iliad "per sempre, per davvero.

Spettacoli sportivi: clausole vessatorie negli abbonamenti Serie A

- All'esito dell'azione inibitoria avviata ex art. 37 e 140 Cod. Cons. è proseguita innanzi al Tribunale di Roma l'azione inibitoria nei confronti della **AS Roma**, avente ad oggetto l'adozione di clausole 1) che limitavano o escludevano il diritto al rimborso del rateo dell'abbonamento stagionale in caso di chiusura dello stadio o di settori in caso di cause di forza maggiore o di provvedimenti della Giustizia Sportiva e 2) che escludevano il diritto al risarcimento del danno in caso di responsabilità della società sportiva. Con la sentenza del 3 gennaio 2022 è stato inibito l'utilizzo e adozione delle clausole vessatorie contestate e disposti i provvedimenti ripristinatori (pubblicazione provvedimento su sito internet e quotidiani nazionali).

Spettacoli sportivi: clausole vessatorie nella vendita di biglietti ATP Finals

- Durante lo svolgimento nel mese di novembre dell'evento sportivo tennistico internazionale NITTO ATP Finals a Torino, a seguito di overbooking nella vendita di biglietti per assistere alla manifestazione, è stata inviata una diffida alla **Federazione Italiana Tennis** per l'adozione nelle condizioni generali di vendita dei biglietti di clausole vessatorie in contrasto con gli artt. 33 e ss. Le clausole sono state successivamente modificate in prospettiva dell'edizione dello stesso evento nel 2022 sempre a Torino. La diffida è stata trasmessa anche all'AGCM come potenziale esposto di pratiche commerciali scorrette.

E-commerce: pratiche commerciali scorrette

- All'inizio di febbraio è stato presentato un esposto all'AGCM per presunte pratiche commerciali scorrette poste da **INTERNATIONAL SERVICE STORE**, società inglese che operava nella vendita di buoni sconto, c.d. gift cards. I consumatori acquirenti avrebbero potuto utilizzare tali buoni per acquisti di beni e servizi presso società terze, ma come confermato da numerose segnalazioni in particolare allo sportello del consumatore di Torino, i buoni erano privi di validità, con conseguente danno patrimoniale per i consumatori che li avevano acquistati.

Trasporto di media-lunga percorrenza: clausole vessatorie trasporto su gomma

- E' stata inviata una diffida alla società **ITABUS S.p.a.** per l'adozione di clausole vessatorie per contratto con gli artt. 33 e ss. Cod. Cons. nelle condizioni generali di contratto applicabili al trasporto passeggeri su autolinee interregionali di competenza statale. A seguito della diffida le condizioni generali di contratto sono state modificate dalla società.

Turismo e trasporti

- E' stato presentato un nuovo esposto all'AGCM nei confronti di Vacationes e-dreams per pratiche commerciali scorrette.
- E' stato presentato un esposto all'AGCM nei confronti della compagnia aerea Volotea, per pratiche commerciali scorrette.

Parcheggi in struttura: clausole vessatorie

- E' stata inviata una diffida a **GTT S.p.A.**, gestore del servizio di trasporto pubblico locale metropolitano di Torino, per l'adozione di clausole vessatorie ex art. 33 e ss. Cod. Cons. nelle condizioni generali di contratto per utilizzare parcheggi in struttura torinesi, che in particolare escludevano rimborsi in caso di impossibilità sopravvenuta ai danni degli abbonati (in relazione al periodo di lockdown generalizzato tra marzo e maggio 2020).

Assicurazioni

- diffide nei confronti di ITALIANA ASS.NI S.P.A.; Reale Mutua (eventi naturali); Reale Mutua (penale rca); UnipolSai (cristalli); UnipolSai (riparazione diretta); UnipolSai (scoperto in rca); Vittoria Ass.ni SpA (atti vandalici new); Vittoria Ass.ni SpA (atti vandalici top); Vittoria Ass.ni SpA (cristalli) Vittoria ass.ni SpA (cristalli elite); Zurich (atti vandalici e eventi sociopolitici), AECS-GLISE-ConTE; Assimoco Spa per irregolarità nelle condizioni generali di contratto polizza RC Auto

- Azione inibitoria nei confronti di Quixa instaurata avanti al Tribunale di Milano per clausola inconfidente/vessatoria Total Quality
- Garante protezione dei dati personale / Autorità garante della concorrenza e del mercato. Reclamo (fascicolo n. PS/11908), IVASS (fascicolo n. 21-477644) per comportamenti di Unipolsai contrari ai doveri di diligenza di cui all'art. 183 Cod. Ass., degli obblighi di trasparenza di cui agli artt. 131 e ss. Cod. Ass. oltre che agli obblighi di cui alla normativa civilistica ex art. 1888 Cod. Civ. che impone all'assicuratore di rilasciare, a richiesta del contraente copia della polizza o altro documento, nonché al già citato art. 35 Reg. Isvap n. 35 del 26 maggio 2010
- Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) - segnalazione relativa a pratiche commerciali aggressive e scorrette poste in essere dalle imprese assicurative estere MMA IARD S.A.A. e MMA IARD ASSURANCES MUTUELLES che, in apparente regime di libera prestazione di servizi, operano invece in effettivo regime di stabilimento ponendo in essere le denunciate pratiche anche ad opera della MACH 1 SRL (marzo 2021).

Energia

- Diffide alle aziende AF Energia srl, Eviso srl e Sentra Energia srl, clausole vessatorie, comportamenti contrari agli orientamenti dell'ARERA e lesivi dei fondamentali interessi individuali e collettivi dei consumatori alla trasparenza, correttezza ed equità nei rapporti contrattuali.

Interventi di MC in altri settori:

- Procura della Repubblica del Tribunale di Massa – Esposto sul depuratore del Cartaro gestito da Gaia SpA
- Azione inibitoria nei confronti dell'Università E-Campus per clausole vessatorie e in violazione della disciplina del Codice del Consumo all'interno della modulistica adottata in fase contrattuale e variazione unilaterale del servizio nei suoi elementi essenziali durante l'erogazione dello stesso
- Diffida nei confronti di Agos Ducati SpA; RCS MediaGroup SpA; LaFeltrinelli Internet Bookshop srl; Goldbet SpA; Italo SpA per mancato adeguamento della cookie policy al Regolamento GDPR 679/2016
- AGCM – esposto relativo al mercato dell'olio di oliva, da sempre oggetto di fenomeni distorsivi della concorrenza a danno delle imprese e dei consumatori.

3.3 Tutela Giurisdizionale

- **Caso Veneto banca**
A partire dal 2014, MC si è occupata dei casi Veneto Banca e Banca Popolare di Vicenza, seguendo i risparmiatori nell'accesso alla procedura avviata nel 2019 per ottenere un ristoro tramite il Fondo Indennizzo dei Risparmiatori. MC segue anche altri casi quali quello della Banca Popolare di Bari o di altre più piccole banche popolari o di credito cooperativo (BCC), che nel corso degli anni hanno emesso e collocato nei confronti della propria clientela azioni al valore deliberato dall'assemblea dei soci, in molti casi con valutazioni eccessivamente ottimistiche, fondate sui bilanci approvati.
- È proseguita nel 2021 l'attività a favore di centinaia di azionisti di informazione e assistenza per l'accesso al **Fondo Indennizzo Risparmiatori**, istituito con d.l. 39 del 30 aprile 2019, in particolare grazie all'acquisizione di documentazione dagli istituti bancari, necessaria per dimostrare le violazioni massive nell'intermediazione delle azioni e trasmessa a Consap S.p.A, gestore del fondo, per agevolare l'attività istruttoria.

3.4 ADR (Alternative Dispute Resolution)

“I sistemi alternativi di composizione dei conflitti costituiscono non una semplice esigenza di diversificazione necessaria a supplire a un apparato giudiziario che non riesce a fronteggiare la crescente domanda di giustizia, ma un'esigenza culturale da percorrere per la sostenibilità del più complesso sistema giustizia. (Corte Costituzionale sentenza n. n. 272/2012).

La conciliazione, l'arbitrato e la negoziazione vanno inserite a pieno titolo in quella ampia categoria dei metodi alternativi di soluzione di una controversia che si denominano Alternative Dispute Resolution (ADR).

Sotto questa etichetta vengono raggruppati una serie di fenomeni piuttosto eterogenei fra loro, uniti dal criterio negativo dell'estraneità alla potestà giurisdizionale statale.

In Italia il sistema giuridico, incentrato sul diritto codificato anziché giurisprudenziale, non ha certo favorito un rapido sviluppo delle ADR, prevedendo la centralità del sistema giurisdizionale cui è affidata la tutela dei diritti.

I modelli di ADR si differenziano, oltre che per la loro diversa natura e struttura giuridica, anche per il diverso grado di autonomia decisionale dei conciliatori che raggiunge la massima espansione nella negoziazione paritetica in cui le parti assumono il controllo in ordine alla gestione della controversia senza la presenza del terzo facilitatore o decisore che sia.

Infatti, l'autonomia privata (autoregolazione) trova il suo massimo grado di esplicazione nella fase della negoziazione all'interno della quale le parti mantengono il pieno controllo della procedura attraverso un dialogo costruttivo e scambiandosi reciprocamente ogni informazione utile alla gestione delle problematiche emerse nel corso del negoziato al fine di ridurre fortemente uno degli elementi di maggiore criticità dei rapporti tra le parti nelle materie di consumo e cioè l'asimmetria informativa.

Il Movimento Consumatori è firmatario dei principali protocolli di negoziazione paritetica che afferiscono i principali comparti merceologici del consumo quali: le telecomunicazioni, l'energia, il gas e i servizi idrici, i servizi bancari e finanziari, i servizi postali, i trasporti e la mobilità, le assicurazioni, il recupero crediti, il turismo e il commercio elettronico. Alcune di queste procedure, a seguito del recepimento della Direttiva europea del 2013, sono state inserite nell'elenco degli Organismi ADR (art. 141 decies Codice del Consumo).

☐ Telecomunicazioni	☐ Energia, gas, idrico e teleriscaldamento
☐ Fastweb	☐ Edison
☐ Poste Mobile	☐ Eni Plenitude
☐ TIM	☐ Iren
☐ Vodafone	☐ Eon
☐ Windtre	☐ ACEA
	☐ A2A
	☐ Enel Energia-SEN

☐ Bancario e finanziario	☐ Trasporti e mobilità
☐ Bancoposta	☐ Trenitalia
☐ Postepay	☐ Trenord
☐ Intesa Sanpaolo	☐ ASSTRA
☐ AGOS	☐ Autostrade
☐ Unicredit	
☐ Assofin	
☐ Findomestic	
☐ MPS	

☐ Turismo	☐ Assicurazioni
---	---

- | | |
|-------------------------------------|--|
| ☐ ASTOI | ☐ ANIA (solo RCA) |
| ☐ FIAVET | ☐ UnipolSai |
| ☐ ASSOTRAVEL | |

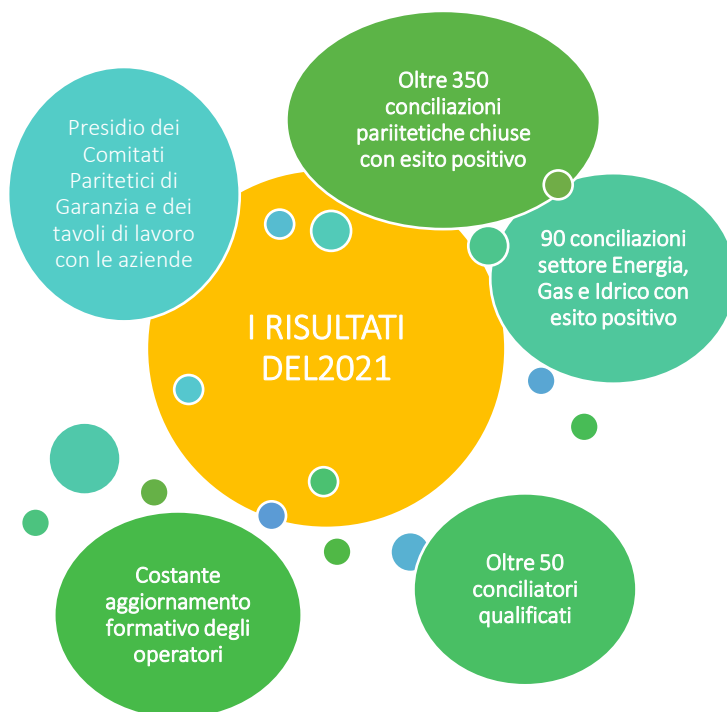
☐ Prodotti postali	☐ Commercio elettronico
--	---

- | | |
|---|----------------------------------|
| ☐ Poste Italiane | ☐ Netcomm |
|---|----------------------------------|

☐ **Recupero crediti**

- ☐
- Unirec

Ulteriori strumenti di conciliazione a tutela dei consumatori sono costituiti dalle ADR afferenti le authority di settore, quali il Servizio Conciliazione per i clienti energia elettrica, gas e idrico e Conciliaweb per il settore TLC.



I recenti dati presentati da IPSOS nel corso dell'evento annuale di presentazione del Report sulle conciliazioni paritetiche organizzato dal partner Consumers' Forum, alla cui realizzazione MC ha partecipato attivamente sia nella sua fase di redazione sia di presentazione con propri dirigenti, è emersa una scarsa conoscenza degli strumenti ADR ed in particolare delle paritetiche da parte dei cittadini, come dimostrano le tabelle di seguito riportate.

Ciò ci induce a riflettere sulle modalità più consone a potenziare l'attività informativa ai consumatori affinché possano scegliere in maniera consapevole lo strumento più adatto per la risoluzione delle controversie insorte ed in particolare affidandosi alle associazioni dei consumatori per una maggiore efficacia nell'applicazione di tale strumento.

Più di 7 italiani su 10 hanno sentito parlare di conciliazione, ma solo 1 su 3 ne ha una vera conoscenza

La conoscenza dello strumento della conciliazione

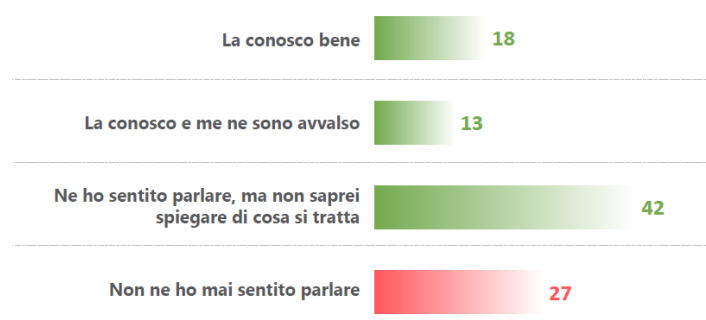


Figura 3.4.1 Fonte IPSOS

In calo la conoscenza della conciliazione paritetica, concetto più complesso ed esperienza solo di una minoranza di consumatori

La conoscenza dello strumento della conciliazione paritetica

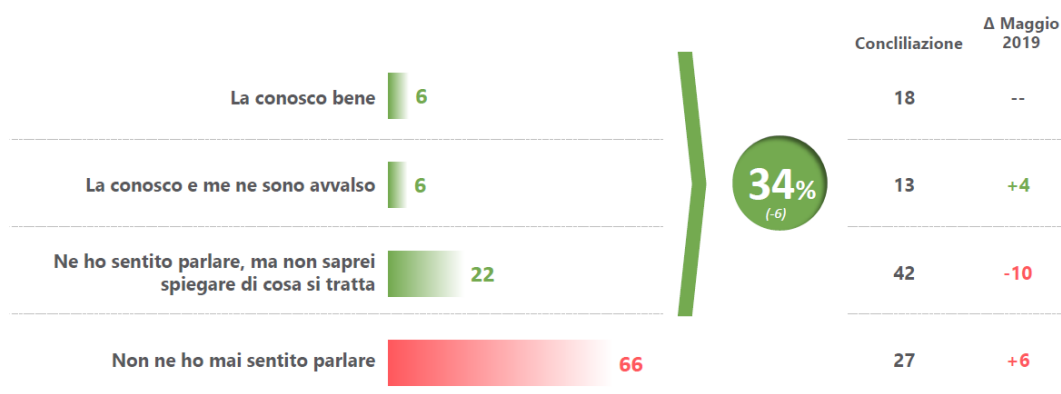


Figura 3.4.2 Fonte IPSOS

Quanto all'analisi interna all'associazione rispetto alle prassi adottate dagli operatori territoriali, nel corso del 2021 i dati registrati in MC, e complessivamente emergenti dai tavoli di lavoro in seno agli organismi ADR, evidenziano un calo numerico delle conciliazioni paritetiche a fronte di una forte impennata nell'uso dei sistemi di conciliazione collegati alle autorità di regolazione laddove esistenti.

Dagli approfondimenti condotti si rilevano alcuni fattori di criticità collegati oltre che alla comunicazione, di cui si diceva poc'anzi, ad una necessità di semplificazione e di efficientamento dei protocolli e delle connesse procedure che di fronte all'evoluzione normativa e regolatoria necessitano di alcune specifiche modifiche.

3.5 Tutela individuale: Sportello Consumatori



Lo Sportello Consumatori nazionale rappresenta la nuova sfida di MC nell'ambito delle attività di assistenza individuale ai consumatori, il servizio di assistenza e di consulenza di MC è stato attivo e operativo durante tutto l'anno consentendo ai cittadini di trovare risposte ed assistenza sia attraverso gli strumenti nazionali sia indirizzando le specifiche esigenze verso le strutture territoriali operative.

Dopo un primo tentativo da parte dell'associazione (anno 2016) di istituire uno sportello online fruibile tramite piattaforma dedicata e rivolto agli associati impossibilitati a recarsi presso una delle sedi territoriali, sulla scia della crescente richiesta di assistenza a distanza emersa durante la pandemia, il Servizio Legale Nazionale ha pensato e coordinato un nuovo sistema di assistenza a distanza più immediato e di facile accesso a tutti, compresi quei cittadini che non hanno accesso a strumenti digitali.

È così nato lo Sportello Consumatori. Nel 2021 sono stati messi a disposizione dei cittadini un numero telefonico (06 94807041) e specifici moduli online sul sito www.movimentoconsumatori.it per dare la possibilità a tutti gli utenti, tramite una telefonata, compilando un modulo indirizzato a email dedicate e, negli ultimi mesi del 2021 anche tramite chat online, di esporre il loro problema e di interloquire, al massimo entro 2 giorni, con un esperto dei principali settori di intervento di Movimento Consumatori: Acquisti e servizi, Assicurazioni, Banche, Energia e idrico, Telefonia e tv, Trasporti e turismo.

I risultati dimostrano che gli associati avevano bisogno di questo strumento, si è passati, nel giro di pochi mesi, dai circa 400 contatti nel 2020 sulla vecchia piattaforma online a oltre 1200 contatti nel 2021.

Per l'attività di assistenza individuale al cittadino, il Servizio Legale Nazionale ha individuato, per questo primo anno di attività, uno/due collaboratori esperti per ogni materia.

Settore d'intervento (*)	Contatti anno 2021	Contatti anno 2020
Acquisti e servizi	215	69
Assicurazioni	49	16
Banche	464	148
Energia e idrico	103	33
Telefonia e Telecomunicazioni	38	12
Trasporti e turismo	361	116
Totale	1230	394

(*) Il numero di contatti indicato è il risultato di una proiezione dei dati elaborato sul 70 % dei contatti.

