

**COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA
SULLA TUTELA DEI CONSUMATORI E DEGLI UTENTI**

RESOCONTO STENOGRAFICO

AUDIZIONE

28.

SEDUTA DI MARTEDÌ 5 LUGLIO 2022

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE SIMONE BALDELLI

INDICE

	PAG.		PAG.
Sulla pubblicità dei lavori:		Bauhofer Gunde, <i>direttrice del Centro tutela consumatori utenti-CTCU</i>	13
Baldelli Simone, <i>presidente</i>	3	Carrus Michele, <i>presidente di Federconsumatori</i>	7, 8
Audizione di rappresentanti dell'Associazione consumatori utenti – ACU, del Centro tutela consumatori utenti – CTCU, di Federconsumatori, di Casa del consumatore e della Lega consumatori:		Ferrari Giovanni, <i>presidente nazionale di Casa del consumatore</i>	10
Baldelli Simone, <i>presidente</i>	3, 4, 5, 7, 8, 10, 13, 15	Laccone Gianfranco, <i>responsabile relazioni internazionali di ACU-Associazione consumatori utenti</i>	3, 4, 5
		Nunziante Maurizio, <i>vicepresidente nazionale di Lega Consumatori</i>	5

PAGINA BIANCA

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE
SIMONE BALDELLI

La seduta comincia alle 10.30.

Sulla pubblicità dei lavori.

PRESIDENTE. Avverto che, se non vi sono obiezioni, la pubblicità dei lavori della seduta odierna sarà assicurata anche attraverso impianti audiovisivi a circuito chiuso, nonché via *streaming* sulla *web-tv* della Camera.

(Così rimane stabilito).

Audizione di rappresentanti dell'Associazione consumatori utenti – ACU, del Centro tutela consumatori utenti – CTCU, di Federconsumatori, di Casa del consumatore e della Lega consumatori.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione di rappresentanti delle seguenti associazioni: Associazione consumatori utenti-ACU, Centro tutela consumatori utenti-CTCU, Federconsumatori, Casa del consumatore, Lega consumatori. Sono presenti per il momento solo alcuni di loro, gli altri stanno arrivando. Intanto noi iniziamo la seduta.

Ringrazio l'onorevole Battilocchio che è presente in aula e i componenti collegati da remoto.

Ricordo che la seduta odierna si svolge nelle forme dell'audizione libera ed è aperta alla partecipazione da remoto dei colleghi.

Oggi è il terzo gruppo delle associazioni di consumatori componenti del CNCU che ascoltiamo. Completeremo la loro audizione la prossima settimana. Ogni rappresentata avrà a disposizione il tempo utile

per esporre l'oggetto e l'attività della propria associazione. Al termine degli interventi, le eventuali domande da parte dei colleghi verranno poste tutte insieme dopodiché ci saranno le risposte da parte degli auditi.

Do la parola al vicepresidente dell'Associazione consumatori e utenti – ACU, Gianfranco Laccone, che ringrazio per la sua presenza.

GIANFRANCO LACCONE, *responsabile relazioni internazionali di ACU*. Grazie. Preciso che sono delegato supplente presso il CNCU. Non abbiamo la figura del vicepresidente. Faccio parte della presidenza e ho una responsabilità sulle relazioni internazionali che condivido con la dottoressa Pandarola. Abbiamo sempre sviluppato un binomio di genere quando abbiamo dovuto affidare delle responsabilità, a parte il ruolo di presidente, che è unico, e che ricopre il dottor Gianni Cavinato, di cui porto il saluto a tutte e a tutti.

La nostra associazione nasce nella prima metà degli anni 80 sotto il nome di « Agri-salus ». Nasce in condizioni particolari perché era un'associazione di produttori e di consumatori che incentrava la sua attività soprattutto sulla parte agroalimentare. Eravamo allora responsabili di una pubblicazione che si chiamava « *Quaderni di controinformazione alimentare* » che ha segnato in un'epoca passata un lavoro di indagine e di approfondimento sulla salute dei consumatori e sulla natura dei prodotti che andavano al consumo, e quindi fu abbastanza conosciuta. Nel 1993, « *Il Salvagente* », settimanale ancora oggi esistente, pubblicò l'insieme di tesi del nostro congresso, 60 tesi in cui noi sceglievamo il consumo sostenibile come elemento guida della nostra attività. Siamo un'associazione di non grande e capillare diffusione. So-

prattutto abbiamo una diffusione antica e capillare in Lombardia, Campania, Puglia, Emilia, Marche e Abruzzo, sedi in cui si sviluppano le diverse attività. La nostra attività copre più o meno tutti i campi ma sin dall'inizio ci siamo occupati soprattutto dell'agroalimentare e della tutela dei consumatori da questo punto di vista. Abbiamo approfondito anche altri elementi della tutela dei consumatori e abbiamo sportelli sul territorio, come tutte le associazioni. Gli altri elementi che approfondiamo regolarmente hanno avuto una svolta e un certo indirizzo durante la pandemia, dunque in questa fase attuale. Durante la pandemia, soprattutto nella regione Campania, si è sviluppato un sostegno alle popolazioni per quanto riguarda l'attività di solidarietà, per riuscire a coinvolgere le persone nelle vaccinazioni, per la fornitura a domicilio degli alimenti alle persone anziane. Si sono dunque sviluppate una serie di attività di sostegno, legate più alla tutela dei cittadini che a quella dei consumatori in senso stretto.

Abbiamo svolto altresì un lavoro per quanto riguarda la dimensione energetica e l'economia circolare. Ci siamo fortemente impegnati nello sviluppo della « Carta del consumatore » che abbiamo redatto con l'Università Sant'Anna di Pisa e che ha coinvolto tutte le associazioni dei consumatori. La nostra ipotesi in generale non è tanto quella di diffonderci capillarmente ma di cercare collaborazioni con associazioni di settore e altre associazioni di consumatori, e con associazioni che non sono di consumatori ma che possono fornire un supporto e un sostegno per quanto riguarda gli aspetti del consumo dei prodotti e delle utenze.

