



BILANCIO SOCIALE 2020 DEL MOVIMENTO CONSUMATORI APS

INTRODUZIONE

Il bilancio sociale è lo **strumento di rendicontazione delle responsabilità, dei comportamenti e dei risultati sociali, ambientali ed economici delle attività svolte da Movimento Consumatori APS**. L'esigenza di un bilancio sociale integrato nasce dall'insufficienza del bilancio economico (pur ben articolato) nel fornire elementi nella valutazione dell'efficacia "sociale" del Movimento Consumatori APS, ossia l'emersione dei risultati sociali ottenuti. Infatti, la gran parte delle risorse utilizzate e ciò che viene prodotto non sono presenti nel bilancio economico, in quanto hanno caratteristiche di immaterialità (ad esempio, fiducia e competenze) e di gratuità (volontariato). **L'obiettivo è superare la fase dei bilanci separati e dar vita ad un unico documento globale o "integrato", nel quale far confluire i risultati finanziari, ambientali, sociali e di governance. Il bilancio integrato rappresenta pertanto la prossima frontiera.**

Nell'ambito della responsabilità dei comportamenti e dei risultati sociali ambientali ed economici raggiunti da Movimento Consumatori APS (in una parola, **accountability**) entrano prepotentemente, oltre al concetto di responsabilità sociale, quelli di trasparenza e compliance: **trasparenza** intesa come accesso alle informazioni concernenti ogni aspetto dell'organizzazione, fra cui gli indicatori gestionali e la predisposizione del bilancio e di strumenti di comunicazione volti a rendere visibili decisioni, attività e risultati e **compliance** come rispetto delle norme, dei regolamenti, di linee guida etiche o codici di condotta.

La nostra idea di bilancio è quindi quella di fondere la socialità degli interventi, delle attività e della missione di una associazione di consumatori - ben radicata nella società in cui vive

rafforzando giorno per giorno il proprio ruolo di tutela e di emersione dei diritti della cittadinanza - con la migliore gestione economica integrata e resa fruibile, confrontando i risultati raggiunti con le finalità sociali.

Il bilancio sociale del Movimento Consumatori APS, si articola in quattro macro aree:

- 1. Identità – Mission - Valori**
- 2. Le attività del 2020**
- 3. La struttura**
- 4. Il bilancio sociale integrato**

1. Identità- Mission- Valori

Identità

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

Il Movimento Consumatori si prefigge le seguenti finalità ed obiettivi:

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

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

Mission

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

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

Il Codice del consumo ha segnato un momento fondamentale nella storia del consumerismo italiano, e può dirsi sia stato il punto d'approdo di un modello basato principalmente sulla tutela della concorrenza, dei prezzi, della trasparenza e, in parte, dell'equità nei rapporti contrattuali. Gli importanti strumenti di tutela (individuale e collettiva) hanno permesso una reazione a pratiche vessatorie, scorrette o ingannevoli.

Le associazioni si sono adattate a questa impostazione e nei limiti delle risorse a disposizione hanno svolto e svolgono un enorme lavoro di tutela, soprattutto a livello territoriale: centinaia di migliaia di persone all'anno trovano soluzione alle proprie controversie di consumo tramite l'attività degli sportelli delle associazioni.

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

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

Gli ultimi decenni hanno segnato una brusca interruzione del percorso politico di attuazione dei diritti economici e di cittadinanza sanciti nella Dichiarazione universale dei diritti umani, ed un allontanamento dal principio costituzionale per cui l'attività economica non deve svolgersi "in

contrasto con l'utilità sociale o in modo da arrecare danno alla sicurezza, alla libertà e alla dignità umana" (art. 41 Cost.).

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

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

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

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

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

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

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

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

Valori

La storia

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

L'associazione si sviluppa negli anni e arriva a contare oltre 30 mila iscritti tra singoli cittadini, associazioni federate e sezioni territoriali.

Le associazioni federate a Movimento Consumatori sono:

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

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

Ogni anno fornisce, informazione e assistenza legale a circa 150 mila consumatori, curando la risoluzione stragiudiziale di più di 15 mila controversie territorialmente (circa 100 sportelli fisici) e online.

Dal 2002, svolge piani di monitoraggio del rispetto delle normative a tutela dei consumatori da parte delle aziende e persegue le violazioni riscontrate tramite azioni collettive inibitorie e esposti alle autorità indipendenti.

Incentiva la promozione e la diffusione di valori quali partecipazione, solidarietà, integrazione e legalità, in modo particolare lavorando sul tema della responsabilità sociale di consumo e dell'economia circolare. Realizza programmi di educazione al consumo responsabile e di educazione finanziaria e alimentare per gli studenti e per specifiche 'fasce deboli' della popolazione; svolge ricerche per la valutazione dei comportamenti delle grandi aziende rispetto al tema della sostenibilità sociale e ambientale.

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

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

Stakeholder

Gli stakeholder per loro natura sono i "portatori di interesse", cioè tutti quei soggetti, individuali o collettivi che si può prevederessiano influenzati in modo significativo dalle attività

dell'associazione, ma possano anche influenzare la capacità dell'organizzazione di mettere in atto strategie e conseguire i suoi obiettivi.

Nel Movimento Consumatori l'attenzione e il dialogo con gli stakeholder sono aree molto significative, date anche le complesse relazioni e forme di coinvolgimento che l'associazione ha con interlocutori molto diversi fra loro.

L'identificazione delle categorie di stakeholder è avvenuta con un percorso partecipato, che ha coinvolto i principali membri dello staff.

L'analisi delle tematiche risultate rilevanti per gli stakeholder fariferimento all'impatto economico, ambientale, sociale e culturale che le nostre attività generano all'interno e all'esterno dell'associazione.

L'analisi viene aggiornata per tener conto dell'evoluzione di MC nell'identificare i temi rilevanti seguendo i principali standard di rendicontazione nazionali e le prescrizioni normative.

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

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

Mapa degli stakeholder



Destinatari delle azioni:

Cittadini Consumatori Utenti

Imprese

Pubblica Amministrazione

Nazionale / Locale

Media

Nuovi Media

Media tradizionali

Comunità locali

Attori pubblici del territorio

Comunità

Società civile e associazioni

Soggetti economici locali

Realtà associative

Associazioni di categoria

Associazioni di cittadini

Associazioni di istituzioni

2. LE ATTIVITA' DEL 2020

Nell'anno 2020, vi è stato il consolidamento dell'effetto pandemico su tutti i settori della vita economica e sociale dell'Italia, l'epidemia ha riprodotto disuguaglianze preesistenti, ma ha generato anche nuove forme di disuguaglianza. La valutazione delle ripercussioni distributive e sociali richiederà approfondite analisi sugli effetti delle condizioni di vita delle persone in diretto rapporto con la capacità di ripresa del Paese.

È anche prevedibile che si acceleri il ricorso alle tecnologie digitali, che si è rivelato essenziale per attenuare gli effetti negativi della pandemia. La rapida diffusione del lavoro a distanza e degli acquisti online può influenzare permanentemente i comportamenti delle imprese e delle persone, modificando l'organizzazione del lavoro, la struttura della distribuzione commerciale, l'organizzazione della rete dei trasporti, la fornitura di servizi pubblici, il mercato immobiliare.

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

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

Ciò che la pandemia ha reso evidente, ancor più che in crisi precedenti, è il ruolo fondamentale del risparmio nell'attire cadute estreme e repentine del reddito.

Più che cercare di individuare i "nuovi poveri" è necessario riflettere sul disegno complessivo della rete di protezione sociale italiana. Così come negli anni Settanta le difficoltà del sistema mutualistico portarono alla creazione del Sistema Sanitario Nazionale di carattere universalistico, l'auspicio è che

la crisi spinga a superare l'attuale impostazione "categoriale" **in favore di tutele sociali universali commisurate ai bisogni delle persone.**

Movimento Consumatori APS ha ritenuto, di dover declinare le proprie finalità statutarie e quindi il proprio agire per l'anno 2020 alla luce della pandemia che ha sconvolto il nostro Paese e il mondo intero.

A tal fine, MC ha identificato un set di azioni, che, nonostante l'ampiezza e la diversa natura delle tematiche trattate, fosse però ispirato dal principio universale di lotta alle ineguaglianze –"Obiettivo n.10: ridurre le ineguaglianze", come sancito dall'Agenda ONU 2030, con il presupposto che una crisi economica di questa portata aumenterà ulteriormente le diseguaglianze già estremamente accentuate da circa venti anni. Ci siamo occupati quindi principalmente di attività di informazione e di spiegazione degli impatti dei vari decreti emergenziali e dei loro effetti su specifici settori economici (quali ad esempio, i viaggi e il turismo).

Parallelamente abbiamo portato avanti, nonostante le restrizioni all'erogazione di servizi di assistenza individuale in "presenza", azioni di tutela individuale e collettiva. Da ultimo, tutte le attività progettuali in essere sono state fortemente impattate dalle misure straordinarie di contenimento della pandemia, comportando la necessità di procedere ad una loro rimodulazione per adeguarle allo stato emergenziale; stessa sorte hanno subito le attività di rappresentanza esterna e di comunicazione.

Nell'anno 2020 avrebbe dovuto svolgersi l'assemblea congressuale di rinnovo degli organismi. La situazione emergenziale però ne ha inevitabilmente rimandato la scadenza naturale. Purtroppo l'associazione ha iniziato un profondo processo di riorganizzazione interna dovuto alla crescita di MC in termini di quantità e di qualità delle attività sia di rappresentanza sia di tutela delle persone. Il processo riorganizzativo ancora in essere sta ridefinendo ruoli, responsabilità e iter decisionali in modo da permettere all'associazione di operare con più efficienza e più coesione, presupposti necessari alla creazione di una squadra di lavoro inclusiva e forte. Questo processo sarà la base sulla quale verrà costruito il percorso congressuale che porterà a definire il programma politico del prossimo quadriennio.

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

ATTIVITA' PROGETTUALI

Nel 2020, la maggior parte delle attività progettuali ha richiesto un lavoro straordinario di rimodulazione di quelle in presenza in chiave specialmente digitale.

Lotta alla contraffazione e cultura della legalità



Io Sono Originale

“Io Sono Originale” è l'iniziativa del Ministero dello Sviluppo economico promossa dalla Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione Ufficio Italiano Brevetti e Marchi in collaborazione con le associazioni dei consumatori che, in continuità con le precedenti edizioni, promuove una campagna di educazione e sensibilizzazione per coltivare la cultura della legalità, contribuire alla lotta al falso e informare i consumatori in merito ai rischi collegati alla contraffazione.

Il programma 2019-2021, che coinvolge il cittadino nelle attività individuate per fornirgli nuove leve che stimolino comportamenti virtuosi nel vivere quotidiano e nelle abitudini di acquisto e di vendita ha subito una battuta d'arresto nel 2020, dovuto alla situazione pandemica. Ciononostante, nell'ambito della quinta edizione della Settimana anticontraffazione (19- 25 ottobre 2020) promossa dalla Direzione Generale per la Tutela della Proprietà Industriale - UIBM del Ministero dello Sviluppo economico, Movimento Consumatori ha partecipato, con un intervento del segretario generale MC, al webinar "L'impatto della contraffazione sul settore moda: le esigenze del mondo delle imprese e la risposta delle istituzioni" e ha organizzato il webinar “Le nuove frontiere della lotta alla contraffazione. Strumenti di tutela tra falso online e violazione del design” con la collaborazione dell'Università Luigi Vanvitelli di Caserta.

Educazione e informazione al consumo sostenibile e responsabile



We Like, We Share, We Change

Movimento Consumatori e CiesOnlus sono i promotori di “We Like, We Share, WeChange, percorsi di educazione e informazione al consumo”. Il progetto (avviato nel 2018) concluso nel mese di ottobre 2020 e cofinanziato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, è nato per contribuire alla promozione concreta di modelli economici sostenibili e responsabili, favorendo un reciproco esercizio di responsabilità, da parte di ogni consumatore e di ogni singola azienda. Le attività del progetto si sono inserite come contributo nel raggiungimento degli Obiettivi dell’Agenda Onu 2030, Goal 12, “Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo”.

La finalità del progetto è stata sensibilizzare la cittadinanza sui temi del consumo sostenibile, favorendo un cambio di abitudini di consumo, fornendo informazioni e monitorando l’assunzione di comportamenti virtuosi.

Per i giovani è iniziato, nel 2019 il percorso teatrale interattivo “SOTTOilCOSTO: un Percorso da ConsumAttori”. Nel 2020 si sono svolte le ultime tappe, di cui 1 in presenza: dal 10 al 21 febbraio, Palazzo Candiotti a Foligno, in provincia di Perugia, ha ospitato la mostra interattiva per sensibilizzare gli studenti sui temi della sostenibilità e della responsabilità sociale di consumo. Composto da scenografie e situazioni teatrali, il percorso è stato progettato come un gioco di ruolo: gli studenti, guidati da 8 attori/animatori e dai 2 ai 4 volontari di supporto all’animazione dell’iniziativa, hanno avuto la possibilità di sperimentare la propria condizione di cittadino/consumatore e, passando attraverso tutte le attività produttive, hanno toccato con mano le origini dei prodotti e gli aspetti negativi legati alla loro produzione, allo scopo di favorire lo sviluppo di un atteggiamento critico e responsabile sui propri consumi.

Con il blocco delle attività scolastiche in presenza dovuto all'emergenza Covid-19, la mostra ha

subito una trasformazione in chiave digitale: è stato creato e inviato alle scuole un kit che comprende uno storytelling del percorso e la versione online di “SOTTOILCOSTO”. Come momento di confronto sono state attivate delle “piazze virtuali” in cui gli studenti hanno avuto la possibilità di condividere con un educatore e con un esperto di consumo responsabile la loro esperienza.

Grazie a questa attività sono stati complessivamente coinvolti, nelle attività in modalità “frontale”, 5.922 studenti, con altrettanti nuclei familiari, e 287 insegnanti delle strutture ospitanti. A questi vanno aggiunti 53 studenti e 3 docenti referenti per le 2 “piazze” realizzate in modalità da remoto. Oltre 1.374 studenti hanno partecipato al Percorso teatrale interattivo in modalità online attraverso la piattaforma digitale realizzata per la rimodulazione.

A conclusione delle attività nelle scuole è stato realizzato un “Quaderno sulla responsabilità sociale di consumo – under 18”.

Per gli adulti, si è concluso il percorso di Teatro Forum “Il grande Trasloco”, ideato con l’obiettivo di sensibilizzare i cittadini sui “conflitti” generati nella società dal proprio ruolo di consumatore nell’atto di una scelta di acquisto e far emergere il punto di vista dei singoli consumatori su questioni molto complesse e attuali che vedono il consumatore come soggetto economico e l’atto di consumo al centro del canovaccio. Attraverso delle scene legate al consumo di alcuni prodotti, questo spettacolo fa riflettere sui diritti di chi consuma, lavora, produce, di chi subisce la voracità di un sistema che mira ad un’espansione totale impossibile, un sistema dove il potere è in mano a pochissimi soggetti che indirizzano e controllano il “mercato”. Lo spettacolo ha fatto tappa in 9 Regioni: le serate teatrali, tutte dal vivo, hanno visto la partecipazione di oltre 620 spettatori e hanno raccolto un riconoscimento unanime tanto da ricevere in più occasioni la richiesta di ospitare parte della tournée.

