

BILANCIO SOCIALE 2025

Trasparenza, tutela e diritti dei cittadini
per un consumo consapevole e sostenibile.



Federconsumatori

Associazione per la tutela
dei consumatori e utenti

CF 97060650583

INDICE

Presentazione.....	3
Nota metodologica.....	4
I nostri valori	5
Chi siamo.....	6
Sedi Federconsumatori-APS.....	7
Censimento	8
Tesseramento.....	12
Organi sociali.....	18
Il Presidente.....	19
La Presidenza	20
L' Assemblea dei Soci Delegati	22
Il Consiglio Direttivo	27
Il Collegio dei Sindaci - Organo di Controllo	29
Il Collegio di Garanzia	29
Il Collegio Statutario	29
La nostra attività nel 2025	30
Iniziative e Progetti	50
Comunicazione, strumenti e canali d'informazione	60
Obiettivi.....	75
Bilancio Consuntivo 2025.....	77

PRESENTAZIONE

Nel 2025 si sono ulteriormente evoluti i profondi cambiamenti sociali ed economici che vediamo in atto da tempo, con una persistenza di elementi di incertezza e di criticità che hanno già segnato la nostra società negli ultimi anni. Se, da una parte, le evoluzioni tecnologiche sempre più rapide offrono innegabili opportunità e rendono più facili e accessibili una vasta gamma di servizi, dall'altra, gli stessi loro sviluppi stanno incidendo sulla nostra vita in una misura della quale non sempre siamo del tutto consapevoli, ma soprattutto possono esporci a rischi non immediatamente né facilmente visibili.

L'anno 2025 ha visto la dirompente diffusione delle tecnologie dell'intelligenza artificiale: tali strumenti, rimasti fino a non molto tempo fa appannaggio quasi esclusivo degli addetti ai lavori, sono diventati di uso comune nell'arco di pochi mesi, modificando un numero crescente di attività, non soltanto professionali.

Per altri versi, la crisi climatica, le tensioni internazionali, l'instabilità economica, le disuguaglianze sociali e territoriali, unite a un elevato costo della vita e alla diffusa precarietà lavorativa, hanno provocato una maggiore fragilità sociale.

Oggi, quindi, ci troviamo a dover rispondere a interrogativi cruciali che non possono restare irrisolti, anzitutto in termini di tutela dei dati personali e della riservatezza, nonché di trasparenza, accesso all'informazione e difesa degli utenti.

In un contesto che si conferma instabile e che continua a generare disorientamento, i consumatori necessitano di punti di riferimento certi e affidabili: nel quadro appena descritto, il lavoro della nostra Associazione è più che mai essenziale, non solo in termini di attività, comunque fondamentale, di assistenza e consulenza diretta e individuale, ma anche, e soprattutto, a livello più ampio, nello svolgimento di un ruolo di tutela dei diritti che assume una precisa valenza sociale quale presidio di cittadinanza attiva, equità sociale e partecipazione democratica.

I nostri obiettivi continuano oggi a evolversi per poter accompagnare costantemente il processo di consapevole adattamento della cittadinanza ai grandi cambiamenti che, pur verificandosi su scala globale, si ripercuotono direttamente e concretamente sulla vita quotidiana delle persone.

A tutto ciò si aggiunge la necessità, da parte nostra, di rispondere alle sfide sul fronte ambientale, continuando a impegnarci nella promozione del consumo sostenibile e facendo sì che la transizione ecologica non si trasformi in un elemento di esclusione sociale.

Altrettanto fondamentale è il posizionamento dell'Associazione in merito all'I.A. e ai temi a essa collegati. Gli strumenti di intelligenza artificiale, sempre più diffusi e utilizzati, necessitano di un rapido adeguamento non solo sul fronte normativo, in modo da garantire tutele e diritti, ma anche sotto il profilo socioculturale.

Nel panorama appena descritto, il confine tra rischi e opportunità si rivela spesso molto sottile. Proprio per questo Federconsumatori continuerà a lavorare affinché la voce dei cittadini sia ascoltata nei luoghi decisionali e istituzionali, puntando a rafforzare ulteriormente la propria capacità di rappresentanza al fine di garantire una partecipazione ampia, informata e consapevole che contribuisca alla costruzione di una società più giusta, sostenibile e democratica.

Michele Carrus

Presidente Federconsumatori – APS

NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio Sociale 2025 è stato redatto rispettando le *Linee guida per la redazione del Bilancio Sociale degli enti del Terzo Settore* indicate nel Decreto 4 luglio 2019 emanato dal Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, così come previsto dall'art. 14, comma 1, d.lgs. n. 117/2017, secondo cui gli Enti del Terzo settore con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque denominate superiori ad 1 milione di euro devono depositare presso il Registro Unico Nazionale del Terzo Settore (RUNTS), e pubblicare nel proprio sito internet, il Bilancio Sociale redatto secondo le predette linee guida.

Il presente documento ha l'obiettivo di delineare la struttura interna e organizzativa di Federconsumatori-APS, nonché quello di illustrare le attività svolte dall'Associazione nel corso del 2025.

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

Nella seconda sezione del Bilancio Sociale sono state evidenziate le iniziative intraprese in relazione a fatti di attualità e problematiche che sono risultati essere rilevanti nel corso del 2025 sia nel contesto del consumerismo che dal punto di vista socioeconomico.

INFORMAZIONI GENERALI

Nome: Federconsumatori - APS

Codice Fiscale: 97060650583

Forma giuridica: Associazione di Promozione Sociale

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

Indirizzo sede legale: Via Palestro, 11 - 00185 Roma

Altre sedi:

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

Aree territoriali di operatività: Italia (tutte le Regioni)



I NOSTRI VALORI

5

In Federconsumatori convivono due anime: la prima si concretizza nella quotidiana attività di assistenza, informazione e consulenza ai cittadini, mentre l'altra vede la sua manifestazione concreta nella partecipazione ai processi decisionali a livello istituzionale. Si tratta di due dimensioni che non possono prescindere l'una dall'altra e che si rafforzano reciprocamente, consentendoci di agire a livello tanto individuale quanto collettivo.

La capillare presenza su tutto il territorio nazionale consente all'Associazione di raccogliere segnalazioni, erogare consulenze e assistenza legale, denunciare pratiche commerciali scorrette e promuovere percorsi di educazione e informazione sul consumo consapevole, responsabile e sostenibile. Ed è proprio partendo dalle criticità che riscontriamo in questa attività che prendiamo spunto per elaborare proposte e campagne e per strutturare iniziative e interventi sul piano politico e istituzionale, in modo da orientare la proposta politica in base a quelle che sappiamo essere le necessità degli utenti.

Siamo profondamente convinti che le esigenze concrete dei cittadini debbano trovare adeguato spazio nei contesti politici e istituzionali e che il ruolo dell'Associazione sia, in questo senso, decisivo.

La tutela dei diritti degli utenti costituisce la nostra principale mission, in risposta alla quale lavoriamo ogni giorno perché le persone siano garantite e tutelate a tutti i livelli.

Per sua stessa natura, l'Associazione si contraddistingue per una profonda vocazione democratica e solidaristica, che ci porta a contrastare le disuguaglianze economiche e sociali, con particolare considerazione nei confronti dei segmenti più vulnerabili della popolazione. Inoltre gli attuali, profondi cambiamenti in atto sul fronte economico, politico, sociale e ambientale impongono una specifica attenzione nei confronti dei temi legati alla sostenibilità, alla mobilità, alla transizione energetica e alla digitalizzazione.

La nostra attività è indirizzata, inoltre, al perseguimento di fondamentali principi che, unitamente a quanto già descritto, orientano in misura determinante i nostri interventi e le nostre azioni, in primis la tutela della legalità del mercato, della salute, dell'ambiente e del diritto a un'informazione corretta e trasparente.

Nella nostra azione di tutela, a livello individuale e collettivo, contrastiamo dinamiche speculative, rincari ingiustificati e pratiche commerciali scorrette e svolgiamo attività di informazione, promozione e sensibilizzazione. Per incrementare l'efficacia di questi stessi interventi, collaboriamo inoltre stabilmente con numerosi soggetti del Terzo Settore e della società civile, tra cui Forum Terzo Settore, ASviS, Alleanza contro la Povertà Energetica, CGIL, NExT, SVI Forum, CNCU, CNEL e AMESCI.



CHI SIAMO

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

In qualità di Associazione di Promozione Sociale senza scopo di lucro, opera avendo sempre come riferimento valori solidaristici e di utilità sociale. È stato proprio il perseguimento di questi valori che ha consentito alla Federconsumatori - APS di creare e mantenere nel tempo un solido ruolo di primo piano nel panorama delle associazioni dei consumatori e nel contesto sociopolitico nazionale nonché di diventare un punto di riferimento affidabile per la collettività, i cui interessi vengono anteposti a qualsiasi altra considerazione.

Il nostro lavoro non si concentra solo ed esclusivamente sulle questioni direttamente connesse al consumerismo, ma ci porta ad intervenire nei settori della sanità, delle assicurazioni, della finanza, della sicurezza dei prodotti e servizi, della promozione dei consumi sostenibili, della correttezza delle pratiche commerciali e della trasparenza. Non ci tiriamo indietro di fronte alle sfide emergenti legate alla rapida evoluzione della scienza e della tecnologia e agiamo attivamente in ambiti quali l'energia, le telecomunicazioni, i trasporti, il turismo, le banche, la salute, i consumi, la pubblicità e la sicurezza dei dati online.

Allo scopo di agire anche sul piano politico e istituzionale, collaboriamo con una rete estesa di soggetti sia a livello nazionale che internazionale, garantendo un dialogo costante e una presenza attiva nei processi decisionali. Federconsumatori - APS fa parte del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti e di ECU - European Consumers' Union. Infine, sentiamo nostra la responsabilità di promuovere stili di vita sostenibili e un modello di sviluppo equo, orientato all'uguaglianza e alla democrazia, per preservare il pianeta e l'ambiente per le generazioni future.

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

SEDI FEDERCONSUMATORI – APS

SEDE NAZIONALE
20 SEDI REGIONALI
571 SPORTELLI TERRITORIALI

SPORTELLI DEDICATI

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

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

CONSULTA GIURIDICA

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

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

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



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

DIPENDENTE A TEMPO INDETERMINATO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		8	24	0	32
DA 40 A 50 ANNI		8	24	0	32
DA 50 A 60 ANNI		3	21	0	24
OLTRE 60		5	10	0	15
DIPENDENTE A TEMPO DETERMINATO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		6	18	0	24
DA 40 A 50 ANNI		1	3	0	4
DA 50 A 60 ANNI		0	1	0	1
OLTRE 60		1	0	0	1
COLLABORATORI		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		21	31	0	52
DA 40 A 50 ANNI		25	30	0	55
DA 50 A 60 ANNI		17	28	0	45
OLTRE 60		24	10	0	34

LIVELLI CONTRATTUALI

DIRIGENTI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	5	0	0	5
QUADRI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	1	3	3	7
IMPIEGATI	UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
	22	67	0	89

VOLONTARIO		UOMO	DONNA	ALTRO	TOTALE
DA 20 A 40 ANNI		14	27	0	41
DA 40 A 50 ANNI		16	22	7	45
DA 50 A 60 ANNI		20	13	8	41
OLTRE 60 ANNI		122	50	7	179
PENSIONATO		121	55	6	182

TUTELA GIURISDIZIONALE

Tipologia	Esiti°	N°
Ricorsi al Tar	Pendenti	4
	Perenti	7
	Accolti/positivi	1
	Respinti	0
Azioni inibitorie	Pendenti	7
	Perenti	3
	Accolte/positive	27
	Negative/respinte	12
Ricorsi al Giudice di Pace	Pendenti	75
	Perenti	4
	Accolti	45
	Negativi	7
Costituzione parte civile	Pendenti	2
	Perente	0
	Ammesse	0
	Negative	1
Class Action / Ricorsi collettivi	Pendente	0
Segnalazioni Autorità	Pendenti	264
	Perente	0
	Positive	331
	Respinte	6
Ricorsi Comm. Tributarie	Pendente	0
	Positive	0

ATTIVITA'

ANNO 2025	TIPOLOGIA	N°
	Manifestazioni e Partecipazioni Pubbliche	31
	Iniziative pubbliche, Conferenze Stampa	185
	Iniziative di formazione anche online	80

ANNO 2025	TIPOLOGIA	N°
	Accordi e convenzioni	81
	Protocolli d'intesa	17

SPORTELLI DI CONSULENZA E ASSISTENZA

REGIONE	N°
ABRUZZO	31
BASILICATA	5
CALABRIA	20
CAMPANIA	22
EMILIA-ROMAGNA	79
FRIULI-VENEZIA GIULIA	21
LAZIO	43
LIGURIA	8
LOMBARDIA	53
MARCHE	22
MOLISE	3
PIEMONTE	23
PROV. AUT. TRENTO	2
PUGLIA	31
SARDEGNA	21
SICILIA	49
TOSCANA	70
UMBRIA	15
VALLE D'AOSTA	2
VENETO	51





TESSERAMENTO

TESSERAMENTO

Da quasi 40 anni, la Federconsumatori si impegna costantemente nella tutela dei diritti dei cittadini. Un impegno quotidiano, alimentato dalla fiducia e dalla stima dei cittadini nei confronti dell'Associazione. Per far sì che la nostra azione sia sempre efficace e orientata alla tutela dei diritti dei consumatori e utenti, è importante che sia sempre operativo il contributo di coloro che, iscrivendosi all'Associazione, decidono di sostenere il nostro impegno.

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

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



Tesserarsi alla Federconsumatori consente al cittadino di:

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

14



LA QUOTA DI ISCRIZIONE È DI 40,00 EURO

TESSERARSI È SEMPLICE!

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

QUOTA ASSOCIATIVA

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

- Tessera ordinaria: **40,00** euro;
- Rinnovo Tessera ordinaria: **25,00** euro
- Tessera gruppo familiare: **25,00** euro, per ciascuna tessera rilasciata/rinnovata a più persone del medesimo nucleo familiare;
- Tessera sociale: **10,00** euro, per giovani di età inferiore ai 29 anni, pensionati al minimo, precari, disoccupati e lavoratori con reddito inferiore ai 12mila €/anno;
- Tessera in convenzione: la quota della tessera è definita dalle convenzioni stipulate a livello nazionale o regionale o territoriale, normalmente contenenti un parametro percentuale riferito al valore della tessera ordinaria, per un valore non inferiore alla tessera sociale;
- Tessera sostenitore: la quota sostenitore è libera, ma di importo superiore a quella ordinaria;
- Tessera soggetti collettivi: per gli associati che non siano persone fisiche – facendo seguito a quanto disposto all'art. 6, comma 1, dello Statuto, di cui il presente regolamento è parte integrante – si dispone che la quota associativa non potrà essere inferiore a **100,00** euro.



TESSERAMENTO FEDERCONSUMATORI – APS 2025

ABRUZZO	1.710
BASILICATA	1.099
CALABRIA	1.217
CAMPANIA	1.439
EMILIA-ROMAGNA	19.856
FRIULI-VENEZIA GIULIA	7.083
LAZIO	2.739
LIGURIA	3.741
LOMBARDIA	9.924
MARCHE	3.667
MOLISE	366
PIEMONTE	6.386
PROV. AUT. TRENTO E BOLZANO	153
PUGLIA	1.879
SARDEGNA	5.382
SICILIA	2.745
TOSCANA	7.851
UMBRIA	964
VALLE D'AOSTA	337
VENETO	8.320

IL NUMERO DEGLI ISCRITTI NEL 2025 È DI 86.888





ORGANI SOCIALI

ORGANI SOCIALI

Sono organi sociali della Federconsumatori:

- l'Assemblea Nazionale dei Soci Delegati;
- il Consiglio Direttivo;
- il Presidente;
- la Presidenza;
- il Collegio dei Sindaci – Organo di Controllo;
- il Collegio di Garanzia;
- il Collegio Statutario.