L'attività sulle utenze ha dunque fatto sì che ci impegnassimo nell'ambito della dimensione energetica e dell'economia circolare. Io stesso, la settimana scorsa, ho fatto pubblicare un piccolo saggio sull'economia circolare e sulle dimensioni nuove che apre con la creazione delle comunità energetiche locali, per un rapporto diverso con i consumatori. In questa prospettiva i consumatori diventeranno in futuro produttori-consumatori e questa dimensione cambia

la stessa figura antropologica del consumatore. Su questo abbiamo in corso un approfondimento che comporta un impegno su settori in cui non dico che siamo i soli ad occuparsene, ma non ci sono molte associazioni dei consumatori che hanno sviluppato questa propensione. Mi riferisco alla dimensione del controllo. Siamo stati l'unica associazione dei consumatori tra i fondatori di ACCREDIA, che è l'ente unico di accreditamento per l'Italia. Siamo stati tra i fondatori di AGROQUALITÀ, per quanto riguarda la certificazione del consumo agroalimentare e abbiamo approfondito la relazione con l'UNI per la certificazione volontaria. Proprio qualche giorno fa vi è stata la creazione di un gruppo di lavoro, a cui noi teniamo molto, per fissare le linee guida presso l'UNI di agro-ecologia e permetterà a tutti i produttori che vorranno farlo di seguire queste linee guida per poter arrivare a una produzione che, senza costi eccessivi, possa tutelare la sostenibilità della produzione anche dal punto di vista energetico e del consumo. Abbiamo anche noi una *newsletter* che si chiama « *Help consumatori* » con una pagina su Facebook, aspetti che tutte le associazioni curano in questo periodo. L'immagine che diamo è soprattutto quella di un impegno volontario e di cercare di non fare dell'associazione soltanto un elemento vertenziale alla fine dei processi produttivi nei confronti dei produttori o dei distributori, ma di creare un meccanismo che consenta fin dalla fase di produzione un dialogo tra consumatori e produttori che permetta di arrivare a produzioni sostenibili. Si tratta di un obiettivo che perseguiamo da trent'anni.

PRESIDENTE. Siccome la Commissione è interessata, le chiedo dati in ordine agli iscritti, sedi, dipendenti e finanziamenti.

GIANFRANCO LACCONE, *responsabile relazioni internazionali di ACU.* Siamo associazione di volontariato. Il nostro lavoro si è svolto, soprattutto in questa fase, attraverso il contributo volontario, non abbiamo dipendenti. Abbiamo un lavoro volontario che prestiamo presso l'associa-

zione. Siamo presenti in sette regioni, gli iscritti sono circa 31 mila, quindi non siamo una enorme associazione, ma in alcune regioni è piuttosto capillare, come in Lombardia e in Campania, in altre ha una sua tradizione, come in Puglia e in Emilia-Romagna e in altre ancora ha fondato basi molto solide e antiche, come nelle Marche e in Abruzzo. Nelle regioni esistono diversi sportelli, più di una sessantina, e sedi.

PRESIDENTE. Qual è il costo di iscrizione?

GIANFRANCO LACCONE, *responsabile relazioni internazionali di ACU*. Il costo d'iscrizione è quello che stabilisce il Ministero, un euro.

PRESIDENTE. Un costo minimo.

GIANFRANCO LACCONE, *responsabile relazioni internazionali di ACU*. Siamo un'associazione di volontariato, che non presuppone un costo d'iscrizione superiore. Per dare un'idea del nostro lavoro, vorrei consegnare due documenti di prassi di riferimento che abbiamo sviluppato con l'UNI, una riguardante i servizi di comparazione on line e l'altra sulle linee guida per prodotti alimentari e bevande senza additivi. Questo per offrire alla Commissione un riferimento concreto sul tipo di attività che svolgiamo, attività settoriale, ma molto precisa e legata agli aspetti di tutela a monte e non soltanto a valle della produzione.

PRESIDENTE. Do la parola al dottor Maurizio Nunziante, vicepresidente nazionale di Lega Consumatori.

MAURIZIO NUNZIANTE, *vicepresidente nazionale di Lega Consumatori*. Grazie presidente, un saluto a tutti i componenti della Commissione. La Lega consumatori che qui rappresento è un'associazione nata nel 1971, quindi è la seconda in Italia per anzianità. È nata sulla base dell'associazionismo e dell'attività sociale del mondo cattolico, e infatti è stata inizialmente promossa dalle ACLI (Associazioni cristiane lavoratori italiani). Il nome « Lega » rievoca le vecchie

leghe cooperative degli inizi del '900, proprio per indicare questo aspetto di solidarietà, fondante della nostra associazione. I rapporti fondativi iniziali con le ACLI nel corso del tempo non si sono andati configurando come un puro e semplice rapporto di tipo culturale e collaborativo nelle iniziative concrete, ma esiste una autonomia totale già da parecchi decenni della Lega consumatori, pur in questo ambito del mondo cattolico. L'impostazione fondamentale è quello della tutela del consumatore come persona, della tutela del consumatore come cittadino che vive nell'ambito di comunità, che sono quelle familiari e del proprio contesto territoriale.

La tutela del consumatore non è semplicemente in rapporto all'erogazione dei vari servizi, ma implica anche una ridefinizione dei paradigmi di sviluppo economico e sociale perché solamente nell'ambito di una rideterminazione di alcune prospettive, che mai come adesso con questa crisi che stanno emergendo si appalesano, ci potrà essere una tutela piena del consumatore. Il nostro fondamento ideale, dico ideale e non ideologico, risiede nell'ambito del magistero sociale della Chiesa. In particolare prestiamo molta attenzione al discorso della sostenibilità e del ruolo del consumatore nella sostenibilità, come è stato anche individuato specificamente da Papa Ratzinger nell'enciclica « *Caritas in veritate* » e soprattutto al discorso del rispetto dell'ambiente, per una visione ecologica integrale, in cui c'è anche il ruolo del consumatore che è stato ben marcato nell'enciclica « *Laudato si'* ». Questo per quanto riguarda la nostra collocazione ideale.