A conclusione delle attività rivolte agli adulti è stato realizzato un video sul consumatore socialmente responsabile over 18.

E’ stata inoltre realizzata la Ricerca-studio sull’implementazione del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254, sull’obbligo relativo alla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario delle piccole e medie aziende nei settori agroalimentare, chimico, tessile e delle nuove tecnologie. I

risultati della ricerca sono stati presentati nell'evento online conclusivo del progetto, il 7 ottobre 2020, cui hanno partecipato esponenti del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali, Consob, Unicredit e Eni.

Cittadinanza economica e inclusione finanziaria



InCOME

Sono proseguite le attività del progetto “InCOME - Inclusione, Cittadinanza economica e nuove Opportunità di integrazione dei Migranti tramite l’Educazione finanziaria” - finanziato dal Ministero dell’Interno, a valere sul Fondo Asilo Migrazione e Integrazione - FAMI, con l’obiettivo di favorire la conoscenza sui temi dell’inclusione finanziaria e della cittadinanza economica, temi meno noti e meno agiti nell’ambito dell’immigrazione. Essere capaci e competenti nel progettare la propria vita finalizzandola al benessere: questo uno dei principi della cittadinanza economica promosso dal progetto e concetto molto significativo in una realtà mondiale in cui 1 persona su 30 è un migrante, per la maggior parte economico (230 milioni di persone) e originario del Sud del mondo (81,6%).

Il progetto nasce dall’incontro tra Movimento Consumatori, CIES Onlus e Dedalus Cooperativa Sociale, impegnate da anni sul territorio a promuovere pari opportunità e tutela dei diritti. E’ un progetto di mediazione di sistema svolto in tre città italiane, Torino, Roma e Napoli e in collegamento con il partner greco EEKE - Union of Working Consumers of Greece.

Queste le attività di progetto:

- Ricerca valutativa finalizzata a costruire, verificare e validare in corso d'opera le attività implementate e ad esplorare per singolo territorio le problematiche in ambito finanziario delle comunità immigrate oggetto del servizio.
- Percorsi di formazione interattivi per mediatori interculturali e operatori dell'ambito finanziario.
- Servizi sperimentali innovativi finalizzati ad orientare e supportare i cittadini immigrati e a favorire l'inclusione finanziaria all'interno di servizi pubblici e privati già attivi sul territorio.
- Elaborazione di un modello di intervento di inclusione finanziaria per cittadini immigrati innovativo e replicabile in altri contesti e territori.
- Scambi di buone pratiche a livello nazionale e europeo a Torino, Roma, Napoli e in collegamento con il partner europeo EEKE - Union of Working Consumers of Greece.
- Manuale di buone pratiche ad uso di operatori e mediatori e eventi pubblici di disseminazione.

Ad ottobre 2018 è stata avviata la fase di indagine esplorativa iniziale e tra febbraio e marzo 2019 si sono svolti a Roma, Torino e Napoli 3 focus group con 33 mediatori e mediatrici di 18 diverse nazionalità, coinvolti nell'attività di ricerca in quanto "osservatori privilegiati" delle proprie comunità di appartenenza.

Da giugno 2019 è stata avviata la fase della formazione di base, rivolta ad operatori e mediatori interculturali e condotta con metodi interattivi e laboratoriali: si sono svolti 6 corsi, 2 a Roma, 2 a Torino e 2 a Napoli cui hanno partecipato circa 60 operatori e mediatori.

Nel mese di dicembre 2019 si è dato il via agli sportelli sperimentali di inclusione finanziaria, attivi a Torino, Roma e Napoli, che rappresentano la parte principale dell'attività di ricerca. Gli sportelli sono stati attivati da un'équipe composta da operatori di Movimento Consumatori e mediatori interculturali che hanno offerto gratuitamente un servizio di informazione e orientamento. Presso gli sportelli i cittadini hanno potuto acquisire informazioni prima di sottoscrivere un conto corrente o un altro servizio bancario; reperire aggiornamenti su agevolazioni economiche in grado di migliorare la vita; orientarsi prima di accedere ad un prodotto di credito; prevenire, informandosi, il fenomeno del sovraindebitamento; imparare a gestire il proprio budget familiare; conoscere i propri diritti e attivarsi se non vengono riconosciuti.

Dal 15 marzo 2020, a causa dell'eccezionalità della situazione dovuta all'emergenza Covid-19 e della mutata sensibilità nell'opinione pubblica e nelle comunità di migranti rispetto all'organizzazione di manifestazioni "in luogo pubblico o privato", relativamente alle attività di formazione/informazione non è stato possibile garantire l'effettiva calendarizzazione delle attività.

Si è scelto pertanto di proseguirne alcune in modalità da remoto e con interventi mirati, adattandole alle nuove esigenze e prendendo atto delle limitazioni che, di fatto, impedivano la normale attività. Dal mese di luglio 2020 il servizio sperimentale di sportello è stato formalmente riattivato. Per dare continuità al servizio e a nuove richieste pervenute anche a causa dell'emergenza sanitaria (ad esempio, agevolazioni previste dal decreto Cura Italia), sono stati attivati gli sportelli su Torino, Roma e Napoli in modalità da remoto e nelle funzionalità già previste, ossia con consulenze singole e incontri formativi/informativi a gruppi di utenti su temi specifici con possibilità di accedere alle consulenze singole in un secondo momento. Inoltre, si è propepo per una rimodulazione della formazione avanzata in modalità e-learning, sfruttando la stessa per ampliare anche la partecipazione alla formazione base. In ultimo, è stato dato avvio all'attività di scambio buone prassi attraverso l'uso di piattaforma certificata e assistenza in aula virtuale. Il primo appuntamento tra gli operatori dei tre sportelli ha avuto luogo il 29 dicembre 2020.

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

Lotta alle disuguaglianze e pari opportunità di accesso ai servizi, alle informazioni e all'esercizio dei propri diritti e delle forme di tutela



Consapevolmente consumatore, ugualmente cittadino

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

Da marzo 2020 a fine progetto, Movimento Consumatori ha attivato un call center nazionale che offriva ai cittadini assistenza sui servizi digitali della pubblica amministrazione con l'obiettivo di ridurre le disuguaglianze di accesso e di fruizione a questi servizi e informare, nel contempo, sul diritto alla tutela della privacy degli utenti. L'associazione ha offerto assistenza gratuita anche presso i suoi sportelli di Torino, Milano, Rovigo, Perugia, Livorno, Roma, Caserta e San Severo (Foggia), e tramite lo sportello online www.sportello.movimentoconsumatori.it.

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

L'emergenza sanitaria dovuta al Covid-19, ha comportato un'inevitabile rimodulazione delle attività previste in chiave digitale. Sono stati realizzati:

- 3 convegni universitari dove si sono affrontati in particolar modo gli aspetti di tutela dei diritti dei consumatori, la lotta alle disuguaglianze prodotte dai processi di digitalizzazione, l'analisi delle criticità esistenti nei rapporti tra cittadino e PA. Gli eventi sono stati rimodulati necessariamente in modalità da remoto di intesa con gli atenei interessati;
- 15 incontri per le scuole, rimodulati in modalità FAD, finalizzati a ridurre il gap informativo e tecnico per consentire ai giovani di comprendere i moderni algoritmi che governano i processi di digitalizzazione e l'uso consapevole dei dati personali;
- 5 giornate dedicate al target anziani e finalizzate ad attuare un piano di alfabetizzazione digitale per ridurre il digital divide correlato al fattore età, anch'esse rimodulate in modalità FAD;
- 1 evento nazionale conclusivo delle attività progettuali che a causa del protrarsi dello stato di incertezza sanitaria e le limitazioni poste alle aggregazioni consentite si è svolto anch'esso in modalità da remoto. Il webinar, dal titolo "Digitalizzazione e PA, lo spazio pubblico come tutela di cittadinanza nella negoziazione sociale permanente" si è svolto il 14 gennaio 2021 ed è stata occasione di presentazione del report "Nuovi modelli di governance e di privacy nella transizione digitale", realizzato sempre nell'ambito del progetto.

MC ha realizzato anche un utile "Vademecum sui servizi digitali della PA e tutela della privacy".

Economia circolare e salvaguardia dell'ambiente



BIONTOP

Movimento Consumatori partecipa al progetto di ricerca e innovazione finanziato dalla Bio-based Industries Joint Undertaking, che vede la collaborazione di 20 istituzioni europee, provenienti da otto differenti Paesi, riunite in consorzio (Italia, Spagna, Belgio, Germania, Olanda, Repubblica Ceca, Estonia e Croazia).

L'obiettivo è la creazione di nuovi imballaggi riciclabili e economicamente competitivi che possano contemporaneamente essere meccanicamente riciclabili, compostabili (a livello industriale come domestico) e smaltibili attraverso processi di digestione anaerobica. Con questo fine, il consorzio europeo si propone di formulare nuovi copolimeri e composti in PLA (Polylactic Acid - Acido Polilattato) a partire da fonti sostenibili e biologiche. In aggiunta a questo, ci si propone di migliorare le proprietà di imballaggi già in uso (come vassoi e pellicole), grazie a nuove tecnologie di coating che permettano contestualmente di diminuire la permeabilità degli imballaggi mantenendo però costi competitivi, soprattutto in comparazione con quelli a base fossile.

A tal fine MC ha elaborato un questionario pubblico "Valutazione sulla percezione dei consumatori sulle bioplastiche", per verificare la percezione del consumatore medio rispetto al concetto di imballaggio sostenibile cercando contestualmente di studiare se, e in che forme, questo potrà influenzare le scelte di consumo.

Nella diffusione del questionario, MC ha deciso di coinvolgere non solo i partner BIONTOP, ma anche il proprio partner ECU - Unione Europea dei Consumatori - al fine di realizzare un'indagine in grado di raccogliere il punto di vista delle associazioni dei consumatori europei. Sono state direttamente coinvolte nella diffusione del questionario le associazioni di cinque diversi Paesi (Italia, Spagna, Grecia, Malta e Francia), inoltre, sono stati raccolti questionari anche in Germania, Olanda e Belgio,

con il supporto di una società esterna in grado di realizzare interviste CAWI.

Successivamente MC ha organizzato tre focus group per discutere i risultati raccolti. A causa delle limitazioni dovute all'emergenza pandemica i focus group si sono svolti solo tramite conference call.

Il primo, nel mese di dicembre 2020, ha avuto lo scopo di discutere e ragionare sulle nuove sfide e sulle nuove opportunità che le bioplastiche porteranno nel nostro immediato futuro. Per fare il punto su quale sia il ruolo dei consumatori e delle associazioni che li rappresentano, MC ha coinvolto 6 associazioni di 4 Paesi europei per confrontarsi sulle nuove tendenze che si stanno concretizzando nel comportamento dei consumatori.

Il secondo, a marzo 2021, ha avuto lo scopo di approfondire le opportunità del mondo delle bioplastiche attraverso il confronto con alcune realtà imprenditoriali della filiera alimentare. Per fare il punto su opportunità e limiti di un mercato in continua evoluzione, MC ha coinvolto imprese della grande e media distribuzione e della produzione alimentare che hanno condiviso aspettative e quotidiane necessità relative al mondo dei confezionamenti Bio-based.

Infine MC ha organizzato un ciclo di cinque appuntamenti che rappresentano il terzo e ultimo focus group previsto nell'ambito del progetto. Per l'occasione sono stati coinvolti rappresentanti di tre amministrazioni comunali (Parma, Campobasso e Bologna), di un'associazione di categoria (Assobioplastiche) e di una di regolamentazione nazionale (Nuovo Consorzio nazionale per il riciclo organico degli imballaggi in plastica biodegradabile e compostabile – Biorepack). Tutti gli incontri hanno rappresentato un importante momento di confronto per comprendere sfide e opportunità delle bioplastiche.

Tutti i dati raccolti attraverso il questionario online e i focus group sono stati analizzati dallo staff di Movimento Consumatori che, su questa base, ha elaborato una serie di raccomandazioni, raccolte in un report conclusivo, promosse tra i vari stakeholder nazionali e europei, al fine di sostenere e promuovere comportamenti virtuosi dei consumatori nei confronti dell'ambiente e dell'utilizzo di materiali in bioplastica.

CAMPAGNE E ALTRE ATTIVITA'

Sicurezza e qualità dei prodotti e dei servizi

Campagne Stop TTIP e Stop CETA

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

Il 2020 è stato segnato dall’accelerazione del Governo su TTIP e Mercosur. Il Governo italiano precedente non aveva discusso la sua posizione con le parti sociali – neanche con il Parlamento italiano – prima di concedere il nuovo mandato negoziale, e quello in carica ha taciuto sull’accelerazione. Questa mancanza di trasparenza è inaccettabile per le organizzazioni della società civile. La campagna StopTTIP ha organizzato, l’11 febbraio 2020, una conferenza stampa alla Camera per chiedere al Governo italiano di aprire un confronto programmatico trasparente con i parlamentari nazionali e europei, i sindacati, le associazioni ambientaliste, di produttori e della società civile, perché l’Italia diventi capofila di nuove politiche commerciali che lavorino meglio per l’economia, per i diritti, per l’ambiente e per i territori.

Inoltre, il 21 febbraio 2020 siamo scesi in piazza a Roma insieme a Fridays For Future Roma e organizzazioni ambientaliste e della società civile: da Greenpeace a Terra!, da Slow Food a Climate Save, fino ad Associazione Rurale Italiana, Forum dell’Acqua ed ExtinctionRebellion. Mobilitazioni ci sono state anche a Pisa e Torino da parte dei gruppi locali di Fridays For Future.