IL PRESIDENTE

Il Presidente della Federconsumatori è Michele Carrus, eletto all'unanimità dal Consiglio Direttivo il 11 maggio 2023, a conclusione dell'Assemblea Nazionale dei Soci Delegati – IX Congresso Federconsumatori.



Michele Carrus



Giovanna Capuzzo

Antonella Nanna

LA PRESIDENZA

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



Roberto Giordano



Fabrizio Ghidini

L'ASSEMBLEA DEI SOCI DELEGATI

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



Antimo De Col

Enza Bartoli

Luigi Pace

L'Assemblea Nazionale dei Soci Delegati:

- elegge il Consiglio Direttivo definendo il numero dei componenti nel rispetto di quanto previsto dall'art. 2382 c.c.;
- stabilisce gli obiettivi politici dell'Associazione fino all'Assemblea Nazionale successiva;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio dei Sindaci - Organo di Controllo e i due supplenti nel rispetto delle disposizioni previste dalla normativa vigente in materia;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio di Garanzia e i due supplenti;
- elegge i tre componenti effettivi del Collegio Statutario e i due supplenti.

L'Assemblea dei Soci Delegati è composta dai seguenti membri:

REGIONE	COGNOME	NOME
ABRUZZO	Candelori	Paola
ABRUZZO	Trivelli	Francesco
BASILICATA	Catalano	Michele
BASILICATA	Romaniello	Graziella
CALABRIA	Gagliano	Rosalia
CALABRIA	Grande	Elisabetta
CALABRIA	Iannello	Domenica
CAMPANIA	Barletta	Antonio
CAMPANIA	Berritto	Giovanni
CAMPANIA	Forino	Flavia
CAMPANIA	Boscato	Pasquale
CAMPANIA	Casarano	Michele Fulvio
EMILIA ROMAGNA	Acquafredda	Filomena
EMILIA ROMAGNA	Aloisi	Stefano
EMILIA ROMAGNA	Mugnano	Giuliana
EMILIA ROMAGNA	Baldaccini	Simona
EMILIA ROMAGNA	Balzani	Serena
EMILIA ROMAGNA	Benedetti	Sara
EMILIA ROMAGNA	Bertolone	Daniela
EMILIA ROMAGNA	Bussetti	Pamela
EMILIA ROMAGNA	Carrus	Michele
EMILIA ROMAGNA	Cordani	Angela
EMILIA ROMAGNA	Dakoli	Erisa
EMILIA ROMAGNA	Dallari	Loretta
EMILIA ROMAGNA	Davoli	Claudia
EMILIA ROMAGNA	Donati	Mario
EMILIA ROMAGNA	Mazzoni	Alberto
EMILIA ROMAGNA	Ghidini	Fabrizio
EMILIA ROMAGNA	Govoni	Marzio
EMILIA ROMAGNA	Grazioli	Giorgia
EMILIA ROMAGNA	Guidetti	Gabriella
EMILIA ROMAGNA	Ianelli	Ermanno
EMILIA ROMAGNA	Incerti Massimini	Loretta
EMILIA ROMAGNA	Loschi	Cristina
EMILIA ROMAGNA	Lusenti	Lucia
EMILIA ROMAGNA	Macchiavelli	Silvia
EMILIA ROMAGNA	Marzani	Johann
EMILIA ROMAGNA	Morselli	Susanna
EMILIA ROMAGNA	Poli	Giuseppe
EMILIA ROMAGNA	Poso	Barbara
EMILIA ROMAGNA	Goldoni	Marinella
EMILIA ROMAGNA	Fat	Adela

EMILIA ROMAGNA	Soffientini	Sabrina
EMILIA ROMAGNA	Soragni	Rino
EMILIA ROMAGNA	Cordoni	Daniela
EMILIA ROMAGNA	Tazzini	Paolo
EMILIA ROMAGNA	Urbinati	Graziano
EMILIA ROMAGNA	Vellani	Simone
EMILIA ROMAGNA	Cavazzini	Mauro
FRIULI VENEZIA GIULIA	Cernich	Davide
FRIULI VENEZIA GIULIA	Cescutti	Roberto
FRIULI VENEZIA GIULIA	Cuccu	Erica
FRIULI VENEZIA GIULIA	D'Adamo	Angelo Michele
FRIULI VENEZIA GIULIA	D'Aronco	Letizia
FRIULI VENEZIA GIULIA	De Bianchi	Chiara
FRIULI VENEZIA GIULIA	Missio	Marco
FRIULI VENEZIA GIULIA	Pittoni	Marino
FRIULI VENEZIA GIULIA	Prestigiacomo	Giovanni
FRIULI VENEZIA GIULIA	Sassu	Davide
FRIULI VENEZIA GIULIA	Sciardis	Julie
LAZIO	Ardia	Laura
LAZIO	Micarelli	Fabrizio
LAZIO	Daminato	Pietro
LAZIO	Mascioli	Elisabetta
LAZIO	Giordano	Roberto
LAZIO	Veroli	Sergio
LAZIO	Zanin	Eugenio
LIGURIA	Benedetto	Andrea
LIGURIA	Di Tullio	Livio
LIGURIA	Pollogno	Giorgio
LIGURIA	Talia	Maria Assunta
LOMBARDIA	Benenti Torlo	Carmelo
LOMBARDIA	Santini	Gian Mario
LOMBARDIA	Carravieri	Claudia
LOMBARDIA	Cherubin	Alessandro
LOMBARDIA	Ciraci	Antonio
LOMBARDIA	Dalcore	Anna
LOMBARDIA	Danese	Tiziana
LOMBARDIA	De Col	Antimo
LOMBARDIA	Bonomo	Alice
LOMBARDIA	Maccabruni	Cristiano
LOMBARDIA	Merlo	Mara
LOMBARDIA	Pace	Luigi
LOMBARDIA	Perria	Christian
LOMBARDIA	Loda	Roberto
LOMBARDIA	Rossetti	Elena
MARCHE	Benfatto	Mattia

MARCHE	Polidori	Sonia
MARCHE	Cesaro	Serena
MARCHE	Tordini	Stefano
MARCHE	Longo	Lorenzo
MARCHE	Massaccesi	Patrizia
MARCHE	Norcini Pala	Niccolò
MARCHE	Donini	Stefano
MOLISE	Scherino	Michele
PIEMONTE	Cavalero	Flavia
PIEMONTE	Correa	Katherine
PIEMONTE	Dei Giudici	Giovanni
PIEMONTE	Filocamo	Orazio
PIEMONTE	Gardini	Maria Antonietta
PIEMONTE	Masini	Roberto
PIEMONTE	Pasero	Bruno
PIEMONTE	Pilone	Lucia
PIEMONTE	Prezioso	Giovanni
PIEMONTE	Cugini	Silvia
PIEMONTE	Verneti	Fabio
PIEMONTE	Verona	Stefano
PUGLIA	Ghergo	Mariangela
PUGLIA	Lorubio	Mario
SARDEGNA	Arru	Luigi
SARDEGNA	Cara	Eliana
SARDEGNA	Dalias	Giandomenico
SARDEGNA	Della Carità	Tatiana
SARDEGNA	Frau	Francesca
SARDEGNA	Lampis	Olinda
SARDEGNA	Mulas	Elisa
SARDEGNA	Murgia	Massimiliano
SARDEGNA	Pes	Martina
SARDEGNA	Pes	Alice
SARDEGNA	Prosperi	Giorgia
SARDEGNA	Seu	Federica
SARDEGNA	Tore	Romina
SICILIA	Bartoli	Enza
SICILIA	La Rosa	Alfio Maurizio
SICILIA	Lo Bello	Giuseppe
SICILIA	Nicosia	Salvatore
SICILIA	Pisano	Angelo
SICILIA	Scarlata	Michele
TOSCANA	Bernacca	Giulio
TOSCANA	Grandi	Laura
TOSCANA	Boncompagni	Rosalba
TOSCANA	Borghetti	Luisa

TOSCANA	Boschi	Roberto
TOSCANA	Colella	Manuela
TOSCANA	D'Onofrio	Luca
TOSCANA	Falciani	Luca
TOSCANA	Farnesi	Fulvio
TOSCANA	Ferrari	Pietro
TOSCANA	Gentili	Marco
TOSCANA	Monticelli	Daniele
TOSCANA	Morucci	Simonetta
TOSCANA	Notaro	Giuseppe
TOSCANA	Romualdi	Giorgio
TOSCANA	Rossi	Michele
TOSCANA	Rubbiani	Chiara
TOSCANA	Tibo	Giorgio
TRENTINO ALTO ADIGE	Bernardi	Mariano
UMBRIA	Lanterna	Alessia
UMBRIA	Todaro	Franco
UMBRIA	Del Caro	Paolo
VALLE D'AOSTA	Albertinelli	Bruno
VALLE D'AOSTA	Fuggetta	Antonio
VALLE D'AOSTA	Roggero	Gabriella
VENETO	Belli	Dario
VENETO	Bulgarelli	Enrica
VENETO	Capuzzo	Giovanna
VENETO	Carnio	Francesca
VENETO	Damonti	Paola
VENETO	De Marco	Claudia
VENETO	Feltrin	Alberto
VENETO	Fincati	Matteo
VENETO	Framba	Maurizio
VENETO	Galfetti	Riccardo
VENETO	Nanna	Antonella
VENETO	Ormesi	Paolo
VENETO	Pegoraro	Gianpietro
VENETO	Petruzzello	Giorgia
VENETO	Ramoni	Marco

IL CONSIGLIO DIRETTIVO

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

Il Consiglio Direttivo è composto dai seguenti membri:



COGNOME	NOME	REGIONE
Trivelli	Francesco	ABRUZZO
Catalano	Michele	BASILICATA
Iannello	Mimma	CALABRIA
Berritto	Giovanni	CAMPANIA
Forino	Flavia	CAMPANIA
Balzani	Serena	EMILIA ROMAGNA
Cordani	Angela	EMILIA ROMAGNA
Ghidini	Fabrizio	EMILIA ROMAGNA
Govoni	Marzio	EMILIA ROMAGNA
Loschi	Cristina	EMILIA ROMAGNA
Goldoni	Marinella	EMILIA ROMAGNA
Soragni	Rino	EMILIA ROMAGNA
Urbinati	Graziano	EMILIA ROMAGNA
Cavazzini	Mauro	EMILIA ROMAGNA
Cuccu	Erica	FRIULI VENEZIA GIULIA
D'Adamo	Angelo Michele	FRIULI VENEZIA GIULIA
Missio	Marco	FRIULI VENEZIA GIULIA
Daminato	Pietro	LAZIO
Micarelli	Fabrizio	LAZIO
Di Tullio	Livio	LIGURIA
Benedetto	Andrea	LIGURIA
Benenti Torlo	Carmelo	LOMBARDIA
Santini	Gian Mario	LOMBARDIA
De Col	Antimo	LOMBARDIA
Pace	Luigi	LOMBARDIA
Rossetti	Elena	LOMBARDIA
Cesaro	Serena	MARCHE
Tordini	Stefano	MARCHE
Scherino	Michele	MOLISE
Capuzzo	Giovanna	NAZIONALE
Carrus	Michele	NAZIONALE
Giordano	Roberto	NAZIONALE
Nanna	Antonella	NAZIONALE
Veroli	Sergio	NAZIONALE

Masini	Roberto	PIEMONTE
Prezioso	Giovanni	PIEMONTE
Verneti	Fabio	PIEMONTE
Ghergo	Mariangela	PUGLIA
Cara	Elia	SARDEGNA
Dalias	Giandomenico	SARDEGNA
Frau	Francesca	SARDEGNA
La Rosa	Alfio Maurizio	SICILIA
Lo Bello	Giuseppe	SICILIA
Grandi	Laura	TOSCANA
D'Onofrio	Luca	TOSCANA
Notaro	Giuseppe	TOSCANA
Romualdi	Giorgio	TOSCANA
Rubbiani	Chiara	TOSCANA
Tibo	Giorgio	TOSCANA
Bernardi	Mariano	TRENTINO
Del Caro	Paolo	UMBRIA
Albertinelli	Bruno	VALLE D'AOSTA
Belli	Dario	VENETO
De Marco	Claudia	VENETO
Framba	Maurizio	VENETO
Ormesi	Paolo	VENETO



IL COLLEGIO DEI SINDACI – ORGANO DI CONTROLLO

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

Il Collegio dei Sindaci Revisori è composto dai seguenti membri:

Tesser Renato
Russo Roberto
Longo Lorenzo

IL COLLEGIO DI GARANZIA

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

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

Il Collegio di Garanzia è composto dai seguenti membri:

Dolci Umberto
Bartoli Enza Maria

IL COLLEGIO STATUTARIO

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

Il Collegio Statutario è composto dai seguenti membri:

Romaniello Graziella
Cescutti Roberto
Petillo Felice



LA NOSTRA ATTIVITÀ

LA NOSTRA ATTIVITÀ NEL 2025

La missione della Federconsumatori

Il ruolo di Federconsumatori nell'ambito della rappresentanza e della promozione sociale nonché della tutela dei diritti degli utenti è ormai consolidato. Negli anni, abbiamo costruito una reputazione solida, ispirando la nostra azione ai principi sanciti dalla Costituzione Italiana e dai Trattati dell'Unione Europea. La difesa dei diritti umani, civili e sociali, l'uguaglianza, la libertà personale e religiosa, la legalità, la trasparenza, la dignità della persona, la sicurezza, la giustizia sociale e la correttezza delle dinamiche di mercato sono i valori che, ogni giorno, orientano il lavoro dell'Associazione.

31

Il panorama socioeconomico si sta evolvendo con rapidità e le normative non sempre reggono il ritmo di tali cambiamenti, finendo spesso per non garantire efficacemente i diritti individuali e collettivi. Federconsumatori assicura ai cittadini supporto legale e stragiudiziale e nel 2025 ha ulteriormente consolidato il proprio impegno sul fronte dell'advocacy e della rappresentanza civica, attraverso un confronto costante con istituzioni, autorità indipendenti ed enti locali a livello nazionale ed europeo. Percorrendo la via del dialogo e del confronto, l'Associazione ha portato le richieste dei cittadini nelle sedi decisionali e istituzionali e ha contribuito alla definizione di politiche più eque, inclusive e orientate alla sostenibilità sociale, economica e ambientale.

Nel corso del 2025, l'Associazione si è impegnata nella promozione di campagne di informazione e sensibilizzazione nonché nell'elaborazione di proposte, osservazioni e contributi. Abbiamo inoltre realizzato eventi, iniziative e ricerche in collaborazione con soggetti istituzionali a livello nazionale ed europeo, tra cui la Commissione Europea, il Parlamento Europeo, il CNEL, alcuni Ministeri ed enti territoriali, le Camere di Commercio e gli Enti del Terzo Settore. Abbiamo altresì partecipato attivamente al dibattito sociopolitico su temi di stretta attualità, in un dialogo costante con Autorità e istituzioni.

A ciò si è aggiunta la prosecuzione dell'attività di tutela individuale, assistenza e consulenza in cui siamo impegnati fin dalla nascita dell'Associazione e che svolgiamo attraverso la rete di sportelli e sedi presenti su tutto il territorio nazionale, assicurando ascolto e supporto ai consumatori.

ALLERTA PREZZI - Commissione di allerta rapida di sorveglianza dei prezzi

Federconsumatori fa parte, insieme ad Adoc e Assoutenti, in rappresentanza di tutte le Associazioni dei Consumatori riconosciute dal CNCU, della Commissione di allerta rapida di sorveglianza dei prezzi, costituita presso il Ministero delle Imprese e del Made in Italy, con la partecipazione attiva di Mister Prezzi. A dicembre 2025 vi è stata l'ultima riunione della Commissione Allerta Prezzi, convocata dal Garante per la sorveglianza dei prezzi, dott. Benedetto Mineo, alla presenza dei rappresentanti delle istituzioni, delle imprese e delle Associazioni dei Consumatori, che hanno partecipato ai lavori in rappresentanza di tutte le Associazioni dei Consumatori del CNCU.