La Lega consumatori ha circa 36 mila iscritti, è presente in 14 regioni, e ha 74 presenze territoriali. Cito i dati del 2021,

PRESIDENTE. Le sedi sono a parte o si appoggiano al circuito delle ACLI?

MAURIZIO NUNZIANTE, *vicepresidente nazionale di Lega Consumatori*. La stragrande maggioranza delle sedi sono autonome. Esiste anche qualche sede condivisa con il circuito ACLI. La sede centrale di Milano, per esempio, è una sede autonoma,

tra l'altro di proprietà della Lega consumatori. Quindi l'autonomia è piena anche da un punto di vista operativo. Laddove possibile, ci sono cooperazioni sul territorio, in alcuni casi c'è competizione, ma ciò fa parte della normale dialettica fisiologica.

Per noi anzitutto sono molto importanti e decisivi gli aspetti della formazione e dell'informazione. L'attività che abbiamo dedicato storicamente a questo ambito è sempre stata molto estesa. Fino allo scoppio della pandemia, abbiamo tenuto una serie di seminari annuali di formazione dal vivo, riferiti non solo agli operatori, ma anche alle persone che volessero impegnarsi nel settore consumeristico. Nel 2021, anche se non è stato possibile organizzarli a livello centrale per i noti motivi, abbiamo tenuto 75 incontri di aggregazione popolare sui temi dell'educazione e del carovita, abbiamo fatto una serie di interventi nelle scuole e una decina di webinar, per quanto riguarda la difesa ecologica e lo sviluppo sostenibile. Abbiamo una rivista on line, oramai abbastanza antica, « *Passaparola* » che viene abitualmente pubblicata su base mensile. Da un punto di vista informatico, abbiamo il sito centrale della Lega consumatori e altri due siti, sempre centrali, uno in materia di conciliazioni e uno in materia di consumo e famiglia. Abbiamo anche una serie di siti periferici, cioè le nostre strutture hanno anch'esse propri siti. L'attività formativa si è altresì estrinsecata in pubblicazioni e studi, e alcuni li abbiamo pubblicati anche con case editrici di un certo rilievo nel settore giuridico.

Accanto al dato della formazione e dell'informazione, sviluppiamo la presenza a livello territoriale impostandolo nella forma del patronato consumerista, non in senso tecnico, perché ovviamente il patronato è un'entità che si inserisce in un contesto di finanziamenti pubblici, niente di tutto questo. Lo sportello è un centro di raccolta per una risposta completa a tutte le esigenze del consumatore. Nell'ambito di questa nostra impostazione, anche culturale, diamo una grande importanza alla conciliazione, al dialogo, alla negoziazione e al tentare di addivenire a una definizione bonaria del conflitto. Praderi, presidente storico della

Lega consumatori, di cui porto i saluti, è stato uno tra i promotori, alla fine degli anni 90, dell'ottenimento di una raccomandazione dell'Unione Europea sulle conciliazioni cioè delle strutture per risolvere le controversie in via preliminare rispetto all'azione giudiziaria. Dalla nostra iniziativa è nata successivamente l'ipotesi della conciliazione paritetica. Siamo molto impegnati nell'ambito della conciliazione paritetica e quindi abbiamo conciliatori nei settori della telefonia, dell'energia, delle poste, delle banche, dei trasporti e delle assicurazioni. Analogo discorso per quanto riguarda la conciliazione on line che speriamo prenda sempre più piede. Questo sinteticamente per dire che in questo modo cerchiamo di fare una attività di deflazione del contenzioso il quale, ovviamente, laddove inevitabile, viene svolto. Qualora si tratti di un contenzioso privato, esso è gratuito nel senso che l'interessato deve semplicemente pagare le spese vive, come il contributo unificato e le marche. L'avvocato che si costituisce fa un patto di quota lite con minimi professionali, laddove non sia vincitore. Cerchiamo di fare in modo che gli avvocati che fanno volontariato all'interno dello sportello e quindi prestano la loro consulenza gratuita, non siano poi gli stessi che fanno il contenzioso, anche se quelli che lo fanno hanno un protocollo d'intesa con loro.

Nell'ambito della nostra attività abbiamo stretto importanti convenzioni. Abbiamo una convenzione con il Forum delle associazioni familiari di cui siamo parte integrante, una convenzione con la Caritas e facciamo parte della piattaforma ecologista, nell'ambito della Chiesa italiana dopo la « *Laudato si'* ». Ciò comporta anche una serie di attività di tipo pratico, non solo di consulenza, che poniamo in essere in alcune regioni, per cui per esempio, nell'ambito dei rapporti con la Caritas, abbiamo fatto attività di distribuzione delle eccedenze dei beni alimentari e di vestiario, aiutando famiglie bisognose in alcune aree sia italiane sia, soprattutto, extracomunitarie. Non cito tutta una serie di attività recentemente svolte in materia di educazione finanziaria, di energia condivisa e di

economia circolare. Mi permetto di trasmettere un estratto della nostra attività, che è stata anche presentata al Ministero e che può essere una buona sintesi delle cose fin qui dette.

Per quanto riguarda il costo dell'iscrizione, e anticipo una domanda che penso mi verrebbe comunque fatta, c'è un tesseramento differenziato, nel senso che la sede nazionale deve avere normalmente dalle sedi territoriali, per ogni tesseramento che viene fatto a livello locale, tre euro. Vi è la possibilità della tessera in convenzione di un euro ma è estremamente ridotta nell'ambito dell'ammontare complessivo del tesseramento ed è limitata ad alcuni casi particolari. Normalmente, la tessera sociale di tre euro a livello locale viene commisurata in cinque euro. Fermo restando che la consulenza è gratuita, laddove esista un'attività preliminare che vada oltre il mero parere verbale ma comporti anche una serie di interventi di tipo amministrativo, le sedi territoriali possono arrivare a fare una tessera sostenitori da 25 a 30 euro, fermo restando che la quota nazionale è di tre euro. Penso di non aver mancato a niente, ma sono a disposizione per ogni ulteriore chiarimento.