Adeguate informazione e corretta pubblicità

La Mia Assicurazione

L’8 luglio 2020 è stato presentato in diretta sulla pagina facebook di Movimento Consumatori, il

progetto “La Mia Assicurazione”, che Movimento Consumatori ha realizzato insieme al Forum Ania-Consumatori all’interno del programma “Più informati, più protetti”. Il tema al centro del progetto è l’educazione finanziaria e gli obiettivi sono quelli di sensibilizzare i cittadini a riflettere sull’utilità e sull’opportunità di tutelarsi da alcuni rischi; fornire conoscenze di base utili per operare scelte adeguate e coerenti con i propri bisogni. Per raggiungere queste finalità il progetto ha previsto: **un’indagine** per valutare le conoscenze dei consumatori in materia di protezione dei rischi e finalizzazione del risparmio e **una guida** che fornisce informazioni semplici e chiare sul concetto di assicurazione e sulle ragioni per cui assicurarsi. L’indagine è stata condotta su un campione di più di 1000 cittadini consumatori mediante un questionario articolato in domande specifiche per i diversi settori analizzati. Al contrario di molte ricerche fin qui svolte, che hanno indagato la diffusione del settore assicurativo analizzando i volumi di premi raccolti dalle imprese assicuratrici, questo rapporto affronta il tema dal punto di vista dei consumatori. In questa ricerca si è indagata la propensione dei cittadini a sottoscrivere polizze assicurative, chiedendo quante e quali assicurazioni hanno sottoscritto e rilevando un ampio ventaglio di informazioni che consentono di mettere in relazione la propensione alla sottoscrizione non solo con le caratteristiche sociodemografiche dei soggetti, ma anche con la loro percezione del rischio e dei propri bisogni. La diffusione delle polizze assicurative è stata indagata facendo riferimento a cinque ambiti: casa, vita (assicurazione vita caso morte), risparmio/investimento, salute e previdenza complementare. Sono state volutamente escluse le polizze per la copertura della responsabilità civile derivante dalla circolazione dei veicoli, proprio in virtù della loro obbligatorietà.

Trasparenza semplice

Progetto di Abi (Associazione bancaria italiana) in collaborazione con le associazioni dei consumatori (tra cui MC) e le banche,

Il lavoro del 2020 sugli strumenti info-educativi diretti alla clientela retail è stato finalizzato a realizzare strumenti di informazione su temi di attualità e su novità normative con impatti significativi per la clientela, utilizzando un format facilmente fruibile come quello delle infografiche. In particolare MC ha apportato il proprio contributo nel gruppo di lavoro che ha trattato i temi della prevenzione delle truffe e della sicurezza. I lavori del gruppo si sono conclusi con la realizzazione di una specifica infografica “Truffe, scippi e raggiri – un vademecum per agire in sicurezza dentro e fuori la filiale”.

Noi & UniCredit

È stato rinnovato il 16 novembre l'accordo di collaborazione fra UniCredit e 13 associazioni dei consumatori tra cui MC. Le parti hanno confermato l'impegno reciproco a un confronto aperto e costruttivo per accrescere la tutela dei consumatori e la soddisfazione dei clienti. Il programma di collaborazione "Noi&UniCredit", avviato nel 2005, ha consentito negli anni di focalizzarsi su temi di valore per i cittadini come trasparenza, semplificazione, educazione bancaria, inclusione finanziaria e conciliazione paritetica e di realizzare iniziative e strumenti concreti come decaloghi, guide e **percorsi di finanzialeducation** veicolati con modalità innovative quali app e campagne su media e social network per favorirne la diffusione fra i consumatori e indirizzare scelte bancarie e finanziarie sostenibili, in particolare da parte delle categorie più vulnerabili quali giovani e anziani.

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

Manifesto per l'energia del futuro

Valutare adeguatamente la qualità di un servizio è possibile quando ci sono trasparenza e correttezza nel rapporto tra aziende e utenti. Movimento Consumatori e altre associazioni hanno aderito al "Manifesto per l'energia del futuro" e si sono impegnate – insieme alle società promotrici Edison, ENIGIE, Sorgenia, E.ON – per consentire a cittadini e a imprese di godere finalmente dei benefici di un mercato pienamente concorrenziale.

Nell'ambito del "Manifesto per l'Energia del futuro", nato per sostenere il consumatore nella transizione al mercato libero dell'energia, grazie all'impegno delle associazioni e delle aziende aderenti, nel mese di maggio è stato elaborato un vademecum quale strumento di facile consultazione per orientare le famiglie e accompagnarle nella conoscenza degli strumenti di sostegno promossi dall'Arera (Autorità di regolazione per l'energia, reti e ambiente) a favore dei consumatori e le misure aggiuntive che le aziende del settore energetico hanno messo in campo

per fronteggiare l'emergenza.

Energia: Diritti a Viva Voce

Nell'ambito del settore energia e gas e idrico, è stato rinnovato per il triennio 2020-2022 il **progetto** "Energia: Diritti a Viva Voce", finanziato dall'Autorità di regolazione per energia reti e ambiente (Arera). Grazie ad attività di informazione e di consulenza degli sportelli attivi sul territorio nazionale, il progetto ha contribuito a rendere i consumatori sempre più informati e consapevoli in un mercato dell'energia e del gas sempre più competitivo. MC gestisce gli sportelli di Torino, Caserta e Vercelli. In merito all'attività del gruppo di lavoro tra AACC, nonostante lo stato emergenziale che ha investito tutto l'anno 2020, si ritengono raggiunti con successo gli obiettivi, in particolare quello di avviare un percorso di qualificazione differenziato per livello di preparazione degli sportellisti. Inoltre, di intesa con l'associazione capofila, è stato avviato il lavoro di raccordo con il gruppo comunicazione attraverso anche il diretto coinvolgimento degli sportelli nella costruzione di iniziative coordinate per individuare i temi di maggiore interesse finalizzati a migliorare l'attività di assistenza e di informazione atta ad agevolare il processo di conoscenza e quindi di scelta consapevole nella prospettiva dell'applicazione delle nuove regole di mercato.

Circular Economy Lab

L'obiettivo del progetto promosso da Eni, insieme ad associazioni di consumatori e università, è quello di sviluppare, attraverso attività di collaborazione e co-creazione, approfondimenti e ricerche sull'economia circolare dando avvio ad una piattaforma di dialogo, confronto e collaborazione tra tutti gli attori.

Nuovi orizzonti della tutela collettiva

L'associazione è da sempre attiva sul tema dell'"azione di classe". Nel 2020 MC, grazie al knowhow dei propri esperti, ha contribuito attivamente alle proposte del CNCU per l'immediata

attuazione delle nuove disposizioni sull'azione di classe introdotte dalla l. 12 aprile 2019, n. 31 e relativi decreti attuativi elaborate sullo schema di decreto del Ministero della Giustizia di concerto con il Ministero dello Sviluppo economico in materia di azione di classe.

ATTIVITA' DI TUTELA DEL CONSUMATORE

Il 2020 è stato caratterizzato dalla riorganizzazione del Servizio legale nazionale dell'associazione con l'adozione delle linee guida, approvate dal Consiglio direttivo nazionale che determinano gli ambiti di attività e i settori di riferimento, con un coordinamento nazionale aperto alla partecipazione delle sedi territoriali e delle associazioni federate.

Tutela individuale

L'attività di assistenza e di consulenza di MC è stata attiva e operativa tutto l'anno, anche nel periodo dell'emergenza pandemica, consentendo ai cittadini di trovare risposte e assistenza sia attraverso gli strumenti nazionali sia attraverso le strutture territoriali attive. Per venire incontro alle esigenze dei consumatori durante l'emergenza sanitaria, MC ha potenziato i suoi canali di contatto e ne ha realizzati ex novo:

- attivazione di un call center dedicato, che ha permesso la divulgazione tempestiva di informazioni corrette ed aggiornate, migliorando l'assistenza e la consulenza e quindi la tutela dei consumatori;
- potenziamento del servizio di sportello online, già attivo e disponibile h24;
- creazione di un servizio di assistenza da remoto e/o in presenza che ha coinvolto la rete territoriale delle sezioni MC secondo le previsioni regolatorie vigenti per lo stato emergenziale.

Tutela collettiva

MC ha attuato un'intensa attività di **tutela collettiva** dei consumatori in diversi settori colpiti - direttamente o indirettamente - dalle misure adottate durante l'emergenza sanitaria. In

particolare, ha svolto la sua attività di assistenza per:

- **RICHIESTA RIMBORSI** - Le misure di chiusura degli stadi e la realizzazione di ogni competizione sportiva senza pubblico ha colpito oltre 350 mila consumatori che, nonostante il pagamento di regolari abbonamenti, si sono trovati nell'impossibilità di usufruire del servizio senza alcun rimborso economico. A questo si devono poi aggiungere le migliaia di consumatori frequentatori di piscine, palestre, impianti stagionali, teatri e corsi sportivi che, con l'interruzione delle attività delle strutture, si sono trovati anch'essi danneggiati e senza alcun ristoro. MC ha offerto assistenza anche per la richiesta di rimborsi in ambito scolastico: rette, corsi e gite.
- **TUTELA DA PRATICHE COMMERCIALI SCORRETTE**– A sostegno dei diritti dei cittadini, MC ha dato vita ad azioni di tutela collettiva che consentono la tutela dei consumatori anche qualora gli stessi non abbiano strumenti cognitivi e economici per tutelare i propri diritti tramite la rete degli sportelli o qualora abbiano difficoltà a recarsi presso le sedi per l'assistenza individuale. MC, viste le numerose segnalazioni pervenute, ha inviato un esposto all'Antitrust affinché valutasse la legittimità della procedura di gestione e delle comunicazioni di cancellazioni dei voli Alitalia ritenuta una *pratica commerciale scorretta*. L'attività di MC non si è fermata alla sola Antitrust ma ha coinvolto tutte le Autorità Nazionali di Regolazione competenti. Inoltre, MC ha inviato diffide ai principali operatori di mercato al fine di richiedere la cessazione dei comportamenti illeciti.
- **FINANZIAMENTI** – In una fase economica così delicata ogni ristoro risulta fondamentale in un bilancio familiare. E' con questa prospettiva che MC, attraverso diverse azioni collettive inibitorie, ha ottenuto la nullità delle clausole contrattuali utilizzate da diverse finanziarie fino al mese di aprile 2020 che regolavano l'estinzione anticipata dei contratti di credito, apportando beneficio ai consumatori interessati.

L'associazione effettua regolarmente segnalazioni/esposti alle Autorità di controllo italiane (soprattutto AGCM) ed è soggetto abilitato a effettuare segnalazioni esterne ex Regolamento UE 2017/2394.

Alcune azioni svolte nel 2020:

Telefonia: fatturazione a 28 giorni

Nel 2020, l'associazione ha portato avanti alcuni giudizi sommari ex art. 702 bis c.p.c, avviati nella seconda metà del 2018, per ottenere la conferma dei provvedimenti cautelari già emessi dal tribunale di Milano (e dallo stesso confermati con la reiezione dei reclami proposti dalle compagnie) con cui si inibiva l'uso delle clausole di fatturazione a 28 giorni, anche nella gestione dei reclami presentati dagli utenti per ottenere il rimborso automatico del corrispettivo pari ai giorni di servizio fatturati in più (i c.d. giorni erosi). In particolare, i legali dell'associazione - facendo leva su alcuni spunti emersi nelle motivazioni delle sentenze rese in sede cautelare - hanno esteso la richiesta di inibitoria della clausole anche con riferimento al periodo antecedente all'entrata in vigore della delibera AGCOM n. 121/17/CONS, in forza di preesistenti norme nazionali e unionali che già imponevano la cadenza mensile come standard legale per misurare la fornitura anche dei servizi telefonici, sia fissi sia mobili; e anche con riferimento a tutti quegli utenti che avevano esercitato il diritto di recesso - per ragioni indipendenti dalla fatturazione anomala di cui sopra - prima del ritorno alla fatturazione mensile (avvenuto ad aprile 2018) cui gli operatori sono stati costretti e dall'emanazione della legge n. 172/2017; e dall'attività di moral suasion posta in essere (anche con applicazione di sanzioni) da parte dell'AGCOM; e, infine, dai succitati provvedimenti cautelari ottenuti dall'Associazione. Questi giudizi dovrebbero concludersi nel 2021.

Inoltre, sempre nel 2020, l'associazione ha monitorato i vari giudizi amministrativi conclusi con diverse pronunce del Consiglio di Stato, che da un lato hanno affermato definitivamente l'obbligo degli operatori di effettuare il rimborso diretto ed automatico dei c.d. giorni erosi, secondo i criteri di cui alla delibera AGCOM n. 269/18/CONS; dall'altra, hanno sollevato questione pregiudiziale alla Corte di Giustizia Ue, per verificare se - secondo la prassi in uso nelle Corti degli altri Paesi membri - vi siano ostacoli a considerare conforme al diritto unionale l'imposizione, da parte di un'Autorità statale di regolazione del settore, di standard di durata minima della cadenza di fatturazione dei servizi di telecomunicazioni.

Società calcistiche: clausole vessatorie negli abbonamenti Serie A

L'AGCM, a seguito di esposti di MC nel 2019, ha aperto 9 procedimenti nei confronti di altrettante società di Serie A con riguardo alle clausole vessatorie contestate dall'associazione, relative all'esclusione di rimborsi in caso di chiusura di stadi o di settori dello stadio e a limitazioni di

responsabilità delle società sportive.

I procedimenti sono stati conclusi con accertamento dell'illegittimità delle clausole contestate con provvedimenti pubblicati il 13 novembre 2020 .

Banche e Finanziarie

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

I procedimenti innanzi al tribunale di Milano avviati nel 2019 si sono conclusi all'esito dei reclami con ordinanze, pubblicate il 3 ottobre 2020, di accoglimento delle domande inibitorie e ripristinatorie formulate dall'associazione nei confronti di 3 società finanziarie con sede legale a Milano. Analogamente, il tribunale di Torino, con ordinanza del giudice monocratico del 23 ottobre 2020, ha accolto le stesse domande di MC nei confronti di società con sede legale a Torino.

Sono proseguiti i contenziosi giudiziali ex art. 140 Cod. Cons., in vari gradi di giudizio, nelle azioni avviate da MC nei confronti di banche per la violazione del divieto di anatocismo introdotto dalla legge di Stabilità 2014.

Trasporto di media-lunga percorrenza: diffide contro comportamenti lesivi

MC ha presentato esposti all'AGCM per presunte pratiche commerciali scorrette di compagnie aeree a seguito dei provvedimenti emergenziali nel periodo della pandemia; in particolare ha presentato un esposto sulla dubbia legittimità del sistema di gestione delle cancellazioni dei voli Alitalia.

Con provvedimento del 28 luglio 2020 l'esposto, riunito ad altri analoghi delle altre associazioni

dei consumatori, è stato accolto dall'AGCM.

Il 2 luglio 2020, MC ha inoltre inviato un esposto all'Antitrust per potenziali pratiche commerciali scorrette dell'agenzia di viaggi online VacationesEdreams s.l. che gestisce il sito Internet www.edreams.it.

La segnalazione è successiva a segnalazioni di consumatori che lamentavano mancate risposte da parte della società spagnola, in particolare, con riguardo all'impossibilità di evitare il rinnovo automatico dell'abbonamento "eDreams prime" (servizio per ottenere sconti nelle prenotazioni di hotel e voli), l'attivazione non richiesta dello stesso servizio e mancati rimborsi di voli pagati all'agenzia senza l'emissione dei relativi biglietti. Non risulta l'apertura del procedimento.