Nel corso dell'incontro è stata effettuata un'analisi approfondita del carrello della spesa, con particolare attenzione ai prodotti alimentari, che rappresentano circa il 20% della spesa complessiva delle famiglie e continuano ad avere un impatto significativo sui bilanci domestici.



Le valutazioni sono state supportate dalle relazioni di Istat e Unioncamere.

Nonostante un calo di alcuni prezzi nella variazione dell'indice NIC tra novembre e ottobre 2025, è stata evidenziata una criticità strutturale: su base annua permane una evidente discrasia tra il rallentamento dell'inflazione – oggi tra i più bassi in Europa – e l'aumento dei prezzi del carrello della spesa, in particolare per i beni alimentari, ma anche per i prodotti per l'igiene personale e la cura della persona.

Dall'analisi emerge che alcuni prezzi risultano stabili, mentre altri continuano a crescere anche a causa della dipendenza dalle importazioni. È il caso specifico della carne bovina, i cui prezzi aumentano del 127% rispetto al 2024 del 144% rispetto al 2023, così come continuano a registrare aumenti significativi altri prodotti, tra cui riso, caffè e cioccolato. Al contrario, alcuni prodotti mostrano segnali di riduzione o stabilità, come olio di oliva, verdura fresca, uva e mele Golden.

Sull'olio di oliva, è stato segnalato che sugli scaffali si registra infatti una crescente presenza di olio di oliva di provenienza europea, che ha beneficiato di riduzioni di prezzo, mentre il 100% italiano continua ad avere costi elevati. In assenza del principio di reciprocità a livello europeo, permangono dubbi sulla reale tracciabilità e sugli standard qualitativi di alcuni prodotti, con il rischio di una concorrenza non pienamente trasparente a danno delle produzioni nazionali.

Nel corso della riunione è stato inoltre affrontato il tema del carrello natalizio, evidenziando come alcuni prodotti stiano già registrando impennate di prezzo. Le parti hanno concordato di aggiornarsi a gennaio per valutare l'andamento dei prezzi durante il periodo delle festività.

A fronte di un potere d'acquisto in progressiva erosione, aggravato dalle difficoltà reddituali e dall'elevata pressione fiscale, è necessario intervenire in chiave preventiva, e non limitarsi ad analisi a ridosso dell'emergenza.

In chiusura dei lavori, è stato rivolto un ringraziamento al Presidente uscente del CNCU, Massimo Bitonci che andrà a ricoprire un'altra carica, per l'attività svolta, con l'auspicio che chi ne raccoglierà il testimone possa proseguire nel percorso avviato.

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

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

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

CNEL - Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro

La collaborazione tra **Federconsumatori - APS** e il **CNEL** (Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro) si articola principalmente attraverso la partecipazione delle associazioni dei consumatori alle politiche socioeconomiche, culminata con l'istituzione di un organismo dedicato.

Federconsumatori fa parte del “Forum Permanente per la diffusione della cultura del consumo responsabile e sostenibile” istituito dal CNEL.

Il nostro coinvolgimento, insieme alle principali associazioni impegnate nella tutela dei consumatori, da parte di un organismo di rilievo costituzionale rappresenta un riconoscimento significativo del ruolo che

l’associazionismo riveste oggi nella società e nei processi democratici.

Tale attenzione conferma la crescente centralità delle organizzazioni di rappresentanza sociale quali interlocutori autorevoli nel confronto con le istituzioni e costituisce un’importante opportunità per rafforzare il dialogo sui temi che incidono concretamente sulla vita dei cittadini.



DIPARTIMENTO ENERGIA E AMBIENTE

Le preoccupazioni legate al rincaro dei prezzi, che graverà inevitabilmente sulle bollette, hanno spinto Cgil, Spi, Filctem e Federconsumatori a rilanciare una campagna di informazione per aiutare i consumatori a orientarsi nella giungla di prezzi e tariffe e chiedere interventi politici.

Federconsumatori in collaborazione con la Fondazione Isscon ha presentato a Firenze il XVI Rapporto Nazionale sulle tariffe idriche. L’indagine, che analizza le tariffe aggiornate degli ATO e dei Gestori del servizio idrico integrato nel 2024 per tutti i capoluoghi di regione, rappresenta uno spaccato sulla situazione del sistema idrico nel nostro Paese, tra criticità, carenze, rincari e qualità del servizio. Si tratta di un’analisi fondamentale per comprendere come e dove intervenire per preservare una risorsa vitale come quella idrica, sempre più importante e preziosa anche alla luce dei cambiamenti climatici.

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

Federconsumatori ha partecipato anche nel 2025 alla campagna “M’illumino di Meno”, l’iniziativa dedicata alla sensibilizzazione su sostenibilità ambientale e risparmio energetico.



La X Commissione della Camera dei Deputati, presieduta dall’On. Gusmeroli, ha approvato, accogliendo una richiesta avanzata da Federconsumatori, un emendamento che mette al riparo gli utenti vulnerabili dagli abusi del mercato libero.

Si è concluso il procedimento istruttorio avviato dall’AGCM nei confronti di Enel Energia S.p.A., per una pratica commerciale scorretta legata alla comunicazione delle modifiche

contrattuali relative al rinnovo delle condizioni economiche di fornitura di energia elettrica e gas. Il procedimento è nato dal nostro intervento: a seguito alle numerose segnalazioni ricevute dai cittadini, infatti, Federconsumatori ha evidenziato un preoccupante aumento degli importi in

bolletta, spesso riconducibile a un passaggio non consapevole a nuove offerte a prezzi fortemente maggiorati, fino a oltre 2,46 €/smc per il gas e 0,40 €/kWh per l'elettricità, che ha prontamente segnalato alle autorità competenti.

Le Associazioni dei consumatori ACU, Adiconsum, Adoc, Adusbef, Altroconsumo, Assoutenti, CTCU, Cittadinanzattiva, Codacons, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, U.Di.Con., Unione Nazionale Consumatori hanno inviato una formale richiesta di intervento al Ministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Gilberto Pichetto Fratin, per esprimere forte preoccupazione rispetto alla possibilità che i costi derivanti dalla rimodulazione delle concessioni per la distribuzione dell'energia elettrica vengano trasferiti direttamente in bolletta ai cittadini.

Federconsumatori ha ricevuto numerose segnalazioni da parte di utenti che denunciano gravi irregolarità nel processo di cambio fornitore (switching) nel mercato libero dell'energia elettrica. Per fermare questi abusi Federconsumatori ha inoltrato una richiesta di intervento urgente all'ARERA, chiedendo l'apertura di un'indagine che accerti l'origine e le modalità con cui tali episodi si verificano, accertando le violazioni normative e le responsabilità. Federconsumatori ha dato assistenza agli utenti vittime di episodi simili per offrire assistenza e informazioni, attraverso le sedi territoriali presenti su tutto il territorio nazionale.



Inoltre, Federconsumatori ha condotto una ricerca basata sull'analisi comparativa tra il contratto del vecchio fornitore e quello sottoscritto con il nuovo. L'analisi è stata svolta sulla base di contratti siglati dagli utenti nell'ultimo anno, portati in visione presso gli sportelli dell'Associazione su tutto il territorio nazionale.

In occasione dell'assemblea nazionale dei soci Assoclimate che si è svolta il 10 dicembre 2025 a Vicenza è stato sottoscritto il Manifesto: "Le Pompe di Calore: Strumento per la Transizione Industriale ed Energetica". L'iniziativa promossa da Assoclimate, in partnership con Canale Energia, testata specializzata sui temi energetici e attenta alle esigenze di spesa dei cittadini, vede oltre alla stessa Assoclimate, tra i primi sottoscrittori Associazione europea consumatori indipendenti – Aeci, Cittadinanzattiva, Federconsumatori - APS, Fratello Sole, Osservatorio imprese e Consumatori – Oic.

DIPARTIMENTO CREDITO E FINANZA/POSTE E ASSICURAZIONI

Class Action BPF - La Federconsumatori ha proseguito l'attività relativa alla *class action* avviata per tutelare i risparmiatori titolari di buoni fruttiferi postali della serie Q. La Corte d'Appello di Roma ha rigettato il reclamo presentato da Federconsumatori contro l'ordinanza di inammissibilità della class action emanata dal Tribunale di Roma. A tal proposito, ha invitato i cittadini rivoltisi ai nostri sportelli e anche coloro che erano in attesa del pronunciamento per effettuare l'adesione alla class action a valutare l'opportunità di intraprendere azioni singole con l'assistenza dei legali convenzionati. Si attende la pronuncia della Corte di Cassazione in merito alla questione.

L'Associazione bancaria italiana (ABI) e la Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio (FEduF) hanno realizzato, in raccordo con il Dipartimento per le Pari opportunità della Presidenza del Consiglio dei Ministri e in condivisione con le banche e le Associazioni dei consumatori (tra cui

Federconsumatori) una guida per approfondire i principali aspetti che riguardano la “violenza economica” per aiutare le donne che la subiscono e per supportare i cittadini anche nella comprensione e nel riconoscimento del fenomeno.

Federconsumatori ha promosso 3 webinar sull’educazione finanziaria e in particolare sul credito al consumo rivolti agli sportellisti e ai cittadini coinvolgendo esperti di CRIF, ASSOFIN, UNIREC e alcune finanziarie con cui ha sottoscritto accordi di collaborazione e conciliazione.

Allorquando Il Tribunale di Monaco di Baviera ha dichiarato l’insolvenza della compagnia tedesca FWU Assicurazioni, Federconsumatori ha sollecitato l’intervento di IVASS per fornire tutti i chiarimenti sulle procedure da seguire per assistere gli utenti coinvolti nella vicenda, partecipando a svariati incontri con l’Istituto di Vigilanza e affrontando la questione anche nella Commissione Credito e Finanza del CNCU.

Nell’ambito del progetto “Più informati, più protetti” in essere con il FORUM ANIA - CONSUMATORI ha organizzato 3 webinar aventi ad oggetto le polizze catastrofali, la conciliazione Rc-Auto e l’introduzione/avvio dell’Arbitro Assicurativo.

Federconsumatori ha rinnovato i protocolli di conciliazione e confronto/collaborazione in essere con le banche UNICREDIT, BPER e INTESA SAN PAOLO.

Sono state redatte e divulgate sui social e sul sito schede informative aventi ad oggetto l’introduzione dei bonifici istantanei, al fine di informare i consumatori in merito ai rischi connessi all’utilizzo di tale strumento; Federconsumatori ha, inoltre, partecipato a svariati incontri con gli Istituti Bancari sollecitando adozione di cautele e adeguati controlli a tutela dei clienti.

Nell’ambito del tavolo permanente con ABI ha contribuito, altresì, alla realizzazione di guide informative per i consumatori.

È stato realizzato, inoltre, un webinar formativo per i giovani (nello specifico ragazzi del Servizio Civile Universale operanti nei nostri sportelli) al fine di offrire alcuni preliminari strumenti per introdursi al mondo del lavoro, a partire dalla redazione del CV e dalla preparazione del colloquio di lavoro.

Federconsumatori ha preso parte alla redazione di guide informative sulle truffe informatiche e a webinar sul tema promossi da Banca d’Italia e ABI.

Federconsumatori ha preso parte alla realizzazione della guida sul sovraindebitamento e educazione finanziaria realizzata con lo SPI, partecipando all’evento di presentazione della stessa tenutosi a Torino.

Prosegue, inoltre, l’impegno ormai permanente di Federconsumatori nei diversi tavoli di confronto e collaborazione, anche a livello istituzionale, con ABI, Feduf, Unirec, Banca d’Italia.

DIPARTIMENTO TELECOMUNICAZIONI

Nel periodo compreso tra il 2022 e il 2025 il Dipartimento Telecomunicazioni ha messo in atto interventi di natura politico-istituzionale, allo scopo di adeguare il livello e le modalità di tutela degli utenti in un settore che, per sua natura, ha presentato e continua a presentare un elevatissimo livello di variabilità e mutevolezza, soprattutto in conseguenza delle sempre più rapide evoluzioni tecnologiche e di mercato. Le telecomunicazioni e i servizi digitali non costituiscono solo gli elementi costitutivi di un settore di mercato ma sono veri e propri servizi essenziali, che hanno assunto un ruolo centrale nella vita sociale, economica e lavorativa di tutti noi e di cui non è più possibile fare a meno. Di fatto, ad oggi è pressoché impossibile studiare, lavorare, effettuare pagamenti, accedere ai servizi pubblici, interagire con gli altri e svolgere molte altre attività senza utilizzare, anche solo parzialmente, strumenti e servizi digitali.

Alla luce di tale premessa appare pertanto evidente l'importanza per Federconsumatori di svolgere, proprio attraverso il Dipartimento Telecomunicazioni, un'azione di tutela dei diritti dei cittadini in cui l'assistenza presso le sedi territoriali sia accompagnata da adeguati interventi di rappresentanza collettiva presso le opportune sedi istituzionali – in particolare presso le Authority – nonché nelle relazioni con gli operatori, presentando segnalazioni e contribuendo alla definizione di un quadro regolatorio realmente efficace.

Nel periodo compreso tra il 2022 e il 2025, l'attività di Federconsumatori nel settore delle TLC ha ricevuto significativo impulso da un elevato numero di segnalazioni pervenute da parte degli utenti, in particolare in merito a disservizi tecnici, attivazioni non richieste, fatturazioni indebite, modifiche unilaterali delle condizioni contrattuali, aumenti tariffari, problemi legati alla portabilità dei numeri, difficoltà di accesso ai servizi digitali e violazioni della normativa in materia di privacy e telemarketing. Siamo inoltre intervenuti su questioni e problemi di particolare rilievo con iniziative di divulgazione e sensibilizzazione, comunicati stampa, indagini, campagne informative e partecipazione a incontri pubblici e istituzionali.

Alcuni specifici macrotemi costituiscono gli elementi in ordine ai quali si è svolta l'attività del Dipartimento nel lasso di tempo in oggetto:

- *Protezione dei dati personali e telemarketing aggressivo*

Nonostante il progressivo ampliamento e aggiornamento del Registro Pubblico delle Opposizioni, è rimasto elevato il numero di segnalazioni per telefonate commerciali indesiderate. Come Federconsumatori non solo abbiamo monitorato l'efficacia dello strumento, anche attraverso la somministrazione di mirate indagini conoscitive, ma abbiamo anche sollecitato opportuni adeguamenti normativi e regolatori, soprattutto per arginare l'utilizzo illecito di banche dati e le pratiche commerciali scorrette da parte di società di telemarketing.

- *Politiche tariffarie da parte degli operatori di telecomunicazioni*

L'Associazione è intervenuta più volte a tale riguardo, soprattutto sullo spinoso problema dell'adeguamento automatico delle tariffe al tasso di inflazione. Tali meccanismi risultano fortemente penalizzanti per gli utenti e finiscono per alterare in misura determinante i rapporti contrattuali tra azienda e cliente, peraltro già troppo spesso caratterizzati da asimmetrie informative: abbiamo quindi chiesto l'intervento del Governo e delle Autorità competenti affinché venissero garantite maggiore trasparenza e una più efficace tutela degli utenti.

- *Dialogo le Autorità di regolazione*

Partecipando ad audizioni, consultazioni e tavoli tecnici indetti dalle Authority – in particolare dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni e dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – Federconsumatori ha avuto modo di portare le voci e le necessità degli utenti nei processi decisionali. La presenza in tali contesti ha consentito all'Associazione di contribuire alla definizione di regolamenti e provvedimenti in materia di qualità dei servizi, risoluzione delle controversie, tutela dei minori online, contrasto al telemarketing, sicurezza digitale e trasparenza contrattuale.