PRESIDENTE. Do la parola al presidente nazionale di Federconsumatori, Michele Carrus, accompagnato da Michela Colella, responsabile dei progetti, e da Sabrina Soffientini responsabile della comunicazione.

MICHELE CARRUS, presidente nazionale di Federconsumatori. Buongiorno presidente, ci scusiamo innanzitutto per il ritardo perché siamo incappati nella serrata dei taxi.

Sono il presidente di Federconsumatori, che oggi è una associazione di promozione sociale. Essa nacque alla fine degli anni '80 su iniziativa di docenti universitari, sindacalisti di area Cgil, lavoratori, cittadini, i quali decisero di costituire questa associazione, che si proponeva sin da subito la tutela dei consumatori in un panorama normativo in forte evoluzione nel nostro Paese e che poi ha conosciuto specifiche

iniziative legislative volte alla identificazione e definizione più precisa dei diritti e delle azioni attraverso cui tali diritti potevano essere fatti valere. L'associazione svolge dunque un'azione di rappresentanza e di tutela che, dal punto di vista individuale, opera sia sul piano dell'attività negoziale di confronto con diversi interlocutori o controparti, qualora sia il caso di intraprendere un'attività di tipo vertenziale, sia dal punto di vista legale, in termini di consulenza e di assistenza per le azioni giudiziarie che sorreggono le legittime pretese e rivendicazioni dei cittadini.

Inoltre, svolgiamo un'azione di tutela collettiva in una molteplicità di direzioni. Innanzitutto, attraverso un'attività di analisi sull'andamento del mercato, di valutazione sull'andamento dei prezzi, di verifiche o indagini sulle caratteristiche qualitative dei prodotti e dei servizi — che molto spesso abbiamo svolto anche in collaborazione con laboratori di analisi — sulla sicurezza dei beni, per esempio sulle caratteristiche dei giocattoli, sulla tracciabilità delle produzioni e delle stesse reti distributive. Oggi tale azione si sviluppa anche attraverso la iniziativa politico-divulgativa dei contenuti, dei valori e dei principi che ispirano l'attività consumeristica che svolgiamo e che ci portano anche ad assumere iniziative che traduciamo nelle interlocuzioni che abbiamo con diversi soggetti, anche con proposte di legge oppure attraverso la promozione di azioni di classe, dunque iniziative che riguardano la tutela di gruppi, più o meno estesi, di consumatori e cittadini, verso i quali poniamo in essere azioni di tutela che ci portano spesso nelle aule di giustizia a cercare di ottenerla.

Questo ci ha portato a sviluppare anche una molteplicità di rapporti di collaborazione con università e con centri di ricerca ed è così che nel tempo è nato un nostro punto di osservazione che chiamiamo « *Osservatorio nazionale di Federconsumatori* », che ha sviluppato una propria metodologia di rilevamento empirico dei dati basata sulla nostra diffusa e capillare rete di osservazione e di raccolta di informazioni che è andata via via affinandosi e che oggi è molto apprezzata. Riusciamo persino ad

anticipare in molte circostanze i dati che qualche giorno dopo vengono diffusi dall'Istat, confermando la bontà delle nostre analisi e del lavoro del nostro osservatorio, che si tiene presso la nostra direzione nazionale ed è coordinato dalla mia collega, qui presente, Sabrina Soffientini, da Tiziana Danese e da altri collaboratori della direzione nazionale insieme con tutta la nostra rete territoriale di strutture e di persone che collaborano con noi.

Abbiamo rapporti di collaborazione con altre associazioni dei consumatori. Alcune svolgono un'attività particolarmente specializzata in certi settori, penso all'ADUSBEF nel settore creditizio e finanziario, o si caratterizzano per una particolare modalità dell'iniziativa che per esempio privilegia l'ambito legale come fa il CODACONS, o CITTADINANZATTIVA per i temi della salute. Abbiamo anche rapporti con tutte le altre associazioni generaliste, in modo particolare con ADOC e ADICONSUM che, come noi, sono di un'area politico-culturale afferente alle grandi confederazioni sindacali del nostro Paese, ma anche con Movimento consumatori, U.Di.Con e con le altre grandi associazioni consumeristiche. Cito anche la collaborazione con le reti internazionali che abbiamo costituito. Facciamo parte dell'ECU (European Consumers Union), un circuito internazionale cui partecipiamo insieme a ADOC, Movimento consumatori CITTADINANZATTIVA e decine di altre associazioni europee, spagnole, belghe, tedesche, ungheresi, lituane e greche con le quali abbiamo costruito un circuito internazionale che ci mette in rapporto con la Commissione e il Comitato economico e sociale dell'Unione europea. Collaboriamo con molti altri enti, pubblici e privati, quali università, fondazioni, centri studi e ricerche, associazioni di imprese e loro reti — ABI, ANIA, Confindustria, Confesercenti, Confagricoltura, Coldiretti, Centromarca e Federutility e altre — e anche con grandi aziende e grandi gruppi industriali del Paese — Eni, Enel, Trenitalia, Società Autostrade, Banca Intesa, UniCredit, Poste, le grandi compagnie delle telecomunicazioni, le sette principali compagnie energetiche e *multiutility*. Collaboriamo molto con gli

enti locali e con le loro associazioni, quindi i comuni, ANCI, ANPCI, Comunità montane; con le regioni, le amministrazioni centrali dello Stato e le Autorità indipendenti, i ministeri — in particolare il Ministero dello Sviluppo economico e il Ministero del Lavoro che esercitano anche un'attività di sorveglianza.

PRESIDENTE. Vista la multiformità e la poliedricità di collaborazioni, su quanto personale dipendente o volontario riuscite a contare per queste attività? Argomento che peraltro è emerso con le altre associazioni, anche nelle audizioni della scorsa settimana.

MICHELE CARRUS, *presidente nazionale di Federconsumatori.* Glielo dirò subito. Ora cercavo di descrivere la nostra attività. Se posso proseguire il ragionamento ci arrivo subito.