3.6 Formazione interna

Al fine di facilitare e stimolare il lavoro sui territori, il Servizio legale Nazionale di MC ha avviato un primo ciclo di webinar rivolto ai legali e agli sportellisti delle sedi locali e associazioni federate, incentrato sulle campagne di azioni collettive che Movimento Consumatori sta intraprendendo ed ha in corso. I webinar hanno visto la partecipazione di una media di 30 persone provenienti da altrettante sedi territoriali MC e federate:

11/01/2021 WEBINAR L'estinzione anticipata alla luce della sentenza Lexitor: prime applicazioni	
14/01/2021	WEBINAR Settore energetico e idrico: applicazione delle leggi di bilancio (l. 205/2017 e 160/2019), elementi di misura e consumi nel SII, le azioni giudiziarie
21/01/2021	WEBINAR Responsabilità da false informazioni al mercato, profili penalistici e civilistici
28/01/2021	WEBINAR Cookie e privacy, GDR, Corte di giustizia e nuove linee guida del Garante della privacy
04/02/2021	WEBINAR Strumenti finanziari illiquidi
11/02/2021	WEBINAR Buoni postali fruttiferi
25/02/2021	WEBINAR Truffe bancarie online

Il SLN ha inoltre curato alcuni webinar rivolti ai cittadini organizzati nell'ambito delle "Iniziative a vantaggio dei consumatori", di cui all'articolo 148, comma 1, della legge 23 dicembre 2000, n. 388 per potenziare ed agevolare l'esercizio dei diritti dei consumatori ai sensi dell'art. 6, comma 1, del decreto del 24 ottobre 2019".

4. Attività Progettuali

ELENCO PROGETTI 2021

ENTE FINANZIATORE	PROGETTO	OBIETTIVI ONU-AGENDA 2030
Ministero dello Sviluppo Economico	RIPARTO	  
Ministero dello Sviluppo Economico	Iniziative a vantaggio dei consumatori	
Ministero degli Interni – FAMI	InCOME	 
Bio Based Industries Joint Undertaking all'interno del programma ricerca ed innovazione di Horizon 2020	BIOntOP	
Ministero dello Sviluppo Economico	Io Sono Originale	
Ministero dello Sviluppo Economico	Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino	 
Arera CSEA	Energia diritti a viva voce	 
HORIZONT	Orientament	 

Prima di addentrarci nel racconto di quanto MC ha realizzato in termini progettuali nel corso dell'anno, è necessario soffermarsi su come la perdurante crisi pandemica da Covid-19 abbia di fatto investito anche tutto il 2021 limitando fortemente tutte le attività in presenza ed imponendo una riprogrammazione delle iniziative sia sotto il profilo temporale che della modalità di realizzazione.

In un momento così carico di incertezze e di criticità si è resa necessaria una rimodulazione delle scelte operative e strategiche sia rispetto ai progetti in corso che nell'ideazione di nuovi percorsi con un balzo evolutivo verso i nuovi strumenti digitali di lavoro maggiormente in uso (Skype, Zoom, Microsoft Teams, Unimeeting) che hanno consentito di dare maggiore fluidità alla gestione interna del lavoro e di contatto con i partner nonché di recuperare fasi operative rivolte alla cittadinanza rimodulate in chiave digitale così consentendo di recuperare i ritardi accumulati.

La fase emergenziale ha investito e modificato anche la scelta delle tematiche di interesse dei consumatori anche sulla spinta della crisi venutasi a generare e che ha investito le categorie vulnerabili ed ampliato le necessità di assistenza e di informazione da parte dei consumatori, dinamiche che hanno impattato conseguentemente anche le scelte metodologiche ed operative dell'area progetti.

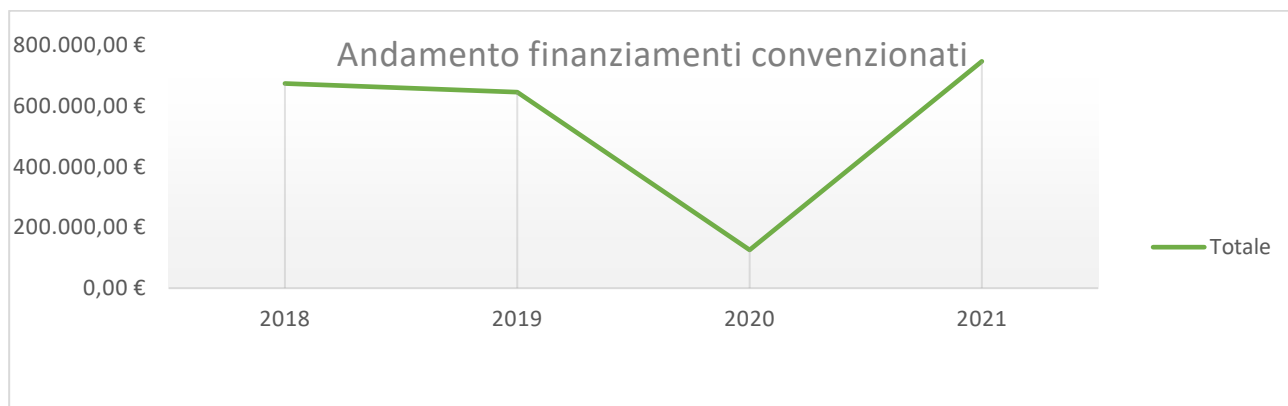


Figura 1: Andamento dei ricavi (solo quote MC) provenienti da convenzioni stipulate per l'avvio di nuovi progetti ed avviati negli anni di riferimento 2018-2021



Il progetto nasce per affrontare, concretamente, la problematica del sovraindebitamento grazie alla creazione di una capillare rete di associazioni del Terzo settore che, per esperienza e per competenze specifiche, possano offrire un'ampia gamma di servizi di supporto al cittadino-consumatore e al settore delle microimprese, per la prevenzione, la risoluzione e la ripartenza da situazioni di

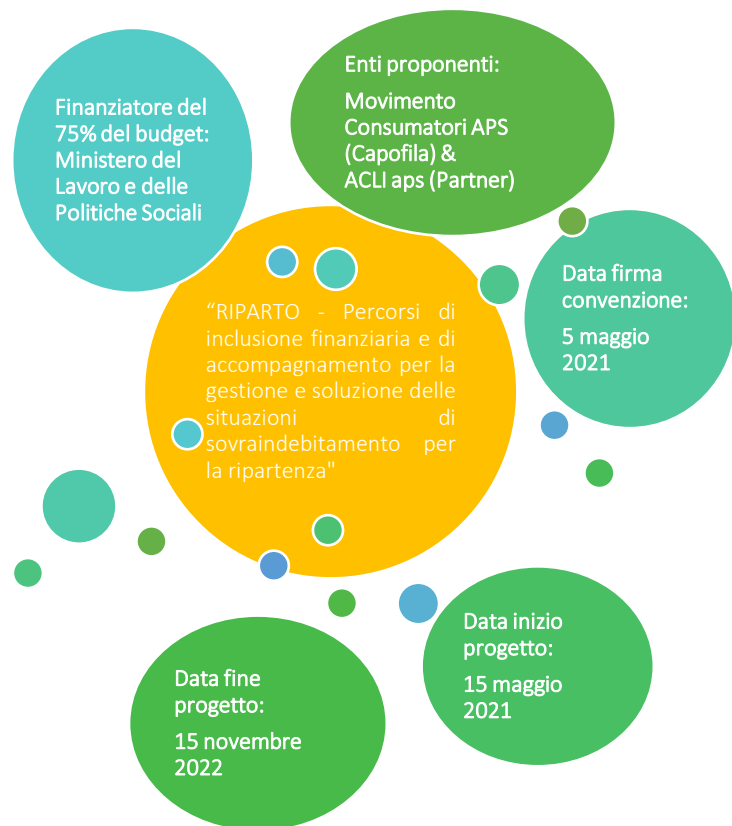
sovraindebitamento.

A questo scopo MC opererà su n.3 pilastri concentrati su:

A) **Prevenzione** - A questo scopo si realizzeranno n.6 seminari universitari che, grazie alle collaborazioni con importanti università italiane, forniranno, in ottica multidisciplinare, una panoramica generale ed aggiornata sul fenomeno del sovraindebitamento.

B) **Risoluzione** - Una rete di 27 sportelli dislocati su tutto il territorio nazionale fornirà un'assistenza individuale e gratuita per l'ascolto, la gestione e l'accompagnamento alle procedure per la risoluzione delle situazioni debitorie.

C) **Ripartenza** - I cittadini e le imprese soccorse dalla rete di RIPARTO, saranno accompagnati in un percorso di ripartenza che, grazie alla rete di partner progettuali, forniranno il necessario supporto al fine di agevolare i rapporti con le istituzioni finanziarie, fornendo canali protetti per l'accesso al credito.



A che punto siamo ...

A Il progetto, iniziato il 05/05/21, può contare sul prezioso lavoro di un **Comitato per il coordinamento tecnico-scientifico (CTS)** che, composto da esperti provenienti da primarie organizzazioni pubbliche e private, ha discusso, in occasione del **convegno di presentazione iniziale** organizzato il 17/09/21, lo stato dell'arte del sovraindebitamento e delle sue più importanti sfide.

B Il confronto sinergico tra il CTS ed esperti di settore ha permesso di recepire le ultime novità normative in materia di tutela del consumatore che, grazie a n.100 ore di formazione specialistica realizzata in modalità FAD, sono state trasferite a n.103 operatori che, provenienti da n.34 città su n.18 regioni, formano la nostra rete di sportelli locali.

C Una volta intercettata la domanda e messa in atto la migliore strategia percorribile per la risoluzione delle situazioni di sovraindebitamento inizierà - in caso di esito positivo dell'attività di gestione della crisi - un'ultima fase, di accompagnamento, finalizzata a garantire un nuovo e sostenibile accesso al credito. A questo scopo costruiremo, nel corso del progetto, una rete di realtà del terzo settore (associazioni/fondazioni) alle quali ricorrere per strutturare una "ripartenza" sostenibile.

I numeri di RIPARTO

L'impatto del progetto è ambizioso: 3.000 adulti e 300 imprese con problematiche legate al sovraindebitamento, assistiti dalla rete RIPARTO; 100 adulti, tra i 3.000 assistiti, beneficiari di sovvenzioni a copertura delle spese relative alle procedure degli OCC (Organismi composizione crisi da sovraindebitamento); 300 studenti coinvolti in attività di formazione universitaria; 800 operatori coinvolti nelle attività di aggiornamento e 12.000 individui sensibilizzati sul tema.

LA NOSTRA RETE DI STAKEHOLDERS

- ASSOCONFAM
- AVAL
- FAMIGLIE IN CAMMINO
- FEDUF
- FONDAZIONE DON MARIO OPERTI ONLUS
- FONDAZIONE SAN BERNARDINO ONLUS
- FONDAZIONE G.B.SCALABRINI ONLUS
- FONDAZIONE WELL FARE
- IL SALVAGENTE ONLUS
- NASHAK - ANTIUSURA
- QUESTA GENERAZIONE
- TIKVA
- UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO
- UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
- POLITECNICO DI MILANO
- UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE
- RETE ITALIANA MICROFINANZA
- CENTRO STUDI DEL CONSIGLIO NAZIONALE ORDINE PSICOLOGI
- CONSIGLIO NAZIONALE ORDINE ASSISTENTI SOCIALI
- ADIC UMBRIA
- SPORTELLI DEL CONSUMATORE
- SEZIONI MC
- FONDAZIONE SALUS POPULI ROMANI ONLUS
- AMBITO TERRITORIALE SOCIALE XIII

I fondi - del progetto di rilevanza nazionale finanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ai sensi dell'articolo 72 del decreto legislativo 3 luglio 2017, n.117 - anno 2020 - sono stati così pianificati:

Piano finanziario progetto "Riparto" Budget MC-ACLI

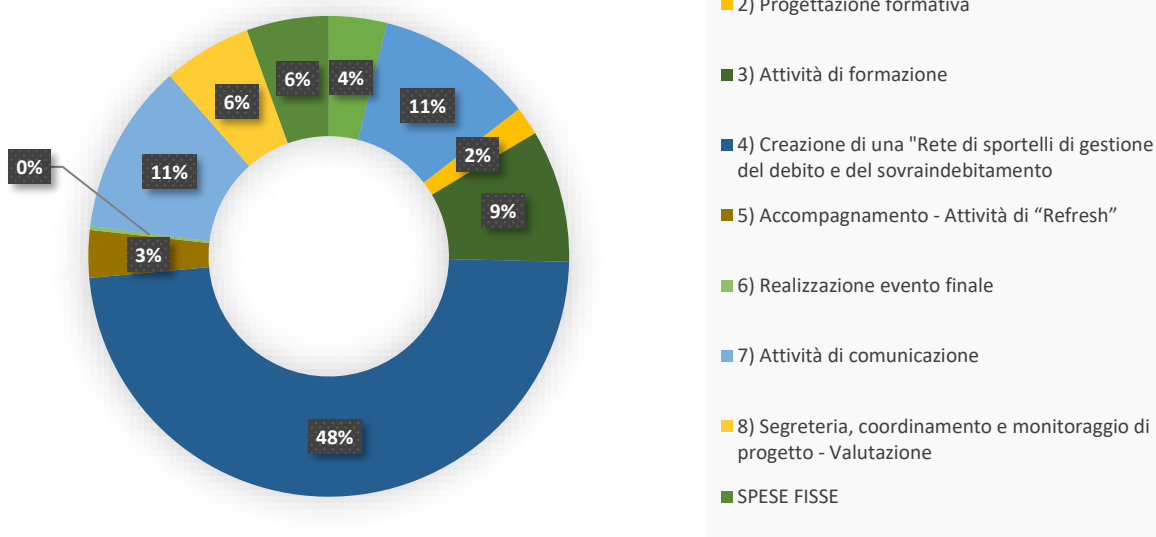
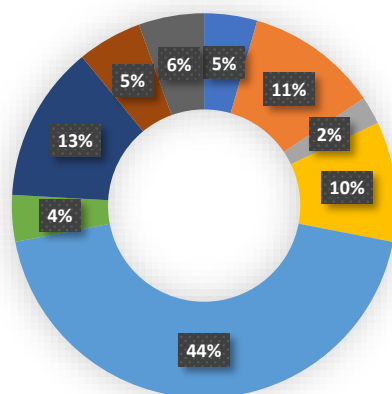


Figura 2: RIPARTO – Ripartizione budget complessivo di progetto (in %) tra linee di attività

Piano finanziario progetto "Riparto" Focus quote MC



- 0) Progettazione MC
- 1) Ricerca e analisi dei bisogni MC
- 2) Progettazione formativa MC
- 3) Attività di formazione MC
- 4) Creazione di una "Rete di sportelli di gestione del debito e del sovraindebitamento MC
- 5) Accompagnamento - Attività di "Refresh" MC
- 7) Attività di comunicazione MC
- 8) Segreteria, coordinamento e monitoraggio di progetto - Valutazione MC
- SPESE FISSE MC

Figura 3: RIPARTO – Ripartizione budget (in %) tra linee di attività con evidenza delle quote lato MC

Focus attività rete di sportelli - quote MC

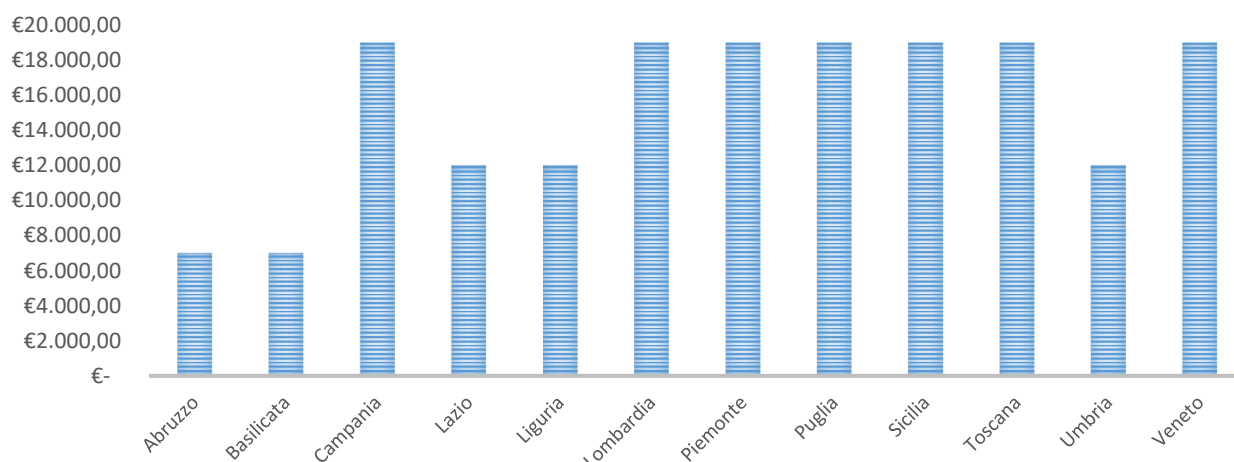


Figura 4: RIPARTO – Ripartizione budget MC per regioni di interesse in riferimento all'attività 4 (costruzione di una rete di sportelli di gestione del debito e del sovraindebitamento) con evidenza delle quote lato MC

Come si evince dai grafici a torta la quota maggiore delle risorse finanziarie, lato capofila MC, è stata destinata allo sviluppo della rete di sportelli di gestioni del debito e del sovraindebitamento. Ciò in virtù del fatto che è obiettivo espresso del progetto quello di aiutare i cittadini e le imprese non soggette a fallimento a gestire la situazione debitoria e/o ad accedere alle procedure di risoluzione della crisi da sovraindebitamento che, ad oggi, registrano livelli di utilizzo molto contenuti.

A questo fine, sono state implementate due fasi propedeutiche all'attività di sportello. La prima è la progettazione formativa, dove il confronto sinergico tra i componenti del Comitato Tecnico Scientifico e gli esperti del settore interpellati ha permesso un adeguamento agli aggiornamenti normativi del d.lgs 14/2009, come di ogni altro tema, preparatori alla messa a punto della formazione specialistica. La seconda fase è, per l'appunto, la concretizzazione della formazione specialistica che, realizzata in modalità FAD, ha

visto il coinvolgimento di 19 docenti che, in 48 appuntamenti della durata complessiva di 96 ore di lezione, hanno formato 103 operatori provenienti da 34 città di 18 regioni; inoltre, parte degli appuntamenti formativi sono stati inseriti nel “Mese dell’educazione finanziaria” organizzato nel mese di ottobre 2021.

Nel concreto, gli sportelli del progetto “Riparto” sono stati pensati per offrire sostegno concreto a tutti i cittadini e alle microimprese in difficoltà economica, mettendo a loro disposizione una rete professionale di assistenza e strumenti utili per ricostruire la situazione debitoria ed individuare la strategia più efficace per risolverla; inoltre, diffonderanno comportamenti finanziari e di consumo più responsabili e sostenibili necessari per prevenire il sovraindebitamento. In particolare, gli operatori di sportello offriranno consulenza qualificata per l’accesso alle procedure di composizione della crisi disciplinate dalla [Legge n. 3 del 2012](#), che permettono di rimodulare i debiti delle persone fisiche o dei soggetti comunque non sottoposti a fallimento, rendendoli sostenibili.

I consulenti del debito degli sportelli “Riparto” assisteranno i destinatari per spiegarli in maniera semplice e chiara in cosa consistono le diverse procedure, i requisiti per accedervi e il ruolo dell’Organismo di Composizione della Crisi (OCC), gli effetti in caso di omologazione da parte del tribunale e le condizioni alle quali può ottenere l’esdebitazione, ovvero la liberazione dai debiti. Dunque, MC ha previsto già nella proposta progettuale l’istituzione di un fondo sperimentale destinato al sostegno parziale o integrale di almeno 100 debitori che si trovino in condizioni di particolare difficoltà, in modo da agevolare il ricorso alle procedure previste dalla Legge 3/2012 ed evitare così l’abbandono della procedura al primo scoglio economico.