Assicurazioni

MC ha inviato diversi esposti e segnalazioni alle autorità in campo assicurativo e ha diffidato diversi gruppi assicurativi ex art. 140 del Codice del consumo. Si evidenziano:

- Segnalazione all'AGCM sul prodotto assicurativo denominato AutoMia Reale della Società Reale Mutua Ass.ni: contenuto della polizza in violazione degli artt. 20 e 21 lett. a), b) Cod. Cons.
- Segnalazione relativa a criticità nelle valutazioni del valore di mercato degli autoveicoli usati. Possibili barriere all'ingresso nel mercato dei sistemi di valutazione dell'usato. Il ruolo di Edizioni Sanguinetti, di Editoriale Domus, delle reti di concessionarie e delle imprese assicurative. Sussistenza di pratiche commerciali scorrette e ingannevoli ai danni dei consumatori. Violazione degli obblighi di diligenza, correttezza e trasparenza ex art. 183 Cod. Ass.
- Segnalazione all'IVASS sul prodotto assicurativo denominato AutoMia Reale della Società Reale Mutua di Ass.ni: contenuto della polizza in violazione degli artt. 185 e 185 bis, 131, 166, 183 cod. ass. priv. Richiesta di provvedimenti in merito.
- Diffide ex art. 140 cod. cons.: diffide alla cessazione di comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori. Pratiche commerciali scorrette messe nei confronti di Unipolsai, Reale Mutua, Italiana Ass.ni, Vittoria Ass.ni, Zurich, Assimoco, Conte.it.

- MC ha inoltre depositato le proprie osservazioni nel procedimento istruttorio dell'AGCM CV183: caso LLOYD'S obbligo di perizia. Clausole presunte vessatorie nelle polizze infortuni nei contratti con i consumatori.

Interventi di MC in altri settori:

- Segnalazione all'AGCM dell'adozione e utilizzo di clausole vessatorie, di pratiche commerciali scorrette e ingannevoli nonché di scorretta informazione in sanità da parte di FarmasuisseSrl (Istituto HelveticoSanders).

- Osservazioni nel procedimento AGCM CV/194 nei confronti della Società Google LLC e Google Ireland Limited per la presunta vessatorietà di talune clausole contrattuali rivolte ai consumatori.

- Osservazioni nel procedimento CV/196 AGCM nei confronti della Società Apple Distribution International per la presunta vessatorietà di talune clausole contrattuali rivolte ai consumatori.

- Memoria interlocutoria in sede di consultazione nell'ambito del procedimento CV/195 instaurato dall'AGCM nei confronti della Società Dropbox International Unlimited Company per la presunta vessatorietà di talune clausole contrattuali rivolte ai consumatori.

- Garante Privacy. Segnalazione ex art. 144 Codice Privacy e art. 58 Regolamento GDPR: richiesta di chiarimenti e provvedimenti G Suite for education di Google - rispetto alla protezione dei dati personali degli studenti minorenni.

- Esposto alla procura della Repubblica del tribunale di Massa in merito all'inquinamento del fosso Lavello e al supposto mancato e /o parziale funzionamento dei depuratori livello 1 e livello 2 di Massa gestiti dalla società in house Gaia SpA.

- Esposto alla procura della Repubblica del tribunale di Massa in merito alla messa in sicurezza d'emergenza delle sorgenti di contaminazione attiva persistenti nel SIN/SIR (Sito di bonifica interesse nazionale e regionale) di Massa-Carrara.

- Diffide per mancato adeguamento cookie policy al Regolamento GDPR 679/2016. Richiesta di cessazione di comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti ex art. 139 del

d.lgs. 6 settembre 2005 n. 206.

- Diffide a diverse società energetiche per clausole vessatorie.

TUTELA GIURISDIZIONALE

Caso Fonsai: processo di Torino

L'associazione ha continuato a monitorare la situazione dei processi penali contro i maggiori azionisti e i vertici dell'ex Fondiaria Sai, in cui Movimento Consumatori e un migliaio di risparmiatori che si sono affidati ai legali dell'associazione si erano costituiti parte civile tra il 2013 e il 2014.

In particolare, i legali dell'associazione si sono occupati di contrastare la richiesta di archiviazione del processo penale, già trasferito per competenza territoriale dal tribunale di Torino a quello di Milano; senza purtroppo riuscire nell'intento, visto che il GIP di Milano ha poi di recente accolto la richiesta del PM, disponendo l'archiviazione per non luogo a procedere.

Caso MPS

I due processi penali di primo grado contro i vertici di banca MPS, per operazioni di falsificazione dei bilanci compiuti tra il 2009 e il 2015, nei quali migliaia di azionisti si erano costituiti parte civile con l'ausilio dei legali dell'associazione, sono giunti ad una conclusione: il tribunale di Milano infatti ha condannato gli imputati e i responsabili civili anche a rifondere i danni patiti dalle parti civili, demandando al giudice civile la quantificazione degli stessi.

Per uno dei due procedimenti – quello più 'vetusto' – è già stato interposto appello e i legali del Movimento Consumatori sono impegnati nella predisporre le difese degli azionisti parti civili anche per quel grado di giudizio.

Caso Veneto banca

Nel 2020, il GUP del tribunale di Verbania ha dichiarato la propria incompetenza territoriale e

disposto il trasferimento al tribunale di Treviso del processo per una serie di truffe contrattuali compiute da dirigenti nazionali e territoriali a carico di un centinaio di azionisti (nel quale Movimento Consumatori era stato ammesso come parte civile). Sempre avanti al tribunale di Treviso era stato trasferito - sempre per incompetenza territoriale - anche altro processo penale, a carico dei medesimi vertici, avviato nel 2018 avanti al GUP di Roma, per reati di aggio, false comunicazioni sociali e ostacolo alla vigilanza. Quest'ultimo processo nel 2020 è passato dalla fase dell'udienza preliminare a quella del dibattimento ed è stato costantemente monitorato dall'associazione nell'interesse di migliaia di azionisti di Veneto Banca, che sono seguiti dai legali del Movimento Consumatori in sede civile, per l'ottenimento di rimborsi attraverso il F.I.R.

Per lo stesso motivo, MC ha seguito l'evolversi delle indagini penali che hanno portato alla richiesta di rinvio a giudizio dei vertici del revisore legale dei bilanci della Veneto Banca formulata dalla procura della Repubblica presso il tribunale di Roma.

ASSOCIAZIONISMO E INIZIATIVE PER "FARE RETE"

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

Con l'intento di rafforzare sempre più l'associazione e creare le condizioni per portare avanti con più forza la propria missione, particolare attenzione è stata data nel 2020 al percorso di riorganizzazione interna, esigenza manifestatasi a seguito della crescita di MC in termini di

quantità di attività, per ottimizzare efficienza e coesione come presupposto per creare una squadra di lavoro inclusiva e forte, che rafforzi la democraticità della governance. Tale sforzo organizzativo troverà il suo apice nel congresso nazionale di settembre 2021, che costituirà un momento di riflessione sugli obiettivi a lungo termine e sull'identità dell'associazione, che include le partnership, il "fare rete", i soggetti pubblici e privati con cui MC intrattiene rapporti a livello istituzionale, associativo, progettuale e politico.

La rete MC

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

Nonostante il difficile momento, nel 2020 l'associazione ha messo a disposizione della propria rete associativa e dei cittadini un grande lavoro di aggiornamento costante delle direttive dettate dai vari decreti legge emanati, sono stati sfruttati i canali comunicativi a disposizione per fare informazione e assistenza tramite lo sportello on line e il sito, aggiornato costantemente con informazioni di pubblica utilità, è stato predisposto un call center nazionale per tutte le tematiche legate al Covid (rimborsi viaggi, abbonamenti, sospensione mutui, ecc).

Sul fronte organizzativo, è stato rinnovato il Servizio legale nazionale.

ASviS – Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile

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

A partire da ottobre 2020, il gruppo di lavoro Goal 16 (Pace, giustizia e istituzioni solide), ha

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

Consumers' Forum

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

Nel 2020, sono proseguiti i lavori per la sottoscrizione di appositi protocolli di intesa tra associazioni di impresa e/o imprese stesse e associazioni dei consumatori interessate su punti e su obiettivi specifici e misurabili. In questo ambito sono proseguiti i lavori del protocollo "L'innovazione è cultura", firmato tra Edison e le associazioni di consumatori aderenti a Consumers' Forum con la finalità di co-progettare e promuovere esperienze e iniziative educative a favore dei consumatori, delle scuole e delle famiglie sulla base della politica di sostenibilità di Edison e del Manifesto per la sostenibilità consumerista di Consumers' Forum. L'obiettivo è quello di promuovere un consumo sempre più responsabile e consapevole dell'energia tra le persone che saranno coinvolte in queste iniziative.

Forum del Terzo Settore

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

Cisal

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

Campagna Abiti Puliti

Nel 2020, MC ha proseguito il suo impegno nella Campagna Abiti Puliti, sezione italiana della CleanClothesCampaign, una rete di più 250 partner che mira al miglioramento delle **condizioni di lavoro** e al rafforzamento dei diritti dei lavoratori **dell'industria della moda** globale.

Nel 2020, l'epidemia da Covid-19 è cresciuta e si è diffusa a livello globale. I lavoratori tessili nelle filiere globali, già costretti in situazioni di vita precarie, affrontano una crescente insicurezza man mano che le fabbriche chiudono per il calo degli ordini e le misure governative restrittive per proteggere la salute pubblica. In particolare i lavoratori sono stati colpiti da ciascuna delle ondate di questa pandemia. La campagna Abiti Puliti, cui MC aderisce, in collaborazione con i sindacati e le organizzazioni della società civile, ha promosso una petizione affinché la crisi sanitaria non debbano pagarla le operaie alle periferie delle filiere globali, chiedendo ai marchi e ai distributori di moda in Italia e in tutto il mondo di assumere condotte responsabili nella gestione delle loro catene di fornitura. La campagna Abiti Puliti ha inoltre lanciato, a giugno 2020, la piattaforma Fashion Checker, sostenuta anche da MC, tesa a coinvolgere il singolo cittadino a indirizzare le scelte per una economia più sostenibile. La piattaforma permette a lavoratori, attivisti e consumatori di conoscere dati reali sulle catene di fornitura dei più grandi marchi della moda, con l'intento di aumentare la trasparenza nell'industria tessile, facendo luce sui bassi salari, sugli straordinari eccessivi e sullo sfruttamento endemico del settore; contiene informazioni dettagliate sui salari, sulle condizioni delle donne e dei migranti e in generale sulla situazione di tutti i lavoratori. Sempre nell'ambito delle iniziative di Abiti Puliti, MC ha sostenuto a novembre 2020 il lancio della Campagna #PayYourWorkers: marchi e distributori hanno la responsabilità legale e morale di garantire che le lavoratrici nelle loro catene di fornitura non paghino il prezzo di questa pandemia. Accettare di pagare per gli ordini già effettuati non basta: devono assicurarsi

che i lavoratori ricevano i salari che gli spettano e le dovute indennità. I marchi sono i principali beneficiari di profitto nella catena del valore e quindi hanno la forza di intervenire. I principi guida delle Nazioni unite su imprese e diritti umani affermano chiaramente quale sia il ruolo e le responsabilità delle imprese rispetto ai diritti umani delle persone interessate dalla loro attività. Non possono sottrarsi. Per questo gli è stato chiesto di mostrare pubblicamente il loro impegno a salvaguardare il sostentamento delle lavoratrici, pubblicando l'adesione ad "un'assicurazione salariale" sui loro siti web: questo vuol dire garantire che le loro lavoratrici ricevano ciò che gli è dovuto, sia durante la pandemia che oltre, aderendo a un fondo di garanzia che assicurerà che le lavoratrici non restino senza reddito se la loro fabbrica fallisce.

In merito alla vicenda dell'incendio alla fabbrica tessile Ali Enterprises, che nel 2012 in Pakistan uccise oltre 250 lavoratori e lavoratrici, a dicembre 2020 la società di auditing italiana RINA Services S.p.A. si è rifiutata di assumersi le sue responsabilità per aver certificato come sicura la fabbrica di abbigliamento. I sopravvissuti pakistani, le famiglie dei deceduti e le organizzazioni per i diritti dei lavoratori insieme ad alleati europei avevano presentato istanza al Punto di Contatto Nazionale (PCN) dell'OCSE in Italia nel settembre 2018. Dopo mesi di mediazione, quando ormai si era arrivati a un passo dalla chiusura, almeno storica, di questa drammatica vicenda, RINA ha deciso di non firmare l'accordo che avrebbe garantito un sollievo economico alle famiglie colpite e obbligato l'azienda a migliorare le proprie pratiche di certificazione. Come punto di compromesso di un lungo processo di mediazione, il PCN aveva proposto innanzitutto che RINA si impegnasse a pagare 400.000 dollari alle persone colpite dall'incendio e che un rappresentante dell'azienda incontrasse le famiglie per esprimere la propria solidarietà. In secondo luogo, ha suggerito all'azienda di promuovere un miglioramento dei sistemi di certificazione globali, includendo ad esempio le pratiche di acquisto dei marchi committenti nei processi di audit, oltre a migliorare le sue pratiche di due diligence. Ciò includerebbe trasparenza sulle politiche in materia di gestione del rischio, corruzione e conflitto di interessi. Ritenendolo un compromesso accettabile - anche se non avrebbe reso piena giustizia alle famiglie colpite - le organizzazioni titolari dell'istanza (associazioni vittime, sindacati) hanno firmato l'accordo nel marzo 2020. RINA, invece, ha improvvisamente ritirato il suo impegno nel processo e si è rifiutata di firmare prima della scadenza, considerando il contributo economico alle famiglie come il più

grande ostacolo. Nella sua dichiarazione finale il PCN raccomanda a RINA di compiere comunque un "gesto umanitario" per le famiglie attraverso l'erogazione di un sostegno economico ed esprimendo cordoglio di persona. Movimento Consumatori, copresentatore dell'istanza al PCN, è determinato a spingere in tutti i modi, perché Rina abbia 'cuore' di aumentare i propri standard di due diligence e di compiere un gesto di aiuto umanitario pur in assenza di alcuna responsabilità 'diretta', adeguandosi volontaristicamente alle raccomandazioni dell'OCSE e così contribuendo all'evoluzione dello stato di diritto anche in questo settore, quello dell'audit e delle certificazioni.

Coordinamento dei Comitati e delle Associazioni per la depurazione, le bonifiche e la ripubblicizzazione del servizio idrico

Movimento Consumatori ha aderito al CCA dbr, **Coordinamento dei Comitati e delle Associazioni per la depurazione, le bonifiche e la ripubblicizzazione del servizio idrico**, composto da una rete di comitati e associazioni locali, regionali e nazionali nato per portare avanti in maniera determinata le istanze locali legate ai temi dell'acqua. Il CCA dbr è impegnato nel trovare soluzione agli annosi problemi legati al servizio idrico integrato gestito dalla S.p.A. in house GAIA, che serve 46 comuni delle province di Massa Carrara e Lucca. Sono state messe in atto azioni che hanno contrastato politiche che avrebbero portato ancor più a derive privatistiche (come quella di trasformare l'attuale in house GAIA in società Benefit o in una Società Consortile). Il Coordinamento ha prodotto dossier tecnico scientifici sulla gestione del sistema tariffario che hanno portato gli amministratori dei comuni a riflettere sulle loro scelte politiche. In ultimo si sta affrontando il tema del SIN di Massa Carrara altamente inquinato e in attesa di bonifiche da 33 anni.