Questa vasta rete di collaborazione ci porta ad avere rapporti anche con le Autorità indipendenti come AGCM, Agcom, Bankitalia, Consob. Il che ci ha consentito di sviluppare una intensa attività di tipo progettuale di cui abbiamo fornito un campionario nel bilancio sociale che abbiamo trasmesso alla Commissione nei giorni scorsi. Attività progettuale, coordinata dalla mia collega Manuela Colella, che svolgiamo in associazione temporanea di scopo con le altre associazioni dei consumatori con le quali costituiamo delle reti. Per esempio, un progetto SIGN a livello europeo con la rete ECU che qui in Italia fa il paio con un progetto si chiama « *Io sono originale* » che riguarda la tutela dei marchi e dei diritti di proprietà intellettuale, il progetto Re-consumer che riguarda il riutilizzo e il riciclo dei beni, e il progetto PQS di qualificazione degli sportelli. Partecipiamo poi a iniziative più generaliste ad esempio attraverso ASviS, l'Associazione per lo sviluppo sostenibile, siamo membri di Next, Nuova economia per tutti, siamo membri del Consumer's Forum e del ConsumerLab, promuoviamo una serie di attività, attraverso enti e associazioni di scopo, come FEduF, promosso insieme all'ABI, che si propone iniziative di educazione finanziaria, oppure parteci-

priamo all'Alleanza contro la povertà energetica, promossa dal Canale energia, tutte iniziative che veicoliamo attraverso i nostri canali comunicativi, sul *web* e sui *social*, con le *newsletter* e così via. Insieme alle altre associazioni dei consumatori — ne parlava poco fa il collega — siamo promotori delle ADR nelle sette principali società energetiche e nelle quattro principali della comunicazione, oltre che in vari altri ambiti dove operano organismi paritetici nei quali, insieme agli organismi paritetici istituiti presso le Autorità, Federconsumatori svolge da sola, secondo le statistiche, oltre il 70 per cento del totale delle conciliazioni che vengono prodotte nel nostro Paese, con una percentuale di successo, quindi di risultato positivo, che supera per noi il 90 per cento delle iniziative promosse.

Promuoviamo poi una serie di azioni collettive o di classe, come quella che abbiamo in corso contro Poste Italiane che riguarda i buoni fruttiferi postali della serie Q, nella quale è stato operato un errato calcolo degli interessi dovuti ai consumatori, oppure tuteliamo i risparmiatori aggirati e truffati dalle banche venete o dalle banche del Centro Italia in liquidazione coatta amministrativa.

Abbiamo messo in piedi iniziative di tutela dei pazienti, intervenendo a difesa dei consumatori traditi dalla società Dentix, poi fallita, una delle aziende di cure dentarie non professionistiche, che lasciò molti pazienti privi del completamento del percorso di cura che avevano intrapreso e magari indebitati con le società finanziarie presso le quali avevano stipulato prestiti per accedere alle cure stesse. Insieme all'associazione dei dentisti abbiamo potuto dare loro soddisfazione con un intervento che ha riguardato migliaia di persone, come tante migliaia ne riguarda anche quello sulle banche.

Promuoviamo una serie di iniziative, dibattiti, convegni o vi partecipiamo. Negli ultimi due mesi abbiamo partecipato ai congressi dell'ISDE, l'associazione dei medici per l'ambiente, dell'ANMVI e dell'ANDI, le associazioni dei veterinari e dei dentisti, abbiamo promosso convegni sull'uso appropriato dei farmaci, sulla finanza

sostenibile, sulle comunità energetiche rinnovabili. Da poco abbiamo partecipato a un'iniziativa dell'ANBI, l'Associazione nazionale delle bonifiche italiane, sull'utilizzo delle acque reflue, tema di molta attualità in questo periodo di siccità. Con tutte e venti le associazioni dei consumatori, per la prima volta nella storia del nostro Paese, abbiamo promosso una iniziativa di proposta e di protesta che abbiamo portato in piazza il 10 giugno scorso con la manifestazione che abbiamo intitolato «*Pentole vuote*» a testimoniare la situazione di difficoltà in cui gravano i cittadini e le famiglie in questa fase difficile che stiamo attraversando. Abbiamo portato qui il manifesto di quella iniziativa, che consegniamo alla Commissione, con la piattaforma delle nostre richieste al Governo e al legislatore perché intervengano.

Il nostro ambito d'attività, come vede, spazia oggi su molti campi e settori: commercio, prezzi, agricoltura, alimentazione, salute, sanità, trasporti, turismo, disabilità, sovraindebitamento, tutela del risparmio, credito, finanza, assicurazioni, telecomunicazioni, energia e reti. Ciò attraverso un'organizzazione di tipo dipartimentale dove riusciamo a coinvolgere la rete territoriale della nostra associazione. Vengo dunque alla risposta alla sua domanda precisa. Abbiamo 20 sedi regionali e una rete di 708 sportelli nel Paese, oltre ovviamente alla direzione nazionale dove operiamo in una sede di nostra proprietà, con 74 uomini e 128 donne, 202 persone che hanno con noi un rapporto di lavoro dipendente a tempo determinato, indeterminato, o con contratto di collaborazione continuativa o di apprendistato. In più operano 335 uomini e 291 donne, quindi altri 626 volontari che a titolo gratuito o con mero rimborso delle spese vive documentate o autocertificate, secondo quanto prescritto dalla legge, svolgono una attività di supporto e di militanza nella nostra associazione, che è dunque un'organizzazione di massa. Abbiamo circa 60 mila iscritti che sono in calo significativo, legato soprattutto agli ultimi due anni alla vicenda del COVID-19. Siamo una realtà che materialmente opera con il contatto diretto con le persone attraverso que-

sta rete così articolata e quindi abbiamo risentito moltissimo dei vincoli alla libertà di movimento. Abbiamo una quota tessera annuale fissata in 40 euro, ma, attraverso delle convenzioni con soggetti particolari, la quota può variare in diminuzione. Questo è il limite massimo e riguarda circa un quinto del totale del tesseramento, altre tessere hanno importi più bassi legati a particolari categorie di soggetti che chiedono la nostra assistenza.