Sportello "Riparto"

momenti di ascolto su problematiche legate all’indebitamento;

consulenza sulla gestione del debito nella fase fisiologica, di allerta, di allarme e di sovraindebitamento;

Verifica della correttezza dei debiti (in particolare bancari);

Consulenza su eventuali procedure esecutive in corso;

Accompagnamento alle procedure per la gestione del sovraindebitamento.

Risultati attesi

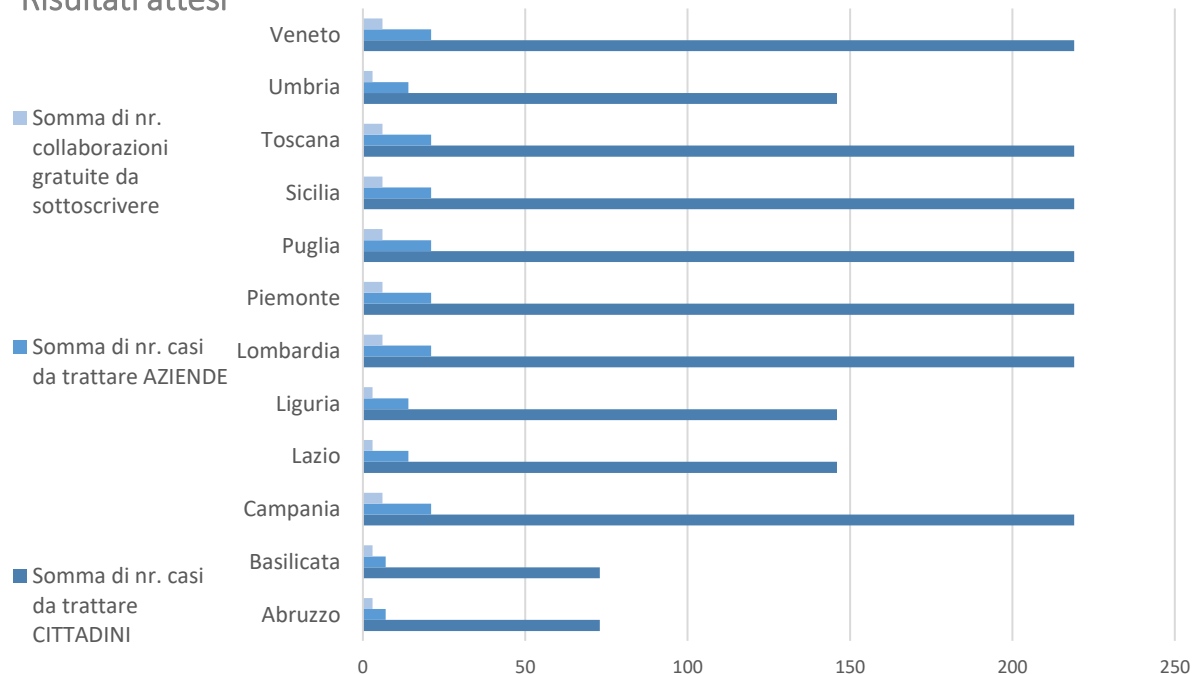


Figura 5: RIPARTO – Risultati attesi per regioni di interesse in riferimento all’attività 4 (costruzione di una rete di sportelli di gestione del debito e del sovraindebitamento) con evidenza delle quote lato MC

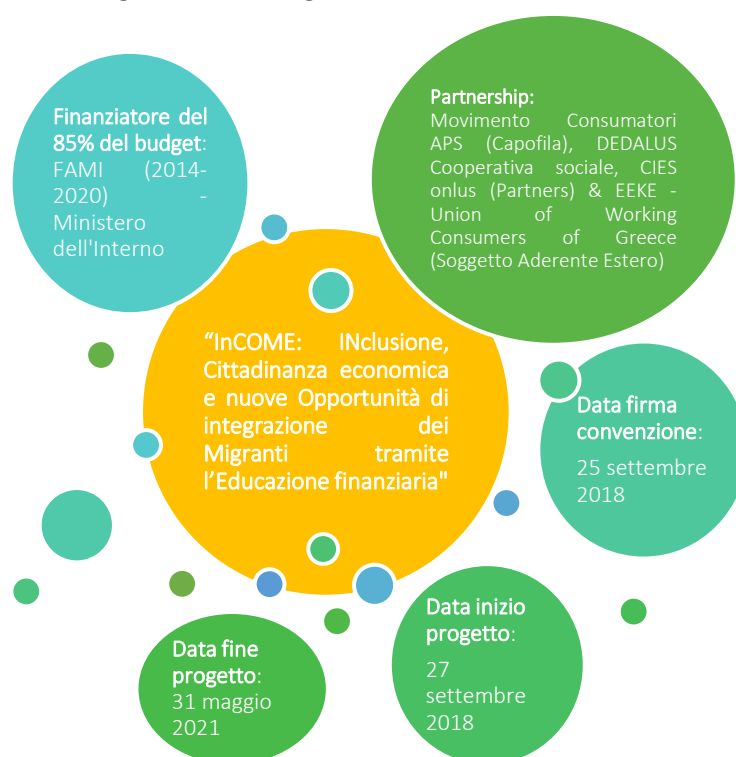


favorire la conoscenza sui temi dell'inclusione finanziaria e della cittadinanza economica, temi meno noti e meno agiti nell'ambito dell'immigrazione.

Nella seconda metà di quest'anno abbiamo cercato quindi di tirare le fila su questo importante progetto. Tra i punti di forza è sicuramente da annoverare l'eterogeneità dei soggetti coinvolti, con competenze differenti ma complementari tra di loro, il cui lavoro congiunto ha permesso di mettere a fuoco il tema della gestione del denaro da differenti punti di vista, quello antropologico/sociologico e quello consumerista (informazione e tutela).

Per la realizzazione del progetto e il raggiungimento dei destinatari, la rete di contatti della partnership, già consolidata a livello di territorio locale e nazionale, nonché la

Nel 2021 sono giunte a chiusura le attività del progetto "InCOME - Inclusione, Cittadinanza economica e nuove Opportunità di integrazione dei Migranti tramite l'Educazione finanziaria" - finanziato dal Ministero dell'Interno, a valere sul Fondo Asilo Migrazione e Integrazione - FAMI, con l'obiettivo di



ADERENTI AL PROGETTO:

- CeSPI – Centro Studi di Politica Internazionale,
- FEduF – Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio,
- Fondazione Finanza Etica,
- Università Tor Vergata di Roma,
- Università Federico II di Napoli,
- Regione Piemonte,
- I Municipio di Roma,
- Comune di Napoli,
- AMMI Torino,
- Programma Integra Roma,
- Scuole Migranti Roma,
- Associazione Senegalesi di Napoli.

partecipazione agli eventi dei soggetti aderenti o soggetti partner è stata senz'altro un punto di forza tramite cui promuovere le attività del progetto, valutato da tutte le realtà incontrate con estremo favore per innovazione e per concretezza.

Inoltre, le interlocuzioni hanno confermato la bontà dell'impianto progettuale, che nel suo svolgersi ha favorito anche un'intensa azione di mediazione sociale con le reti di stakeholders. Ciò che emerge di interessante, infatti, è che l'inclusione finanziaria è trasversale a tutte le fasi dell'integrazione ed alle fasce di nuovo e vecchio insediamento, essendo la gestione del denaro un nodo centrale nel fenomeno migratorio e nei processi di integrazione.

I numeri di InCOME

Il progetto è stato caratterizzato dall'esecuzione di un monitoraggio trimestrale, attraverso il quale si è avviato un processo continuo e sistematico di raccolta dati riferiti ai singoli interventi ed al programma FAMI (es: dati di spesa, dati di processo, dati di realizzazione) che è terminato contestualmente alla conclusione di tutte le attività, comprese quelle di rendicontazione. Questo ci ha aiutato ad identificare e risolvere i problemi di attuazione in itinere e ci ha permesso di generare informazioni concrete per la sorveglianza e la valutazione.

Indicatori di realizzazione (volti a misurare - in modo semplice e facilmente comprensibile - ciò che è stato effettivamente prodotto attraverso gli interventi realizzati mediante l'utilizzo delle risorse finanziarie disponibili a budget):

Cittadini di paesi terzi che hanno beneficiato delle attività di progetto [n] V.Atteso 600 V.Effettivo 602 Perc.Realizzazione 100.33	Interventi di ricerca-azione per sperimentare servizi di inclusione dei cittadini dei paesi terzi [n] V.Atteso 2 V.Effettivo 2 Perc.Realizzazione 100	Operatori partecipanti ai corsi di formazione [n] V.Atteso 60 V.Effettivo 63 Perc.Realizzazione 105	Report sulle condizioni di trasferibilità dei modelli di servizi di inclusione individuati come buone prassi [range 0-1] V.Atteso 1 V.Effettivo 1 Perc.Realizzazione 100
Interventi per favorire lo scambio ed il confronto tra attori istituzionali (operanti in ambito nazionale e internazionale), per condividere, sperimentare e trasferire modelli di servizio [n] V.Atteso 13 V.Effettivo 13 Perc.Realizzazione 100	Servizi sperimentali attivati [n] V.Atteso 9 V.Effettivo 9 Perc.Realizzazione 100	Mediatori interculturali partecipanti ai corsi di formazione [n] V.Atteso 60 V.Effettivo 61 Perc.Realizzazione 102	Modelli di servizi di inclusione individuati come buone prassi [n] V.Atteso 2 V.Effettivo 2 Perc.Realizzazione 100

Gli sportelli InCOME sono stati attivi nelle 3 sedi di progetto in modalità in presenza e da remoto dal 4 dicembre 2019 al 30 aprile 2021. Nel periodo sono stati accolti e supportati 602 utenti di cui 210 a Roma, 204 a Napoli e 188 a Torino. L'utenza è stata molto frammentata dal punto di vista della nazionalità, ben 64 quelle accolte col servizio, dato che rappresenta quanto il tema dell'inclusione finanziaria sia trasversale e che i bisogni in ambito finanziario sono diffusi tra le diverse comunità immigrate su tutti e tre i territori. La sede di sportello in cui hanno acceduto più nazionalità è la romana (utenti di 52 diverse nazionalità), seguono Torino (36) e Napoli (30). Nello specifico, le differenze per nazionalità sono le seguenti: a Torino prevalgono peruviani (33,3%) e nigeriani (10,2%); a Roma nigeriani (14,8%) e bengalesi (7,2%); a Napoli ucraini (17,2%), nigeriani (13,2%) e pakistani (10,3%). Gli accessi agli sportelli sono quasi equamente suddivisi per genere: il 55% sono maschi e il 45% femmine. Gli operatori coinvolti nel progetto

sono stati 180, di cui 124 tra formazione, servizio di sportello e scambi buone prassi, a cui devono aggiungersi i soggetti di 56 diverse istituzioni a livello nazionale coinvolti in fase progettuale e durante gli scambi di buone pratiche della rete con ruoli diversi (incarichi apicali, operatori, esperti, docenti e ricercatori, volontari).

Indicatori di risultato (volti a misurare - in modo semplice e facilmente comprensibile - gli effetti ed i cambiamenti immediati sui beneficiari/destinatari degli interventi, specificamente conseguenti tramite la realizzazione delle attività di progetto, immediatamente dopo la sua conclusione):

Protocolli d'intesa/accordi per la messa a regime e diffusione delle buone prassi [n] • V. Atteso 4 • V. Effettivo 4 • Perc. Realizzazione 100	Scambio di procedure e buone prassi tra gli attori istituzionali all'interno del territorio nazionale [n] • V. Atteso 7 • V. Effettivo 13 • Perc. Realizzazione 185.71	Mediatori interculturali che hanno completato con esito positivo le attività formative [n] • V. Atteso 48 • V. Effettivo 60 • Perc. Realizzazione 125
Cittadini dei paesi terzi coinvolti che dichiarano di aver migliorato la propria cultura finanziaria [%] • V. Atteso 90 • V. Effettivo 92 • Perc. Realizzazione 102.22	Scambio di procedure e buone prassi tra gli attori istituzionali e gli altri Stati membri [n] • V. Atteso 4 • V. Effettivo 6 • Perc. Realizzazione 150	Operatori che hanno completato con esito positivo le attività formative [n] • V. Atteso 48 • V. Effettivo 36 • Perc. Realizzazione 75
Operatori coinvolti che dichiarano di aver migliorato la capacità di accoglienza del servizio [%] • V. Atteso 90 • V. Effettivo 98,4 • Perc. Realizzazione 109.33	Stati membri coinvolti nello scambio di buone prassi [n] • V. Atteso 1 • V. Effettivo 1 • Perc. Realizzazione 100	Soggetti (operanti in ambito locale, regionale e/o nazionale, internazionale) che beneficiano dei modelli di servizi di inclusione [n] • V. Atteso 25 • V. Effettivo 30 • Perc. Realizzazione 120

Tutte le attività dei WP sono state correttamente espletate e l'analisi degli indicatori progettuali evidenzia il complessivo raggiungimento degli obiettivi indicati nella proposta progettuale sia in termini quantitativi che qualitativi.

Come comunicato nel 2020, il percorso formativo è stato rimodulato a seguito dell'intervenuta pandemia, ed è stato quindi modificato, unitamente alla modalità di somministrazione dei corsi, anche il modello originariamente sperimentato, basato sul riadattamento costante dello schema formativo step by step. Contestualmente la modalità di formazione su piattaforma digitale ha consentito la replicabilità dei contenuti ed il costante aggiornamento di operatori e mediatori coinvolti per tutto l'arco temporale residuo del progetto.

Quanto agli indicatori numerici il dato complessivo di operatori e mediatori interculturali partecipanti ai corsi di formazione ha raggiunto e superato l'obiettivo, si rileva invece uno scostamento rispetto all'ultimazione dell'intero ciclo formativo da parte degli operatori che raggiunge il 75% a fronte di una percentuale del 125% dei mediatori interculturali che hanno completato il percorso formativo. Complessivamente quindi le due percentuali restituiscono un dato pieno del numero totale di corsisti che ha correttamente completato la formazione e ciò risponde anche ad un'esigenza di sostenibilità del progetto, in quanto risulta statisticamente utile ampliare il numero di mediatori formati per poter rispondere efficacemente alle esigenze linguistiche eterogenee.

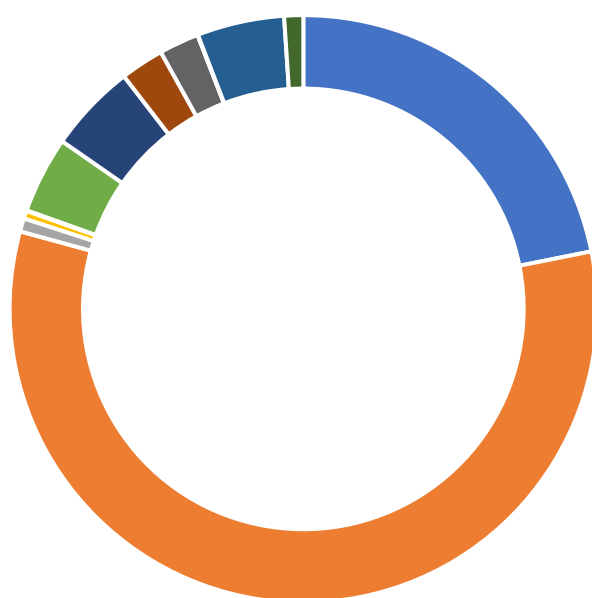
Rispetto ai cittadini di paesi terzi che hanno beneficiato delle attività di InCOME la percentuale di raggiungimento dell'obiettivo mostra il pieno raggiungimento dei risultati attesi; ciò nonostante il fatto che, ad esito della pandemia, alcuni sportelli sospesi da marzo 2020 a seguito del lockdown nazionale non hanno

ripreso avvio, così come la rete di contatti avviata localmente per l'implementazione di ulteriori sportelli ha incontrato ostacoli alla realizzazione. In risposta alle esigenze specifiche emerse si è proteso per l'attivazione di 3 sportelli in modalità da remoto che hanno continuato ad operare anche "nelle zone rosse" dell'inverno 2021, mostrandosi capaci di fronteggiare ogni esigenza del particolare momento storico.

Altro elemento su cui è opportuno un approfondimento è rappresentato dagli scambi di buone prassi tra gli attori istituzionali all'interno del territorio nazionale, attività anch'essa impattata dall'emergenza pandemica che ha portato a tradurre tale esperienza su piattaforma digitale. Pertanto, sono stati realizzati 13 incontri complessivi, con miglioramento della soglia originaria. È opportuno evidenziare che di questi incontri 6 hanno visto il coinvolgimento attivo del Soggetto Aderente estero EEKE - Union of Working Consumers of Greece.

Infine, rispetto all'impatto che l'esperienza ha avuto verso l'esterno in termini di miglioramento della cultura finanziaria dei migranti, il 92% del campione esaminato ha espresso giudizi pienamente positivi così come il dato percentuale degli operatori coinvolti che dichiarano di aver migliorato la capacità di accoglienza del servizio e quindi di aver tratto arricchimento dall'esperienza InCOME è del 98,4% del campione analizzato. L'analisi degli indicatori restituisce un quadro positivo dell'esperienza significandone il successo, nonostante la fase emergenziale che ha impattato fortemente un progetto che per sua natura era incentrato sul radicamento territoriale e il contatto diretto con la collettività di riferimento.

Piano economico-finanziario progetto "InCOME" - Focus quote MC



- Capofila A1 - Personale interno
- Capofila A3 - Incarichi professionali
- Capofila A4 - Altro
- Capofila B1 - Trasporto
- Capofila B2 - Vitto e alloggio
- Capofila F1 - Servizi per un importo fino a 4.999,99 €
- Capofila F2 - Servizi per un importo da 5.000 € a 39.999,99 €
- Capofila G1 - Revisore indipendente
- Capofila G2 - Esperto Legale
- Capofila H1 - Beni e servizi acquistati per i destinatari
- Capofila I1 - Fidejussione
- Capofila I2 - Pubblicità e diffusione



è un progetto di ricerca ed innovazione che ha visto la collaborazione di 20 organizzazioni europee – pubblico/private - che, provenienti da otto differenti Paesi (Italia, Spagna, Belgio, Germania, Olanda, Repubblica Ceca, Estonia e Croazia), si sono riunite in consorzio al fine di creare nuovi

imballaggi rispettosi per l'ambiente ed economicamente sostenibili.

All'interno di un prestigioso partenariato composto da Università, Centri di ricerca e aziende produttrici, Movimento Consumatori è stata chiamata, in qualità di esperta di settore, a studiare la percezione del consumatore medio rispetto al concetto di imballaggio sostenibile cercando, contestualmente, di capire se, e in che forme, questo può influenzare le scelte di consumo.

A questo scopo, MC ha ideato, realizzato e distribuito un questionario che, rivolto a consumatori di 8 paesi europei, ha visto il coinvolgimento di 3.300 consumatori e di 13 stakeholder (nazionali ed internazionali) tra associazioni di consumatori, aziende, associazioni (pubblico/private) ed istituzioni pubbliche.



I risultati della ricerca, discussi in 3 focus group, sono stati raccolti in un report pubblicato sui canali ufficiali del progetto <https://biontop.eu/index.php> -come di MC - <https://www.movimentoconsumatori.it/progetti/progetti-mc/info/102-biontop-diamo-voce-ai-consumatori>.