- *Innovazione tecnologica e servizi digitali*

L'Associazione ha seguito con attenzione lo sviluppo della rete 5G, il processo di superamento della rete in rame, l'introduzione dell'Indice Nazionale dei Domicili Digitali, la sperimentazione del sistema di allarme pubblico *IT-alert*, l'introduzione del portafoglio digitale e, più in generale, il processo di digitalizzazione della pubblica amministrazione e dei servizi ai cittadini. In merito a tali innovazioni, la principale preoccupazione di Federconsumatori è stata e continua a essere la

necessità di accompagnare lo sviluppo tecnologico con adeguate politiche di informazione, formazione e inclusione digitale, al fine di evitare che l'innovazione finisca per incrementare le disuguaglianze nonché per ampliare il *digital gap* che ancora caratterizza il nostro contesto sociale. Avendo inoltre riscontrato un sostanzioso incremento del volume e delle tipologie di truffa digitale ai danni degli utenti – ad esempio attraverso e-mail fraudolente, falsi operatori, spoofing telefonico e condotte ingannevoli finalizzate all'attivazione di contratti non richiesti – Federconsumatori ha accompagnato lo svolgimento di campagne informative ad azioni mirate a livello istituzionale e normativo, in particolare segnalazioni volte a richiedere provvedimenti da parte delle Autorità competenti.

Il quadro appena descritto mostra con evidenza come l'azione di Federconsumatori nel settore delle telecomunicazioni, così come in molti altri ambiti, non sia, per ovvie ragioni, circoscritta alla risoluzione delle singole controversie ma si concretizzi anche nella partecipazione ai processi di regolazione, nel confronto con gli operatori e con le aziende, nel dialogo con le istituzioni e nelle attività di sensibilizzazione e informazione dirette ai cittadini. In un contesto socioeconomico soggetto a mutamenti e innovazioni sempre più rapidi e spesso imprevedibili e in cui l'ambito delle telecomunicazioni è destinato a restare un settore cruciale nella vita dei cittadini, l'azione di Federconsumatori continuerà a svilupparsi sia nella tutela individuale degli utenti che sul piano collettivo, con la partecipazione ai processi regolatori e il confronto istituzioni e operatori. Abbiamo intenzione quindi di rafforzare il nostro impegno per far sì che la necessaria e inevitabile innovazione tecnologica rispetti e tuteli i diritti dei cittadini, in particolare in termini di equità, inclusione, giustizia sociale e accessibilità.



SALUTE E SANITA'

Nel corso degli ultimi anni, l'attività del Dipartimento Welfare e Salute di Federconsumatori si è sviluppata lungo due direttrici principali: da un lato la tutela del diritto alla salute in termini di prevenzione, informazione e sicurezza dei cittadini; dall'altro la difesa e il rafforzamento del Servizio Sanitario Nazionale, con particolare attenzione all'accesso equo e tempestivo alle cure.

Un impegno centrale ha riguardato la prosecuzione della campagna nazionale "Stop alle Liste di Attesa", divenuta ormai un punto di riferimento per la denuncia delle criticità nell'accesso alle prestazioni sanitarie. Attraverso il coinvolgimento capillare delle strutture territoriali, l'Associazione ha monitorato i tempi di attesa per visite, esami diagnostici e ricoveri, fornendo assistenza diretta ai cittadini nei casi di mancato rispetto degli standard previsti dalla normativa. I dati raccolti, aggiornati anche nel 2025, confermano il persistere di una situazione critica che continua a compromettere l'effettivo esercizio del diritto alla salute.

L'attività di monitoraggio si è tradotta anche nella pubblicazione di report e analisi che hanno ottenuto ampia visibilità mediatica e istituzionale, contribuendo a mantenere alta l'attenzione sul tema. Parallelamente, Federconsumatori ha seguito con attenzione lo stato di attuazione delle misure previste dal PNRR, in particolare della Missione 6, e il funzionamento del Portale nazionale per la gestione delle liste di attesa, evidenziando ritardi e criticità nelle interfacce con i sistemi regionali. In questo contesto, è stata avanzata la richiesta di ampliare la partecipazione associativa agli organismi di monitoraggio istituzionali, al fine di garantire maggiore trasparenza ed efficacia.

Accanto all'azione di analisi e denuncia, si è sviluppata una significativa attività di tutela concreta dei cittadini, anche sul piano legale, con esiti positivi in diverse regioni in materia di rimborsi per ticket sanitari non dovuti, carenze e criticità nei reparti (non da ultimo, ad esempio, il caso della trapiantologia all'Ospedale Monaldi che seguiamo da anni).

L'Associazione ha inoltre continuato a segnalare episodi di malasanità e disservizi, con particolare riferimento alle condizioni dei pronto soccorso e al sistema dell'emergenza-urgenza, evidenziando le criticità strutturali legate alla carenza di personale e risorse.

In una prospettiva più ampia, Federconsumatori ha ribadito con forza la necessità di difendere il carattere pubblico, universale e solidale del Servizio Sanitario Nazionale, esprimendo preoccupazione per i processi di autonomia differenziata e per il rischio di un'ulteriore frammentazione territoriale dell'offerta sanitaria. In tale ambito, l'Associazione ha partecipato a reti, mobilitazioni e percorsi di elaborazione condivisa, tra cui iniziative per la promozione di proposte di legge e manifestazioni a tutela dei diritti costituzionali.

Un altro ambito rilevante di intervento ha riguardato la sanità territoriale e la prevenzione, con un'attenzione specifica all'attuazione delle riforme previste e al ruolo delle strutture di prossimità. Sono state inoltre monitorate criticità persistenti, come l'applicazione della normativa sull'interruzione volontaria di gravidanza, i ritardi nell'implementazione dei modelli organizzativi territoriali e le difficoltà di accesso ai servizi in alcune aree del Paese.

Parallelamente, l'Associazione ha sviluppato numerose iniziative nell'ambito della promozione della salute e della tutela dei consumatori. Tra queste, la realizzazione del primo report sulla spesa per sigarette e dispositivi antifumo, che ha offerto un quadro dettagliato dell'impatto economico e sanitario del fumo, e lo studio sui prezzi dei prodotti per celiaci, che ha evidenziato significative disparità tra diversi canali di vendita.

Particolare attenzione è stata dedicata anche ai nuovi fenomeni legati alla salute e al benessere, come la diffusione di diete e programmi fitness promossi online da soggetti non qualificati. In occasione del "No Diet Day", Federconsumatori ha promosso attività di sensibilizzazione per

informare i cittadini sui rischi connessi a tali pratiche, sottolineando l'importanza di un approccio consapevole e scientificamente fondato.

Rilevante è stato inoltre l'impegno sul fronte del contrasto al gioco d'azzardo e alla ludopatia. Attraverso la partecipazione alla campagna "Mettiamoci in gioco" e la realizzazione del "Libro Nero dell'Azzardo", giunto alla terza edizione, l'Associazione, insieme alla Fondazione I.S.s.Con, ha analizzato in profondità la crescita del fenomeno, con particolare riferimento all'azzardo online, evidenziandone le implicazioni sociali, economiche e sanitarie. In questo ambito, Federconsumatori ha continuato a sollecitare interventi normativi più incisivi e una maggiore trasparenza dei dati.



L'attività si è estesa anche alla vigilanza su pratiche commerciali scorrette nel settore sanitario e parafarmaceutico, con segnalazioni alle autorità competenti che hanno portato a sanzioni significative, nonché al monitoraggio delle criticità legate a catene sanitarie e odontoiatriche, con l'obiettivo di tutelare i pazienti da rischi e abusi.

Nel complesso, l'azione di Federconsumatori si è caratterizzata per un approccio integrato, capace di coniugare analisi, denuncia, tutela e

proposta. Il costante raccordo con le strutture territoriali ha rappresentato un elemento fondamentale, consentendo di valorizzare esperienze e competenze diffuse e di costruire risposte più efficaci alle esigenze dei cittadini.

In un contesto segnato da crescenti disuguaglianze e da una progressiva pressione sul sistema sanitario pubblico, l'impegno dell'Associazione resta orientato a garantire il diritto alla salute come diritto fondamentale, promuovendo politiche inclusive, sostenibili e attente ai bisogni delle fasce più vulnerabili della popolazione.

TRASPORTI E TURISMO

Nel periodo compreso tra il 2022 e il 2025, l'attività di Federconsumatori nell'ambito dei trasporti e del turismo si è sviluppata lungo diverse linee di intervento, allo scopo di garantire trasparenza e accessibilità dei servizi di mobilità.

Relativamente ai servizi di trasporto ferroviario, l'Associazione è intervenuta chiedendo l'effettiva applicazione del principio del *price cap* – già previsto ma non del tutto e pienamente attuato – ai contratti di servizio (allo scopo di rendere gli aumenti tariffari effettivamente connessi al rispetto di parametri di qualità verificabili, tra cui puntualità, frequenza, sicurezza, pulizia e impatto ambientale) e ha promosso iniziative a livello territoriale e nazionale, anche in collaborazione con altre Associazioni, per contestare l'inadeguato livello di tutela degli utenti nei contratti di servizio, in particolare nell'ambito dei meccanismi di controllo tariffario e della definizione delle penali in caso di disservizi. Parallelamente, sono state condotte attività di analisi – con successiva segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – in merito a possibili distorsioni delle dinamiche di mercato, in particolare sulla tratta adriatica, dove è stata evidenziato l'abuso di

posizione dominante nel segmento non ad alta velocità, con conseguenti effetti sui prezzi a carico degli utenti.

Per il trasporto Alta Velocità, è stato sollevato il tema dell'assenza di strumenti di calmierazione dei prezzi e della limitata disponibilità di abbonamenti, essenziali per garantire il diritto alla mobilità, in particolare per i lavoratori pendolari.

Federconsumatori ha partecipato attivamente ai processi di consultazione e confronto con istituzioni e operatori del settore, formulando osservazioni sulle Carte dei Servizi e sulle iniziative regolatorie. In questa fase si colloca anche l'avvio della conciliazione paritetica nel trasporto ferroviario regionale, con l'obiettivo di facilitare l'accesso dei cittadini, in particolare pendolari, agli strumenti di tutela.

Sul versante del trasporto aereo e del turismo, invece, l'Associazione è intervenuta in diverse situazioni critiche, come nel caso della cessazione dell'attività della compagnia Blue Panorama, assistendo i consumatori nella gestione dei rimborsi e delle procedure di insinuazione al passivo. Analoghe attività di tutela sono state svolte in relazione a voucher non utilizzati durante l'emergenza pandemica, nonché nei confronti di compagnie e piattaforme che presentavano criticità in termini di trasparenza e correttezza delle pratiche commerciali.

In questi anni è inoltre stato svolto, attraverso l'Osservatorio Nazionale Federconsumatori, un costante monitoraggio dei prezzi e delle condizioni di accesso ai servizi turistici e di trasporto. Sono stati rilevati i costi delle vacanze (settimane bianche, soggiorni estivi, campeggi, parchi acquatici), nonché i prezzi dei biglietti di treni, aerei e autobus in occasione delle principali festività e periodi di esodo. Nel corso del tempo è stato riscontrato un rilevante e spesso sproporzionato incremento di prezzi e tariffe, in una misura che non di rado ha comportato la faticosa impossibilità per le famiglie di accedere ai servizi in questione. Analogamente, sono stati presi in esame anche i prezzi applicati dalle compagnie aeree: dalle rilevazioni è emersa la scarsa trasparenza nell'applicazione delle tariffe, spesso caratterizzate non solo da costi accessori ma anche dall'ingannevolezza delle informazioni e delle comunicazioni. A tale proposito sono state trasmesse opportune segnalazioni alle Authority del settore, che in numerose occasioni hanno condotto all'avvio di procedimenti istruttori.

Considerando inoltre la crescente rilevanza assunta nel dibattito sociopolitico e per l'opinione pubblica delle tematiche connesse alla tutela dell'ambiente nonché lo sviluppo di progetti e iniziative legate a questi stessi argomenti, Federconsumatori ha teso al rafforzamento della propria azione di promozione, divulgazione e informazione sulla sostenibilità: sul fronte della mobilità, l'Associazione ha affrontato e seguito temi come i costi di ricarica dei veicoli elettrici, la regolamentazione del trasporto di biciclette e altri mezzi sui treni e l'aumento dei costi dei collegamenti marittimi e aerei, svolgendo un ruolo attivo nei tavoli istituzionali e nelle commissioni di monitoraggio dei prezzi e contribuendo a orientare le politiche pubbliche per una maggiore equità e trasparenza.



In ambito turistico, l'Associazione è intervenuta anche su questioni di carattere strutturale, come la gestione delle concessioni demaniali marittime, evidenziando la necessità di procedure trasparenti e conformi alla normativa europea, e sollecitando l'introduzione di criteri a tutela dei cittadini e della concorrenza. Allo stesso modo, è stata posta attenzione alla qualità e affidabilità dei servizi turistici, anche attraverso segnalazioni relative a operatori che non garantivano adeguati standard o che adottavano comportamenti lesivi nei confronti degli utenti.

Sono state inoltre promosse e condotte, anche in collaborazione e sinergia con altre associazioni, enti e istituzioni, campagne nazionali di sensibilizzazione sulla sicurezza stradale e per l'adozione di comportamenti responsabili alla guida.

Agli interventi sul piano normativo e istituzionale, si aggiunge l'azione di tutela degli utenti nei numerosi episodi di disservizi e criticità verificatisi nel periodo in oggetto, quali interruzioni del traffico ferroviario, eventi calamitosi che hanno impedito la fruizione dei viaggi, problematiche legate alla sicurezza dei veicoli o al funzionamento delle infrastrutture.

Complessivamente, quindi, l'attività svolta da Federconsumatori negli anni compresi tra il 2022 e il 2025 ha visto l'attuazione integrata di interventi di advocacy, assistenza e consulenza, accompagnati da opportune analisi e da una capillare attività di comunicazione, allo scopo di tutelare i diritti dei consumatori, contribuendo così alla costruzione di un sistema di trasporti e turismo più equo, accessibile e sostenibile.

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

col VACANZE
FIOCCHI

#VCF25

CAMPAGNA NAZIONALE PER
LA SICUREZZA SULLE
STRADE DELLE VACANZE



43

L'edizione della campagna nazionale per la sicurezza sulle strade delle vacanze nel 2025 unisce il tema della velocità alla guida con la necessità di ridurre, almeno in vacanza, i nostri ritmi di vita.

La campagna è promossa dal Centro Antartide con il patrocinio del Senato della Repubblica, Camera dei Deputati, Ministero delle infrastrutture e dei trasporti, Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, ANCI – Associazione Nazionale Comuni Italiani, Regione Emilia-Romagna e con cento aderenti in tutta Italia tra amministrazioni comunali, società autostradali, aziende sanitarie, imprese, associazioni, media, radio e la collaborazione dei testimonial Tessa Gelisio, Patrizio Roversi e Luca Mercalli.

Rispettare sempre i limiti di velocità e in generale ridurla permette di diminuire sensibilmente i danni in caso di incidente e di salvare vite umane, in particolare se sono coinvolti pedoni; viaggiare a velocità ridotte, inoltre, ci consente una migliore visibilità della strada e ci lascia più tempo per individuare e gestire eventuali imprevisti.