Le fonti principali del finanziamento derivano innanzitutto dal tesseramento che con queste dimensioni raggiunge circa un milione e 200 mila euro all'anno per la nostra associazione nazionale in tutto il territorio, del quale soltanto una parte — 1,5 euro per ciascun tesserato — finanzia direttamente la struttura della direzione nazionale. Altra fonte importante di finanziamento è costituita dalle sottoscrizioni del 5 per mille da parte dei cittadini che volontariamente destinano tali somme a Federconsumatori.

Facciamo circa 20 mila battute, così le chiamiamo nel nostro linguaggio, cioè persone che sottoscrivono per una trattenuta media che non arriva ai 20 euro, quindi sono circa 400 mila euro complessivamente che vanno principalmente a beneficio delle nostre strutture territoriali, tranne una quota per il nazionale. Poi c'è l'attività progettuale di cui vi ho dato conto durante la relazione che è variamente finanziata a bando dagli enti e dalle amministrazioni dello Stato che appunto emettono questi bandi.

Nel documento che vi abbiamo consegnato abbiamo avanzato alcune proposte di intervento che ci permettiamo di rivolgere anche alla Commissione, stante le finalità per le quali è stata costituita, che non sono soltanto di conoscenza più approfondita del panorama delle associazioni consumeristiche, ma anche delle iniziative da mettere in campo rispetto all'attività che esse svolgono a tutela dei consumatori e degli utenti.

Vado per titoli per andare alla conclusione e non prendere troppo tempo. Abbiamo concentrato la nostra attenzione su alcuni interventi che suggeriamo in materia

di semplificazione dei contratti commerciali, di modificazione della normativa che riguarda la privacy. Sugeriamo poi una limitazione del *ius variandi* di cui molto spesso abusano soprattutto le grandi società che operano nel campo delle utility e dei servizi finanziari, per imporre condizioni peggiorative ai rapporti in essere con i clienti.

Abbiamo proposte di intervento sulle azioni di classe, sul sovraindebitamento, in modo da rendere più accessibili gli strumenti posti dal legislatore a tutela delle persone che incorrono in questa triste situazione, sulla regolazione delle criptoattività, finanziarie e non finanziarie, sulle quali abbiamo un deficit di regolazione nel nostro Paese, sull'introduzione di una normativa sulla scorta di quanto recentemente fatto in Francia per quanto riguarda la obsolescenza programmata dei prodotti, sulla regolazione e sulla vigilanza dei mercati anche nei negozi di prossimità — sono cose contenute anche nella piattaforma rivendicativa del 10 giugno di tutte le associazioni dei consumatori —, sulla regolazione del prezzo in materia di trasporto aereo ed energia.

Tanto si discute in questo Paese ma ci sono cose sulle quali siamo disponibili a tornare per fare approfondimenti, se la Commissione lo riterrà, e comunque è tutto contenuto nel nostro documento che vi abbiamo trasmesso qualche giorno fa. Infine, ci siamo permessi di suggerire un riordino della disciplina che riguarda l'attività delle associazioni dei consumatori.

Rimando dunque al documento che abbiamo consegnato alla Commissione per la trattazione di tali questioni, e restiamo a vostra disposizione.

PRESIDENTE. La ringrazio anche per la completezza dei dati che ha fornito.

Do la parola a Giovanni Ferrari, presidente della Casa del consumatore.

GIOVANNI FERRARI, presidente di Casa del consumatore. Buongiorno, sono Giovanni Ferrari presidente di Casa del consumatore. La nostra associazione è stata costituita nell'anno 2000, ha sede nazionale

a Milano e conta, secondo l'ultima dichiarazione che abbiamo presentato al Ministero, 31.825 iscritti, abbiamo 86 sedi sul territorio italiano, dislocate in 16 regioni. Per quanto riguarda la composizione della compagine associativa siamo presenti invece in tutte le regioni facendo anche parecchie attività online. Principali obiettivi che si propone la nostra associazione sono quelli di informare i cittadini dei loro diritti e delle opportunità che hanno e anche di fare un'opera di prevenzione perché nulla c'è di meglio per il nostro compito che cercare di prevenire che si verifichino gli illeciti, in modo che non sia necessario poi ricorrere all'autorità giudiziaria o svolgere altro tipo di azione a difesa dei consumatori. Questa attività di prevenzione, informazione e assistenza viene svolta sia attraverso il web sia presso le nostre sedi.

Ci occupiamo di tantissime materie. Alcune nostre sedi territoriali hanno anche delle specializzazioni, ad esempio il Piemonte è specializzato nel sovra-indebitamento, il Veneto nella tutela dei risparmiatori, però le materie che più ci occupano a livello nazionale sono le utenze domestiche il che si ricollega a tutto il discorso dei protocolli di conciliazione e dell'assistenza davanti agli organismi di composizione delle liti, istituiti anche dalle Autorità indipendenti, quindi utenze domestiche – intendo acqua, luce, gas, telefono eccetera. Negli ultimi anni ci siamo focalizzati soprattutto sulla tutela di chi compra on line, quindi di chi compra sul web, poi ovviamente essendo associazioni di consumatori ci occupiamo di tutti i temi legati al rapporto tra consumatori e professionisti. Queste sono le materie su cui ci battiamo maggiormente.

La nostra sede nazionale si occupa di monitorare e coordinare il funzionamento delle sedi territoriali. Una cosa che viene fatta sempre con maggiore cura, proprio su pressione del Ministero dello Sviluppo economico che ci chiede conto dell'attività che viene svolta sul territorio dalle nostre sedi, anche grazie a fondi pubblici, è il gestionale, la reportistica sull'attività che viene svolta dalle sedi, sulla base di un progetto a cui adesso stanno aderendo 25 delle no-

stre sedi. Ci occupiamo di presentare e gestire i progetti perché il meccanismo di intervento dello Stato italiano a favore dei consumatori è, com'è noto, quello dell'utilizzo di parte delle sanzioni antitrust per progetti e iniziative a vantaggio dei consumatori, e destinatari di questi progetti e iniziative, a bando, sono le associazioni nazionali di consumatori. Uno tra i nostri principali obiettivi è quello di gestire la progettazione in maniera più professionale possibile, perché il legislatore ha dato proprio a noi questo incarico e quindi è opportuno che lo facciamo al meglio possibile e in maniera più professionale possibile. In questo un ruolo gioca anche il Ministero, che è sempre più attivo nel verificare come vengano spesi i soldi destinati a queste iniziative e quali vantaggi concreti poi abbiano i consumatori, in termini sempre più misurabili, per cui è chiaro che la nostra attività è indirizzata soprattutto a essere efficaci ed efficienti nella gestione dei progetti.