BIONTOP: VALUTAZIONE SULLA PERCEZIONE DEI CONSUMATORI SULLE BIOPLASTICHE

Il progetto BIONTOP mira a sviluppare nuovi imballaggi riciclabili e economicamente competitivi che possano contemporaneamente essere meccanicamente riciclabili, compostabili (a livello industriale come domestico) e smaltibili attraverso processi di digestione anaerobica.

L'indagine ha lo scopo di valutare la percezione dei consumatori rispetto alle Bioplastiche. I dati verranno raccolti in forma anonima e attraverso questo modulo saranno analizzati dallo staff di Movimento Consumatori al fine di elaborare una serie di raccomandazioni, da promuovere tra vari stakeholder nazionali ed europei, per sostenere e promuovere i comportamenti virtuosi dei consumatori nei confronti dell'ambiente e dell'utilizzo di materiali in Bioplastica.

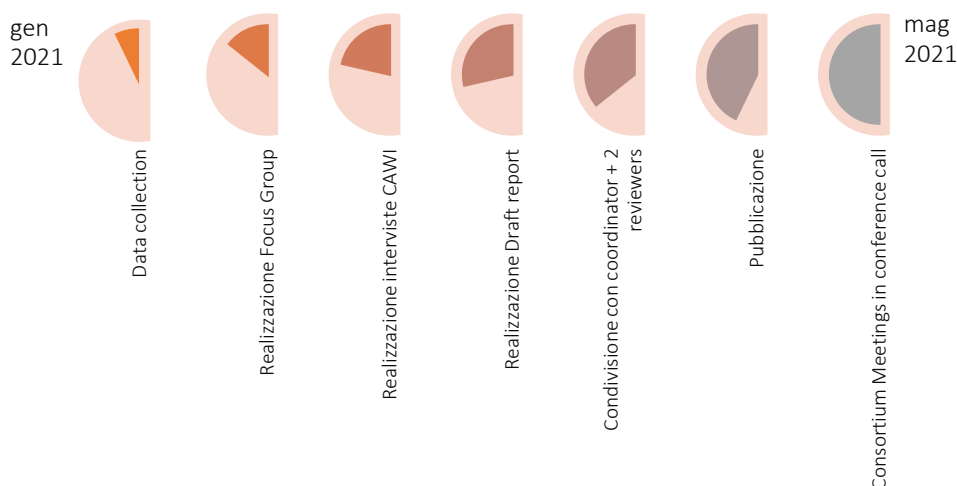
Il progetto BIONTOP ha ricevuto un finanziamento dal consorzio Bio Based Industries Joint Undertaking nell'ambito del programma di ricerca e innovazione Horizon 2020 dell'Unione europea. Il numero identificativo del programma di finanziamento accordato è il n. 837761.



Figura 7: BIONTOP – Pagina iniziale questionario (ITA)

Inoltre, abbracciando pienamente i principi di trasparenza e di scambio proprie delle realtà scientifiche europee, MC ha deciso di pubblicare integralmente i dati¹ raccolti che, pertanto, sono visionabili sul sito Web Zenodo - piattaforma scientifica messa a disposizione dal CERN².

Come già accennato, l'obiettivo principale della ricerca è stato quello di studiare la percezione dei consumatori europei rispetto allo sviluppo di futuri imballaggi in bioplastica. A questo scopo abbiamo realizzato un questionario che andasse ad analizzare le abitudini e le conoscenze dei consumatori rispetto



¹ Dati grezzi disponibili su <https://zenodo.org/> (DOI: 10.5281/zenodo.4772351)

² Zenodo è un dataset globale reso disponibile dall'Organizzazione europea per la ricerca nucleare (CERN).

alle informazioni presenti sulle etichette, ai materiali di imballaggio e alle pratiche per una loro corretta gestione. A questo abbiamo unito lo studio della percezione dei consumatori sulle bioplastiche e le eventuali preoccupazioni ad esse legate.

I risultati raccolti, sintetizzati dalla figura 10, ci permettono di concludere che sarebbe utile, al fine di estendere l'utilizzo di una tecnologia *bio-based*, di:

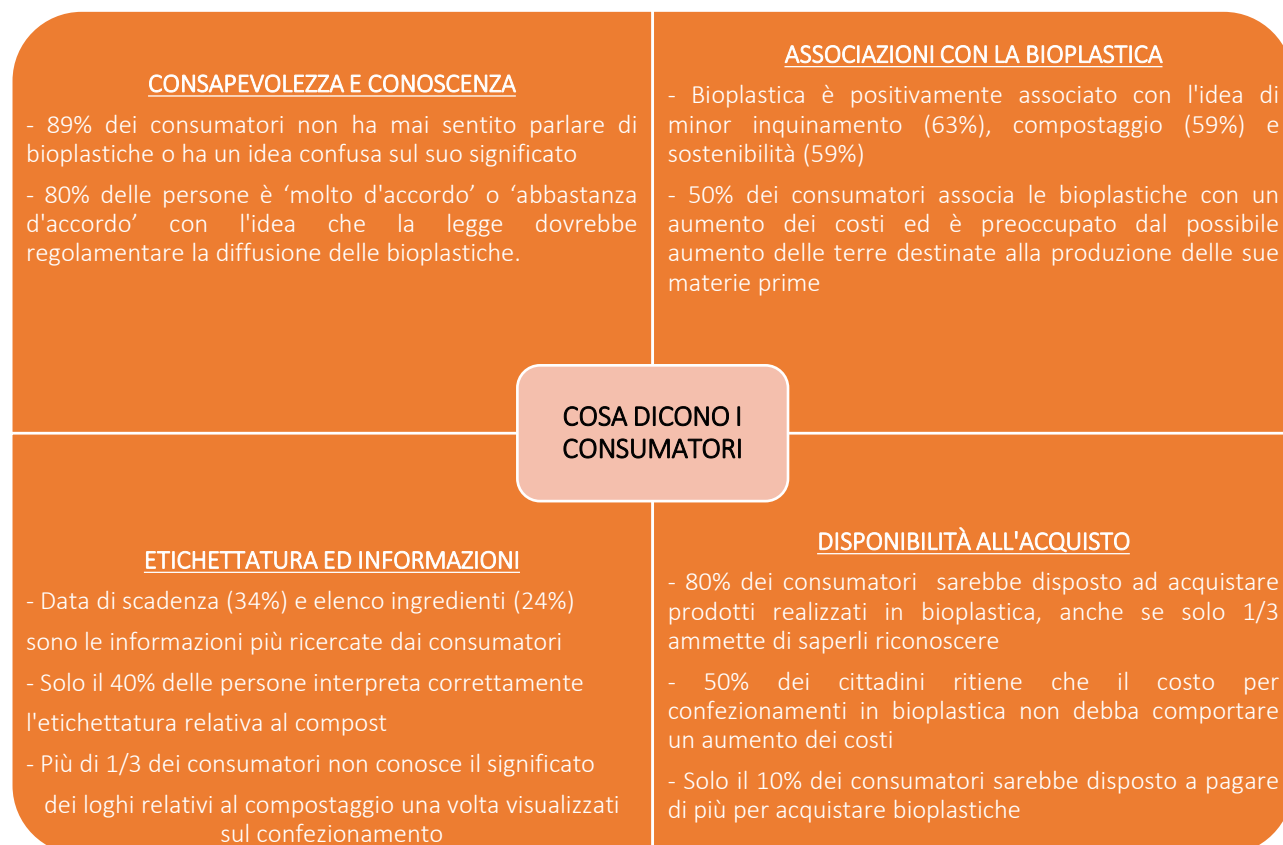


Figura 8: BIONTOP – Struttura e risultati della ricerca

- 1) Prevedere una strategia Europea di lungo periodo per rafforzare la consapevolezza dei consumatori. Questo, infatti, rappresenta un fattore chiave per la realizzazione di una effettiva transizione verde;
- 2) Veicolare una corretta informazione sulla provenienza delle materie prime e sul corretto smaltimento delle bioplastiche;
- 3) Al fine di meglio identificare le bioplastiche sarebbe importante la creazione di un logo Europeo in grado di comunicare, in maniera semplice, non solo la natura *bio-based* del confezionamento ma anche il suo corretto smaltimento
- 4) Infine, dobbiamo riscontrare che le imprese, anche se molto interessate ad utilizzare le bioplastiche, ne lamentano una attuale limitata versatilità.





"Io Sono Originale" è l'iniziativa promossa dal Ministero dello Sviluppo economico – Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale Ufficio Italiano Brevetti e Marchi, in collaborazione con le associazioni dei consumatori iscritte al CNCU che, in continuità con le precedenti edizioni, promuove una campagna di educazione e sensibilizzazione per coltivare la cultura della legalità, contribuire alla lotta al falso e informare i

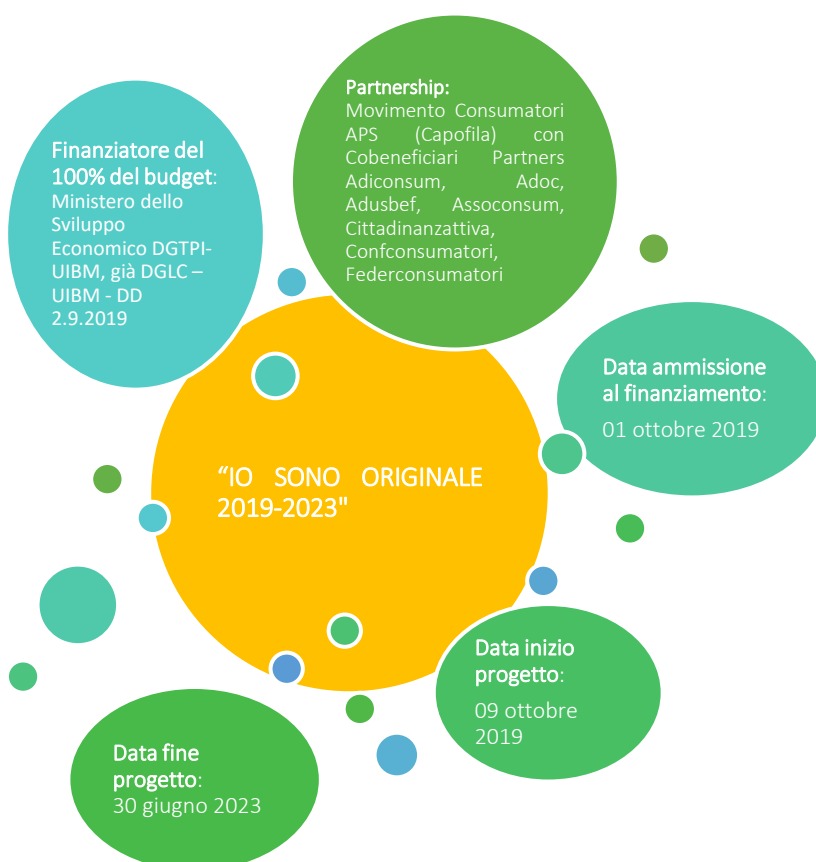
consumatori in merito ai rischi collegati alla contraffazione.

Si rinnova anche l'impegno mirato alla Terra dei Fuochi nell'ambito del "Piano di azione per il contrasto dei roghi dei rifiuti" con i protocolli siglati dalla presidenza del Consiglio dei Ministri che hanno una particolare attenzione al territorio campano.

L'acquisto di beni contraffatti è un atteggiamento di consumo che coinvolge livelli diversi (economico, sociale, psicologico, comunicativo) e che richiede strategie coordinate di informazione, sensibilizzazione e contrasto.

Può avere effetti negativi diretti e indiretti sulla salute e sulla sicurezza dei consumatori, oltre che incidere negativamente sull'ambiente, ma tali rischi, connessi ad un'abitudine di acquisto e di consumo sbagliata oltre che illegale, non sono, tuttavia, chiaramente e adeguatamente percepiti dal consumatore e pertanto diventa determinante intervenire attraverso un piano mirato di attività informative e divulgative che contribuisca al miglioramento della "percezione sociale" di tali fenomeni.

Il programma 2019-2021 - prorogato al 2023 a causa della pandemia da Covid 19 - che coinvolge direttamente il cittadino nelle attività per fornirgli nuove leve che stimolino comportamenti virtuosi nel vivere quotidiano e nelle abitudini di acquisto e di vendita, si concretizza in un piano di iniziative differenziato per target di riferimento:





Ripartizione budget complessivo progetto ISO tra le attività

- Spese progettuali
- Gestione iniziativa "Diario della creatività"
- Organizzazione n°35 workshop/seminari
- Organizzazione 1ª e 2ª Giornata dedicata all'Innovazione
- Organizzazione ed erogazione attività formativa e-learning
- Organizzazione e realizzazione n° 25 eventi di strada
- Produzione di materiale per gli eventi e le attività (gadget)
- Produzione di materiale per gli eventi e le attività (materiale informativo)
- Attività di promozione, divulgazione e informazione eventi
- Supporto tecnico di progetto ed esperti di settore
- Coordinamento del progetto
- Staff tecnico di progetto
- Gestione attività, iniziative ed eventi
- Spese generali

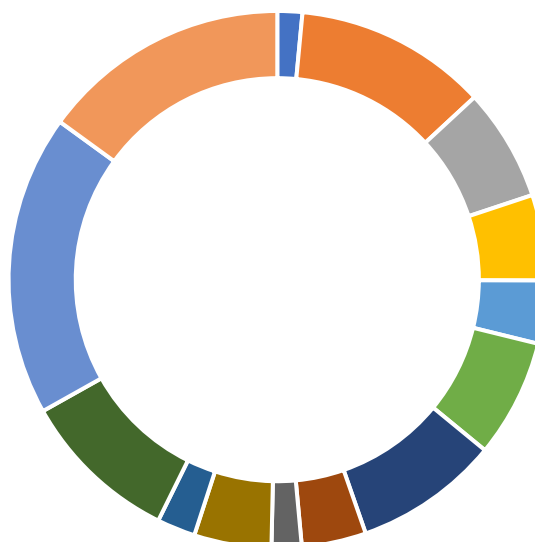
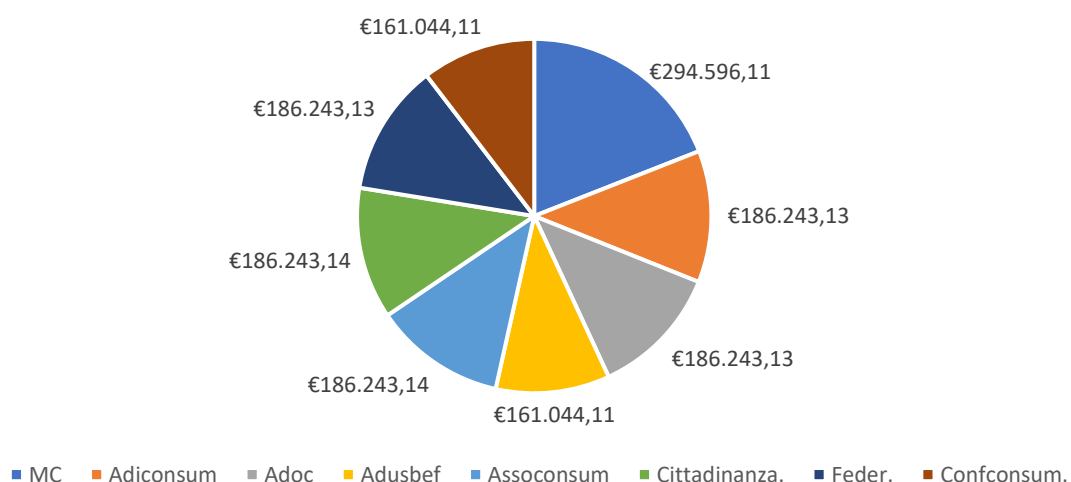


Figura 1: ISO – Ripartizione budget complessivo di progetto (in %) tra linee di attività

Piano economico 2019-2023, con evidenza ripartizione quote tra capofila (MC) e concordata di progetto



*Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino –
Lotta alle disuguaglianze e pari opportunità di accesso ai servizi,
alle informazioni e all'esercizio dei propri diritti e delle forme di
tutela*



Sconfiggere le disuguaglianze economiche, socio-culturali e territoriali che ancora oggi penalizzano il consumatore nell'accesso a molti servizi e a prodotti di primaria utilità. Questo l'obiettivo di Cittadinanzattiva, Confconsumatori e Movimento Consumatori, che, insieme, hanno dato il via, nel 2019, alla campagna di comunicazione "Più sai, più sei", relativa al progetto "Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino", finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico ai sensi del D.M. 7 febbraio 2018. Finalità principale del progetto è stata quella di contribuire alla lotta alle disuguaglianze (in linea con il Goal 10 di Agenda Onu 2030 per lo sviluppo sostenibile), puntando sulla maggiore consapevolezza del cittadino come chiave per superare disagi e vulnerabilità e proponendo strumenti concreti per acquisire autonomia e benessere.

Il progetto, giunto a conclusione il 31 gennaio 2021, ha visto l'attivazione di un call center nazionale volto ad offrire ai cittadini assistenza sui servizi digitali della Pubblica Amministrazione, con l'obiettivo di ridurre le disuguaglianze di accesso e di fruizione a questi servizi e informare, nel contempo, sul diritto alla tutela della privacy degli utenti. Inoltre, MC ha offerto assistenza gratuita anche presso i suoi sportelli di Torino, Milano, Rovigo, Perugia, Livorno, Roma, Caserta e San Severo (Foggia), e tramite lo [sportello online](#).

Considerata la peculiarità dei temi trattati e il gap territoriale, culturale e sociale esistente nell'ambito di questi due argomenti specifici, MC ha dedicato ampio spazio alle attività formative e divulgative e ha rivolto particolare attenzione alle categorie di utenti maggiormente vulnerabili.



Contenitore narrativo e descrittivo di tutto il progetto è il nostro [Consumers' Magazine](#), realizzato con l'intento di informare e disseminare non solo il resoconto di questo importante progetto, ma anche spunti di riflessione su quanto fatto fino ad adesso e sul futuro, anche alla luce dei repentini sviluppi degli ultimi anni. Il numero speciale del periodico è stato redatto e stampato a gennaio 2021 con una tiratura di 5000 copie e, il cartaceo, è stato recapitato gratuitamente agli associati ed ai principali stakeholder.

A causa del protrarsi nel 2021 dello stato di incertezza sanitaria e delle limitazioni poste alle aggregazioni consentite, le attività progettuali sono state inevitabilmente riconsiderate in chiave digitale.

In particolare, in coda al progetto sono stati realizzati:

- avanzamento e conclusione delle attività di ricerca-studio, approfondimento e reportistica previste sui temi;
- continuazione nell'attività di diffusione e divulgazione dei materiali informativi prodotti, con grande impegno sul versante web e social;
- programmazione e realizzazione degli appuntamenti formativi/informativi e di convegnistica (come ad esempio in ambito universitario nelle scuole, per gli over-65), con forte attività di networking con i livelli territoriali delle associazioni;
- prosieguo nell'implementazione degli strumenti di tutela e assistenza, con alcune variazioni per il livello territoriale a causa dell'emergenza sanitaria.
- progettazione, coordinamento e organizzazione dell'evento finale di progetto.

In particolare, per ciò che riguarda quest'ultimo punto, il 14 gennaio 2021 si è svolto il [webinar dal titolo "Digitalizzazione e PA, lo spazio pubblico come tutela di cittadinanza nella negoziazione sociale permanente"](#), quale occasione di presentazione del report "Nuovi modelli di governance e di privacy nella transizione digitale", realizzato sempre nell'ambito del progetto. Inoltre, MC ha realizzato anche un utile ["Vademecum sui servizi digitali della PA e tutela della privacy"](#). A questi eventi online hanno partecipato oltre 300 persone tra stakeholders e cittadini.