DIPARTIMENTO AGROALIMENTARE

Il Dipartimento Agroalimentare di Federconsumatori si pone l'obiettivo di rafforzare la tutela dei cittadini in un ambito – quello del cibo – che negli ultimi decenni ha assunto un ruolo centrale non solo nelle abitudini quotidiane, ma anche nell'identità culturale, nella salute e nella sostenibilità ambientale. L'aumento dell'attenzione verso ciò che mangiamo, infatti, si accompagna a un rischio crescente di disinformazione, semplificazioni fuorvianti, fake news, fenomeni di *greenwashing* e *social washing* che rendono più difficile per le famiglie orientarsi tra etichette, slogan e trend digitali. Per rispondere a queste sfide, il Dipartimento ha avviato un percorso di collaborazione con attori strategici della filiera agroalimentare: Coldiretti, FLAI CGIL, Camera di Commercio di Basilicata, Associazione Nazionale Cuochi, Slow Food e Ordine Nazionale dei Tecnologi Alimentari, Campus Biomedico, CIA. Queste partnership permettono di integrare competenze diverse – dalla produzione alla trasformazione, dalla tutela del lavoro alla qualità gastronomica, dalla ricerca scientifica alla

valorizzazione dei territori – con un obiettivo comune: sostenere il potere d’acquisto delle famiglie, contrastare la povertà alimentare e promuovere scelte sostenibili, consapevoli e accessibili. Su queste linee e con questi obiettivi il Dipartimento ha avviato anche un’attività di coinvolgimento delle strutture regionali in progetti, campagne, iniziative e collaborazioni, al fine di implementare l’attività in questo settore fondamentale, dando il giusto spazio e valore anche alle peculiarità del territorio.

La sostenibilità alimentare, la stagionalità e la filiera corta non sono slogan: rappresentano strumenti concreti per rendere più coerenti le scelte quotidiane con la tutela dell’ambiente e la salute dei cittadini. In questo quadro si inserisce “IDEA B – Italians Do Eat Better”, il progetto ideato da Federconsumatori, attualmente in corso, per aiutare i consumatori a orientarsi in un panorama informativo complesso e spesso distorto. Il progetto insegna cosa guardare quando si acquista un prodotto, come leggere correttamente un’etichetta, come riconoscere messaggi ingannevoli, come evitare semplificazioni e narrazioni fuorvianti. L’obiettivo è aumentare la consapevolezza dei cittadini rispetto alla sostenibilità ambientale dei cibi, alla relazione tra qualità degli alimenti e salute, e al significato reale delle informazioni nutrizionali e non nutrizionali riportate sulle confezioni.

Il riconoscimento della cucina italiana come Patrimonio Culturale Immateriale UNESCO ha confermato il valore profondo del nostro modello alimentare, fondato su stagionalità, convivialità, biodiversità e legame con i territori. Sono questi elementi che dobbiamo valorizzare e tutelare, con le nostre iniziative, con le nostre denunce e con le nostre campagne educative.

Nel corso di questi anni Federconsumatori, nel settore agroalimentare, ha rafforzato anche la propria attività di monitoraggio dei prezzi delle materie prime e di quelli applicati ai consumatori. Sono state numerose le indagini realizzate (paniere dei 100 prezzi, prodotti per celiaci, olio extravergine, prodotti per la colazione, prodotti legati alle festività, pausa pranzo, solo per citarne alcuni).

La stessa Istat, nella nota sull’andamento dell’economia ha sottolineato come, rispetto al 2019, i prodotti alimentari nel 2025 costassero quasi un terzo in più. Sempre l’Istat, ha rilevato come una famiglia su tre abbia tagliato negli ultimi anni la propria spesa alimentare. Dati che confermano quanto denunciavamo da tempo: dopo l’impennata dei prezzi motivata, solo in parte, dal caro energia, questi si sono mantenuti su livelli troppo elevati, senza mai riposizionarsi in maniera adeguata al ribasso.

Mentre i prezzi aumentavano, gli stipendi e le pensioni rimanevano fermi. L’effetto di tale andamento si è dispiegato, in tutta la sua drammaticità, facendo crescere le disuguaglianze, anche in campo alimentare, e alimentando il fenomeno del lavoro povero. Da anni aggiorniamo i dati sulle crescenti rinunce delle famiglie: l’Osservatorio Nazionale Federconsumatori ha rilevato in tal senso una riduzione del consumo di carne e pesce (-16,9%, con uno spostamento anche verso il consumo di tagli e qualità meno costosi e meno pregiati); l’incremento della tendenza a ricercare offerte, sconti, acquisti di prodotti prossimi alla scadenza (abitudine adottata dal 51% dei cittadini); l’aumento della spesa presso i discount (+12,1%).

Di fronte a questa situazione, abbiamo rivendicato alcuni provvedimenti urgenti per arginare i rincari, per stroncare inaccettabili fenomeni speculativi e per sostenere il potere di acquisto delle famiglie. Non da ultimo, in occasione del conflitto in Medio Oriente e delle tensioni sui costi dei carburanti e dei prodotti energetici abbiamo sollecitato interventi immediati per far sì che tali andamenti non si riverberassero, con effetti disastrosi, sui prezzi dei prodotti agroalimentari, e non solo (distribuiti, in Italia, in larga parte su gomma).

Sempre sul tema rincari, a dicembre scorso, con le altre Associazioni dei Consumatori avevamo presentato al Governo il “Manifesto per il contrasto al caro spesa”: un documento rivolto

all'Esecutivo affinché nella Legge di Bilancio fossero inserite misure di tutela strutturale al potere d'acquisto delle famiglie.



Sul fronte della rilevazione prezzi, inoltre, da ottobre 2024 collaboriamo con le altre Associazioni dei Consumatori all'attività degli Osservatori territoriali che, nei mercati cittadini dei 21 capoluoghi regionali, rilevano settimanalmente oltre 4.450 prezzi di prodotti alimentari: ortofrutticoli, lattiero-caseari, ittici e carni. Dati utili, soprattutto tracciati e imparziali, per monitorare gli andamenti dei prezzi e verificare in tempo reale l'insorgere di fenomeni speculativi.

Dal punto di vista della corretta e trasparente informazione ai cittadini abbiamo monitorato l'iter europeo e nazionale della direttiva europea "Breakfast" (e del suo recepimento), che ha introdotto importanti novità in termini di tracciabilità e qualità per prodotti simbolo della prima colazione come miele, succhi di frutta e confetture.

Siamo intervenuti, poi, relativamente allo spreco alimentare, tema da sempre a noi molto caro. Per contrastare la crescita del fenomeno abbiamo rivendicato campagne per accrescere la consapevolezza dei consumatori sulla sostenibilità dei loro consumi (anche in termini etici) e dei loro comportamenti (con progetti educativi per ridurre gli sprechi).

Altro tema chiave affrontato dal Dipartimento è stato quello della shrinkflation: quello strano fenomeno per cui il contenuto delle confezioni diminuisce, ma il prezzo, nella migliore delle ipotesi, rimane invariato, quando addirittura non aumenta. L'effetto a lungo termine di tale pratica si ripercuote sul potere d'acquisto dei consumatori, ma non è trascurabile neppure l'impatto negativo sull'ambiente. Riducendo solo la quantità di prodotto senza adattare le confezioni, infatti, si genera un eccesso di materiale di imballaggio: un fenomeno noto come *overpackaging*.



Per affrontare questo tema abbiamo partecipato attivamente alle audizioni sul recepimento delle norme in materia (DDL Concorrenza) e alle Commissioni di allerta rapida sui prezzi convocate da Mr. Prezzi.

Siamo intervenuti in relazione al fenomeno del caporalato, ancora troppo diffuso nel nostro Paese, denunciando come i consumatori siano stanchi di trovarsi sulla tavola prodotti frutto da un lato di processi produttivi non rispettosi dell'ambiente e,

dall'altro, del rispetto della dignità delle persone. In tal senso abbiamo avviato una campagna di sensibilizzazione, convinti che il primo passo per contrastare questo fenomeno, oltre alle opportune

indagini e controlli, sia l'adozione di un sistema di etichettatura sociale che certifichi la correttezza dei processi produttivi, le condizioni e la sicurezza dei lavoratori, la sostenibilità delle colture e l'impegno per la tutela delle persone e dell'ambiente.

Abbiamo proseguito, inoltre, l'attività di informazione e sensibilizzazione dei cittadini circa l'importanza di: ottenere informazioni chiare e trasparenti per poter prendere decisioni informate sui loro consumi alimentari; promuovere ogni provvedimento normativo e sanzionatorio utile a garantire la sicurezza alimentare; discutere approcci collaborativi per migliorare la sicurezza alimentare in tutti i settori.

ECU - EUROPEAN CONSUMERS UNION

Negli ultimi quattro anni, l'attività di ECU si è sviluppata lungo direttrici strategiche tra loro complementari, finalizzate prevalentemente al rafforzamento del ruolo del network sul piano europeo, al consolidamento della struttura interna dell'organizzazione e all'ampliamento della sua capacità di rappresentanza degli interessi dei consumatori.

In primo luogo, ECU ha perseguito il consolidamento delle relazioni istituzionali nel quadro dell'Unione Europea, instaurando un dialogo continuativo con le principali Direzioni Generali della Commissione europea, in particolare con la DG JUSTICE & CONSUMERS e con la DG MOVE e con agenzie esecutive e organismi consultivi. Questo lavoro ha consentito all'Organizzazione di acquisire progressivamente visibilità e credibilità, come dimostrato dalla partecipazione di rappresentanti della Commissione europea alle Assemblee Generali e dal coinvolgimento in interlocuzioni strategiche su temi quali i diritti dei passeggeri, la mobilità, le politiche dei consumatori e i criteri per il riconoscimento delle organizzazioni europee di consumatori.

Sempre a livello europeo, ECU ha inoltre promosso e coordinato iniziative politiche e istituzionali – tra cui la creazione, in collaborazione con altre organizzazioni e con il supporto di membri del Parlamento Europeo, dell'Inter-Institutional Group “SDGs for Well-being and Consumers' Protection”, volto a rafforzare il contributo della società civile nell'attuazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile – e ha contribuito al dibattito in ambito comunitario su una vasta gamma di temi connessi alla tutela del consumatore, in particolare nell'ambito della sostenibilità e nel settore dell'energia, partecipando a iniziative ed eventi di primo piano.

Un ambito di intervento di particolare rilievo è stato rappresentato dal rafforzamento e dall'allargamento della membership, elemento essenziale per il riconoscimento formale di ECU come organizzazione europea rappresentativa. È stata svolta una attività di networking, soprattutto tramite incontri bilaterali, che ha consentito all'organizzazione di ampliare la struttura originaria, inizialmente limitata a poche associazioni, costituendo una rete più articolata, di cui attualmente fanno parte associazioni di 19 Paesi.

Relativamente alle iniziative progettuali, ECU ha preso parte al progetto SIGN, finanziato dall'Unione Europea per tramite dell'Ufficio UE per la Proprietà Intellettuale EUIPO, finalizzato a incrementare il livello di consapevolezza e di conoscenza dei giovani consumatori in merito ai diritti di proprietà intellettuale attraverso la realizzazione di una campagna informativa e la realizzazione di un contest. ECU ha svolto un fondamentale ruolo di collante tra le organizzazioni partecipanti, poiché il partenariato, di cui Federconsumatori era capofila, era costituito da altre sette associazioni di consumatori di altrettanti Paesi europei.



L'attività di rilancio di ECU ha avuto un nuovo impulso nel 2025, anno in cui è stato avviato un programma di azione finalizzato a rendere più concreta l'attività dell'associazione nel contesto europeo nonché ad apportare significativi cambiamenti a livello economico, amministrativo, di governance e di membership.

Ad aprile 2025 si è svolta l'Assemblea Generale di ECU, nel corso della quale si è insediato il nuovo board e sono state illustrate le linee guida dell'attività dell'Associazione per i prossimi anni. L'azione del network sarà orientata soprattutto allo sviluppo di posizioni comuni, all'organizzazione di iniziative condivise e al monitoraggio dell'evoluzione del diritto dei consumatori nonché al rafforzamento delle attività di advocacy e *lobbying* presso istituzioni comunitarie e nazionali, allo scopo di ottenere un riconoscimento formale a livello europeo. L'associazione, inoltre, punterà a rafforzare la cooperazione tra i partner, in particolare nel quadro della partecipazione a progetti finanziati dall'UE, e ad allargare ulteriormente la membership.

A tale proposito, è stato ritenuto opportuno ampliare il consiglio direttivo e prevedere il pagamento di una quota annuale di partecipazione da parte dei componenti del network, in modo tale da dotare ECU di risorse più ampie e di costituire gruppi di lavoro tematici.

A seguito di quanto emerso dal confronto interno al nuovo board, è stato ritenuto opportuno procedere alla revisione dello Statuto, non tanto come adempimento formale quanto piuttosto come scelta politica e strategica. Per essere riconosciuta come organizzazione europea rappresentativa, ECU deve infatti adottare un assetto economico, giuridico ed organizzativo pienamente coerente con gli standard sovranazionali. In questa prospettiva si colloca anche la riflessione sul trasferimento della sede legale, passaggio indispensabile per garantire all'Associazione una presenza istituzionale più solida e un accesso diretto ai registri, ai programmi e ai meccanismi di rappresentanza dell'Unione Europea.

L'attività degli ultimi mesi è stata quindi finalizzata a fare in modo che il percorso di trasformazione conduca a rafforzare il ruolo dell'organizzazione nel contesto europeo e a dotare ECU degli strumenti necessari a operare con maggiore incisività in uno scenario che evolve rapidamente, raccogliendo anche le istanze dei partner europei.

A novembre 2025 è stato predisposto e somministrato un questionario volto a individuare gli obiettivi e le esigenze del network, nella prospettiva di rendere più solida la sinergia tra i componenti dell'organizzazione e di avviare un programma di interlocuzione con le forze politiche che presiedono la Commissione Europea.

Parallelamente, ECU sta cercando di intensificare l'attività di ricerca e monitoraggio dei programmi europei, riconoscendo nei progetti UE una leva strategica non solo sul piano economico, ma soprattutto sul piano politico. I finanziamenti europei, data la scarsità di risorse disponibili, rappresentano un canale privilegiato per anticipare le priorità normative, sperimentare modelli innovativi di tutela e costruire partenariati transnazionali stabili. La mappatura sistematica delle opportunità e l'attivazione di collaborazioni con organizzazioni di diversi Paesi consentirebbero a ECU di posizionarsi come attore credibile e strutturato, in linea con le priorità della Consumer Agenda 2030, che pone al centro quattro assi fondamentali: un mercato unico più equo e competitivo, la tutela digitale, la sostenibilità dei consumi e un *enforcement* più efficace e transfrontaliero.

L'ambizione di ECU è quella di diventare un vero e proprio nodo di connessione tra associazioni, reti civiche e organizzazioni di consumatori di diversi Paesi, favorendo la condivisione di competenze, dati, vertenze e strategie comuni. Questa funzione di "infrastruttura di rete" è particolarmente rilevante in un contesto in cui molte imprese operano in Italia ma hanno sede legale all'estero, rendendo più complessa la tutela dei consumatori. ECU, se correttamente valorizzata all'interno di tutte le articolazioni territoriali di Federconsumatori, può svolgere un ruolo determinante nel coordinare azioni transfrontaliere, nel promuovere anche l'utilizzo della class action europea e nel facilitare l'accesso ai meccanismi di enforcement sovranazionali, contribuendo così a superare le asimmetrie che spesso penalizzano i cittadini.

L'obiettivo è costruire una capacità di intervento che non si limiti alla gestione delle vertenze nazionali, ma che sia in grado di affrontare le sfide poste da un mercato sempre più integrato, in cui le responsabilità delle imprese e i diritti dei consumatori si giocano su scala europea. ECU può diventare un valore aggiunto per l'intero ecosistema della tutela, offrendo un network stabile, competente e capace di agire in modo coordinato anche nei casi più complessi, come i fallimenti di società multinazionali o le pratiche scorrette di operatori con sede legale in altri Stati membri.