Abbiamo poi rapporti istituzionali, come citava prima il collega Carrus, con tanti soggetti. Anche noi partecipiamo a un organismo europeo che si chiama BEUC, referente principale della Commissione in tema di tutela dei consumatori. Anch'io personalmente ho avuto delle esperienze passate a Bruxelles in rappresentanza dell'Italia e ho avuto modo di confrontarmi anche con partner europei e capire come funzionano le cose in quegli Stati. Gestiamo l'attività web dell'associazione, su cui poi parlerò ulteriormente, e poi ci focalizziamo sulle iniziative di interesse generale, quindi abbiamo promosso delle *class action*, iniziative di tutela collettiva di svariato tipo in questi anni. La sede nazionale non si occupa di tutelare i singoli casi perché questo è un compito delle nostre sedi territoriali. Come attività web abbiamo quattro siti. « *Casa del consumatore* », il sito istituzionale, il blog del consumatore sul TGcom24, *shopping verify* (verifica sito) e poi, una curiosità, abbiamo collaborato anche con degli *influencer*.

« *Casa del consumatore* » è un sito che abbiamo recentemente rinnovato l'anno scorso, proprio grazie a fondi del Ministero

dello Sviluppo economico che ci hanno consentito di dare un'assistenza direttamente on line. Chi va sul sito sceglie la materia e la sua regione in modo da poter girare la richiesta alla sede territoriale competente o al conciliatore o al professionista che può seguire la problematica segnalata, diamo una prima risposta gratuitamente, sperando di risolvere subito, se no ci mettiamo in contatto, se ce lo richiede il consumatore, per dare ulteriore assistenza. È un sistema che funziona sia con la compilazione di un *form* sia con una chat vocale, e c'è anche un numero verde vocale. Questo sistema ha avuto abbastanza successo quest'anno. Si tratta di una nuova fonte di afflusso alla associazione e abbiamo avuto quasi 1500 richieste on line, che sono state poi tutte riversate a chi fa la tutela sul territorio.

Abbiamo una sezione destinata alla trasparenza in cui pubblichiamo i nostri bilanci e le sovvenzioni ricevute e abbiamo un'area riservata per le sedi e per gli utenti. Per le sedi proprio per quel fine che dicevo di monitorare la loro attività e proprio un intervento recente consente anche di condividere la pratica con gli utenti, in modo essi vedano quali sono le successive scadenze, come sta andando e possano anche giudicarci. Abbiamo infatti dato la possibilità agli utenti di esprimere nella loro area riservata un voto sul servizio che hanno ricevuto da Casa del consumatore.

Il nostro *blog* del consumatore è on line dal 2009. Ci ospita TGcom24, in base a un accordo per il quale noi nulla chiediamo loro, nulla loro ci danno, però ci ospitano su questo importante portale. Abbiamo scritto 1255 articoli dal 2009, quindi circa un centinaio all'anno e due o tre a settimana. Abbiamo moderato 16.417 commenti e otteniamo circa 2 milioni di visualizzazioni all'anno per i nostri articoli.

Abbiamo poi « *Shopping verify* », un sito di recensioni sui venditori on line. Praticamente i consumatori loro *sponte* vanno sul sito e mettono dei commenti sugli e-commerce e questo deve servire da guida per gli altri consumatori per segnalare sia ottimi siti sia siti che invece fanno truffe o comunque mettono in atto pratiche commer-

ciali scorrette e sanzionabili. Le recensioni che vengono pubblicate sono tutte verificate, perché è obbligatorio allegare una prova d'acquisto, quindi questo riduce un po' il numero delle recensioni ma dà maggiore sostanza e consistenza al commento. È on line proprio da oggi, quindi mi fa piacere in questa occasione dirlo, sempre grazie a fondi MISE, che hanno consentito la realizzazione di questo sito. Lo dico perché spesso ci si chiede che fine facciano questi fondi. Ecco noi dal 2014 accudiamo caramente questo nostro sito, lo portiamo avanti. Adesso si può mandare direttamente un reclamo dal sito all'e-commerce, oltre a esprimere la propria opinione attraverso un commento. Abbiamo già 1387 siti di e-commerce recensiti e una *community* di 11.460 utenti che utilizza questo sito, o meglio che ha scritto su questo sito, poi ovviamente gli accessi sono di numero nettamente superiore.

Collegato a questo, abbiamo realizzato nel 2020, sempre con fondi MISE, il sito « *Verifica sito* » che ha una funzione complementare rispetto a « *Shopping verify* ». Per i siti per i quali non abbiamo commenti, si consente alle persone di fare un test per vedere se il sito può essere affidabile. È un test « a freddo », non si sa se poi effettivamente il sito funziona o meno, lavora bene o lavora male, però ci sono alcuni elementi che possono già far discernere tra un sito che rispetta la normativa sugli acquisti on line rispetto al sito che invece non la rispetta minimamente. Quindi con un massimo di cinque domande sul sito, alla fine il consumatore riceve un semaforo verde, giallo o rosso di consiglio ad acquistare su quel sito. Questo sito è stato pubblicato due anni fa e abbiamo già fatto 70.200 verifiche e di queste 41.121 hanno dato semaforo rosso. Quindi riteniamo di aver contribuito in più di 40 mila casi a evitare che vi fossero acquisti incauti su siti che non rispettavano la normativa. Questo sito ha avuto un notevole successo, tanto è vero che con ricerche testuali come « sito sicuro » « sito affidabile » il primo risultato in assoluto su Google è proprio « *Verifica sito* » e questo ci porta anche una grande mole di traffico sul sito.