In ultimo, è stato realizzato [l'evento conclusivo di progetto](#), a cura di Cittadinanzattiva, in data 28 gennaio 2021, volto ad evidenziare il rapporto tra il superamento di alcune disuguaglianze e il raggiungimento di specifici obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

Numero Speciale "Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino"





Progetto Qualificazione Sportelli – Energia diritti a viva voce

Energia diritti a Viva Voce è un progetto che ha l'obiettivo di rendere i consumatori più informati e più consapevoli in materia di energia e gas. Sono 18 le associazioni dei consumatori che promuovono il progetto finanziato dalla Cassa conguglio per il settore elettrico su disposizione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas: Adiconsum, ADOC, Adusbef, Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi, Assoconsum, Assoutenti, Casa del Consumatore, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega consumatori, **Movimento Consumatori**, Movimento difesa del Cittadino, Udicon e Unione Nazionale Consumatori.

Il progetto nasce dal lavoro assiduo del Movimento Consumatori, unitamente ad alcune delle più importanti associazioni dei consumatori, al tavolo dell'Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente partendo dalla prima edizione sperimentale con un numero esiguo di sportelli territoriali e

dimostrando nel tempo la qualità e la professionalità del servizio offerto ai consumatori che ha consentito la stabilizzazione della misura di intervento a tutela dei consumatori, l'allargamento progressivo a tutte le associazioni sopra richiamate e che porta ad oggi ad un numero complessivo di 38 sportelli attivi su tutto il territorio nazionale, oltre quelli che operano a titolo volontaristico presieduti da operatori formati nelle materie afferenti le competenze Arera ed in grado di assistere i consumatori su tali tematiche.

A sostegno dell'iniziativa è prevista un'attività di comunicazione su sito Internet e pagina social dedicati.



Finanziato dall'Unione europea nel contesto del programma ricerca ed innovazione di Horizon 2020 convenzione No 958231 – è un progetto volto a sviluppare una nuova metodologia per valutare la sostenibilità dei prodotti e dei servizi all'interno del loro ciclo di vita (LCSA). L'innovazione proposta risiede nella volontà di integrare, in un unico modello, gli impatti ambientali, sociali ed economici: l'obiettivo è pertanto quello di valutare i prodotti attraverso modelli di business sia lineari che circolari ed aiutare così i diversi professionisti a meglio comprendere le possibili alternative.

In un contesto di questo genere, gli enti proponenti hanno deciso di adottare un approccio bottom-up nello sviluppo di questa nuova metodologia - LCSA – creando, insieme agli stakeholder coinvolti, tutte le fasi del processo, dalla definizione della progettazione e dello sviluppo del prodotto alle scelte di acquisto più consapevoli.

A questo scopo MC è stato coinvolto, in quanto esperto di categoria, al primo workshop progettuale – organizzato il 23 aprile 2021 – focalizzato sui bisogni degli utenti al fine di sviluppare di un nuovo Cycle Sustainability Assessment.

A questo fine è stata effettuata un'identificazione preliminare di alcuni bisogni e desideri così catalogati:

- i) concetti e finalità generali del framework per una valutazione della sostenibilità basata sul ciclo di vita;
- ii) metodologia, strumenti e dati (ossia, quali caratteristiche dovrebbero avere la metodologia/strumento/dati per la loro applicazione da parte delle diverse parti interessate?);
- iii) contesti decisionali, ovvero a quali domande è necessario rispondere sulla sostenibilità dei prodotti/politiche di prodotto?

I partecipanti sono stati pertanto invitati a riflettere su questi bisogni indicando:

- priorità dei bisogni e dei desideri - in base alla tipologia di stakeholder
- Individuazione di nuovi bisogni.

Il progetto ORIENTING coinvolge un consorzio di 17 organizzazioni di 8 diversi paesi europei.

5. Attività istituzionali ed altre campagne

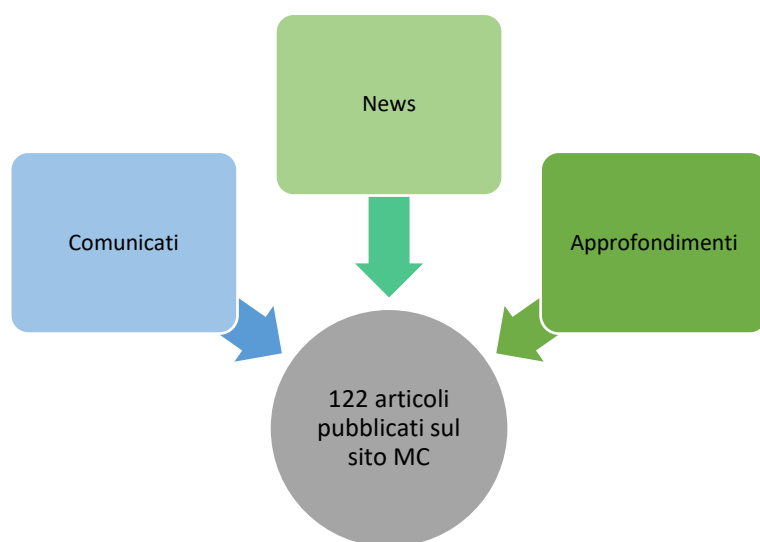
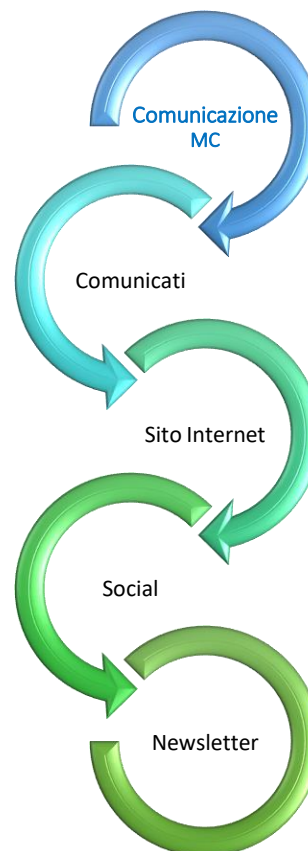
5.1 Attività di comunicazione

Nel 2021, la comunicazione di MC è stata puntuale e costante grazie all'attività dell'ufficio stampa nazionale e alla messa in campo di tutti i canali di informazione associativi (sito Internet, newsletter, profili social, comunicati stampa, ecc.)

Unitamente agli strumenti più tradizionali, come comunicati stampa, newsletter e sito Internet sono stati utilizzati - per amplificare e diffondere in maniera più incisiva le informazioni - le piattaforme social a disposizione dell'associazione (LinkedIn, Twitter, Facebook, YouTube).

L'ufficio stampa nazionale, inoltre, ha operato in sinergia con le sezioni locali MC, così da ottimizzare e amplificare la portata della comunicazione sia sui canali social sia su quelli tradizionali con 14 interventi su radio e tv nazionali.

Sotto il profilo delle scelte strategiche, l'attuale periodo, caratterizzato da un ingente numero di informazioni e di accadimenti che richiedono strumenti agili e immediati per veicolare le notizie, ha condotto a potenziare i canali digitali di contatto con i consumatori (sotto forma di



newsletter, di notizie pubblicate sul sito, diffuse anche tramite la comunicazione sui social) riducendo contestualmente gli spazi dedicati al magazine in formato cartaceo che, per la sua natura periodica, meno si adatta alla necessità di tempestiva diffusione delle informazioni.

In merito alle attività realizzate, sono stati pubblicati sul sito MC 122 articoli tra approfondimenti, notizie e comunicati. Le pubblicazioni sono state incentrate sulle normative

(decreti legge, leggi di conversione) emanati dal Governo in seguito all'emergenza sanitaria e sull'informazione riferita a settori di particolare interesse per i consumatori: acquisti e servizi, banche, energia e idrico, telefonia e tv, assicurazioni, trasporti e turismo. Particolare attenzione è stata riservata alla questione rimborsi e voucher in ambito di spettacoli e intrattenimento, turismo, trasporti e altri settori e alle azioni realizzate e sostenute dall'associazione a difesa dei consumatori.

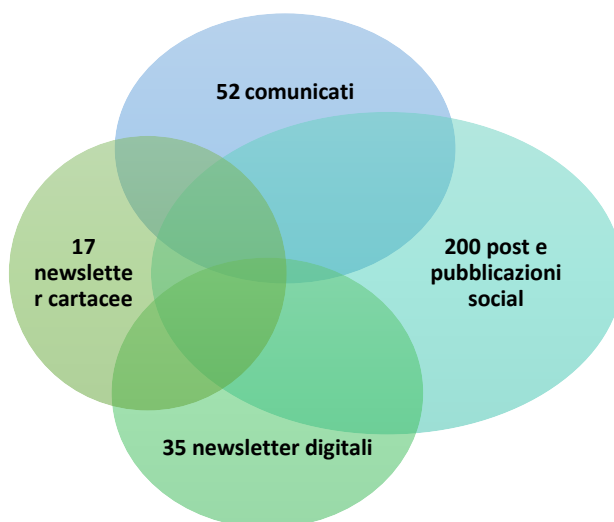
Sul sito sono state inoltre fornite informazioni dettagliate sui progetti promossi da MC, sulle campagne alle quali Movimento Consumatori ha aderito e sulle attività di comunicazione realizzate per la loro diffusione.

I numeri della Comunicazione MC

L'ufficio stampa ha diramato ai media nazionali e locali 52 comunicati sulle principali iniziative di tutela per il consumatore messe in campo da MC.

La comunicazione di queste attività ha avuto adeguata diffusione anche grazie all'invio di 35 newsletter digitali - ognuna inviata a oltre 13 mila iscritti - di 17 newsletter in edizione cartacea e alla realizzazione di oltre 200 post e pubblicazioni sui social e sul canale Youtube dell'associazione.

Il potenziamento dell'informazione ai cittadini è stato raggiunto grazie all'utilizzo in sincronia di tutti gli strumenti comunicativi a disposizione di MC (sito, newsletter, social network) con l'evidente risultato di amplificare la portata della comunicazione.



I webinar per i cittadini

Ottima cassa di risonanza delle attività di informazione e divulgazione sono stati anche i cicli di webinar de "L'ora del consumatore", un format ideato da MC che, affrontando questioni di stretta attualità, ha permesso ai cittadini di avere risposte immediate dagli esperti dell'associazione sulla gestione delle problematiche consumeristiche più frequenti legate anche all'emergenza pandemica. Tutti gli eventi, complessivamente 12, sono stati registrati e resi disponibili sul sito e sui canali social



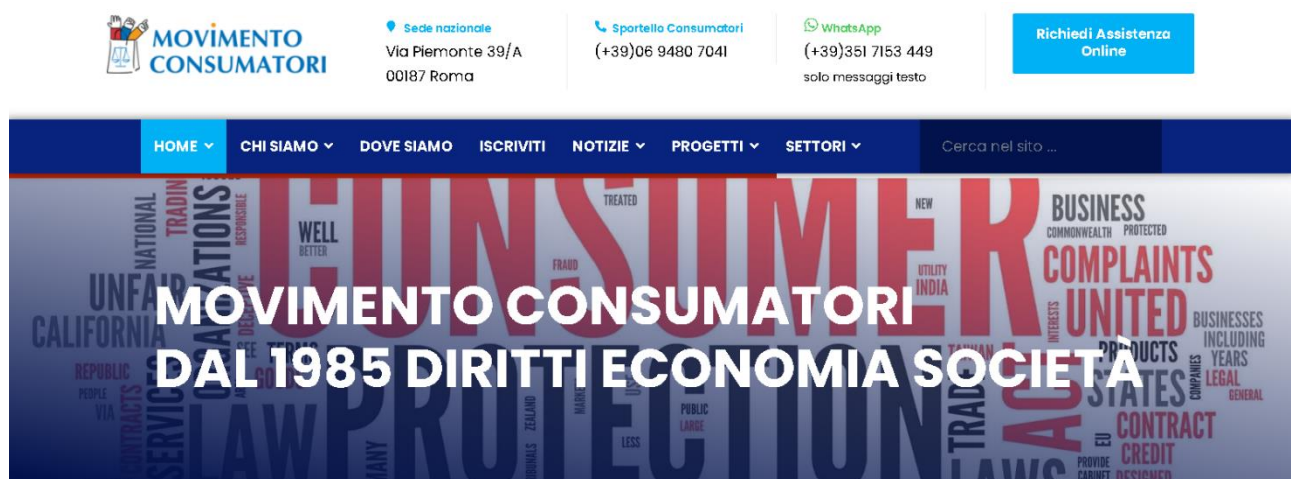
dell'associazione così da diffonderne i contenuti anche all'ampia e variegata platea di utenti che utilizza il web e i social network. Nell'ambito delle progettualità in corso tra gennaio - dicembre 2021 sono stati realizzati inoltre 6 eventi - tra convegni, focus group e webinar. Nella fase di analisi per la strategia di comunicazione è emersa l'esigenza di potenziare le attività anche attraverso l'ausilio di professionalità esterne qualificate sulla

creatività e sulla comunicazione social al fine di accrescere la visibilità di tutti i comparti associativi a tutela del consumatore. Sono stati realizzati visual e applicativi grafici - tali da potenziare la visibilità delle attività di assistenza e consulenza al cittadino e complessivamente migliorare le performance dell'associazione in questo ambito.

Il nuovo sito

www.movimentoconsumatori.it

Per quanto concerne gli strumenti di comunicazione dell'associazione, è stato avviato il percorso di restyling del sito istituzionale. I fornitori incaricati sono intervenuti sia sotto il profilo strutturale sia grafico per ottimizzare la web usability e la fruibilità dei contenuti del sito. Sono state migliorate le performance tecniche attraverso l'utilizzo di piattaforme e software di nuova generazione per garantire una più efficace gestione e personalizzazione dei contenuti. Si è resa necessaria anche la puntuale revisione dei contenuti già pubblicati per agevolarne la navigazione e la fruizione.



MC ha organizzato due cicli di webinar “L’ora del consumatore” un format originale di Movimento Consumatori in cui gli esperti di MC rispondono alle domande dei cittadini:

- 15 marzo 2021 – Cookie e privacy: come difendersi dalla profilazione - Paolo Fiorio, responsabile Servizio legale nazionale MC/ Antonio Seminara, Servizio legale nazionale MC
- 16 marzo 2021 – Bollette della luce e conguagli: attenti alle truffe - In collaborazione con Unicoop Tirreno - Ovidio Marzaioli, responsabile settore Energia e Ambiente MC - Benedetto Tuci, Movimento Consumatori Toscana
- 18 marzo 2021 – Telefonia: disservizi e servizi non richiesti - Corrado Pinna, coordinatore gruppo telecomunicazioni e pay tv - Servizio legale nazionale MC/ Paolo Graziano, consulente per il settore telefonia ACP (Associazione Consumatori Piemonte)
- 22 marzo 2021 – Servizio idrico integrato: tutela del consumatore e regolazione - Ovidio Marzaioli, responsabile settore Energia e Ambiente MC/ Clara Gonnelli, presidente Adic Toscana
- 23 marzo 2021 – Cessione del quinto ed estinzione anticipata: nuovi rimborsi per i consumatori - Paolo Fiorio, responsabile Servizio legale nazionale MC/ Marco Gagliardi, Servizio legale nazionale MC
- 24 marzo 2021 – Digitalizzazione: rischi, regole opportunità del web - Daniele Angeloni, coordinatore didattico «Docendum»/ Rita Rocco, segreteria nazionale MC
- 20 maggio 2021 – evento online “li impatti sociali e ambientali dell’accordo UE-Mercosur” incontro con i parlamentari europei sui rischi dell’accordo commerciale UE-Mercosur.
- 14 luglio 2021 - Costi del recesso dai contratti di telefonia - Corrado Pinna, coordinatore gruppo telecomunicazioni e pay tv - Servizio legale nazionale MC
- 23 luglio 2021 – Covid-19: voucher e rimborsi per vacanze annullate e cancellazione voli - Marco Gagliardi, responsabile settore trasporti e turismo - Servizio legale nazionale MC
- 7 settembre 2021 – Bollette luce, gas, acqua: la prescrizione breve - Ovidio Marzaioli, responsabile

settore Energia e Ambiente - Servizio legale nazionale MC

- 17 settembre 2021 - Convegno "Consulenza sul debito: prevenzione e ripartenza dal sovraindebitamento", Promosso da Movimento Consumatori APS e Acli APS, il convegno - realizzato nell'ambito del progetto "RIPARTO - Percorsi di inclusione finanziaria e di accompagnamento per la gestione e soluzione delle situazioni di sovraindebitamento per la ripartenza"
- 24 settembre 2021 - "Buoni fruttiferi postali: problemi e tutele" - Stefano Vignolo, responsabile settore Acquisti e servizi - Servizio legale nazionale MC
- 20 ottobre 2021 - "Telefonia. Blocco dei servizi premium" - Corrado Pinna, coordinatore gruppo telecomunicazioni e pay tv - Servizio legale nazionale MC
- 28 ottobre 2021 - "Sinistri stradali. RC Auto e garanzie, conosci i tuoi diritti?" - Sonia Monteleone - Responsabile settore Assicurazioni - Servizio legale nazionale MC
- 5 novembre 2021 - "Phishing, smishing, vishing e sim swap: nuove frontiere delle truffe bancarie online. Diritti e strumenti di tutela" - Marco Gagliardi/ Lorenzo Ternavasio - Servizio legale nazionale MC
- 10 novembre 2021 - "Energia e idrico: occhio alla bollette" - Ovidio Marzaioli, responsabile settore Energia e Ambiente - Servizio legale nazionale MC
- 17 dicembre 2021 - Fondo voucher Alitalia e compagnie fallite o insolventi - cancellazione voli - Marco Gagliardi, responsabile settore Trasporti e turismo - Francesca Ferrarese, Servizio legale nazionale MC

5.2 Rapporti con le istituzioni

MC partecipa agli incontri periodici presso le Autorità garanti e a consultazioni e pareri richiesti da Autorità, Ministeri, Governo italiano, Istituzioni europee.

Partecipa inoltre ai tavoli permanenti di lavoro costituiti con grandi gruppi bancari e ai tavoli su assicurazioni, trasporti, energia, telecomunicazioni ecc.