Forum per lo Sviluppo Sostenibile

MC ha aderito al Forum per lo Sviluppo Sostenibile, promosso dal Ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare, finalizzato a coinvolgere attivamente la società civile nell'attuazione della strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile. Il Forum intende accompagnare l'attuazione della strategia nazionale e dell'Agenda 2030 attraverso il coinvolgimento degli attori che si

impegheranno a promuovere azioni e politiche a favore della sostenibilità.

Tramite percorsi di educazione e di informazione al consumo rivolti ai ragazzi e agli adulti, MC fornisce il proprio contributo al conseguimento degli obiettivi nazionali di sviluppo sostenibile, come previsto dall'art. 2 del Codice del consumo, che riconosce l'educazione al consumo come diritto fondamentale del consumatore e come strumento per favorire la consapevolezza dei propri diritti e la loro esigibilità.

Arci

MC ha proseguito questa storica partnership. Nel 2020 è stata affrontata un'emergenza epidemiologica che ha colpito il mondo intero, con pesanti ricadute a livello economico e sociale per tutti: uomini e donne, anziani e giovani, lavoratori e disoccupati. Nessuno ne è rimasto immune. Le due associazioni, Arci e MC, nonostante le difficoltà hanno proseguito sinergicamente nell'impegno per affermare e tutelare i diritti umani e civili. Oggi più che mai portano avanti con forza gli ideali di giustizia, democrazia e uguaglianza. Continuano a rafforzarsi e riconoscersi in percorsi comuni, seguendo nuove strade e nuove strategie per un'efficace azione sinergica, condivisa nei territori, fatta di attività comuni e anche di tesseramento congiunto.

Campagna ZeroZeroCinque

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

ECU

MC, in quanto socio, continua nelle attività promosse da ECU, associazione di consumatori di secondo livello fondata nel 2009 con l'obiettivo principale di unire le organizzazioni dei consumatori nazionali dei Paesi membri in un'associazione europea. Il segretario generale di MC

è stato eletto coordinatore della consulta giuridica del centro studi. Nel 2020, ECU è stato coinvolto da Movimento Consumatori nel progetto europeo BIONTOP.

EyeOnBuy

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

Arci Servizio Civile Roma

MC, da sempre favorevole alla costruzione di una rete di esperienze di servizio civile, ha aderito all’associazione Arci Servizio Civile Roma Aps, sede locale di ente di prima classe accreditato presso l’Ufficio per il Servizio Civile Universale. Nel 2020, con il progetto “Sportello AMiCo – Assistenza Migranti Consumatori” si è aggiudicata la possibilità di accompagnare per 12 mesi l’esperienza formativa e lavorativa di 4 volontari presso la sede nazionale nell’anno 2021.

Giornata di mobilitazione "Spegniamo la guerra, accendiamo la Pace!"

Il 25 gennaio 2020 si è svolta una giornata di mobilitazione internazionale, indetta dal movimento pacifista USA, contro la guerra di Trump all'Iran per riaffermare il rifiuto alle guerre, per ribadire la vocazione di pace e la solidarietà con le popolazioni e le comunità vittime di guerre, violenze, ingiustizie, repressioni, occupazioni. La giornata di mobilitazione in Italia è stata promossa da molte realtà associative (tra cui Movimento Consumatori), comitati e gruppi locali. La giornata si è articolata in tante iniziative sit in, fiaccolate, banchetti, flash mob, organizzate nelle città, nelle scuole, nei luoghi di lavoro. L'invito dei promotori è stato quello di esporre la bandiera della pace nelle sedi, nelle scuole, nei luoghi di lavoro, nelle abitazioni, nella giornata del 25 gennaio.

RAPPORTI CON ISTITUZIONI

MC partecipa agli incontri periodici presso le Autorità garanti (ARERA, AGCOM, AGCM, ART, IVASS ecc.), a consultazioni e pareri richiesti da Autorità, Ministeri, Governo italiano, Istituzioni europee.

Partecipa inoltre ai tavoli permanenti di lavoro costituiti con grandi gruppi bancari come Unicredit e Intesa San Paolo; in campo assicurativo dialoga e si confronta con IVASS e ANIA, partecipa ai tavoli sui trasporti, energia, telecomunicazioni. Nel settore del diritto alla salute partecipa a tavoli di confronto con l'Agenzia Italiana del Farmaco (AIFA) e Assogenerici. E' presente agli incontri periodici con il Consiglio Nazionale del Notariato, collaborando alla realizzazione di pubblicazioni divulgative come le "Guide per il cittadino". Dal 2020 partecipa al tavolo di lavoro con OCF (Organismo Congressuale Forense) sui rapporti tra AACC e avvocatura.

Interventi sulla Pubblica Amministrazione e sugli organismi legislativi

Nel 2020, MC ha partecipato, depositando i propri contributi, a diverse audizioni pubbliche, tra cui:

- Consultazione pubblica OCSE sulla Condotta Responsabile d'impresa e i trattati per gli investimenti;
- AGCOM Audizione su modifica del regolamento applicativo sulle procedure di risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche;
- Senato Audizione in merito alle iniziative per il recepimento della Direttiva Single Digital Market;
- Audizione 10^a Commissione del Senato nell'ambito dell'esame dell'affare assegnato sulla razionalizzazione, la trasparenza e la struttura di costo del mercato elettrico e sugli effetti in bolletta in capo agli utenti;
- Audizione Arera su Obiettivi Strategici e linee di intervento 2019-2021;
- Consultazione Arera sui bonus sociali automatici;
- Audizione 14[°] commissione Affari Europei del Senato sul disegno di legge n. 1721 (Legge di delegazione europea 2019);
- Audizione commissioni Finanze di Camera e Senato sulla proposta di legge C. 2104;
- Nota alle Commissioni di Camera e Senato su “La disciplina del sovraindebitamento in tempo di crisi: interventi normativi e sostegno pubblico”;
- Osservazioni in materia assicurativa alla bozza scheda informativa per le AACC in relazione all'emergenza sanitaria Covid 19;
- Osservazioni sulle “Linee Guida sull'utilizzo dei cookie e di altri strumenti di tracciamento” del Garante Privacy (Del. n. 255 del 26 novembre 2020);
- Parere al CNCU su segnalazione concernente mancato rimborso azioni banca BAPR.

MC ha anche partecipato con un proprio contributo ai lavori della Direzione Generale Giustizia e Consumatori della Commissione europea, che ha avviato uno studio preparatorio finalizzato a raccogliere informazioni in relazione alle modalità di rafforzamento del ruolo dei consumatori nella transizione verde.

Diversi dirigenti MC sono rappresentanti esperti designati dal CNCU in alcuni tavoli istituzionali.

Tra le designazioni più recenti:

- Membro del CESE – Comitato Economico Sociale Europeo;
- Comitato per il calcolo dei danni derivanti dalla circolazione stradale (Comitato tecnico di cui all'articolo 13, comma 4, del D.P.R. 18 luglio 2006, n. 254);
- Membro del Tavolo su Etichettatura istituito nell'ambito del Protocollo d'intesa tra MISE, Ministero della salute, Ministero delle Politiche agricole, ISS e CREA;
- Componente della Commissione ARERA sugli Oneri Generali di Sistema.

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

- AGCOM - tavolo tecnico finalizzato allo studio e all'analisi degli aspetti evolutivi delle campagne di misura della qualità del servizio di connessione ad Internet su rete mobile, con particolare riferimento ai servizi disponibili con la nuova tecnologia 5G, di cui all'art. 12 della delibera n. 154/12/CONS come modificata dalla delibera n. 125/19/CONS;
- TCA banca d'italia e associazioni di consumatori. In particolare nel 2020 si sono svolti diversi incontri specifici sull'emergenza Covid;
- Osservatorio idrico ARERA;
- Osservatorio gas ARERA;
- Osservatorio energia elettrica ARERA;
- Osservatorio sull'efficiamento energetico ARERA;
- Tavolo di lavoro ARERA su teleriscaldamento;
- Tavolo di lavoro Concilia web istituito dall'Agcom;
- Incontri dell'Autorità di Regolazione Trasporti.

Rapporti con gli stakeholder

MC ha sempre ritenuto che le dinamiche di mercato, sviluppate nell'ambito e nel rispetto di

un'equilibrata regolamentazione, giovino non solo ai consumatori, ma anche alle imprese che operano correttamente. Movimento Consumatori ha quindi favorito occasioni di incontro e ha sostenuto il dialogo con le imprese e con le associazioni di categoria, nell'autonomia delle diverse posizioni e dei rispettivi legittimi interessi.

MC partecipa attivamente al gruppo di lavoro sulle ADR presso Consumers'Forum e ai singoli tavoli organizzati insieme agli stakeholder.

Energia, gas, idrico

Tavoli:

- Componente organo paritetico di garanzia organismo ENEL

Componente organo paritetico di garanzia organismo ADR A2A protocolli attivi:

ENERGIA	ServizioElettrico Nazionale	Organismo ADR SEN-AACC
ENERGIA/GAS	EDISON	Organismo ADR EDISON-AACC
	ENEL ENERGIA	Organismo ADR ENEL ENERGIA-AACC
	ENI	Organismo ADR ENI –AACC
	EON	Organismo ADR EON –AACC
ENERGIA/GAS/ IDRICO	A2A	Organismo ADR A2A-AACC
	ACEA	Organismo ADR ACEA-AACC
	IREN	Organismo ADR IREN –AACC
IDRICO	ACQUEDOTTO PUGLIESE	ConciliazioneParitetica (locale)
	UMBRA ACQUE	ConciliazioneParitetica (locale)

	(Organismo ADR Acea)	
	Acegas Trieste	
	AcquedottoLucano	

Telecomunicazioni

I protocolliattivi

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

Banche e assicurazioni

Tavoli:

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

I protocolliattivi:

BANCARIO/FINANZIARIO	AGOS	Conciliazione Paritetica
	ASSOFIN	Conciliazione Paritetica
	BANCO POSTA	Conciliazione Paritetica
	FINDOMESTIC	Conciliazione Paritetica
	INTESA SANPAOLO	Conciliazione Paritetica
	POSTE PAY	Organismo ADR Poste-AACC (unico per i tre settori)
	UNICREDIT	Conciliazione Paritetica
RC AUTO	ANIA	Conciliazione Paritetica

Trasporti

Tavoli: Trenitalia

I protocolli attivi

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

Servizi postali

Tavoli: Cantiere Poste-Consumatori

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

E-commerce

Protocolloattivo

E.COMMERCE	NETCOMM	ConciliazioneParitetica
------------	---------	-------------------------

Partecipazione a incontri, seminari, convegni

I dirigenti e rappresentanti MC partecipano abitualmente a numerosi momenti di approfondimento e di studio, seminari e convegni in qualità di relatori. L'anno 2020 è stato particolare anche da questo punto di vista, la quasi totalità degli eventi previsti è stata annullata o rimandata. In compenso è aumentata la partecipazione ai tavoli di lavoro, attraverso le piattaforme virtuali e, prevalentemente nella seconda metà dell'anno è ripresa l'attività convegnistica a distanza.

MC ha comunque organizzato alcuni eventi seminariali a distanza, aperti al pubblico e/o interni, tra i quali segnaliamo:

- 7 ottobre 2020. Webinar conclusivo del progetto We Like, We Share, WeChange organizzato da MC per condividere obiettivi e risultati raggiunti e riflettere su nuove prospettive emerse grazie alle attività del progetto promosso da Movimento Consumatori e CiesOnlus, e nato per

sensibilizzare giovani e adulti sul consumo consapevole, promuovere modelli economici sostenibili, favorendo un reciproco esercizio di responsabilità dei consumatori e delle aziende.

- 20 novembre 2020. Webinar formazione interna, a cura del Servizio legale nazionale di MC, rivolto ai legali e agli sportellisti delle sedi locali e associazioni federate, incentrato sulle campagne di azioni collettive che Movimento Consumatori sta intraprendendo ed ha in corso, al fine di facilitare e stimolare il lavoro sui territori.

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

- 17 giugno 2020, webinar “Il sovraindebitamento nello scenario post Covid-19: soluzioni normative e operative” organizzato nell’ambito del progetto Post Covid-19: proposte per la ripresa, promosso dall'Associazione dei docenti di diritto dell’economia (ADDE)
- 16/17 dicembre 2020 - XIX Sessione programmatica CNCU – Regioni, coordinamento del tavolo UE - Consumer Agenda e prospettive in materia di tutela del consumatore
- 15/02/20 Tavolo sul superamento delle tutele di prezzo di energia elettrica e gas naturale promosso da I-Com Istituto per la Competitività e da Public Affairs Advisors, con la collaborazione della società di ricerche di mercato EMG Different. Video seminario “DI PROROGA IN PROROGA? La strada in salita della liberalizzazione dei mercati dell’energia”
- 27/04/20 Tavolo sul superamento delle tutele di prezzo di energia elettrica e gas naturale promosso da I-Com Istituto per la Competitività e da Public Affairs Advisors, con la collaborazione di EMG-Acqua. seminario "E' GIÀ EMERGENZA ELETTRICA E GAS. La pandemia ha contagiato i mercati retail
- 18/06/20 Web conference A2A “Smart water: L’acquadiventa digitale”
- 09/11/20 Tavolo sul superamento delle tutele di prezzo di energia elettrica e gas naturale promosso da I-Com Istituto per la Competitività seminario " “GENNAIO 2021. PMI SUL MERCATO LIBERO? Ultimo passo o nuovo stallo nel superamento delle tutele di prezzo?”
- 23/11/20 A2A tavola rotonda digitale “Circular Economy: quale strategia per imprese, UE, Governo e Parlamento”

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

- Membro del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti- costituito presso il Ministero dello sviluppo economico;
- Membro della Federazione Arci;
- Membro della Task force No Ogm;
- Membro del Forum Unirec;
- Membro del Forum ANIA-Consumatori;
- Membro del Comitato nazionale per la sicurezza alimentare (CNSA) istituito presso il Ministero della Salute;
- Membro del Comitato Tecnico Scientifico dell'associazione NeXt – Nuova economia per tutti;
- Membro del Forum per lo Sviluppo Sostenibile, promosso dal ministero dell'Ambiente e della tutela del territorio e del mare;
- Socio di Consumers' Forum;
- Socio di Fairtrade Italia;
- Socio del Comitato Italiano per il Contratto Mondiale sull'Acqua;
- Socio del Forum del Terzo Settore;
- Socio dell'associazione NeXt – Nuova economia per tutti;
- Socio dell'associazione Arci Servizio Civile Roma;
- Socio dell'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile ASviS
- Socio di ECU European Consumers Union
- Sostenitore del Forum Italiano dei Movimenti per l'Acqua
- Sostenitore della campagna Sbilanciamoci!;
- Sostenitori della campagna italiana Stop-TTIP- Stop CETA;
- Sostenitore della campagna ZeroZeroCinque.
- Sostenitore della campagna AbitiPuliti
- Sostenitore del Coordinamento dei Comitati e delle Associazioni per la depurazione, le bonifiche e per la ripubblicizzazione del servizio idrico

ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE

A causa dell'emergenza pandemica il 2020 è stato caratterizzato da un'attività di comunicazione particolarmente intensa e mirata per andare incontro alle esigenze di informazione immediata e continua dei cittadini. L'associazione ha messo in campo tutti i suoi strumenti di comunicazione e di ufficio stampa per la promozione e la diffusione delle sue iniziative, campagne e attività di tutela del consumatore.