VISION 2030 – ECU come architettura europea della tutela collettiva

La direzione intrapresa delinea una vision chiara e ambiziosa. Entro il 2030, ECU mira a diventare:

- un soggetto formalmente riconosciuto a livello europeo, con uno statuto moderno, una governance trasparente e una sede legale coerente con il suo ruolo sovranazionale;
- un hub europeo di progettazione e innovazione, capace di attrarre risorse, sviluppare competenze e generare impatti concreti nei Paesi membri;
- una rete transnazionale integrata, in grado di coordinare vertenze comuni, condividere dati e costruire iniziative congiunte su temi chiave come digitale, energia, mobilità, servizi finanziari e piattaforme;

- un attore autorevole nei processi decisionali europei, capace di influenzare l'evoluzione del diritto dei consumatori e di contribuire alla definizione delle politiche pubbliche;
- un laboratorio avanzato di tutela collettiva, pronto a utilizzare gli strumenti della class action europea e a intervenire nei casi complessi di imprese multinazionali, incluse quelle che operano in Italia pur avendo sede legale in altri Stati membri;
- una comunità europea coesa e professionale, fondata su una membership ampia, attiva e qualificata, capace di condividere strategie, strumenti e obiettivi.

49

Questa vision non è un esercizio astratto ma è la risposta necessaria a un'Europa che sta ridisegnando le proprie politiche di tutela dei consumatori, rafforzando l'enforcement, ampliando la tutela digitale e promuovendo un mercato unico più equo e integrato.

ECU intende essere protagonista di questa trasformazione, diventando un valore aggiunto per Federconsumatori e per tutti i partner che compongono il network.





INIZIATIVE E PROGETTI

PROGETTI



IL SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE - Sicuri nell'età dell'informazione

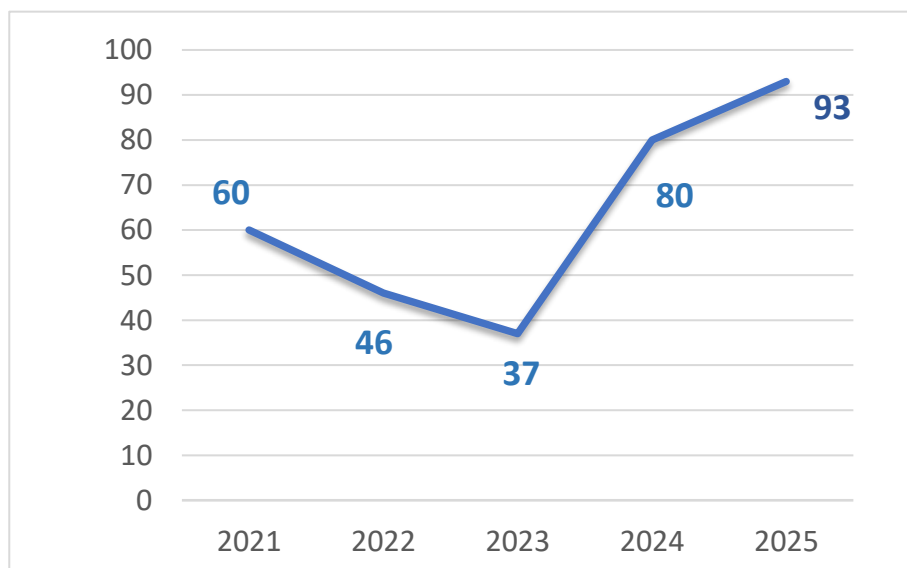
Il Servizio Civile Universale rappresenta la scelta volontaria di dedicare la propria attività in un tempo determinato al servizio di difesa, non armata e non violenta, della Patria, all'educazione, alla pace tra i popoli e alla promozione dei valori costitutivi della Repubblica italiana.

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

La Federconsumatori durante l'anno 2025 ha impegnato 93 volontari sul progetto di Servizio Civile Universale Ordinario "Sicuri nell'età dell'informazione". Il progetto si propone di potenziare sia la qualità sia la quantità delle informazioni fornite, degli interventi di consulenza e dell'assistenza dedicata alla tutela dei diritti degli anziani nell'ambito dei consumi, con l'obiettivo di garantire una maggiore sicurezza e protezione per questa fascia della popolazione. In particolare, il focus è posto sulla prevenzione e il contrasto dei reati di frode e truffa, i quali rappresentano una minaccia per la sicurezza e la fiducia delle persone, specialmente degli anziani. Il progetto ha l'obiettivo di fornire agli anziani le risorse necessarie per riconoscere e affrontare situazioni di potenziale inganno nel contesto dei consumi. Inoltre, cerca di sensibilizzare l'opinione pubblica su questa problematica e di promuovere una maggiore consapevolezza sui diritti e sulle protezioni disponibili per gli anziani nel mercato dei consumi.

2021	60
2022	46
2023	37
2024	80
2025	93

Totale 316



SERVIZIO CIVILE UNIVERSALE - “Eco-Riflessi: rivelare le falsità ambientali”

Sempre nel 2025 abbiamo aderito alla realizzazione di un bando straordinario del SCU. L’obiettivo del progetto è quello di ridurre i fenomeni di scorretta comunicazione ambientale, ovvero di *greenwashing*, *brownwashing* e *greenhushing*, andando a identificare i casi di infrazione presso le aziende italiane attraverso una estensiva mappatura di tali fenomeni e una campagna di comunicazione per aumentare la consapevolezza della cittadinanza e dei più giovani circa il rischio di una comunicazione scorretta. In particolare, si prevede che raccolta di casi di mancata o non trasparente comunicazione da parte delle aziende può contribuire a frenare tale fenomeno, riducendo perciò i casi di infrazione e contribuendo a una economia della sostenibilità che sia il più possibile trasparente nei confronti dei consumatori. Allo stesso tempo, le azioni di comunicazione contribuiscono a sviluppare una maggiore sensibilità circa le tematiche di *greenwashing*, *brownwashing* e *greenhushing* e i rischi ad esse associate.

52



“Tu che ne Sai?”

Le tecnologie basate sull’Intelligenza Artificiale, oggi fortemente pervasive, stanno dimostrando ogni giorno di più proprio potenziale trasformativo delle dinamiche sociali e produttive. L’I.A. rappresenta un’opportunità cruciale per intraprendere un percorso di miglioramento della qualità della vita e può giocare un ruolo essenziale nell’ottimizzazione dei processi e nel miglioramento del livello qualitativo di una pluralità di beni e servizi. Per queste come per la quasi totalità delle tecnologie, però, non mancano neanche i rischi e le possibilità che degli strumenti utili possano riservare brutte sorprese, soprattutto se non impiegati con le dovute cautele e consapevolezze. Ed è proprio in questo quadro che si inserisce il progetto “Tu che ne Sai? L’Intelligenza Artificiale più sicura per tutti”, promosso dalle Associazioni a ADOC, Cittadinanzattiva, Federconsumatori, U.Di.Con. e UNC e finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy. L’iniziativa è stata concepita al fine di svolgere percorsi di accompagnamento degli utenti nello sviluppo di maggiori conoscenze sull’IA e di ridurre così i rischi legati a disinformazione, profilazione dei dati e *digital*

divide nell'utilizzo di questi stessi strumenti. La proposta è stata dunque elaborata in linea con la Strategia Nazionale per l'Intelligenza Artificiale allo scopo di promuovere l'impiego responsabile ed equo dell'I.A. contrastando il *digital divide* e rafforzando le competenze digitali. Dalla fine del mese di settembre 2025 sono state formalmente avviate le attività, svolgendo le operazioni di coordinamento tra le Associazioni partner nonché di organizzazione e pianificazione delle attività previste nell'intero ciclo di vita del progetto. Oltre alla costituzione del Comitato Tecnico Scientifico, composto da 5 esperti di Intelligenza Artificiale, è stata elaborata, predisposta e diffusa una consultazione civica, finalizzata a rilevare il livello di conoscenza dei consumatori in merito all'I.A. e il loro livello di consapevolezza su rischi, benefici e prospettive di sviluppo della stessa. L'indagine è stata altresì finalizzata a riscontrare il grado di fiducia o diffidenza nei confronti dell'Intelligenza Artificiale, di individuare aspettative, timori e bisogni informativi e di focalizzare le principali criticità. Le fasi successive dell'iniziativa progettuale prevedono la realizzazione di approfondimenti, percorsi di aggiornamento, attività informative e formative sull'IA, campagne di sensibilizzazione ed esperienze digitali immersive.



“Italians Do EAt Better – IDEA B”

Nell'attuale contesto sociale il cibo ha assunto il ruolo di simbolo culturale e identitario e negli ultimi decenni l'attenzione dell'opinione pubblica nei confronti degli aspetti non solo meramente gustativi ma anche ambientali e salutari relativi, appunto, all'alimentazione è aumentata in misura considerevole. L'incremento dell'interesse degli utenti nei confronti del cibo ha però moltiplicato anche i rischi di disinformazione e ha fatto crescere esponenzialmente il volume delle fake news sull'argomento.

Sulla base di tali premesse è nato il progetto “IDEA B – Italians DO EAt Better”, finanziato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy e ideato da Federconsumatori per promuovere scelte alimentari sostenibili e consapevoli nonché per aiutare i cittadini a orientarsi tra etichette, slogan più o meno ingannevoli e trend digitali. Il principale scopo dell'iniziativa consiste nella realizzazione di una azione di informazione che raggiunga un pubblico il più ampio e variegato possibile, in modo tale da accrescere il livello di consapevolezza dei consumatori in merito alla sostenibilità ambientale dei cibi e alla connessione tra qualità degli alimenti e salute nonché su tutti gli aspetti riguardanti le informazioni riportate sulle etichette.

La pianificazione di tali interventi nasce dalla convinzione che siano anche queste iniziative a fare in modo che il cittadino sia al centro delle proprie scelte di acquisto e che sia del tutto consapevole delle ripercussioni che i suoi stessi consumi comportano in termini ambientali e di salute.



Negli ultimi mesi del 2025 si sono svolte le attività preparatorie e di organizzazione del progetto, prodromiche alle azioni previste per il 2026. Sono quindi state realizzate le azioni di coordinamento, organizzazione e raccordo necessarie alla costituzione del Comitato Tecnico Scientifico di progetto, a cui è stato affidato il compito di fornire contributi in termini di know-how e di orientamento delle attività progettuali. Le settimane di lavoro preparatorio sono state altresì finalizzate a predisporre una campagna di sensibilizzazione sui social network e un ciclo di incontri in sette regioni italiane strutturate sul format del world café, in cui i presenti parteciperanno a tavoli di discussione tematici dedicati agli argomenti centrali del progetto.



“ENERGIA: DIRITTI A VIVA VOCE”

Il progetto “Energia: Diritti a Viva Voce” rappresenta da anni un punto fermo nel servizio di assistenza e consulenza che molte Associazioni di Consumatori mettono a disposizione degli utenti. L’iniziativa vede la partecipazione congiunta di 17 AACC (ADOC, Adiconsum, Adusbef, Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi, Assoutenti, Casa del Consumatore, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, U.di.Con e Unione Nazionale Consumatori) e ha consentito l’attivazione di sportelli che, in tutta Italia, consentono ai cittadini di avere informazioni, chiarimenti e supporto in merito ai contratti di energia elettrica, gas e acqua. Allo scopo di raggiungere una vasta platea di destinatari, diffondendo così capillarmente le informazioni sui temi centrali del progetto, è stata portata avanti la produzione di contenuti di comunicazione già avviata negli anni precedenti: sono stati realizzati podcast pubblicati sulla piattaforma Spotify e video diffusi su YouTube in merito a temi di stretta attualità nel settore dell’energia, come le agevolazioni tariffarie e i bonus, le novità normative, le direttive per l’efficienza energetica e il telemarketing. Il progetto è finanziato dalla Cassa per i servizi energetici e ambientali su disposizione dell’Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente (ARERA).



“CONSUMATORI ILLUMINATI”

Già da anni, purtroppo, viviamo una fase di forte crisi socioeconomica, a livello nazionale e internazionale, che si ripercuote in misura determinante sulla vita quotidiana dei cittadini. In tale contesto si è innestata inoltre una consistente ascesa dei prezzi di energia elettrica, gas e combustibili, nonché del costo della vita. Proprio alla luce di tali premesse è stato avviato, nel 2024, il progetto “Consumatori Illuminati”, di cui nel 2025 sono state svolte la maggior parte delle attività. Si tratta di un’iniziativa di sensibilizzazione e informazione rivolta ai cittadini, nel cui quadro sono stati attivati sportelli di assistenza e consulenza in tutta Italia e sono state realizzate iniziative di informazione, formazione e sensibilizzazione sulla riduzione degli sprechi, sull’utilizzo efficiente e responsabile delle risorse e sul risparmio energetico, allo scopo di accrescere il livello di conoscenza e consapevolezza dei cittadini in merito agli argomenti affrontati e di contribuire alla lotta al cambiamento climatico. All’inizio del 2025, a seguito della definizione del percorso didattico, si sono

svolte le sessioni formative, nel corso delle quali si sono svolte, a opera di relatori specializzati, lezioni su risparmio energetico, energie rinnovabili, consumo sostenibile e responsabile, Comunità Energetiche Rinnovabili (CER), incentivi fiscali, modalità di auto-valutazione e valutazione dei consumi. Nel corso dell'anno sono stati poi attivati sportelli informativi in numerose regioni italiane, allo scopo non solo di costituire una capillare rete di punti di riferimento a disposizione dei cittadini per assistenza e consulenza, ma anche con l'obiettivo di promuovere il consumo consapevole, il risparmio energetico e la partecipazione attiva degli utenti sui temi in oggetto. Proprio in questa ottica, sono stati organizzati eventi pubblici e campagne di comunicazione in tutta Italia, favorendo il dialogo diretto con la cittadinanza, raggiungendo un pubblico ampio e diversificato e promuovendo comportamenti più sostenibili. Nel quadro della sezione del progetto focalizzata sulle Comunità Energetiche Rinnovabili, è stata attivata una duplice linea di intervento: sul fronte puramente operativo e dell'attività di assistenza e consulenza, è stato prodotto il Manuale sulle CER (proprio allo scopo di fornire alle sedi uno strumento per la promozione di modelli energetici condivisi, inclusivi e sostenibili) mentre, su un altro fronte e in vista di futuri sviluppi, è stata elaborata una mappatura nazionale delle CER e dei sistemi di autoconsumo collettivo (raccogliendo oltre 320 esperienze di CER e 59 gruppi di autoconsumo) e sono stati sperimentati tre prototipi di CER nel Lazio, nelle Marche e in Sicilia.



RILEVAZIONE DEI PREZZI DI PRODOTTI AGROALIMENTARI

Avviato a ottobre 2024 in risposta ad un avviso pubblicato dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy, è proseguito per tutto il 2025 il progetto sperimentale di monitoraggio dei prezzi al consumo nei capoluoghi di Regione o provincia autonoma di cui Federconsumatori ha assunto il ruolo di soggetto capofila. Il progetto vede la partecipazione di 15 Associazioni di Consumatori, che hanno incaricato i propri operatori di monitorare i prezzi di prodotti alimentari di largo consumo in alcuni mercati regionali dislocati in tutta Italia. In base al primo avviso promulgato dal MIMIT, il termine delle attività era fissato per la fine del mese di febbraio 2025; tuttavia, visti gli esiti costruttivi emersi nel primo periodo del monitoraggio, è stata disposta una proroga che ha esteso il periodo di rilevazione per l'intera annualità 2025. Anche in questa seconda fase Federconsumatori ha continuato a coordinare lo svolgimento dell'attività con i diversi partner, assicurando la regolare e corretta esecuzione delle rilevazioni. Le modalità di esecuzione sono rimaste invariate rispetto alla prima fase, con la sola differenza della periodicità: mentre nel periodo iniziale gli operatori hanno effettuato la raccolta dei dati una volta a settimana, a partire dal mese di marzo e per tutto il 2025 il monitoraggio è stato calendarizzato due volte al mese.