Intrattiene rapporti istituzionali con il Ministero dello Sviluppo Economico, il Ministero della Salute – CNSA Comitato nazionale sicurezza alimentare, sezione consultiva delle associazioni dei consumatori e dei produttori in materia di sicurezza alimentare, il Ministero del Lavoro e delle politiche sociali, il Consiglio Nazionale del Notariato, la Commissione Europea e altri Interventi sulla Pubblica Amministrazione e sugli organismi legislativi

Nel 2021, MC ha partecipato, depositando i propri contributi, a diverse audizioni pubbliche, tra cui:

- **Garante per la protezione dei dati personali** - Consultazione sulle "Linee Guida sull'utilizzo di cookie e di altri strumenti di tracciamento" del 26 novembre 2020, pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale in data 11 dicembre 2020. MC ha esposto alcune precisazioni sulle considerazioni del Garante relative alle modalità semplificate di richiesta ed espressione del consenso (tra cui in primis lo scrolling down), tipicamente utilizzate per i cookie, in modo da contribuire alla predisposizione di un sistema regolativo idoneo a proteggere adeguatamente il diritto alla privacy dell'utente di internet. (gennaio 2021)
- **Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)** - Consultazione in materia di clausole vessatorie nel procedimento istruttorio CV/183 Lloyd's – Obbligo di perizia. MC ha presentato osservazioni per fornire il proprio contributo all'istruttoria (gennaio 2021).
- **Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)** - Memoria nel procedimento AGCM PS11908 nei confronti di UnipolSai per pratiche commerciali scorrette (aprile 2021)
- **VI Commissione permanente Finanze Camera dei Deputati:** Audizione Proposta di legge C. 2104, recante "Disposizioni in materia di trasparenza nel settore dell'assicurazione obbligatoria per i veicoli a motore e per il contrasto dell'evasione dell'obbligo assicurativo" (aprile 2021)
- **CNCU:** Partecipazione ai lavori per la redazione delle osservazioni sullo schema di decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro della giustizia, recante l'istituzione dell'Arbitro Assicurativo ex art. 187.1 del Codice delle Assicurazioni Private (maggio 2021)
- **CNCU:** Partecipazione ai lavori per la redazione delle osservazioni sullo schema di decreto del Presidente della Repubblica – Regolamento recante la tabella delle menomazioni all'integrità psicofisica comprese fra 10 e 100 punti di invalidità, ai sensi dell'articolo 138 del codice delle assicurazioni private

di cui al decreto legislativo 7 settembre 2005, n. 209. Osservazioni del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti ai fini dell'AIR. Valutazioni di interesse con riferimento alla tutela del diritto delle vittime dei sinistri ad un pieno risarcimento del danno subito (maggio 2021)

- **CNSA** Comitato nazionale sicurezza alimentare Ministero della Salute-Progetto Food safety 4 EU – partecipazione all'indagine sulla percezione dei consumatori in riferimento alla sicurezza alimentare (giugno 2021)
- **MISE** – Osservazioni Schema di decreto del Ministro dello sviluppo economico, di concerto con il Ministro dell'economia e delle finanze, in attuazione della legge 27 dicembre 2017, n. 205, articolo 1, comma 1090, che individua i criteri e le modalità per la definizione dei prodotti del commercio equo e solidale che beneficino del riconoscimento del rimborso (agosto 2021)
- **Directorate-General for Justice and Consumers (DG JUST) della Commissione europea** - partecipazione al sondaggio per identificare le esigenze di formazione prioritarie per il biennio 2022/2023(settembre 2021)
- **Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA):** Osservazioni DCO 457/2021/R/COM e DCO 462/2021/R/IDR inerenti alla regolamentazione della normativa sulla cd "prescrizione breve" (novembre 2021)

Diversi dirigenti MC sono rappresentanti esperti in alcuni tavoli istituzionali. Si segnalano:

- Membro del CESE – Comitato economico sociale europeo, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Componente del Comitato tecnico per il calcolo dei valori da assumere ai fini delle compensazioni tra imprese di assicurazione nel sistema del risarcimento diretto per i danni derivanti dalla circolazione stradale per il triennio 2020-2023 del Mise, come rappresentante del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro del Comitato PCN Punto di Contatto nazionale OCSE, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Componente del Tavolo interministeriale "Digital Market Act" (MiSE e Dipartimento Politiche europee della Presidenza del Consiglio dei Ministri), come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro del Consiglio di Presidenza del CIG, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro della Commissione nazionale Contratti Tipo pacchetti turistici, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro della Commissione nazionale Contratti Tipo centri estivi, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro della Commissione nazionale Contratti Tipo centri benessere, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro della Commissione nazionale Contratti Tipo case di riposo, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti
- Membro supplente del Tavolo di partenariato economico, sociale e territoriale istituito presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri, come rappresentante del Consiglio nazionale dei Consumatori e degli Utenti

MC partecipa a diversi momenti di confronto presso le Authority, tra cui:

- AGCM
- AGCOM
- TCA banca d'italia e associazioni di consumatori
- ARERA
- Autorità di Regolazione Trasporti
- Ivass

5.3 Rapporti con gli stakeholder

Gli stakeholder per loro natura sono i “portatori di interessi”, cioè tutti quei soggetti, individuali e collettivi che si può prevedere siano influenzati in modo significativo dalle attività dell’Associazione ma possano anche influenzare la capacità dell’Organizzazione di mettere in atto strategie e conseguire i suoi obiettivi.

Nel Movimento Consumatori l’attenzione e il dialogo con gli stakeholder è un’area molto significativa, date anche le complesse relazioni e forme di coinvolgimento che l’Associazione ha con interlocutori molto diversi fra loro. L’identificazione delle categorie di stakeholder è avvenuta con un percorso partecipato, che ha coinvolto i principali membri dello staff.

L’analisi delle tematiche risultate rilevanti per gli stakeholder fa riferimento all’impatto economico, ambientale, sociale e culturale che le nostre attività generano all’interno e all’esterno dell’associazione. L’analisi viene aggiornata per tener conto dell’evoluzione di MC nell’identificare i temi rilevanti seguendo i principali standard di rendicontazione nazionali e le prescrizioni normative.

Gli strumenti per l’identificazione dei temi rilevanti vengono rilevato dalle analisi delle esigenze degli stakeholder e questo ci ha permesso di definire la nostra linea associativa individuando gli aspetti in grado di generare significativi impatti.

La mappatura degli stakeholder è stata realizzata da un gruppo di lavoro interno rappresentativo. La definizione dell’analisi dei criteri di selezione ha consentito di identificare le categorie di stakeholder definiti nella mappa che sono stati successivamente analizzati e clusterizzati in 5 categorie per grado di rilevanza in relazione alla capacità di influenza, misurata in relazione a fattori quali, la dimensione, rappresentatività rispetto al contesto, conoscenze e competenze specifiche, collocazione strategica; il livello di interesse che sono in grado di esercitare, valutato sia in funzione dell’incidenza rispetto alla sfera di azione di MC, sia in relazione alle iniziative attuabili per promuovere o rivendicare i propri interessi o per favorire la partecipazione al processo decisionale.

Mappa degli stakeholder



Destinatari delle azioni



MC ha sempre ritenuto che le dinamiche di mercato, sviluppate nell'ambito e nel rispetto di un'equilibrata regolamentazione, giovino non solo ai consumatori, ma anche alle imprese che operano correttamente. Movimento Consumatori ha quindi favorito occasioni di incontro e ha sostenuto il dialogo con le imprese e con le associazioni di categoria, nell'autonomia delle diverse posizioni e dei rispettivi legittimi interessi. MC partecipa attivamente al gruppo di lavoro sulle ADR presso Consumers'Forum e ai singoli tavoli organizzati insieme agli stakeholder.

Energia, gas, idrico

Tavoli

- Componente organo paritetico di garanzia organismo ENEL
- Componente organo paritetico di garanzia organismo ADR A2A

I protocolli attivi:

ENERGIA	Servizio Elettrico Nazionale	Organismo ADR SEN-AACC
ENERGIA/GAS	EDISON	Organismo ADR EDISON-AACC
	ENEL ENERGIA	Organismo ADR ENEL ENERGIA-AACC
	ENI	Organismo ADR ENI –AACC
	EON	Organismo ADR EON –AACC
ENERGIA/GAS/IDRICO	A2A	Organismo ADR A2A-AACC
	ACEA	Organismo ADR ACEA-AACC

	IREN	Organismo ADR IREN –AACC
IDRICO	ACQUEDOTTO PUGLIESE	Conciliazione Paritetica (locale)
	UMBRA ACQUE (Organismo ADR Acea)	Conciliazione Paritetica (locale)
	Acegas Trieste	
	Acquedotto Lucano	

Telecomunicazioni

I protocolli attivi:

TLC	FASTWEB	Organismo unico (TIM, Vodafone, Windtre, Fastweb)
	POSTE MOBILE	Organismo ADR Poste-AACC (unico per i tre settori)
	TIM	Organismo unico (TIM, Vodafone, Windtre, Fastweb)
	VODAFONE	Organismo unico (TIM, Vodafone, Windtre, Fastweb)
	WINDTRE	Organismo unico (TIM, Vodafone, Windtre, Fastweb)

Banche e assicurazioni

Tavoli:

- Abi – Tavolo permanente di dialogo ABI-aacc
- Unicredit: tavoli tematici in seno all'accordo quadro "Noi e Unicredit"
- Intesa Sanpaolo: tavoli tematici in seno all'accordo quadro "Mettere in comune le competenze"
- Feduf

I protocolli attivi:

BANCARIO/FINANZIARIO	AGOS	Conciliazione Paritetica
	ASSOFIN	Conciliazione Paritetica
	BANCO POSTA	Conciliazione Paritetica
	FINDOMESTIC	Conciliazione Paritetica

	INTESA SANPAOLO	Conciliazione Paritetica
	POSTE PAY	Organismo ADR Poste-AACC (unico per i tre settori)
	UNICREDIT	Conciliazione Paritetica
RC AUTO	ANIA	Conciliazione Paritetica

Trasporti

Tavoli: Trenitalia

I protocolli attivi:

TRASPORTI	TRENITALIA	Organismo ADR trenitalia-AACC
	TRENORD	Organismo ADR trenord-AACC (locale)

Servizi postali

Tavoli: Cantiere Poste-Consumatori

I protocolli attivi:

SERVIZI POSTALI	POSTE	Organismo ADR Poste-AACC (unico per i tre settori)
-----------------	-------	---

E-commerce

Protocollo attivo:

E.COMMERCE	NETCOMM	Conciliazione Paritetica
------------	---------	--------------------------

Partecipazione a incontri, seminari, convegni

I dirigenti e rappresentanti MC partecipano abitualmente a numerosi momenti di approfondimento e di studio, seminari e convegni in qualità di relatori.

MC ha inoltre partecipato, con propri dirigenti in qualità di relatori, ai seguenti eventi:

- 16 febbraio 2021 – Evento "Making sustainability an easy choice for Eu citizens" organizzato da Cittadinanzattiva, European consumer union (Ecu) e dall'ASviS con l'obiettivo di presentare il gruppo interistituzionale informale "SDGs for well-being and consumers' protection" – intervento del segretario generale Alessandro Mostaccio, membro del Cese
- 18 febbraio 2021 – Incontro di presentazione del Comitato Economico Sociale Europeo (CESE) al Consiglio nazionale consumatori e utenti del Mise (CNCU) – organizzatore e moderatore Alessandro Mostaccio – membro del CESE e segretario generale MC
- 4 marzo 2021 -talk online "Un pass digitale per ripartire? Piattaforme pubbliche, strategie

europee e protezione dei dati sanitari nella Pa durante la pandemia” organizzato da Key4biz nell’ambito del contenitore "Un’ora e Mezza di digitale” condotto dal giornalista Michele Mezza – intervento del vicesegretario nazionale Ovidio Marzaioli

- 9 marzo 2021 - Convegno nazionale servizio rifiuti, organizzato Centro Studi IRCAF a.p.s. nell’ambito del progetto annuale “Seminare Futuro” – intervento del vicesegretario nazionale Ovidio Marzaioli
- 11 marzo 2021 – webinar organizzato da Consumers’ Forum “EUROPA: evoluzione delle politiche” – intervento del segretario generale Alessandro Mostaccio, membro del CESE
- 12 aprile 2021 – webinar organizzato da Consumers’ Forum “Class action – recepimento della direttiva UE 2020/1828” – intervento di Paolo Fiorio, responsabile Servizio Legale Nazionale
- 14 aprile 2021- webinar organizzato da Unicredit “Data Protection: il valore della Privacy”
- 6 maggio 2021 G20 Italia - Forum Multistakeholder su "Consumatori 'consapevolezza, protezione e blockchain per la tracciabilità nell'economia digitale"
- 14 maggio 2021 – webinar organizzato da Unicredit “Superbonus 110%: dettagli offerta ed iniziative UniCredit”
- 27 maggio 2021 – Assemblea nazionale Forum Italiano dei Movimenti per l’acqua – partecipazione di Alessandro Mostaccio, segretario generale
- Giugno - partecipazione a indagine della DG Giustizia e consumatori della Commissione europea sul diritto dei consumatori e la sicurezza dei prodotti.
- 11 giugno 2021 – convegno I-Com “Nuovi bonus, vecchie morosità – Cosa si sta facendo, cosa resta da fare” - intervento del vicesegretario nazionale Ovidio Marzaioli
- 14 giugno 2021 – Seminario MiSE/Unioncamere “Uscita dal sovraindebitamento – la fattibilità della proposta del consumatore sovraidebitato. Possibili opportunità di finanziamento per uscire dalla crisi: esperienze a confronto” – intervento di Paolo Fiorio, responsabile Servizio Legale Nazionale
- 29 giugno 2021 – “Dual Food Quality Conference” organizzata da Safe in partnership con Adoc e Infocons nell’ambito del progetto europeo Empowering Consumer Organisations: Verso un approccio armonizzato per affrontare la doppia qualità nei prodotti alimentari» (ECO) – intervento del segretario generale Alessandro Mostaccio, membro del Cese
- 27 luglio 2021 – convegno I-Com “Verso un nuovo mercato retail: dal Servizio a Tutele Graduali ai prossimi passi di un percorso segnato” - intervento del vicesegretario nazionale Ovidio Marzaioli
- 14 dicembre 2021 convegno nazionale “Comunità energetiche: dalle esperienze proposte per lo sviluppo dell’energia condivisa” organizzato dal centro studi I.R.C.A.F. - intervento del vicesegretario nazionale Ovidio Marzaioli
- 17 dicembre 2021 workshop Assoutenti -Il futuro del consumerismo – Associazioni, Istituzioni e Autorità a confronto – intervento del segretario generale Alessandro Mostaccio
- 20 dicembre 2021 - Webinar "LA NUOVA CLASS ACTION ED AZIONE COLLETTIVA INIBITORIA PER IMPRESE E CONSUMATORI" organizzato dall' ODCEC Napoli Commissione di Studio Tutela del Consumo, intervento di Paolo Fiorio, responsabile Servizio Legale Nazionale

MC è parte attiva di diversi organismi collettivi e forum (consuntivi o tematici):

- Membro del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti- costituito presso il Ministero dello sviluppo economico;
- Membro della Federazione Arci;
- Membro della Task force No Ogm;

- Membro del Forum Unirec;
- Membro del Forum ANIA-Consumatori;
- Membro del Comitato nazionale per la sicurezza alimentare (CNSA) istituito presso il Ministero della Salute;
- Membro del Comitato Tecnico Scientifico dell'associazione NeXt – Nuova economia per tutti;
- Membro del Forum per lo Sviluppo Sostenibile, promosso dal ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare;
- Socio di Consumers' Forum;
- Socio di Fairtrade Italia e membro del Consiglio di Amministrazione;
- Socio del Forum del Terzo Settore;
- Socio dell'associazione NeXt – Nuova economia per tutti;
- Socio dell'associazione Arci Servizio Civile Roma;
- Socio dell'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile ASviS;
- Socio di ECU European Consumers Union;
- Sostenitore del Forum Italiano dei Movimenti per l'Acqua;
- Sostenitore della campagna Sbilanciamoci!;
- Sostenitori della campagna italiana Stop-TTIP- Stop CETA;
- Sostenitore della campagna ZeroZeroCinque;
- Sostenitore della campagna Abiti Puliti;
- Sostenitore del Coordinamento dei Comitati e delle Associazioni per la depurazione, le bonifiche e per la ripubblicizzazione del servizio idrico.

5.4 Associazionismo e iniziative per “FARE RETE”

Per Movimento Consumatori il modello delle reti, in cui si uniscono competenze trasversali e si ottimizzano le risorse, è il principale modello di azione, utilizzato per conquistare metro per metro spazi di reale democrazia, senso della misura e del decoro, in primis delle istituzioni democratiche. Le esperienze di condivisione si traducono in effettiva aggregazione sociale e favoriscono il bene comune, attraverso le competenze e gli sforzi delle reti sociali, principalmente su chiare e concrete battaglie contro la disuguaglianza sociale ed economica.

Con l'intento di rafforzare sempre più l'associazione e creare le condizioni per portare avanti con più forza la propria missione, è proseguito, nel 2021, il percorso di riorganizzazione interna, esigenza manifestatasi a seguito della crescita di MC in termini di quantità di attività, per ottimizzare efficienza e coesione come presupposto per creare una squadra di lavoro inclusiva e forte, che rafforzi la democraticità della governance. Tale sforzo organizzativo ha avuto il suo apice nel congresso nazionale di settembre 2021, che ha costituito un momento di riflessione sugli obiettivi a lungo termine e sull'identità dell'associazione, che include le partnership, il “fare rete”, i soggetti pubblici e privati con cui MC intrattiene rapporti a livello istituzionale, associativo, progettuale e politico e ha segnato il punto di partenza di una nuova fase, basata sulle fondamenta del lavoro svolto negli anni precedenti.

5.5 Rete MC

MC ha ulteriormente consolidato la sua struttura federativa. Tra MC e le associazioni federate c'è una reciproca piena fruibilità di ogni materiale di comunicazione prodotto, compresi i contenuti del periodico Consumers' magazine e dei rispettivi siti web, nonché la collaborazione in progetti, partecipazioni a eventi, ecc. Tutte le associazioni federate esprimono rappresentanti negli organismi dirigenti di MC.

Nonostante la situazione emergenziale che si è protratta per tutto il 2021, l'associazione ha messo a disposizione della propria rete associativa e dei cittadini un grande lavoro di aggiornamento costante delle

direttive dettate dai vari decreti legge emanati, sono stati sfruttati i canali comunicativi a disposizione per fare informazione e assistenza tramite lo sportello on line e il sito, aggiornato costantemente con informazioni di pubblica utilità, è stato predisposto un call center nazionale per tutte le tematiche legate al Covid (rimborsi viaggi, abbonamenti, sospensione mutui, ecc).

Sul fronte organizzativo, il 2021, come già evidenziato in premessa, è stato l'anno del congresso nazionale dei delegati, che ha rinnovato gli organismi dirigenti e delineato l'indirizzo, le linee generali dei programmi e degli obiettivi associativi per i prossimi 4 anni.

ASviS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile

MC aderisce all'ASviS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile - nata nel 2016 per far crescere nella società italiana, nei soggetti economici e nelle istituzioni la consapevolezza dell'importanza dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile e per mobilitarli a contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di sviluppo sostenibile.

A partire da ottobre 2020, il gruppo di lavoro Goal 16 (Pace, giustizia e istituzioni solide), ha portato avanti un interessante lavoro di analisi dell'enciclica "Fratelli Tutti", grazie ai contributi di diversi membri aderenti al gruppo e di autorevoli esperti esterni, mettendola in relazione ai target e ai principi del Goal 16, volto a promuovere società pacifiche, più inclusive per uno sviluppo sostenibile, offrire l'accesso alla giustizia per tutti e creare organismi efficienti, responsabili e inclusivi a tutti i livelli. In particolare, Movimento Consumatori ha portato il proprio contributo nel capitolo dedicato alla politica come bene comune. Il quaderno è stato pubblicato nel mese di aprile 2021.

Consumers' Forum

In quanto socio di Consumers' Forum, MC ha partecipato al gruppo di lavoro sulla sostenibilità per la realizzazione del "Manifesto della sostenibilità consumerista", con l'obiettivo di far inserire all'interno delle attività sulla sostenibilità, accanto ai filoni ambientale e dei diritti dei lavoratori, quello sulla tutela del consumatore.

Forum del Terzo Settore

L'associazione ha proseguito il suo impegno in seno al Forum del Terzo Settore, seguendo con particolare attenzione le attività relative all'attività di lobbying svolta dal FTS per quanto riguarda la Riforma del Terzo Settore.