Sul sito www.movimentoconsumatori.it, che ha raggiunto nei primi mesi dell'emergenza sanitaria una media di 30 mila visitatori al mese, sono state pubblicate news e approfondimenti sui temi di maggior interesse per i consumatori e in particolar modo sulla tutela dei cittadini durante la pandemia (sul sito è stata creata un'area interamente dedicata ad informazioni e all'assistenza nel periodo dell'emergenza aggiornata quotidianamente). Sono stati pubblicati 94 articoli (solo in riferimento a news, comunicati e rassegna stampa) e sono state fornite informazioni dettagliate sui progetti e sulle campagne realizzate o alle quali MC ha aderito.

Nel sito sono stati pubblicati 3 numeri del periodico "Consumers' magazine" realizzati nel 2020, sfogliabili e scaricabili in formato pdf. Il periodico, ricco di approfondimenti e notizie sul mondo del consumerismo, è spedito anche in versione cartacea gratuitamente ai soci dell'associazione.

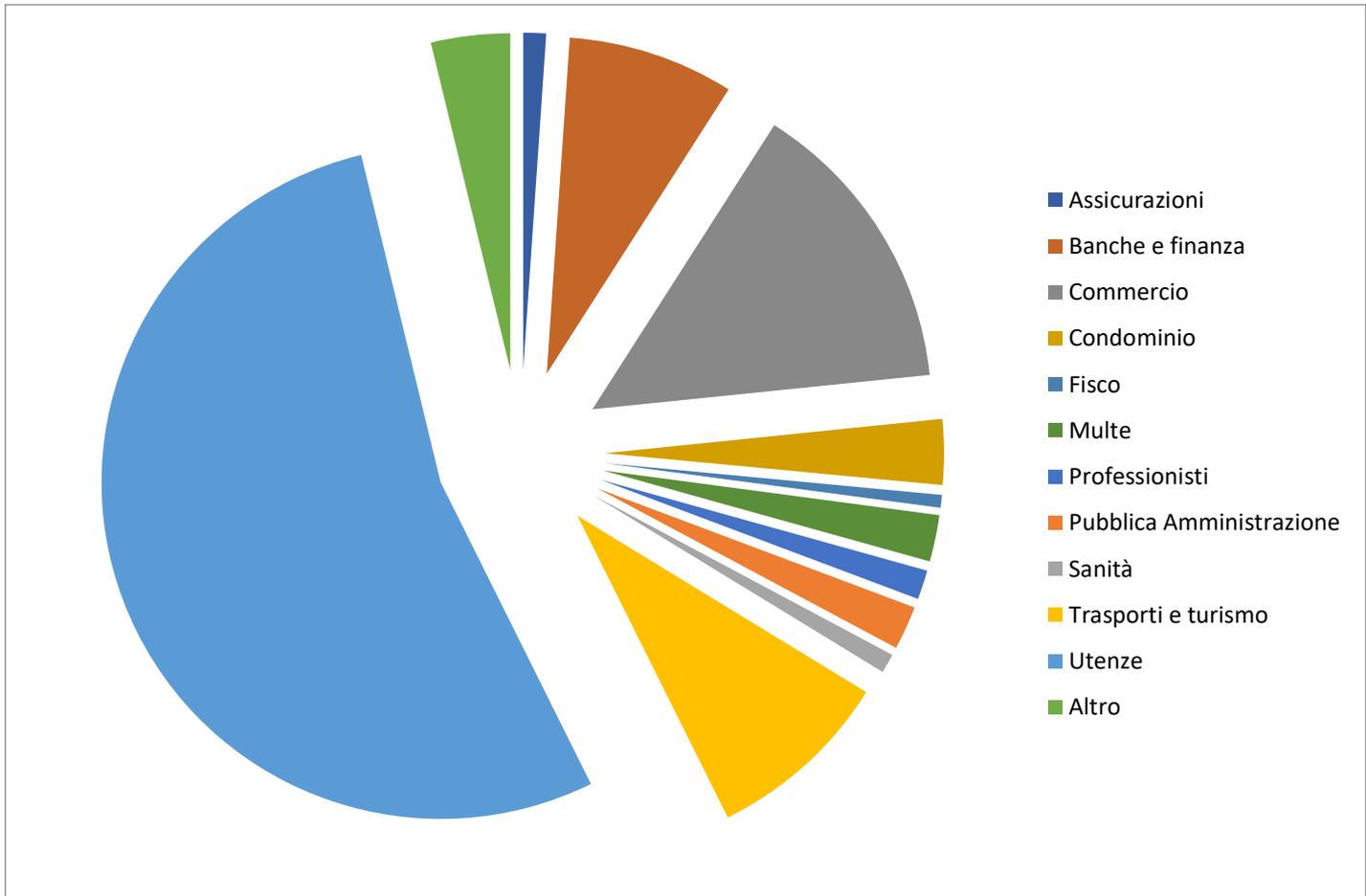
Nel 2020, sono state inviate ogni settimana a oltre 13 mila contatti 44 newsletter "Consumers' news" sulle attività e sulle iniziative MC.

Movimento Consumatori aggiorna costantemente tutti i suoi canali social: Facebook, Twitter, Youtube Instagram e LinkedIn

I NUMERI E I GRAFICI DELLA NOSTRA ATTIVITA' A FAVORE DEL CONSUMATORE

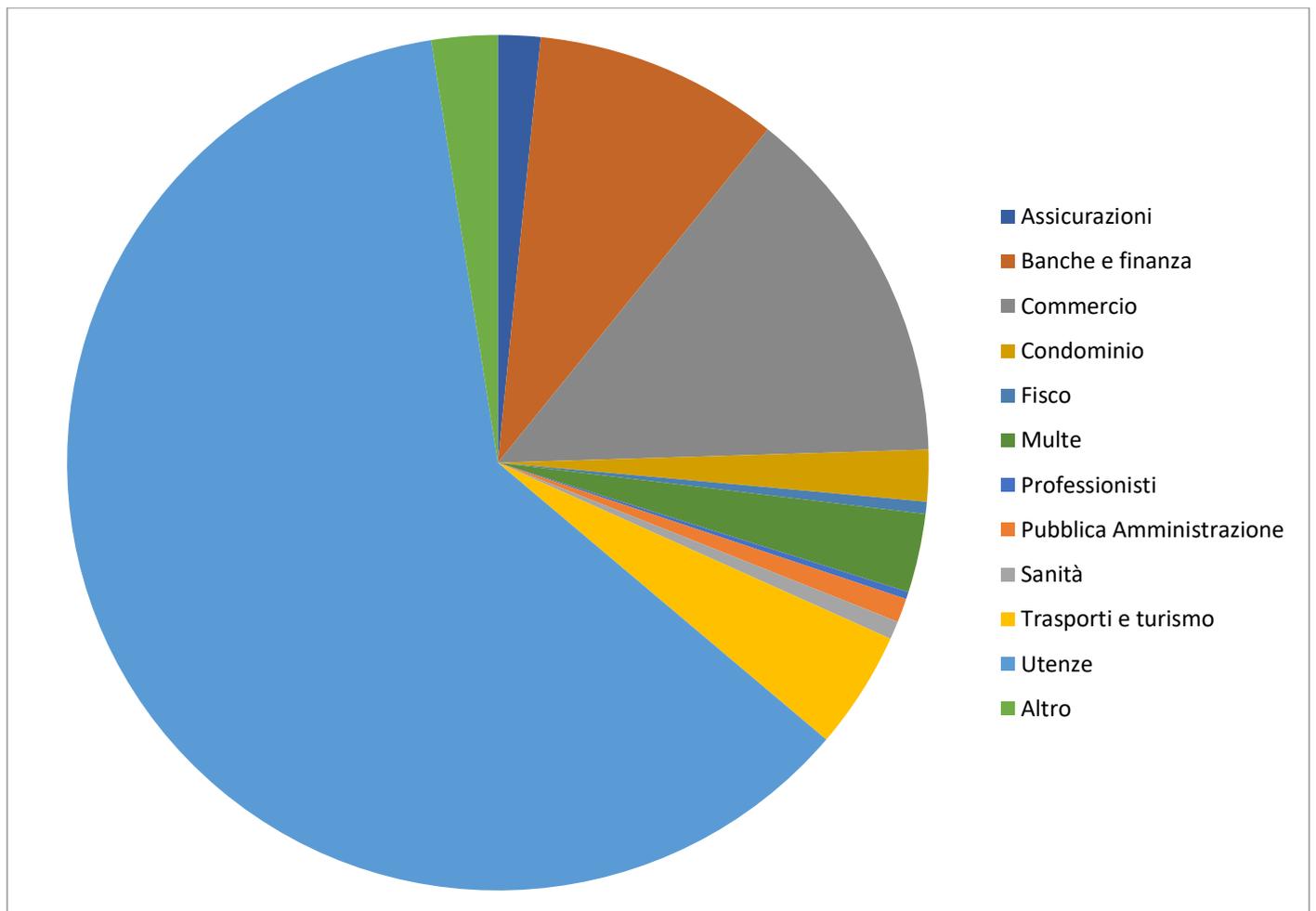
Pareri e consulenze		
Anno	Tipologia	N°
2020	Assicurazioni	314
2020	Banche e finanza	2299
2020	Commercio	4163
2020	Condominio	910
2020	Fisco	177
2020	Multe	647
2020	Professionisti	407
2020	Pubblica Amministrazione	608
2020	Sanità	268
2020	Trasporti e turismo	2584
2020	Utenze	15525
2020	Altro	1092

Pareri e consulenze



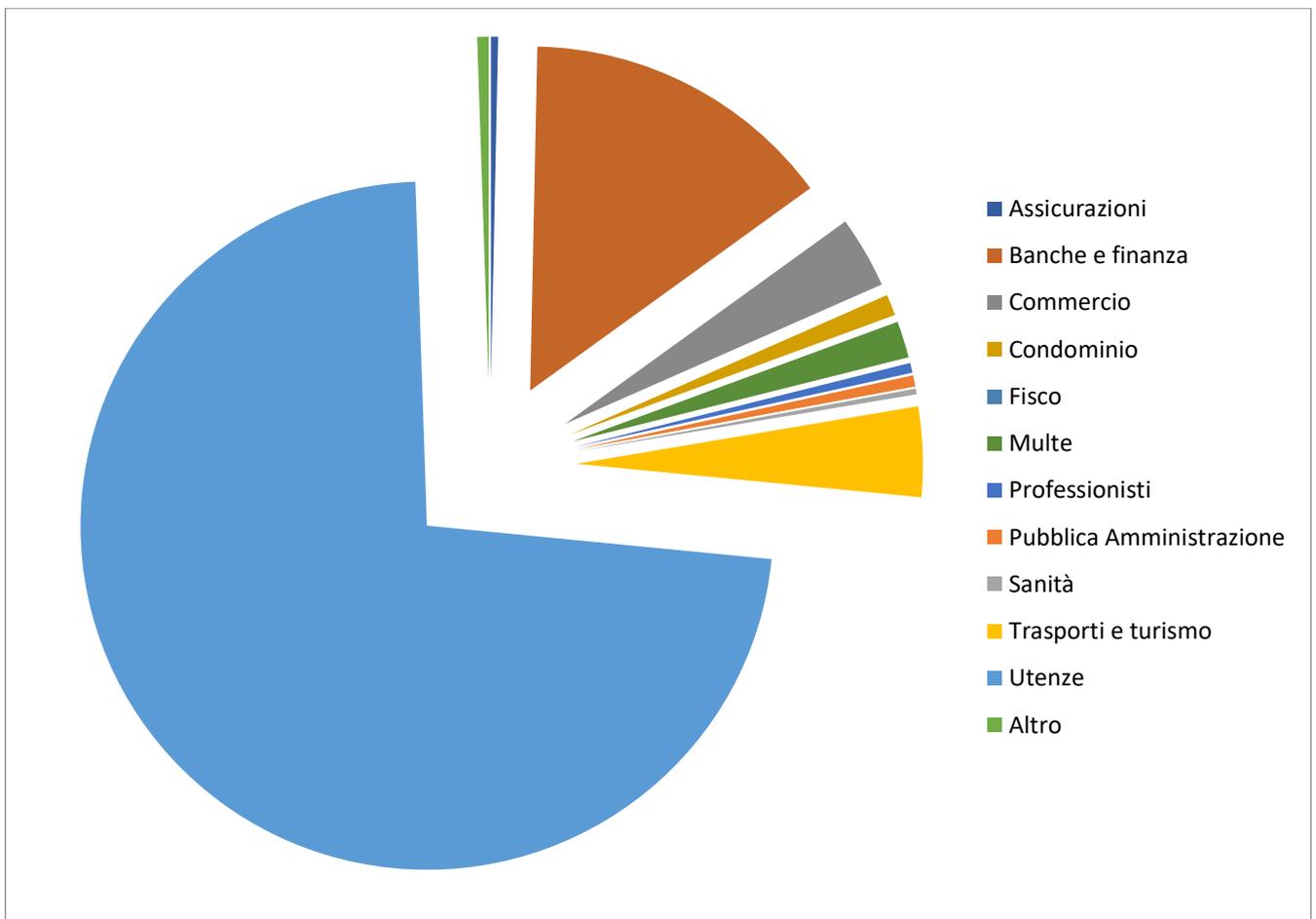
Reclami e pratiche trattate		
Anno	Tipologia	N°
2020	Assicurazioni	111
2020	Banche e finanza	642
2020	Commercio	959
2020	Condominio	136
2020	Fisco	32
2020	Multe	208
2020	Professionisti	19
2020	Pubblica Amministrazione	63
2020	Sanità	48
2020	Trasporti e turismo	311
2020	Utenze	4283
2020	Altro	173

Reclami e pratiche trattate



Conciliazioni		
Anno	Tipologia	N°
2020	Assicurazioni	5
2020	Banche e finanza	222
2020	Commercio	51
2020	Condominio	15
2020	Fisco	0
2020	Multe	26
2020	Professionisti	7
2020	Pubblica Amministrazione	8
2020	Sanità	4
2020	Trasporti e turismo	64
2020	Utenze	1104
2020	Altro	8

Conciliazioni



3. Struttura del Movimento Consumatori APS

ORGANIZZAZIONE POLITICA



ORGANI COLLEGIALI

CONSIGLIO DIRETTIVO

Patrizia Antognozzi, AnnacoraAzzollini, Massimo Camerieri, Barbara Cirivello, Gioacchino Comparato, Alessandro Concordia, Antonio De Michele, Paolo Fiorio, Marco Gagliardi, Gustavo Ghidini, Clara Gonnelli, Bruno Maizzi, Giuliano Mancinelli, Armando Mansueto, Ovidio Marzaioli, Alessandro Mostaccio, Monica Multari, Maria Cristina Osnaghi, Piero Pacchioli, Laila Perciballi, Corrado Pinna, Rita Rocco, Michele Salaris, Gavino Sanna, Riccardo Sartoris, Giorgio Sprocati, Benedetto Tuci, Stefano Vignolo.