FEDUF

La Fondazione per l'Educazione finanziaria e al Risparmio ha siglato un Protocollo d'intesa con 14 Associazioni dei consumatori aderenti al Consiglio nazionale dei consumatori e degli utenti" (CNCU) per favorire la diffusione dei temi inerenti all'educazione finanziaria per i cittadini adulti. Le Associazioni firmatarie sono: Adiconsum, Adoc, Altroconsumo, Assoutenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Confconsumatori, Casa del consumatore, Federconsumatori, Lega consumatori, Movimento consumatori, Movimento difesa del cittadino, Unione nazionale consumatori e U.Di.Con.



FEduF
Fondazione per l'Educazione
Finanziaria e al Risparmio

FORUM ANIA-CONSUMATORI

A partire dal 2018 il Forum ANIA-Consumatori ha realizzato, con il coinvolgimento diretto delle Associazioni dei Consumatori, decine di iniziative informative e formative (convegni, dibattiti, webinar, pubblicazioni sugli organi di informazione e sui siti web, attività sui social network, etc.) con la partecipazione e il coinvolgimento di migliaia di operatori e aderenti delle associazioni stesse. Nel 2025 è stata avviata la terza edizione del programma “Più informati, più protetti”, che prevede la realizzazione di eventi dedicati ai seguenti temi: catastrofi naturali e soluzioni assicurative; frodi ed elusione assicurativa; procedura di conciliazione RC auto; non autosufficienza e coperture LTC; gender gap in ambito finanziario e assicurativo.

58



TELEPASS

Nel 2025 prosegue la collaborazione tra Telepass e Federconsumatori congiuntamente ad altre Associazioni dei Consumatori. Si realizzano studi e approfondimenti su vari argomenti, per rilevare le esigenze degli utenti e in modo tale da orientare le policy della società in direzione di una sempre maggiore tutela del consumatore. L'attività di informazione è finalizzata ad incrementare in misura significativa le conoscenze e il livello di consapevolezza degli utenti in materia di mobilità sostenibile, in un'ottica di contribuire alla transizione energetica per una prospettiva di dialogo e di sviluppo di iniziative funzionali a informare e tutelare gli utenti.

È del 2025 la campagna di educazione digitale “Spostarsi Bene per Vivere Meglio” per la promozione e la sensibilizzazione dei cittadini e dei più piccoli sui temi del trasporto sostenibile, sulla sicurezza, sull'innovazione e sulla tutela dell'ambiente.



PROTOCOLLO AUTOSTRADE PER L'ITALIA

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



COMUNICAZIONE, STRUMENTI E CANALI D'INFORMAZIONE



L'O.N.F. - Osservatorio Nazionale Federconsumatori è lo storico osservatorio dell'Associazione, che nel corso degli anni si è guadagnato prestigio e autorevolezza grazie a ricerche rigorose e puntuali, sempre orientate a far emergere gli aspetti più nascosti, meno conosciuti o più rilevanti della vita del Paese, individuando le principali tendenze e i cambiamenti nelle abitudini dei cittadini. Dall'andamento dei prezzi nei vari settori alla qualità dei servizi, dai trend di consumo alle disuguaglianze che attraversano molteplici ambiti, come il gender gap o la sanità. Su tutti questi fronti l'O.N.F. realizza monitoraggi, rilevazioni, sondaggi e confronti internazionali: uno strumento essenziale per l'attività di denuncia e di proposta legislativa che la Federconsumatori porta avanti ogni giorno, a livello nazionale ed europeo.

ASSISTENZA E ISCRIZIONE ONLINE



A partire dal 2020 le abitudini dei cittadini sono profondamente cambiate: la domanda di assistenza si è spostata in misura crescente verso i canali digitali, con un incremento esponenziale delle richieste di supporto online rivolte a Federconsumatori. Per rispondere a questa nuova esigenza, abbiamo rafforzato i nostri strumenti di tutela a distanza e ampliato il servizio di informazione via e-mail "Al tuo servizio".

Grazie allo sportello online e all'indirizzo di posta elettronica dedicato all'assistenza, abbiamo offerto migliaia di pareri e consulenze, accompagnando i cittadini nella risoluzione di dubbi e problemi.

In linea con questa trasformazione, abbiamo inoltre reso disponibili diverse modalità di iscrizione online, per permettere a tutti di sostenerci comodamente da casa!



Sportello S.O.S. Turista



Lo sportello nazionale “SOS TURISTA” è specializzato nelle problematiche relative al settore turistico e ai viaggi e negli anni ha consentito a migliaia di cittadini di vedere riconosciuti i propri diritti.

Risulta inoltre estremamente rilevante anche l’attività dello sportello stesso nell’informazione rivolta ai cittadini, allo scopo di renderli maggiormente consapevoli sui possibili inconvenienti che potrebbero verificarsi durante una vacanza.

Lo sportello non ha il solo obiettivo di assistere turisti, viaggiatori e passeggeri ma punta anche a promuovere lo sviluppo di un’offerta turistica di qualità, in una logica di responsabilizzazione di tutti i soggetti che operano in tale comparto.

Nel 2025 le richieste di consulenza pervenute allo Sportello, nelle loro diverse forme, sono cresciute rispetto all’anno precedente, in linea con l’andamento generale delle prestazioni turistiche. Come di consueto, le problematiche più frequenti hanno riguardato il trasporto aereo, in particolare le prenotazioni online di voli in ritardo o cancellati, spesso effettuate tramite portali che non emettevano i biglietti o li rilasciavano solo a ridosso della data di partenza. In drammatica crescita anche le segnalazioni relative a ritardi e disservizi nel servizio di trasporto ferroviario.

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

Le richieste di aiuto giunte presso lo Sportello hanno riguardato anche gli incrementi di prezzo ritenuti ingiustificabili dei prodotti turistici: nel 2025 è stato segnalato, da clienti abituali, l’aumento dei prezzi di alberghi (cresciuti in modo significativo in località dolomitiche e in alberghi e pensioni sulla riviera romagnola), ma anche di trasporti e servizi balneari.

INFORMAZIONE E CONDIVISIONE

Accanto alla pubblicazione di notizie, interventi e materiali realizzati dall'Associazione sul sito www.federconsumatori.it, Federconsumatori prosegue la propria attività di comunicazione con gli utenti attraverso il settimanale Federconsumatori News, distribuito presso gli sportelli territoriali, e il portale di informazione online collegato alla rivista (<https://www.federconsumatori.it/webnews/>). Su questi prodotti editoriali trovano spazio istruzioni e consigli utili per i cittadini, rubriche e allerte sui prodotti, oltre ad aggiornamenti legislativi, analisi e approfondimenti di carattere socioeconomico.

Federconsumatori è presente sui principali *social network*, quali Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn.

I social network costituiscono un ulteriore spazio di interazione e confronto con i cittadini, che possono così partecipare attivamente alla vita associativa, discutere, segnalare difficoltà e problemi ed esprimere pareri e opinioni sui temi di maggiore attualità in ambito consumeristico. Gli utenti possono inoltre iscriversi a una newsletter gratuita, che permette di restare aggiornati sulle nostre attività e sulle notizie di potenziale interesse, nonché di scaricare guide e approfondimenti realizzati da Federconsumatori.



ISSCON è la Fondazione senza scopo di lucro nata su iniziativa della Federconsumatori che si pone come obiettivo la realizzazione di studi e ricerche su principali tematiche di interesse consumeristico, spesso supportando e collaborando con l'O.N.F. e altri centri di ricerca. ISSCON, inoltre, organizza incontri ed iniziative utili a promuovere la cultura del consumo consapevole e responsabile. Nel 2025 ISSCON ha collaborato con Federconsumatori realizzando le seguenti indagini:

Ricerche su azzardo e dipendenze

✓ *Il Libro Nero dell'Azzardo - Mafie, Dipendenze e Giovani*

Tre edizioni (2023, 2024 e 2025) hanno indagato il legame tra azzardo, criminalità organizzata e disagio, in particolare giovanile. Le pubblicazioni hanno attirato l'attenzione di istituzioni, media nazionali e locali, sollecitando l'intervento del legislatore. La quarta edizione è in corso di pubblicazione.

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

Due report sull'azzardo online, con un focus sui piccoli comuni italiani, costruiscono una mappa dettagliata del fenomeno. I dati hanno fatto emergere un quadro variegato, con alcune particolarità diventate oggetto di indagini da parte delle autorità competenti.

✓ ***Pane e azzardo***

Rapporto territoriale dedicato all'analisi dei numeri dell'azzardo in Emilia-Romagna, con il patrocinio della Regione ed il sostegno di CGIL, Auser, SPI CGIL, Federconsumatori. Studi e analisi sono stati presentati anche in Liguria, Lombardia, Lazio.

2.2 Ricerche su salute e servizi sanitari

La Fondazione ha realizzato, con l'Osservatorio Nazionale Federconsumatori:

✓ ***La Salute Non Può Attendere (2024 e 2025)***

Studio approfondito sui tempi di attesa per esami diagnostici e visite specialistiche nelle diverse Regioni italiane, aggiornato nel 2025. La ricerca ha evidenziato carenze e criticità dei sistemi sanitari locali e ha alimentato un programma nazionale di sensibilizzazione sul diritto alla salute, rilanciando l'urgenza di interventi normativi e maggiori risorse per il servizio pubblico.

✓ ***Salute e dipendenze: Soldi (e salute) in fumo***

Primo report nazionale sulla spesa per sigarette e dispositivi antifumo, evidenziando l'impatto economico e sanitario delle dipendenze da tabacco.

✓ ***Il peso della perfezione (2025)***

Indagine sulle diete proposte sui *social network* da sedicenti *wellness coach*, nonché sulla pericolosità di integratori alimentari, assunti senza controllo medico, e di programmi di allenamento estremi. Il report ha rappresentato un'importante occasione di denuncia contro la disinformazione che circola sui *social network*, con particolare attenzione ai rischi per adolescenti e giovani adulti.

2.3 Ricerche su servizi ambientali e rifiuti

✓ ***Ciclo integrato dei rifiuti urbani (2022-2026)***

Sette indagini sulla soddisfazione dell'utenza domestica, con focus sui comuni di Modena, Carpi, Sassuolo e Pavullo, in collaborazione con Federconsumatori Modena, con l'obiettivo di rilevare la percezione della qualità del servizio e favorire un sistema tariffario più equo e trasparente.

✓ ***Rifiuti: trasparenza e partecipazione per una tariffa giusta***

Rapporto sugli importi della TARI nei 20 comuni capoluogo di regione, offre un confronto costruttivo con i maggiori esperti in materia, anche alla luce del commissariamento della Regione Siciliana. Nel 2024, a Palermo, è stato presentato il *14° Report Nazionale su servizi e tariffe rifiuti*, in collaborazione con Federconsumatori Nazionale e Federconsumatori Sicilia.

2.4 Ricerche su consumi, energia e turismo

La Fondazione ha realizzato, con l'Osservatorio Nazionale Federconsumatori:

✓ ***Indagini stagionali sui prezzi dei servizi balneari***

Report annuali sui costi della stagione estiva (2023, 2024, 2025), divenuti punto di riferimento per media e associazioni di categoria. Gli studi sono stati successivamente declinati anche a livello regionale e territoriale.

✓ ***Transizione al mercato libero dell'energia***

Indagine per verificare la preparazione dei cittadini in vista dell'abolizione del mercato tutelato. L'analisi ha evidenziato criticità e carenze informative, generando un ampio dibattito sulla necessità di garanzie per i consumatori vulnerabili.

✓ ***Affitti brevi e sicurezza nel turismo (2024 e 2025)***

Ricerca del 2024, aggiornata nel 2025, ha messo in luce la scarsa regolarità degli immobili destinati ad affitto turistico - solo il 52% risulta dotato di CIN - e le carenze nei dispositivi di sicurezza. Lo studio ha alimentato il confronto con le piattaforme digitali e con gli enti preposti al controllo ed è stato presentato in sedi istituzionali.

✓ ***Shrinkflation***

Monitoraggio - aggiornato anche durante le festività natalizie del 2024 - sulla riduzione occulta delle quantità nei prodotti alimentari. Il report ha generato un ampio dibattito sulla trasparenza dei prezzi, sfociato in una convocazione della Commissione di Allerta Rapida sui prezzi presso il MIMIT.

2.5 Ricerche su istruzione e protezione delle persone vulnerabili

✓ ***Progetto Protetti (2022)***

Percorso di informazione e prevenzione dedicato alla protezione assicurativa dei soggetti vulnerabili, in collaborazione con la Fondazione Forum ANIA-Consumatori e Federconsumatori.

✓ ***Università al verde (2023-2024)***

Indagine sui costi della vita universitaria e sull'accessibilità all'istruzione superiore, con particolare attenzione agli squilibri territoriali e ai carichi economici sulle famiglie, analizzando sia i costi delle rette sia quelli relativi alla vita degli studenti fuori sede. In collaborazione con Federconsumatori e UDU.

LA COMUNICAZIONE

La comunicazione è da sempre un pilastro fondamentale per Federconsumatori: uno strumento indispensabile per informare, sensibilizzare e consolidare il rapporto di fiducia con i cittadini. Non ci limitiamo a seguire e analizzare i temi di maggiore rilievo sociale ed economico, ma lavoriamo costantemente per aggiornare le nostre strategie comunicative, scegliendo linguaggi, strumenti e canali capaci di intercettare i bisogni delle persone e di rispondere con tempestività ed efficacia.

Tanto a livello nazionale quanto attraverso le sedi regionali e territoriali, Federconsumatori è presente in modo attivo sui principali *social network*, dove ogni giorno diffondiamo contenuti informativi, promuoviamo campagne di sensibilizzazione, denunciando pratiche commerciali scorrette e offriamo risposte concrete alle domande e ai dubbi dei cittadini. Questo presidio digitale si affianca alla tradizionale attività di comunicazione sulla stampa, dove la voce dell'Associazione trova spazio grazie a interventi puntuali e autorevoli.

Un ruolo di primo piano spetta all'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori, che grazie a una costante attività di monitoraggio e analisi mette a disposizione dati aggiornati su prezzi, consumi e tendenze di mercato, contribuendo a far emergere fenomeni speculativi e a richiamare l'attenzione dell'opinione pubblica e delle istituzioni sui temi più critici per le famiglie italiane.

Guardando al futuro, l'impegno di Federconsumatori è rafforzare ulteriormente la propria comunicazione digitale, con particolare attenzione al coinvolgimento dei giovani, attraverso contenuti multimediali dinamici, accessibili e capaci di parlare il loro linguaggio. In quest'ottica intendiamo potenziare l'uso di strumenti interattivi e canali innovativi, valorizzando anche le opportunità offerte dall'intelligenza artificiale, per stimolare la partecipazione attiva delle nuove generazioni e favorire un dialogo diretto su temi quali la cittadinanza attiva, il consumo responsabile, la tutela dei diritti digitali e l'utilizzo consapevole e responsabile delle nuove tecnologie, in particolare l'IA.

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

Anno	Modalità	Tipologia	N°
2025	Contatti telefonici e online	Acqua, Alimentazione, Assicurazioni, Carburanti, Casa, Cittadinanza, Credito – Banche, Infanzia, Energia elettrica e gas, Sanità e Farmaci, Commercio/consumi, Inflazione prezzi, Matrimoni, Festività, RC Auto, Rifiuti, Politica economica, Politiche culturali, Politica e società, Scuola e Università, Telecomunicazioni, Tempo libero, Trasporti, Vacanze e Turismo, Fine del mercato tutelato energia	2.721.600 Contatti e richieste
2025	Pareri forniti via e-mail e al telefono, ecc.		952.873
2025	Social network, internet, tv, radio		15.880 Interazioni Facebook e Instagram 5.741.256 Visualizzazioni social e web 844.027.690 Visualizzazioni di contenuti (stime sulla base dell'audience tv e radio)

SOCIAL NETWORK

X	FACEBOOK	INSTAGRAM
12.625 follower	60.800 mi piace	4.130 follower

COMUNICATI STAMPA – 998

NOTIZIE SULLA STAMPA NAZIONALE E LOCALE – 12.258

TOTALE USCITE – 32.163

Visualizzazioni MENSILI sito web – 61.284

FACEBOOK E INSTAGRAM

Il post più visto nel 2025



Federconsumatori

Publicato da Sabrina Soffientini

3 luglio 2025

A mali estremi... Come affrontare con consapevolezza le fragilità del nostro Paese

Webinar | 7 luglio 2025 | Ore 11:00 – 12:00

Frane, alluvioni, dissesti ambientali: il nostro territorio è sempre più esposto a rischi e vulnerabilità. Serve informazione, prevenzione, responsabilità condivisa.