Cisal

Prosegue la partnership Cisal - Movimento Consumatori, nata con l'obiettivo di rispondere in modo sempre più completo ai bisogni dei cittadini creando un reale punto di riferimento, quando ci sia necessità di una consulenza di natura fiscale, lavorativa, consumeristica. Si è dato inizio a una collaborazione strategica sul territorio, fondata sulla valorizzazione delle rispettive competenze sia in termini di servizio sia di rappresentanza, che mette al centro la tutela della persona.

Campagna Abiti Puliti

Nel 2021, MC ha proseguito il suo impegno nella Campagna Abiti Puliti, sezione italiana della Clean Clothes Campaign, una rete di più 250 partner che mira al miglioramento delle **condizioni di lavoro** e al rafforzamento dei diritti dei lavoratori dell'**industria della moda** globale, appoggiando in particolare la campagna #PayYourWorkers, che riunisce 200 sindacati e organizzazioni della società civile di 35 diversi Paesi, **tra cui Movimento Consumatori**. La coalizione chiede ai marchi di fornire immediato sollievo ai lavoratori dell'abbigliamento e di sottoscrivere impegni vincolanti per riformare il loro settore in rovina.

Milioni di lavoratori hanno lottato per sfamare le proprie famiglie da quando i marchi li hanno abbandonati lo scorso marzo a causa della pandemia. Le aziende hanno risposto alla crisi rifiutandosi di pagare gli ordini e utilizzando la diminuzione della domanda di abbigliamento per ottenere prezzi ancora più bassi dai fornitori. Questo ha comportato una diffusa perdita di posti di lavoro e di reddito, spingendo tante persone sempre più a fondo nella povertà e nella fame. A un anno dall'inizio della crisi, molti marchi sono tornati a fare profitti, raggiungendo persino traguardi record, mentre i lavoratori nelle loro catene di fornitura lottavano per sopravvivere. Next e Nike sono dei cosiddetti "Super Winners" essendosi ripresi rapidamente dalle perdite della pandemia e iniziando a realizzare nuovamente profitti. Amazon ha fatto ancora meglio e ha registrato un aumento di quasi il 200% dei profitti, salendo a ben 6,3 miliardi di dollari nel primo anno della pandemia. Queste aziende possono e devono garantire che i lavoratori non paghino il prezzo della pandemia con i loro salari di povertà. In particolare, la campagna chiede che aziende come Amazon, Nike e Next paghino quanto dovuto ai lavoratori durante la pandemia, rispettino il diritto di organizzarsi e i contratti collettivi, si assicurino che i lavoratori non vengano mai più lasciati senza un soldo se la loro fabbrica fallisce aderendo alla proposta di fondo negoziato di garanzia per le indennità di fine rapporto e disoccupazione.

Arci

MC ha proseguito questa storica partnership. Le due associazioni, Arci e MC, nonostante le difficoltà che hanno colpito in particolar modo la rete dei circoli ricreativi, hanno proseguito sinergicamente nell'impegno per affermare e tutelare i diritti umani e civili, così come è proseguito il servizio di assistenza e tutela dei soci e ai dirigenti Arci, come stabilito dalla convenzione.

Arci Servizio Civile Roma

MC, da sempre favorevole alla costruzione di una rete di esperienze di servizio civile, ha aderito all'associazione Arci Servizio Civile Roma Aps, sede locale di ente di prima classe accreditato presso l'Ufficio per il Servizio Civile Universale. Nel 2020, con il progetto "Sportello AMiCo – Assistenza Migranti Consumatori" si è aggiudicata la possibilità di accompagnare per 12 mesi l'esperienza formativa e lavorativa di 4 volontari presso la sede nazionale nell'anno 2021. I volontari, che hanno concluso il servizio nel mese di maggio 2022, si sono cimentati nelle attività di sportello per i cittadini e sono stati coinvolti in attività progettuali e di comunicazione.

MC ha ulteriormente consolidato la sua struttura federativa. Tra MC e le associazioni federate c'è una reciproca piena fruibilità di ogni materiale di comunicazione prodotto, compresi i contenuti del periodico Consumers' magazine e dei rispettivi siti web, nonché la collaborazione in progetti, partecipazioni a eventi, ecc. Tutte le associazioni federate esprimono rappresentanti negli organismi dirigenti di MC.

Nonostante il difficile momento, nel 2021 l'associazione ha messo a disposizione della propria rete associativa e dei cittadini un grande lavoro di aggiornamento costante delle direttive dettate dai vari decreti legge emanati, sono stati sfruttati i canali comunicativi a disposizione per fare informazione e assistenza tramite lo sportello on line e il sito, aggiornato costantemente con informazioni di pubblica utilità, è stato predisposto un call center nazionale per tutte le tematiche legate al Covid (rimborsi viaggi, abbonamenti, sospensione mutui, ecc).

Sul fronte organizzativo, è stato rinnovato il Servizio legale nazionale a cui viene dedicato uno specifico capo.

Campagna ZeroZeroCinque

L'associazione prosegue con il suo impegno nella campagna ZeroZeroCinque, nata per promuovere una misura di regolamentazione finanziaria a livello nazionale e europeo, la TTF (tassa sulle transazioni finanziarie, mini tassa dello 0,05% sulla compravendita di strumenti finanziarie), versione moderna della Tobin Tax.

ECU

MC, in quanto socio, continua nelle attività promosse da ECU, associazione di consumatori di secondo livello fondata nel 2009 con l'obiettivo principale di unire le organizzazioni dei consumatori nazionali dei Paesi membri in un'associazione europea. Il segretario generale di MC è stato eletto coordinatore della consulta giuridica del centro studi. Nel 2021, ECU ha proseguito la sua collaborazione con Movimento Consumatori nel progetto europeo BIONTOP.

EyeOnBuy

MC ha proseguito la sua collaborazione a livello progettuale con NeXt Nuova Economia X Tutti e fa parte del comitato promotore del portale EyeOnBuy, ideato da NeXt, che è il primo “corporate advisor” della responsabilità sociale d'impresa. Il portale informa i cittadini sul comportamento delle imprese, orientando la scelta dei consumatori verso i prodotti delle aziende responsabili. Si evidenzia il lancio, nel 2020, della piattaforma di e-commerce sostenibile Gioosto creata da Next.

Sicurezza e qualità dei prodotti e dei servizi

Campagne Stop TTIP – Stop Ue Mercosur

MC continua a sostenere le campagne italiane [“Stop TTIP”](#) e [“Stop CETA”](#), nate per coordinare organizzazioni, reti, realtà e territori che si oppongono all'approvazione dei trattati di libero scambio Ue-USA e Ue-Canada. Questi accordi disegnano un quadro di pesante deregolamentazione dove obiettivo principale non sono tanto e solo le barriere tariffarie, già abbastanza basse, ma quelle non tariffarie, che riguardano gli standard di sicurezza e di qualità sociali e ambientali: l'alimentazione, l'istruzione e la cultura, i servizi sanitari e sociali, le tutele e la sicurezza sul lavoro, “materie” su cui è non accettabile una liberalizzazione al ribasso.

Nel 2021, mentre i Ministri del commercio si incontrano a Bruxelles per discutere, tra le altre questioni, lo stato di avanzamento dell'accordo UE-Mercosur, la società civile europea e latinoamericana si mobilita per chiedere di bocciare il trattato commerciale più discusso di sempre. In un evento online il 20 maggio 2021, associazioni e sindacati – tra cui A buon Diritto, Arcs, Arci, CGIL, Cidse, Comunità Papa Giovanni XXIII, Fairwatch, Fridays For Future, Focsiv, Greenpeace, Gruppo italiano d'appoggio al Mst, Lvia, Movimento Consumatori, Slow Food, Terra!, Transform Italia, Stop TTIP Comitato di Udine– incontrano i Parlamentari europei Tiziana Beghin (M5S), Brando Benifei (S&D), Ignazio Corrao (Green-Efa), Eleonora Evi (Green-Efa), Pierfrancesco Majorino (S&D), e per esporre le proprie preoccupazioni e rilanciare la richiesta di interrompere il negoziato. L'evento è introdotto da una relazione di Jeronim Capaldo, esperto della organizzazione delle Nazioni Unite che si occupa di Commercio e Sviluppo (UNCTAD) e dall'esposizione di una opinione legale ottenuta da Cidse, Greenpeace e Misereor che valuta l'accordo incompatibile con la protezione dei diritti umani e ambientali ai sensi della normativa Ue.

La presidenza portoghese dell'Ue non è ancora riuscita ad avviare il processo di ratifica del documento, firmato nel giugno 2019, a causa di una forte pressione della società civile, che ne critica gli aspetti negativi. Per salvare il negoziato, i ministri discuteranno dell'introduzione di protocolli aggiuntivi e allegati che rafforzino le dichiarazioni di principio sul tema dello sviluppo. Un'ampia coalizione formata da 450 gruppi della società civile europei e sudamericani, invece, rilancia il l'appello a fermare il trattato e rigetta procedure “cosmetiche” come allegati e protocolli. Ci sono infatti problemi strutturali con l'accordo UE-Mercosur, che mira ad aumentare le esportazioni di prodotti che contribuiscono a una maggiore deforestazione, emissioni di gas serra e violazioni dei diritti umani. Problemi che nessun documento non vincolante può scongiurare. Inoltre, i recenti sviluppi, in particolare in Brasile, sono la prova del fatto che qualsiasi allegato sulla sostenibilità (in relazione a deforestazione, cambiamento climatico, diritti umani) è contraddetto e minato da ciò che sta accadendo sul terreno e rende tali disposizioni prive di significato.

La settimana di azioni segue la creazione di una coalizione su larga scala di gruppi della società civile, inclusi i principali sindacati, gruppi per il clima, organizzazioni per i diritti degli animali, organizzazioni ambientaliste, contadine e per i diritti umani.

Adeguata informazione e corretta pubblicità

Trasparenza semplice

Nell'ambito del progetto "Trasparenza semplice" progetto realizzato da Abi (Associazione bancaria italiana) in collaborazione con le banche e le associazioni dei consumatori (tra cui MC), sono state elaborate alcune infografiche su molte delle novità normative che interessano la clientela, utilizzando un linguaggio e una modalità espositiva semplice, immediata, facilmente comprensibile e essenziale, tra cui le infografiche: Piani individuali di risparmio - Info sui PIR che consentono ai sottoscrittori di ottenere importanti benefici fiscali; Truffe, scippi e raggiri - Un'utile infografica con i comportamenti da seguire dentro e fuori la filiale; "Non solo superbonus - La cessione del credito alla banca per i bonus casa 2021".

Noi & UniCredit

Anche per il 2021 è stato siglato l'accordo di collaborazione fra UniCredit e 14 associazioni dei consumatori tra cui MC. Le parti hanno confermato l'impegno reciproco a un confronto aperto e costruttivo per accrescere la tutela dei consumatori e la soddisfazione dei clienti.

Il programma di collaborazione "Noi&UniCredit", avviato nel 2005, ha consentito negli anni di focalizzarsi su temi di valore per i cittadini come trasparenza, educazione bancaria, protezione dei diritti del consumatore e protezione dalle frodi e di realizzare iniziative e strumenti concreti come decaloghi, guide e percorsi di financial education veicolati con modalità innovative quali app e campagne su media e social network per favorirne la diffusione fra i consumatori e indirizzare scelte bancarie e finanziarie sostenibili, in particolare da parte delle categorie più vulnerabili quali giovani e anziani.

La pluriennale collaborazione ha previsto inoltre l'avvio di un percorso di confronto virtuoso su normative di nuova introduzione nonché la condivisione con le associazioni dei prodotti e servizi UniCredit più rilevanti in termini di innovazione e inclusione.

"Perché non sia una casa di carta"

Il Notariato e le associazioni dei consumatori lanciano l'evento nazionale **"Perché non sia una casa di carta"**. Un intero pomeriggio di festa e consulenza sul mondo casa rivolto ai cittadini, per **festeggiare i 15 anni di collaborazione tra Consiglio Nazionale del Notariato e 14 associazioni dei consumatori (tra cui MC)**, che si terrà in diretta streaming il prossimo **25 ottobre 2021** dal teatro Ghione, in occasione della **Giornata europea della giustizia civile**.

L'evento è in collaborazione con:

TEDxAscoliPiceno, TEDxNapoli, TEDxPescara e TEDxTorino, che sul tema casa hanno prodotto 5 Talk Studio che richiamano le tematiche trattate nella collana **"Guide per il cittadino"**, realizzate dal Notariato e dalle Associazioni dei consumatori. Il quinto talk, inedito, interpretato da uno speaker d'eccezione, lo scrittore Maurizio De Giovanni, sarà proiettato in diretta il 25 ottobre in apertura dei lavori.

Notai e rappresentanti delle Associazioni dei consumatori presentano la nuova edizione delle sei guide dedicate al **mondo casa (mutuo informato, acquisto certificato, acquisto in costruzione, prezzo- valore, preliminare, acquisto all'asta)** e i cittadini che parteciperanno in diretta streaming all'evento avranno la possibilità di **porre le proprie domande ai professionisti presenti in teatro registrandosi attraverso il seguente link <https://virtualvenue.stream/event-CASA-2021>**.

"Perché non sia una casa di carta" sarà una festa e un'occasione per riaffermare l'importanza della

collaborazione fra Notariato e Associazioni dei consumatori, che ha da sempre come priorità la tutela dei cittadini, soprattutto nell'acquisto della casa, che rimane il bene primario per gli italiani.

Riassumendo l'attività istituzione e "di rete" si riporta di seguito una tabella che riepiloga le sinergie che Movimento Consumatori nell'anno 2021 ha coltivato con e tra i vari stakeholder:

Tipologia	ENTE	COSA FACCIAMO INSIEME/cosa e'
1. Rapporti istituzionali	MiSE	CNCU, progetti, azioni inibitorie collettive
Designazioni CNCU	Arera	Tavolo tecnico sugli Oneri Generali di Sistema
Designazioni CNCU	Mise	Comitato del calcolo dei danni derivanti dalla circolazione stradale
Designazioni CNCU	CRIF	Organismo di verifica SIC
Designazioni CNCU	Mise	Tavolo etichettatura nutrizionale
Designazioni CNCU	Mise	Punto Contatto Nazionale (PCN) per l'attuazione delle linee guida OCSE per le multinazionali
Designazioni CNCU	CESE - Comitato economico sociale europeo	E' l'istituzione europea della società civile ove sono rappresentati sindacati ass imprenditori, consumatori, ambientalisti, ecc
Designazioni CNCU	CIG - Comitato italiano GAS	membro del Consiglio di Presidenza
Rapporti istituzionali	Ministero Salute - CNSA Consulta sicurezza alimentare	MC membro sezione consultiva delle aacc e dei produttori in materia di sicurezza alimentare, che svolge consulenza tecnico-scientifica alle Amministrazioni che si occupano di gestione del rischio, in materia di sicurezza alimentare, e formula pareri scientifici
Rapporti istituzionali	Consiglio Nazionale del Notariato	guide del Cittadino
Rapporti istituzionali	Ministero Lavoro e Politiche Sociali - elenco APS	Progetti welfare e iscrizione APS
Rapporti istituzionali	Commissione Europea - Coordinamento IMI (sistema di informazione del mercato interno)	MC soggetto abilitato a effettuare segnalazioni

2. Associazioni/Movimenti ecc	ASVIS	Goal 7 - Energia: assicurare l'accesso all'energia pulita, a buon mercato e sostenibile per tutti; Goal 10 - Ridurre le disuguaglianze: ridurre la disuguaglianza all'interno delle nazioni e fra loro; Goal 12 - Consumo responsabile: realizzare modelli di consumo e produzione sostenibili; Goal 16 - Governance: promuovere società pacifiche e inclusive per lo sviluppo sostenibile, garantire a tutti l'accesso alla giustizia, realizzare istituzioni efficaci, responsabili e inclusive a tutti i livelli.
2. Associazioni/Movimenti ecc	Arci Servizio Civile Roma	progetto per volontari servizio civile sede nazionale
2. Associazioni/Movimenti ecc	Consumers' Forum	
2. Associazioni/Movimenti ecc	Forum Terzo Settore	consulta aps, consulta internazionale. Il FTS ha appoggiato come partner esterno ad alcuni progetti welfare di MC
2. Associazioni/Movimenti ecc	NEXT	progetti welfare, piattaforma eyeonbuy, piattaforma gioosto, mc membro CTS
2. Associazioni/Movimenti ecc	FAIRTRADE	
2. Associazioni/Movimenti ecc	FEDERAZIONE ARCI	
2. Associazioni/Movimenti ecc	ECU European Consumers Union	Stiamo provando con estrema fatica a legittimarla nei confronti delle istituzioni europee
2. Associazioni/Movimenti ecc	Forum Italiano dei Movimenti per l'Acqua	
2. Associazioni/Movimenti ecc	CISAL	convenzione su tesseramento e sviluppo territoriale
3. Campagne	Sbilanciamoci	
3. Campagne	Abiti Puliti	
3. Campagne	Stopp TTIP - Stop Ceta	
3. Campagne	ZeroZeroCinque	
3. Campagne	Task force per un'Italia libera da OGM	

3. Campagne	Coordinamento dei Comitati e delle Associazioni per la depurazione, le bonifiche e per la ripubblicizzazione del servizio idrico	
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	Unicredit	Accordo quadro Noi e Unicredit
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	Intesa Sanpaolo	Accordo quadro - progetto Mettere in Comune le Competenze
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	Poste	Cantiere Consumatori Poste
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	ABI	Tavolo permanente ABI Consumatori - progetto Trasparenza semplice
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	Forum Consumatori Unirec	Tavolo di lavoro strutturato, permanente, che coinvolge Imprese di recupero, Associazioni dei Consumatori, e Imprese titolari del Credito nella definizione di regole certe e buone prassi, in accordo con le linee guida delle Authority
4. Aziende/Società/associazioni di categoria	Terna	Protocollo Terna sulla sicurezza, affidabilità e continuità del servizio elettrico, nel perseguimento degli obiettivi di sostenibilità ambientale ed energetica.
5. Rapporti con le Autorità	AGCOM	Tavolo tecnico 5G
5. Rapporti con le Autorità	AGCOM	Tavolo Conciliaweb
5. Rapporti con le Autorità	ARERA	Osservatorio idrico (mc ha il coordinamento)
5. Rapporti con le Autorità	ARERA	Osservatorio gas
5. Rapporti con le Autorità	ARERA	Osservatorio energia elettrica
5. Rapporti con le Autorità	ARERA	Osservatorio sull'efficientamento energetico
5. Rapporti con le Autorità	Banca d'Italia	
5. Rapporti con le Autorità	ART	
5. Rapporti con le Autorità	AGCM	
5. Rapporti con le Autorità		segnalazioni EUROPA

6. Bilancio sociale integrato

La ricerca dell'equilibrio di gestione rappresenta per MC il primo strumento di sostenibilità. I risultati ottenuti ci hanno consentito nel corso degli anni di accrescere il valore economico generato e, contestualmente, di aumentare il nostro impegno nella distribuzione del valore economico e nei confronti della comunità.

Abbiamo una natura privatistica regolata dal Codice del consumo e un mandato normativo di tutela previsto ed operiamo sulla base di leggi e provvedimenti amministrativi che caratterizzano le nostre azioni e le nostre finalità.