ESECUTIVO

Paolo Fiorio, Ovidio Marzaioli, Alessandro Mostaccio, Piero Pacchioli, Rita Rocco.

SEGRETERIA

Alessandro Concordia, Paolo Fiorio, Gustavo Ghidini, Bruno Maizzi, Ovidio Marzaioli, Alessandro Mostaccio, Piero Pacchioli, Rita Rocco.

COLLEGIO DEI PROBIVIRI

Davide Agostoni, Filippo Poleggi, Maria Russo.

Supplenti: Matteo Santoro.

COLLEGIO DEI REVISORI

Renato Casari, Carlo Lo Verde, Giuseppe Minio.

Supplenti: Barbara Gazzelli, Paolo Graziano.

STAFF



Sistema di compliance e controllo

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

Nel 2020 abbiamo rafforzato il nostro impianto con:

- **interventi di formazione e informazione, per sensibilizzare aumentare la consapevolezza degli stakeholder;**
- **modifiche organizzative e procedurali, per assicurare certezza di ruoli e responsabilità;**
- **sistema di protezione dei dati personali.**

Movimento Consumatori lavora per assicurare attendibilità certa, univocità, integrità e riservatezza nellagestione del suo patrimonio informativo. Il sistema dell'associazione è adeguato al GDPR (General Data Protection Regulation - Regolamento UE 2016/679).

Le Sezioni



SEDE NAZIONALE

via Piemonte, 39/A
00187 Roma
Tel. 06 4880053
info@movimentoconsumatori.it

CLICCA SULLE REGIONI PER VEDERE LE SEDI LOCALI



<https://www.movimentoconsumatori.it/p/428/dove-siamo.html>

Il Codice etico

Premessa

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

MC assicura al proprio staff un programma di formazione e sensibilizzazione sul contenuto del Codice etico.

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

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

SEZIONE I - POSIZIONE E COMPORAMENTI INDIVIDUALI

1. Riservatezza

I dirigenti, i collaboratori e gli associati sono tenuti alla riservatezza verso l'esterno in ordine alle attività svolte, alle iniziative intraprese, ai casi trattati e alle decisioni assunte dall'Associazione, salvo diversa specifica decisione relativa alla diffusione di comunicazioni attraverso i mezzi di informazione. Ogni comunicazione, sia scritta sia verbale, che pervenga a Movimento Consumatori può essere liberamente utilizzata e diffusa, con omissione del nome delle persone coinvolte, salvo loro autorizzazione scritta.

2. Incompatibilità e obbligo di astensione

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

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

Nel caso previsto dal secondo comma, il Consiglio Direttivo può dichiarare l'inesistenza della causa di incompatibilità o deliberare l'esonero dall'obbligo di astensione con provvedimento motivato. La partecipazione a processi decisionali, a iniziative o attività non preceduta dalla dichiarazione di incompatibilità, quando questa sussiste, è causa di esclusione dell'associato e di cessazione del rapporto con il collaboratore.

3. Interventi pubblici

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

Qualora essa dia titolo ad un compenso professionale, quota parte di tale compenso dovrà essere versata al Movimento Consumatori.

Le stesse regole si applicano nel caso di collaborazioni a giornali, riviste, programmi radio televisivi, e simili.

4. Adesione a partiti politici e sindacati

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

5. Collaborazione con enti pubblici

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

6. Rapporti con i mezzi di informazione

I rapporti con i mezzi di informazione su tematiche di carattere locale sono tenuti dal presidente, dai componenti o dai collaboratori espressamente incaricati del livello associativo competente per territorio.

I rapporti con i mezzi di informazione su tematiche di carattere nazionale sono tenuti ed in ogni caso coordinati esclusivamente dal presidente nazionale o da chi da questi espressamente incaricato.

SEZIONE II - MODALITÀ DI SERVIZIO ALLO SPORTELLO

7. Principi generali

Le sezioni territoriali e gli sportelli locali di Movimento Consumatori, in quanto associazioni autonome dotate di un proprio atto costitutivo e di un proprio statuto, e affiliate a Movimento Consumatori nazionale secondo le regole da questo stabilite, possono gestire servizi di consulenza e assistenza rivolti ai consumatori nelle materie statutariamente di competenza dell'associazione. Qualora dovessero pervenire a Movimento Consumatori nazionale richieste di assistenza e consulenza ai singoli, tali richieste verranno inoltrate alle sezioni e agli sportelli secondo il loro ambito territoriale.

8. Attività del socio-consulente

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

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

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

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

9. Informazioni al consumatore

L'addetto allo sportello informa preventivamente il consumatore che:

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

10. Assistenza legale

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

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

11. Indicazione di professionisti

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

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

tariffe applicate e alla correttezza della fatturazione.

Al consumatore viene chiarito che ciò costituisce una sua facoltà e non un obbligo, e che il Movimento Consumatori non interverrà nel suo rapporto con il professionista, ma che terrà conto di quanto eventualmente riferito ai fini di casi futuri.

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

SEZIONE III - PARTNERSHIP E FINANZIAMENTI

12. Erogazioni liberali e altri finanziamenti a fondo perduto

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

13. Partnership

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

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

L'utilizzo del nome e del logo di Movimento Consumatori contestualmente a quello dei suddetti soggetti è consentito negli stessi limiti.

In ogni caso, nome e logo di Movimento Consumatori non possono essere utilizzati da parte di sezioni territoriali per iniziative di valenza nazionale o per progetti promossi in partnership con soggetti di rilievo nazionale.

14. Esclusioni

Sono esclusi i soggetti che nelle proprie attività non rispettino i principi definiti dalla Risoluzione

2003/16 delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti, e in particolare:

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

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

SEZIONE IV - DISPOSIZIONI COMUNI

15. Collegio dei probiviri

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

16. Revisione del Codice etico

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

4. Il bilancio sociale integrato

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

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

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

Il Bilancio di Sostenibilità 2020 è adeguato alle linee guida di rendicontazione di sostenibilità previste nelle "Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore" emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con decreto del 4 luglio 2019 nel rispetto delle disposizioni dettate dal Codice del Terzo Settore.

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

I dati e le informazioni presenti nel documento si riferiscono all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2020, che viene redatto e pubblicato online con cadenza annuale ed è stato approvato dal Consiglio Direttivo l'11 maggio 2020.

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

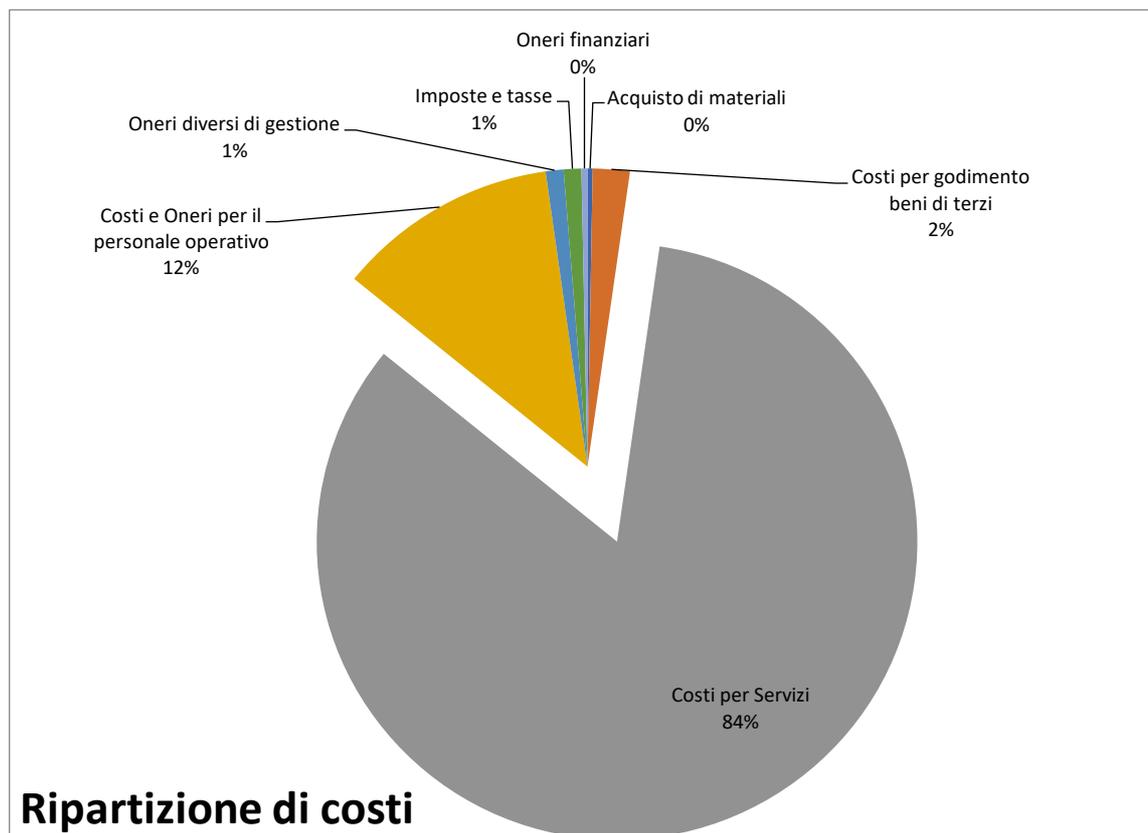
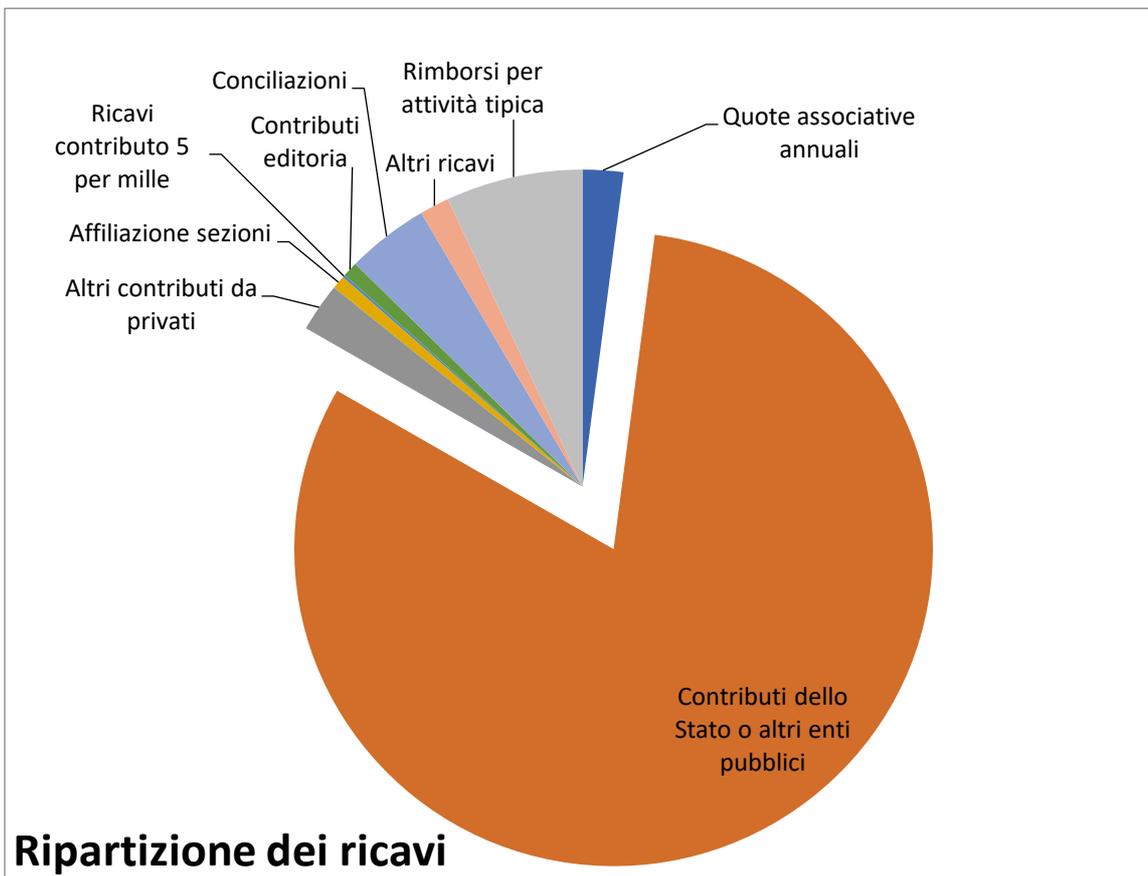
Il processo di rendicontazione che ha portato alla redazione del documento è caratterizzato da un apporto partecipativo e condiviso, ma ogni persona dello staff, attraverso la raccolta e condivisione di dati e di informazioni, ha contribuito alla scrittura del Bilancio di Sostenibilità.