Ne parliamo con esperti per capire come tutelare cittadini e territori, nell'ambito del programma "Più informati, più protetti".

Intervengono:

Stefano Donati – Geologo, Direttore Ente Parco del Circeo

Giacomo Carbonari – Segretario Generale Forum ANIA-Consumatori

Simona Andreatta – Funzionario Servizio danni non auto ANIA

Moderata: Antonella Nanna, Vicepresidente Federconsumatori

Partecipa: copia e incolla questo link nel browser urly.it/31B9N9

Un'occasione per rafforzare la cultura della sicurezza.

#Federconsumatori #webinar #consapevolezza #ambiente #ProtezioneCivile

#PiùInformatiPiùProtetti #ANIAConsumatori #prevenzione #dirittideiconsumatori

A MALI ESTREMI...

COME AFFRONTARE
CON CONSAPEVOLEZZA
LE FRAGILITÀ DEL NOSTRO PAESE

webinar
7 luglio 2025
11.00-12.00

L'evento fa parte
del programma
"Più informati, più protetti"

INTERVENGONO

Stefano Donati - Geologo Direttore
dell'Ente Parco del Circeo

Giacomo Carbonari - Segretario
Generale Forum ANIA-Consumatori

Simona Andreazza - Funzionario
Servizio danni non auto ANIA

INTRODUCE E MODERA

Antonella Nanna - Vice
Presidente Federconsumatori

PARTECIPA:
URLY.IT/31B9N9

Panoramica

In base alla combinazione degli insight del tuo post originale e delle tue inserzioni su Facebook e Instagram.

Visualizzazioni

Copertura

Interazioni nette

Clic sui link

Follower

116.029

73.970

61

857

0

Visualizzazioni

116.029

Totali

Pubblico

Organico

1550

Inserzioni

114.479

Copertura

73.970

Organico

849

Inserzioni

73.257

🔗

La promozione di questo post ha generato 2 interazioni su Instagram.

👍 2

💬 0

📄 0

👉 0

Interazioni nette

61

37 dalle inserzioni

"Mi piace" e reazioni

39

28 dalle inserzioni

Commenti

1

0 dalle inserzioni

Condivisioni

17

5 dalle inserzioni

Salvataggi

4

4 dalle inserzioni

Clic sui link

857

FEDERCONSUMATORI NEWS

Federconsumatori News è il settimanale dell'Associazione, distribuito gratuitamente per informare e sensibilizzare i consumatori sui temi del consumo e della tutela dei diritti. Uno strumento di informazione capillare e accessibile, disponibile sia in versione cartacea – reperibile presso tutti gli sportelli Federconsumatori – sia online, attraverso un portale che offre aggiornamenti e approfondimenti sulle principali problematiche consumeristiche. Il portale consente inoltre di consultare un ricco archivio di notizie e mette a disposizione strumenti pratici per effettuare segnalazioni e denunce. Con le sue 52 uscite annuali, Federconsumatori News rappresenta un appuntamento costante e affidabile al fianco dei cittadini.

il settimanale

news Federconsumatori

46.2025 [Anno 18]
10 novembre > 16 novembre

Tesserina del socio 2025
2025
PER LE PERSONE
FEDERCONSUMATORI



Il 44% delle famiglie approfitterà degli sconti, anticipando spesso i regali di Natale

Manca una settimana all'ormai immane appuntamento con il Black Friday. Sono molti i cittadini che si preparano ad approfittare delle offerte, monitorando i prezzi e avvalendosi di sconti e promozioni avviati spesso con molto anticipo.

Secondo le stime dell'O.N.F. – Osservatorio Nazionale Federconsumatori le famiglie che approfitteranno degli



Tra i settori più gettonati elettronica, abbigliamento, cura della persona, ma anche ristorazione e viaggi

CHAT DI ASSISTENZA

Tra gli strumenti digitali messi a disposizione dei cittadini da Federconsumatori, la chat di assistenza via WhatsApp si sta affermando come uno dei canali più apprezzati e in più rapida crescita. Grazie a questo servizio i nostri operatori rispondono in tempo reale a richieste di informazioni, assistenza e consulenza su tutte le tematiche legate alla tutela dei consumatori, offrendo un supporto immediato, diretto e alla portata di tutti.

Quando la questione richiede ulteriori approfondimenti, il consumatore viene messo in contatto con i consulenti delle sedi territoriali. La possibilità di acquisire e gestire le pratiche da remoto garantisce una presa in carico tempestiva e mirata e semplifica la raccolta della documentazione necessaria (reclami, conciliazioni, ecc.).

Il canale offre così un punto di contatto unico e immediato, capace di assicurare tanto la tutela individuale quanto quella collettiva. I dati raccolti, archiviati e catalogati costituiscono inoltre una risorsa strategica per l'attività dell'Associazione nei tavoli istituzionali e nel confronto con aziende, associazioni di categoria, enti pubblici e soggetti privati.



MAPPATURA STAKEHOLDERS

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

I principali *stakeholders* della Federconsumatori - APS sono:

- ISTITUZIONI NAZIONALI E LOCALI

Presidenza del Consiglio, Ministeri, Commissioni Parlamentari, AGCM, AGCOM, Arera, Banca d'Italia, Agenzia delle Entrate, Agenzia delle Dogane, Regioni, Province, Comuni, Camere di Commercio, CNEL

- FORZE DELL'ORDINE

Carabinieri, Polizia, Guardia di Finanza

- ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

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

- CONTROPARTI DEI SETTORI

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

- ASSOCIAZIONI SINDACALI
- ENTI DEL TERZO SETTORE
- MEDIA
- UNIVERSITÀ
- STUDI PROFESSIONALI
- ARTICOLAZIONI TERRITORIALI
- CITTADINANZA

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

- Assemblea annuale dell'ANIA;
- Relazione annuale dell'ARERA;
- Relazione annuale AGCM;
- Relazione annuale Garante Privacy;
- Relazione annuale IVASS;
- Relazione Annuale ABF;
- Relazione Annuale ACF;
- Relazione Annuale ART;
- Relazione sull'attività Banca d'Italia;
- Assemblea annuale Confesercenti;
- Assemblea annuale ANITA;
- Assemblea aderenti ASviS;
- Conferenza Ordine del Notariato;
- Iniziative del CNCU;
- Eventi ed iniziative promosse da Centromarca;
- Evento annuale PagoPA;
- Eventi e iniziative organizzate da NeXt;
- Eventi I-COM;
- Eventi Banco dell'Energia;
- Tavoli AA.CC. - ABI;
- Campagna FEDERMOSTI;
- Campagna "M'illumino di meno";
- Eventi ACF;

- Eventi ABF;
- Eventi Consob;



ACCORDI E PROTOCOLLI PER LA RISOLUZIONE EXTRAGIUDIZIALE DELLE CONTROVERSIE.

- | | |
|------------|---------|
| - ABI; | - ANM; |
| - Assofin; | - ASTOI |
| - ANIA; | - ENI; |
| - Enel; | - ACEA; |
| - Edison; | - A2A; |
| - E.ON; | - Iren; |

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





Federconsumatori – APS è membro di:



Federconsumatori – APS è socio di:



Federconsumatori – APS aderisce a:





OBIETTIVI



GLI OBIETTIVI

L'attuale contesto socioeconomico è segnato, come già negli anni scorsi, da un diffuso senso di insicurezza e instabilità, riconducibile a una situazione internazionale a dir poco preoccupante e, a livello nazionale, alla precarietà lavorativa, alle profonde disuguaglianze sociali e all'erosione del potere di acquisto.

Federconsumatori intende rafforzare l'impegno a tutela dei cittadini, in particolare proseguendo le attività di monitoraggio, denuncia e sensibilizzazione per una maggiore trasparenza nei mercati e per misure maggiormente efficaci a sostegno delle famiglie e dei cittadini vulnerabili.

Tra gli obiettivi di lungo periodo che stiamo perseguendo rientra inoltre la promozione di una partecipazione consapevole e attiva dei cittadini ai processi decisionali. Per rendere gli utenti veri protagonisti degli interventi politici e istituzionali che riguardano i loro stessi diritti e per fare in modo che le politiche pubbliche siano orientate alla tutela dell'interesse collettivo, Federconsumatori rafforzerà il proprio ruolo di rappresentanza sociale e di advocacy civica e, parallelamente, amplierà e incrementerà la già vasta rete di relazioni con altri soggetti del Terzo Settore, delle istituzioni nazionali e locali e dell'associazionismo, nella ferma convinzione che il perseguimento di scopi condivisi tra i diversi attori della società sia vitale per massimizzare l'efficacia delle iniziative.

Inoltre, l'Associazione porterà avanti la ormai consolidata realizzazione di monitoraggi e ricerche, che da tempo costituisce una attività di importanza fondamentale, grazie alla quale abbiamo la possibilità di individuare distorsioni del mercato, fenomeni speculativi e criticità nei settori dei beni di largo consumo e, di conseguenza, di elaborare proposte e interventi in base agli spunti emersi.

Considerando i valori e i principi che muovono l'azione di Federconsumatori, abbiamo altresì intenzione di promuovere nella maggiore misura e diffusione possibile un modello di sviluppo equo, sostenibile e inclusivo, fondato sulla tutela dei diritti, sulla sostenibilità ambientale, sulla transizione digitale accessibile, sul consumo responsabile e sulla valorizzazione delle comunità e dei territori.

Le iniziative edu-formative, di informazione e di sensibilizzazione che realizzeremo saranno pertanto ispirate da tali finalità, nell'intenzione di contribuire, anche con questi interventi, alla costruzione di una cittadinanza attiva e consapevole. Interventi, questi, che saranno ancora accompagnati parallelamente da un costante lavoro di innovazione legislativa, in modo da implementare la capacità di rispondere alle nuove esigenze sociali.

Riteniamo poi di fondamentale importanza il consolidamento della capacità di avere il polso dei mutamenti in corso nella società. Si tratta di processi che viaggiano ormai a ritmi sostenuti, in parte su impulso di innovazioni tecnologiche sempre più pervasive e che condizionano in misura crescente e determinante numerosi aspetti della vita delle persone, ivi compresi quelli attinenti alla sfera emotiva, intellettuale e culturale. Il contesto sociale, quindi, ci impone di adeguarci a tali cambiamenti per poter continuare a esercitare il nostro ruolo e per perseguire i nostri obiettivi: non abbandoneremo e anzi svolgeremo con rinnovato impegno le attività di studio, aggiornamento e ascolto, indispensabili per individuare nuove forme di tutela e rispondere ai diritti emergenti elaborando strategie adeguate.

L'Associazione metterà in atto quanto appena descritto lavorando con professionalità, trasparenza, correttezza e responsabilità: tali principi costituiscono infatti i pilastri sui quali abbiamo edificato un solido rapporto di fiducia con le istituzioni, gli *stakeholder* e soprattutto con i cittadini.

BILANCIO CONSUNTIVO 2025

SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

Bilancio Consuntivo 2025 approvato il 24/06/2026 dal Consiglio Direttivo Federconsumatori – APS.

78

Il bilancio di esercizio al 31/12/2025, di cui la presente relazione di missione costituisce parte integrante, corrisponde alle risultanze delle scritture contabili regolarmente tenute, ed è stato redatto seguendo le disposizioni di cui all'articolo 13 del d.lgs. 117/2017 ed il principio contabile 35 – Principio contabile ETS.



CONTO ECONOMICO AL 31 DICEMBRE 2025						
ONERI E COSTI	31/12/2025	31/12/2024		PROVENTI E RICAVI	31/12/2025	31/12/2024
A) Costi e oneri da attività di interesse generale				A) Ricavi, rendite e proventi da attività di interesse generale		
				1) Proventi da quote associative e apporti dei fondatori	1.144.708	1.245.701
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	11.115	32.624		2) Proventi dagli associati per attività mutuali		
2) Servizi	2.646.498	2.417.538		3) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori	89.803	72.870
				4) Erogazioni liberali	350	-
3) Godimento beni di terzi	35.720	21.789		5) Proventi del 5 per mille	370.664	363.220
4) Personale	364.919	367.735		6) Contributi da soggetti privati	252.891	175.500
5) Ammortamenti	15.274	15.604		7) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi		
6) Accantonamenti per rischi ed oneri	-	-		8) Contributi da enti pubblici	931.824	534.574
7) Altri accantonamenti	-	44.235		9) Proventi da contratti con enti pubblici	282.278	547.997
8) Oneri diversi di gestione	5.195	11.832		10) Altri ricavi, rendite e proventi	22.229	11.064
9) Rimanenze iniziali				11) Rimanenze finali		
Totale	3.078.721	2.911.357		Totale	3.094.747	2.950.926
				Avanzo/disavanzo attività di interesse generale (+/-)	16.026	39.569
B) Costi e oneri da attività diverse				B) Ricavi, rendite e proventi da attività diverse		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci				1) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori		
2) Servizi				2) Contributi da soggetti privati		
3) Godimento beni di terzi				3) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi		
4) Personale				4) Contributi da enti pubblici		
5) Ammortamenti				5) Proventi da contratti con enti pubblici		
6) Accantonamenti per rischi ed oneri				6) Altri ricavi, rendite e proventi		
7) Oneri diversi di gestione				7) Rimanenze finali		
8) Rimanenze iniziali						
Totale				Totale		
				Avanzo/disavanzo attività diverse (+/-)		

C) Costi e oneri da attività di raccolta fondi			C) Ricavi, rendite e proventi da attività di raccolta fondi		
1) Oneri per raccolte fondi abituali			1) Proventi da raccolte fondi abituali		
2) Oneri per raccolte fondi occasionali			2) Proventi da raccolte fondi occasionali		
3) Altri oneri			3) Altri proventi		
Totale			Totale		
			Avanzo/disavanzo attività di raccolta fondi		
D) Costi e oneri da attività finanziarie e patrimoniali			D) Ricavi, rendite e proventi da attività finanziarie e patrimoniali		
1) Su rapporti bancari	21.356	25.409	1) Da rapporti bancari	14.914	9.384
2) Su prestiti			2) Da altri investimenti finanziari		
3) Da patrimonio edilizio			3) Da patrimonio edilizio		
4) Da altri beni patrimoniali			4) Da altri beni patrimoniali		
			5) Altri proventi		
5) Accantonamenti per rischi ed oneri			Totale	14.914	9.384
6) Altri oneri			Avanzo/disavanzo attività finanziarie e patrimoniali (+/-)	-	-
Totale	21.356	25.409	6.442	16.025	
E) Costi e oneri di supporto generale			E) Proventi di supporto generale		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci			1) Proventi da distacco del personale		
2) Servizi			2) Altri proventi di supporto generale		
3) Godimento beni di terzi					
4) Personale					
5) Ammortamenti					
6) Accantonamenti per rischi ed oneri					
7) Altri oneri					
Totale			Totale		
Totale oneri e costi	3.100.077	2.936.766	Totale proventi e ricavi	3.109.661	2.960.310
			Avanzo/disavanzo d'esercizio prima delle imposte (+/-)	9.584	23.544
			Imposte	10.438	14.219
			Avanzo/disavanzo d'esercizio (+/-)	-	9.325
			854		



Federconsumatori