Le modalità di attuazione delle nostre azioni sono inoltre estremamente diversificate e rivolte a una pluralità di interlocutori portatori di interessi e di bisogni eterogenei. Tutto ciò ci ha spinto a ricercare una nostra metodologia di rendicontazione sociale idonea a rappresentare, non solo le peculiarità dei servizi che realizziamo e la diversità dei nostri stakeholder e dei destinatari delle nostre attività, ma anche il particolare impatto che il nostro lavoro ha sulla collettività, sulle comunità e sulle singole persone.

Il Bilancio 2021 è adeguato alle linee guida di rendicontazione di sostenibilità previste nelle "Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore", emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con decreto del 4 luglio 2019 nel rispetto delle disposizioni dettate dal Codice del Terzo Settore.

Il presente bilancio si conferma per Movimento Consumatori APS uno strumento di gestione e rendicontazione delle proprie attività e dei risultati conseguiti in un'ottica di trasparenza con particolare riferimento alle relazioni con i propri portatori di interesse.

I dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021, che viene redatto e pubblicato online con cadenza annuale ed è stato approvato dal Consiglio Direttivo il 27 maggio 2022.

Il perimetro di rendicontazione del presente Bilancio si riferisce a tutte le attività implementate in Italia. Il presente documento verrà pubblicato sul sito internet dell'associazione.

Il processo di rendicontazione che ha portato alla redazione del documento è caratterizzato da un apporto partecipativo e condiviso, ma ogni persona dello staff, attraverso la raccolta e condivisione di dati e di informazioni, ha contribuito alla stesura del Bilancio di Sostenibilità.

Relazione organo di controllo

Verbale dell'organo di controllo del 25/05/2022

Si espongono gli esiti nel dettaglio del monitoraggio con le principali voci presenti nelle linee guida nazionali, decreto 4 luglio 2019, par. 6.

Riferimento normativo	Dettaglio adempimento	Anno 2021
Persone che operano per l'ente (decreto 4 luglio 2019, par. 6 punto 4)	tipologie, consistenza e composizione del personale che ha effettivamente operato per l'ente (con esclusione quindi dei lavoratori distaccati presso altri enti, cd. «distaccati out») con una retribuzione (a carico dell'ente o di altri soggetti) o a titolo volontario, comprendendo e distinguendo tutte le diverse componenti; attività di formazione e valorizzazione realizzate. Contratto di lavoro applicato ai dipendenti. Natura delle attività svolte dai volontari;	Movimento Consumatori nell'esercizio 2021 aveva in organico 7 dipendenti a tempo indeterminato, 1 a tempo determinato di cui due part time. Movimento Consumatori applica ai propri dipendenti il contratto collettivo nazionale del commercio e il contratto nazionale del lavoro giornalistico. Tutte le componenti retributive sono stabilite quindi in base al criterio tabellare dei contratti collettivi applicati in base al livello ed all'anzianità della lavoratrice/lavoratore. Movimento Consumatori si è avvalso di 3 collaborazioni coordinate e continuative finalizzate allo svolgimento di attività progettuali e di collaborazioni occasionali sempre per svolgere attività progettuali specifiche.
	struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità di carica e modalità e importi dei rimborsi ai volontari:	La struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità di carica e modalità e importi dei rimborsi ai volontari è disciplinata dai rispettivi regolamenti. Gli importi sono indicati nella tabella compensi.
	emolumenti, compensi o corrispettivi a qualsiasi titolo	Gli emolumenti, compensi o corrispettivi a qualsiasi titolo attribuiti ai componenti degli organi di amministrazione e controllo, ai dirigenti sono riepilogati nella seguente tabella.

	attribuiti ai componenti degli organi di amministrazione e controllo, ai dirigenti nonché' agli associati;	Detti compensi derivano da incarichi specifici su progetti finanziati, da delibere autorizzative del Consiglio Direttivo e da incarichi attribuiti dal consiglio direttivo del 19 marzo 2021 e sono coerenti con la struttura regolamentare di Movimento Consumatori (regolamenti approvati dal CD Nazionale del 12/11/2021). I rimborsi sono stati erogati per spese effettivamente sostenute. <table><tr><th>2021</th><th>PROGETTI</th><th>SERVIZIO LEGALE</th><th>DELEGHE</th><th>RIMBORSI</th></tr><tr><td>FIORIO</td><td>€ 10.136,00</td><td>€ -</td><td>€ 5.000,00</td><td>€ 179,00</td></tr><tr><td>PACCHIOLI</td><td>€ 2.815,00</td><td>€ -</td><td>€ 18.312,00</td><td>€ -</td></tr><tr><td>GAGLIARDI*</td><td>€ 5.980,00</td><td>€ 5.000</td><td>€ -</td><td>€ 179,00</td></tr><tr><td>MOSTACCIO</td><td>€ 16.442,00</td><td>€ -</td><td>€ 12.002,00</td><td>€ 146,00</td></tr><tr><td>MARZAIOLI</td><td>€ 37.308,00</td><td>€ -</td><td>€ 8.642,00</td><td>€ 3.849,00</td></tr><tr><td>SANNA</td><td>€ 16.920,00</td><td>€ -</td><td>€ -</td><td>€ -</td></tr><tr><td>ROCCO**</td><td>€ 40.537,25</td><td></td><td></td><td>€ 224,00</td></tr><tr><td>VIGNOLO</td><td></td><td></td><td></td><td>€ 96,00</td></tr><tr><td>GRAZIANO</td><td></td><td>€ 2.000,00</td><td></td><td></td></tr></table> * Oltre a 14.352 € per spese legali rimborsate dalla controparte ** CCNL commercio; livello 1 – costo lordo tabellare. Assunzione: 1 febbraio 2021	2021	PROGETTI	SERVIZIO LEGALE	DELEGHE	RIMBORSI	FIORIO	€ 10.136,00	€ -	€ 5.000,00	€ 179,00	PACCHIOLI	€ 2.815,00	€ -	€ 18.312,00	€ -	GAGLIARDI*	€ 5.980,00	€ 5.000	€ -	€ 179,00	MOSTACCIO	€ 16.442,00	€ -	€ 12.002,00	€ 146,00	MARZAIOLI	€ 37.308,00	€ -	€ 8.642,00	€ 3.849,00	SANNA	€ 16.920,00	€ -	€ -	€ -	ROCCO**	€ 40.537,25			€ 224,00	VIGNOLO				€ 96,00	GRAZIANO		€ 2.000,00		
2021	PROGETTI	SERVIZIO LEGALE	DELEGHE	RIMBORSI																																																
FIORIO	€ 10.136,00	€ -	€ 5.000,00	€ 179,00																																																
PACCHIOLI	€ 2.815,00	€ -	€ 18.312,00	€ -																																																
GAGLIARDI*	€ 5.980,00	€ 5.000	€ -	€ 179,00																																																
MOSTACCIO	€ 16.442,00	€ -	€ 12.002,00	€ 146,00																																																
MARZAIOLI	€ 37.308,00	€ -	€ 8.642,00	€ 3.849,00																																																
SANNA	€ 16.920,00	€ -	€ -	€ -																																																
ROCCO**	€ 40.537,25			€ 224,00																																																
VIGNOLO				€ 96,00																																																
GRAZIANO		€ 2.000,00																																																		
	rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti dell'ente;	Il rapporto tra la retribuzione massima e minima è del 37% % (la retribuzione massima è più elevata del 37% rispetto alla minima)																																																		
	in caso di utilizzo della possibilità' di effettuare rimborsi ai volontari a fronte di autocertificazione, modalità' di regolamentazione, importo dei rimborsi complessivi annuali e numero di volontari che ne hanno usufruito;	E' prevista la possibilità di effettuare rimborsi ai volontari a fronte di autocertificazione ed è stata predisposta la relativa regolamentazione interna. Nell'esercizio 2021 non è stato corrisposto alcun rimborso relativo a questa tipologia.																																																		

Situazione economico-finanziaria (decreto 4 luglio 2019, par. 6 punto 6)	provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati;	Quote associative: 30.180 Pubblici: 729.188 Privati: 427.890 I contributi pubblici si riferiscono a progetti finanziati dagli enti pubblici. Le risorse provenienti da soggetti privati si riferiscono a protocolli di collaborazione
---	--	---

		per attività di interesse generale.
	specifiche informazioni sulle attività di raccolta fondi;	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi
	finalità generali e specifiche delle raccolte effettuate nel periodo di riferimento, strumenti utilizzati per fornire informazioni al pubblico sulle risorse raccolte e sulla destinazione delle stesse;	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi
	segnalazioni da parte degli amministratori di eventuali criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni messe in campo per la mitigazione degli effetti negativi.	Nessuna

Monitoraggio (decreto 4 luglio 2019, par. 6 punto 8b)	esercizio in via esclusiva o principale di una o più attività di cui all'art. 5, comma 1 per finalità civiche solidaristiche e di utilità sociale, in conformità con le norme particolari che ne disciplinano l'esercizio, nonché, eventualmente, di attività diverse da quelle di cui al periodo precedente, purché nei limiti delle previsioni statutarie e secondo criteri di secondarietà e strumentalità secondo criteri e limiti definiti dal decreto ministeriale di cui all'art. 6 del codice del Terzo settore;	Movimento Consumatori esercita in via esclusiva l'attività di promozione e di tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 5, comma 1 lett. w) del Codice del Terzo Settore, d.lgs 3 luglio 2017, n. 117
	rispetto, nelle attività di raccolta fondi effettuate nel corso del periodo di riferimento, dei principi di verità trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico e in conformità alle linee guida ministeriali di cui all'art. 7 comma 2 del codice del Terzo settore;	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi
	perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria;	La destinazione di tutte le componenti del patrimonio è destinata allo svolgimento di attività statutaria.
	l'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali, tenendo conto degli indici di cui all'art. 8, comma 3, lettere da a) a e);	a) i compensi ad amministratori, sindaci e a chiunque rivesta cariche sociali di compensi individuali per la carica ricoperta sono stati corrisposti secondo la regolamentazione interna dell'ente; b) la corresponsione a lavoratori subordinati o autonomi di retribuzioni o compensi non sono superiori del

		quaranta per cento rispetto a quelli previsti, per le medesime qualifiche, dai contratti collettivi nazionali; c) l'acquisto di beni o servizi avvengono per corrispettivi che, non sono superiori al loro valore normale; d) non vengono effettuate cessioni di beni e le prestazioni di servizi, a condizioni piu' favorevoli di quelle di mercato, a soci, associati o partecipanti, ai fondatori, ai componenti gli organi amministrativi e di controllo, a coloro che a qualsiasi titolo operino per l'organizzazione o ne facciano parte, ai soggetti che effettuano erogazioni liberali a favore dell'organizzazione, ai loro parenti entro il terzo grado ed ai loro affini entro il secondo grado, nonche' alle societa' da questi direttamente o indirettamente controllate o collegate, esclusivamente in ragione della loro qualita', salvo che tali cessioni o prestazioni non costituiscano l'oggetto dell'attivita' di interesse generale di cui all'articolo 5; e) non vengono corrisposti a soggetti diversi dalle banche e dagli intermediari finanziari autorizzati, interessi passivi
--	--	---

I dati si riferiscono agli incarichi stabiliti dal Consiglio direttivo come risultano dalle delibere di autorizzazione dei singoli progetti e dagli incarichi conferiti per l'attuazione di deleghe specifiche. In relazione al bilancio di esercizio 2021 è stato svolto un controllo sintetico complessivo volto a verificare che il bilancio sia stato correttamente redatto verificando altresì, per quanto di competenza, sull'adeguatezza e sul funzionamento del sistema amministrativo-contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo a rappresentare correttamente i fatti di gestione, anche mediante l'esame dei documenti aziendali.

Si esprime parere positivo e si condivide la proposta di portare a nuovo l'avanzo d'esercizio.

PER L'ORGANO DI CONTROLLO

Dr. Carlo Lo Verde

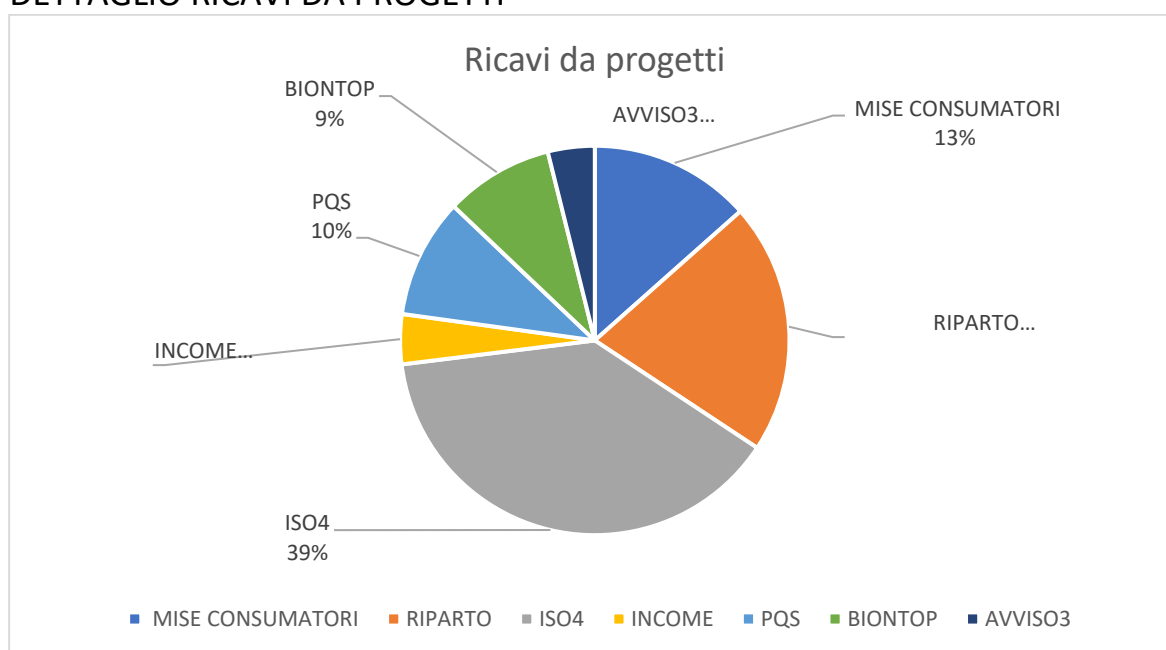
Ripartizione dei ricavi

Proventi da quote associative e apporti dei fondatori	30.180 €
Erogazioni liberali	7.725 €
Proventi del 5 per mille	699 €
Contributi da soggetti privati	427.890 €
Contributi da enti pubblici	729.188 €
Altri ricavi, rendite e proventi	18.243 €

Ripartizione dei costi

<i>Elementi di costo</i>	<i>EURO</i>
Acquisto di materiali	€ 16.880
Costi per godimento beni di terzi	€ 35.789
Costi per Servizi	€ 817.265
Costi e Oneri per il personale operativo	€ 257.037
Ammortamenti	€ 3.352
Oneri diversi di gestione	€ 31.545
Imposte e tasse	€ 14.725
Oneri finanziari	€ 3.713
Oneri straordinari	€ 23.666

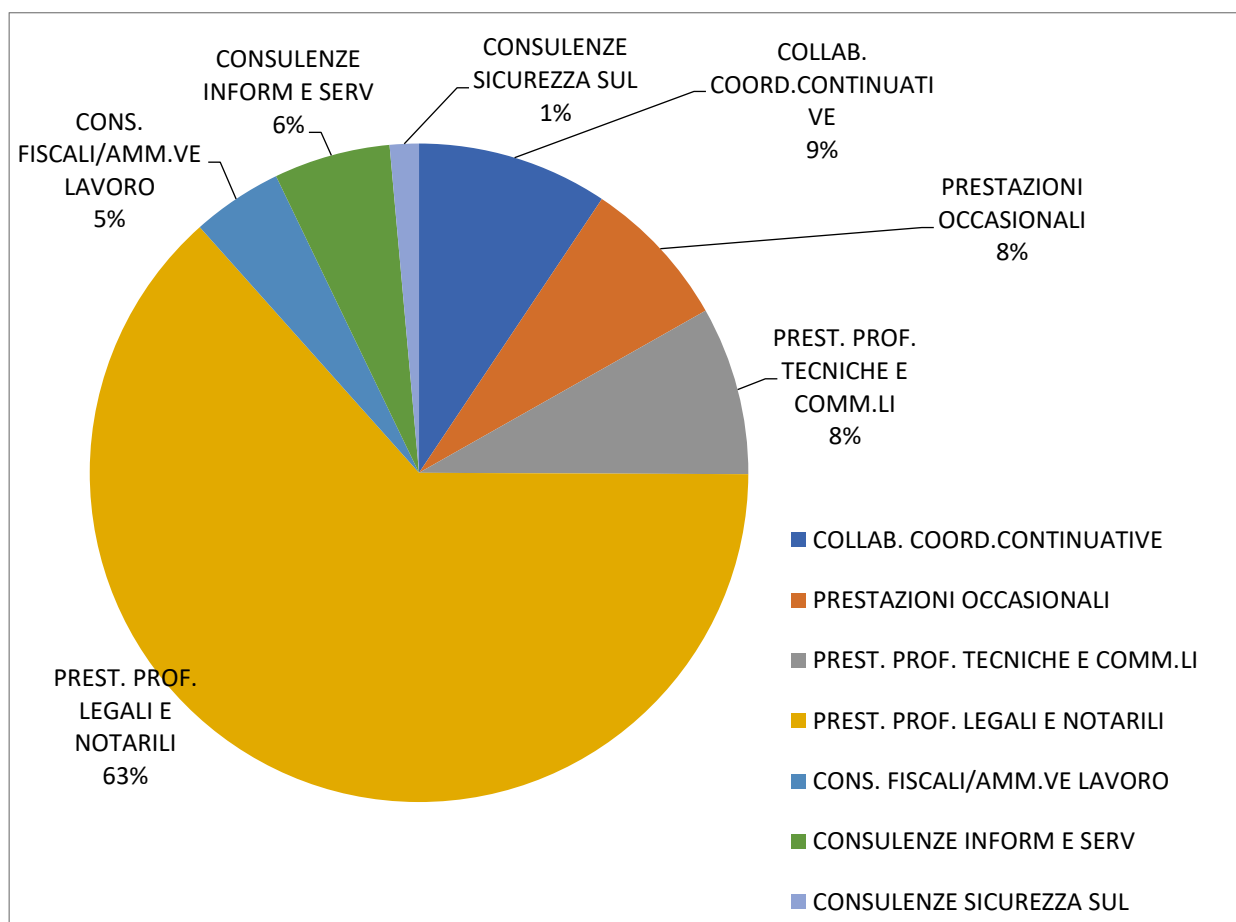
DETTAGLIO RICAVI DA PROGETTI



Ripartizione costi per servizi (quote partner di progetto)



DETTAGLIO TIPOLOGIE COMPENSI



giugno 2022

Redatto a cura del vicesegretario generale
Ovidio Marzaioli

Si ringraziano per la collaborazione:

Tiziano Avanzati

Angela Carta

Amalia Lomaglio

Alessandro Mostaccio

Piero Pacchioli

Rita Rocco

Carlotta Spurio

Daniela Zampaglione

Mario Carmine Donadio

Nome dell'ente	MOVIMENTO CONSUMATORI APS
Codice fiscale	97045640154
Partita IVA	10902450153
Forma giuridica e qualificazione ai sensi del codice del Terzo settore	Associazione di Promozione Sociale
Indirizzo sede legale	Via Piemonte 39/A Roma
Sito web	www.movimentoconsumatori.it
Email	info@movimentoconsumatori.it
Pec	sede.nazionale@movimentoconsumatori-pec.it



**MOVIMENTO
CONSUMATORI**



www.movimentoconsumatori.it