Ripartizione dei ricavi

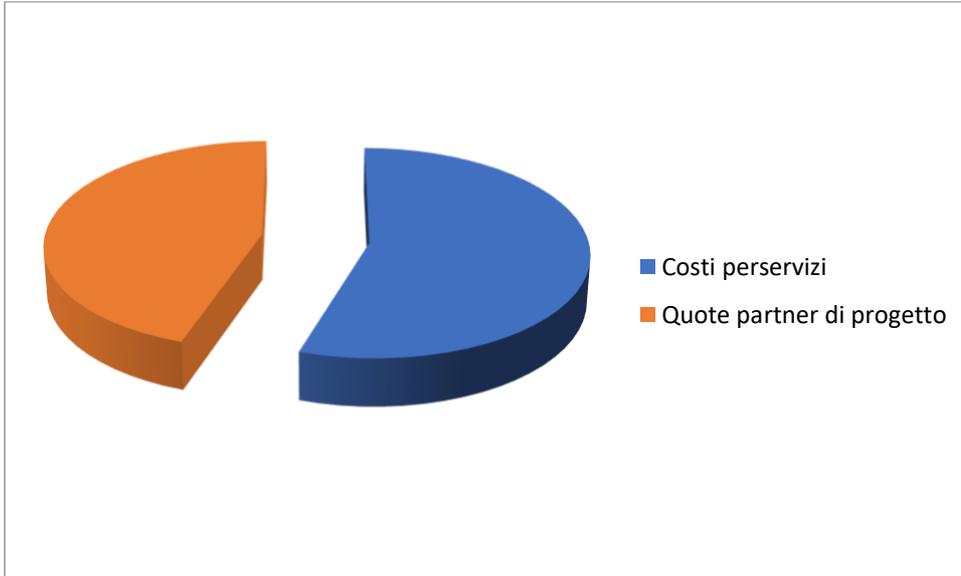
Quote associative annuali	29.089,00 €
Contributi progetti pubblici	1.147.045,00 €
Altri contributi	35.000,00 €
Affiliazione sezioni	9.700,00 €
Contributo 5 per mille	1.892,00 €
Contributi editoria	10.850,00 €
Conciliazioni	59.000,00 €
Altri ricavi	21.118,00 €
Rimborsi per attività tipica	97.773,00 €

Ripartizione dei costi

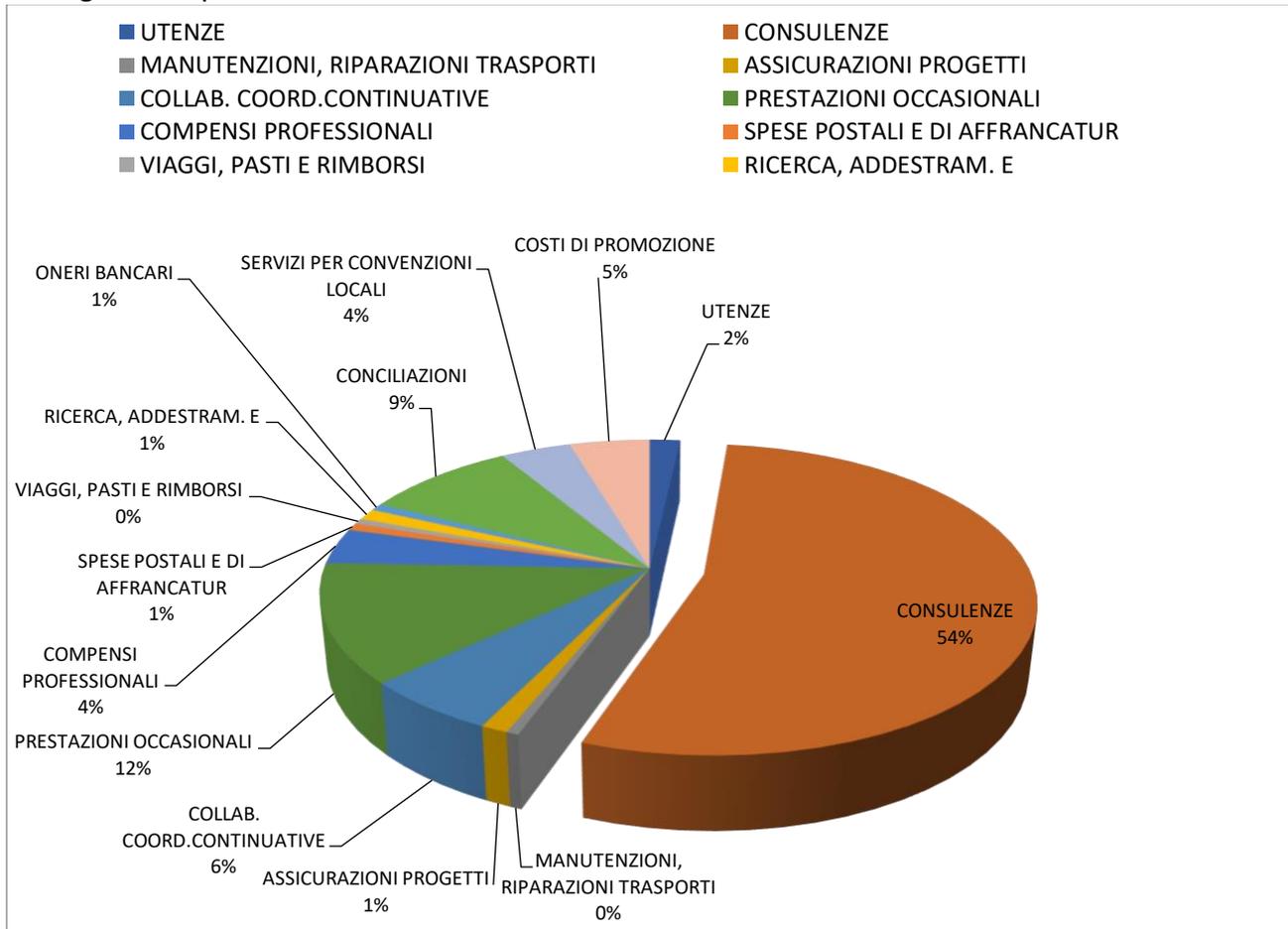
Acquisto di materiali	3.920,00 €
Costi per godimento beni di terzi	27.927,00 €
Costi per Servizi	1.174.358,00 €
Costi e Oneri per il personale operativo	167.643,00 €
Ammortamenti	2.396,00 €
Oneri diversi di gestione	9.687,00 €
Imposte e tasse	13.351,00 €
Oneri finanziari	4.489,00 €
Oneri straordinari	1.387,00 €



Ripartizione costi per servizi (quote partner di progetto)



Dettaglio costi per servizi



Dettaglio compensi erogati

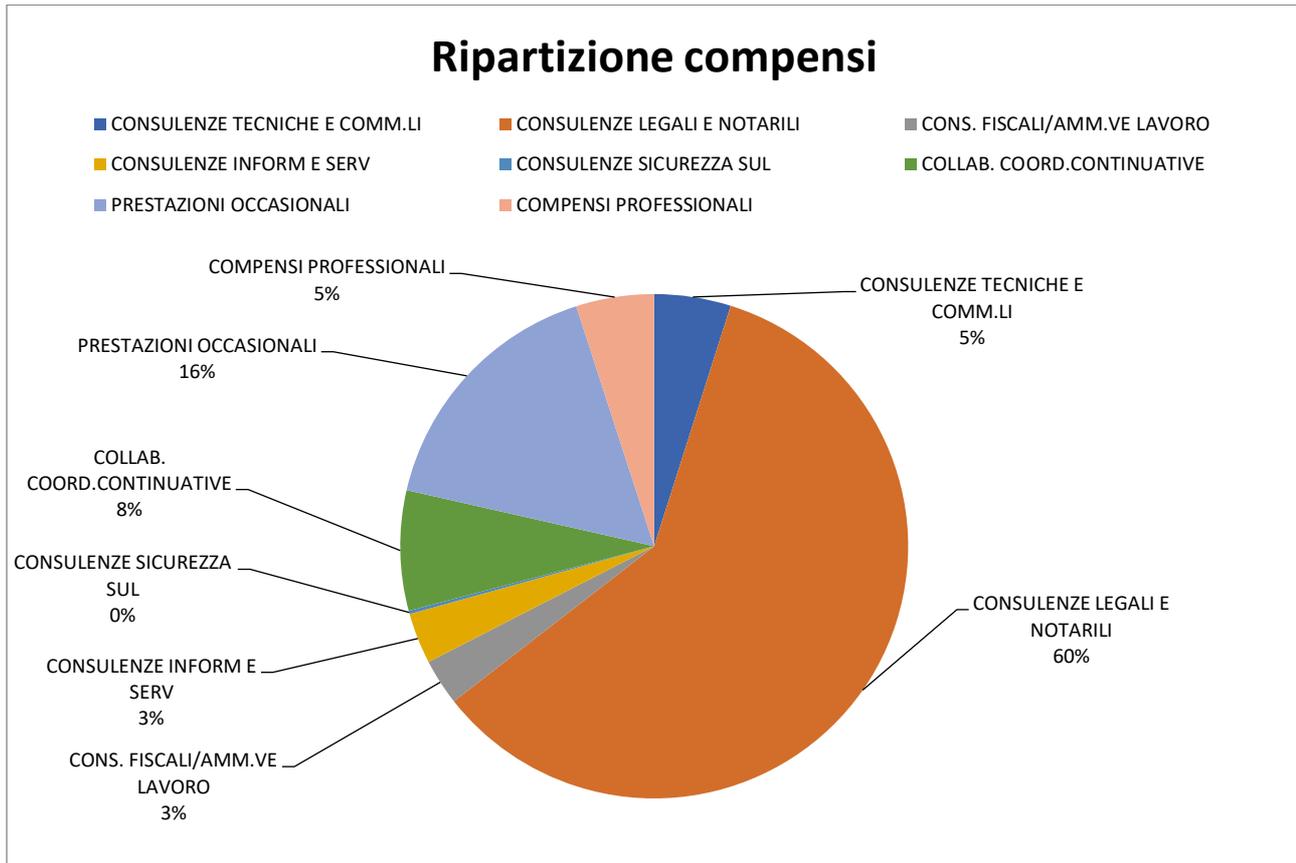


Tabella riassuntiva ai sensi delle normative vigenti

<p>Persone che operano per l'ente</p>	<p>Tipologie, consistenza e composizione del personale che ha effettivamente operato per l'ente (con esclusione quindi dei lavoratori distaccati presso altri enti, cd. «distaccati out») con una retribuzione (a carico dell'ente o di altri soggetti) o a titolo volontario, comprendendo e distinguendo tutte le diverse componenti;</p> <p>attività di formazione e valorizzazione realizzate.</p> <p>Contratto di lavoro applicato ai dipendenti.</p>	<p>Movimento Consumatori nell'esercizio 2020 aveva in organico 6 dipendenti a tempo indeterminato di cui due part time.</p> <p>Movimento Consumatori applica ai propri dipendenti il contratto collettivo nazionale del commercio e il contratto nazionale del lavoro giornalistico.</p> <p>Tutte le componenti retributive sono stabilite quindi in base al criterio tabellare dei contratti collettivi applicati in base al livello ed all'anzianità di lavoratrice/lavoratore.</p> <p>Movimento Consumatori si è avvalso di 3 collaborazioni coordinate e continuative finalizzate</p>
--	--	---

		allo svolgimento di attività progettuali e di collaborazioni occasionali sempre per svolgere attività progettuali specifiche.
	Natura delle attività svolte dai volontari; struttura dei compensi, delle retribuzioni, delle indennità di carica e modalità e importi dei rimborsi ai volontari:	Movimento Consumatori si avvale di volontari sia per l'attività istituzionale e quindi per la partecipazione agli organi associativi e alle cariche elettive.
	Emolumenti, compensi o corrispettivi a qualsiasi titolo attribuiti ai componenti degli organi di amministrazione e controllo, ai dirigenti nonché agli associati.	Non sono previsti emolumenti, compensi o corrispettivi attribuiti ai componenti degli organi di amministrazione controllo, ai dirigenti o agli associati. I medesimi soggetti, qualora svolgano attività specifica diversa da quella istituzionale eventualmente ricoperta, percepiscono un compenso proporzionato alle attività prestate.
	Rapporto tra retribuzione annua lorda massima e minima dei lavoratori dipendenti dell'ente;	Il rapporto tra la retribuzione massima e minima è del 13% (la retribuzione massima è più elevata del 13% rispetto alla minima).
	In caso di utilizzo della possibilità di effettuare rimborsi ai volontari a fronte di autocertificazione, modalità di regolamentazione, importo dei rimborsi complessivi annuali e numero di volontari che ne hanno usufruito.	Non è prevista la possibilità di rimborso forfettario delle spese sostenute indipendentemente dalla qualifica di chi le sostiene.

Situazione economico-finanziaria	Provenienza delle risorse economiche con separata indicazione dei contributi pubblici e privati.	Quote associative: 29.089 Pubblici: 1.159.787 Privati: 222.591
	Specifiche informazioni sulle attività di raccolta fondi.	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi.
	Finalità generali e specifiche delle raccolte effettuate nel periodo di riferimento, strumenti utilizzati per	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi.

	fornire informazioni al pubblico sulle risorse raccolte e sulla destinazione delle stesse.	
	Segnalazioni da parte degli amministratori di eventuali criticità emerse nella gestione ed evidenziazione delle azioni messe in campo per la mitigazione degli effetti negativi.	Nessuna

Monitoraggio (nelle more della nomina dell'organo di controllo)	Esercizio in via esclusiva o principale di una o piu' attività di cui all'art. 5, comma 1 per finalità civiche solidaristiche e di utilità sociale, in conformità con le norme particolari che ne disciplinano l'esercizio, nonche', eventualmente, di attività diverse da quelle di cui al periodo precedente, purché nei limiti delle previsioni statutarie e secondo criteri di secondarietà e strumentalità secondo criteri e limiti definiti dal decreto ministeriale di cui all'art. 6 del codice del Terzo settore.	Movimento Cosumatori esercita in via esclusiva l'attività di promozione e di tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 5, comma 1 lett. w) del Codice del Terzo Settore, d.lgs 3 luglio 2017, n. 117.
	Rispetto, nelle attività di raccolta fondi effettuate nel corso del periodo di riferimento, dei principi di verità trasparenza e correttezza nei rapporti con i sostenitori e il pubblico e in conformità alle linee guida ministeriali di cui all'art. 7 comma 2 del codice del Terzo settore.	Movimento Consumatori non svolge attività di raccolta fondi.
	Perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria.	La destinazione di tutte le componenti del patrimonio è destinata allo svolgimento di attività statutaria.

	<p>L'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti degli organi sociali, tenendo conto degli indici di cui all'art. 8, comma 3, lettere da a) a e).</p>	<p>a) non è prevista la corresponsione ad amministratori, sindaci e a chiunque rivesta cariche sociali di compensi individuali per la carica ricoperta;</p> <p>b) la corresponsione a lavoratori subordinati o autonomi di retribuzioni o compensi non sono superiori del quaranta per cento rispetto a quelli previsti, per le medesime qualifiche, dai contratti collettivi nazionali;</p> <p>c) l'acquisto di beni o servizi avvengono per corrispettivi che non sono superiori al loro valore normale;</p> <p>d) non vengono effettuate cessioni di beni e le prestazioni di servizi, a condizioni più favorevoli di quelle di mercato, a soci, associati o partecipanti, ai fondatori, ai componenti gli organi amministrativi e di controllo, a coloro che a qualsiasi titolo operino per l'organizzazione o ne facciano parte, ai soggetti che effettuano erogazioni liberali a favore dell'organizzazione, ai loro parenti entro il terzo grado ed ai loro affini entro il secondo grado, nonché alle società da questi direttamente o indirettamente controllate o collegate, esclusivamente in ragione della loro qualità, salvo che tali cessioni o prestazioni non costituiscano l'oggetto dell'attività di interesse generale di cui all'articolo 5;</p> <p>e) non vengono corrisposti a soggetti diversi dalle banche e dagli intermediari finanziari autorizzati, interessi passivi.</p>
--	--	---