Per quanto riguarda il discorso sugli *influencer*, si tratta di un tema molto dibattuto, se siano un bene o un male per la nostra nazione e in che cosa possano contribuire. È sicuro che raggiungono tante persone e sono appunto influenti. Abbiamo perciò deciso di avviare collaborazioni con due *influencer* con i quali abbiamo realizzato in totale tre video informativi sui diritti dei consumatori, sulle facoltà che hanno e i limiti dei loro diritti. L'abbiamo fatto in maniera spiritosa per attirare il pubblico, tanto è vero che con tre video abbiamo ottenuto sei milioni di visualizzazioni e 300 mila *like*, per cui riteniamo che sia un buon modo di utilizzare questi soggetti e di collaborare con loro.

Il collega di Federconsumatori prima ha illustrato varie proposte, noi ne condividiamo tante. Io ne ho portata una a titolo esemplificativo perché sapevo che questa non era la sede. Abbiamo protocolli di conciliazione con tante aziende di carattere nazionale che hanno milioni di clienti, abbiamo le Autorità garanti che hanno creato via via nel tempo enti di conciliazione per cui c'è l'ABF della Banca d'Italia, l'ACF della CONSOB, ci sono i CORECOM per quanto riguarda la telefonia, adesso l'IVASS ne sta facendo uno proprio. Sono un avvocato e quindi sono sensibile al discorso della tutela dell'individuo. Davanti a queste Autorità si va sempre da soli, si può andare da soli oppure male accompagnati, dico io, perché ci sono anche aziende che rastrellano ricorsi seriali e poi fanno dei bei patti di quota lite punitivi. L'onorevole Baldelli è rimasto famoso per un articolo di legge, che però ha scombuscolato le cose, sui due anni della prescrizione. A volte basta un singolo intervento per rivoluzionare un settore. Che venga data l'informazione sia sui siti sia nelle risposte ai reclami circa il fatto che ci si possa rivolgere a un'associazione di consumatori e ciò, tra l'altro, gratuitamente proprio perché per i protocolli di conciliazione dobbiamo dare servizio gratuito, sarebbe una cosa utile perché tutte le Autorità si preoccupano nella risposta al reclamo di dire che si può andare da loro, ma si dovrebbe anche dire che si può andare dalle associazioni di consumatori.

È già emerso da quanto detto da vari colleghi e anche da precedenti interventi, ovvero un certo calo degli iscritti o comunque di una difficoltà a fidelizzarli. Questo è vero perché tendenzialmente si va dall'associazione di consumatori quando si ha un problema e siamo i primi a non augurare che uno abbia un problema tutti gli anni. In più – ma questo è solo un aspetto che ci portiamo dietro già da tanti anni – ormai si riescono a ottenere consigli e informazioni gratuitamente nel web da parte delle associazioni di consumatori, ma non solo, e anche l'accesso ai reclami. Tutto avviene via web, è semplificato e il fai da te è molto più semplice. La conciliazione, noi la facciamo gratuitamente perché così ci è anche imposto dal Ministero dello Sviluppo economico che ha riconosciuto determinati protocolli di conciliazione. La prima consulenza, in base ai progetti con il Ministero dello Sviluppo economico, deve essere data gratuitamente. Noi non imponiamo un rinnovo automatico, ci mancherebbe. Riteniamo che sia l'associazione dei consumatori ad andare a caccia del rinnovo anno dopo anno. Tutto questo panorama di essenziale gratuità porta una difficoltà relativa al fatto che sia riconosciuto soltanto l'iscritto pagante, mentre chi non ha pagato la quota nell'anno viene sbattuto fuori dal novero degli iscritti riconosciuti dal Ministero dello Sviluppo economico. Noi infatti ne avremmo molti di più ma quelli che possiamo portare sono quelli che vi ho citato. Grazie per l'attenzione.

PRESIDENTE. Do la parola alla direttrice del Centro tutela consumatori utenti (CTCU), dottoressa Gunde Bauhofer.

GUNDE BAUHOFER, *direttrice del Centro tutela consumatori utenti-CTCU.* Chiedo scusa alla Commissione per il ritardo. Ringrazio per l'occasione. Ieri in tarda serata ho trasmesso il documento sulla nostra associazione. Il CTCU o Verbraucherzentrale Südtirol nasce a Bolzano nel 1993. Siamo la più piccola associazione dei consumatori, contando infatti solo poco più di 3000 soci effettivi annui e operiamo in provincia di Bolzano. Come forma associa-

tiva siamo una APS, attualmente in attesa di consolidamento nel Registro unico nazionale del Terzo settore. Siamo prevalentemente sostenuti da fondi pubblici. Lo scopo esclusivo è la tutela dei diritti fondamentali dei consumatori. Siamo presenti fra le associazioni rappresentative a livello nazionale grazie a un comma dell'articolo 137 del Codice del consumo che ci permette di tutelare le minoranze linguistiche. Dal fatto che siamo un'associazione di frontiera abbiamo tratto vantaggio e dal 1995 gestiamo un'Antenna del Centro europeo consumatori Italia, prima ancora che ci fosse la Rete europea dei centri dei consumatori, quando ancora era solo transfrontaliera tra Austria e Italia. Questo centro è finanziato dalla Commissione europea e dal Ministero dello Sviluppo economico. Da molti anni lo gestiamo in partnership con l'ADICONSUM. C'è uno sportello in ogni Stato membro più Norvegia, Lichtenstein e Islanda. Come CTCU assistiamo ogni anno circa 40 mila consumatori con informazioni, consulenza, formazione e anche rappresentanza stragiudiziale e giudiziale. Prendiamo anche posizione nei confronti di imprese, dei legislatori, dell'economia e della pubblica amministrazione, più a livello locale che non a livello nazionale. Tuttavia, partecipiamo anche a iniziative nazionali con i colleghi del CNCU. Grazie ai fondi pubblici, offriamo tutte le informazioni e la consulenza generale in modo gratuito e chiediamo un contributo spese per le consulenze specialistiche.

La particolarità è che tutti i prodotti, i servizi e ogni attività vengono offerti in italiano e in tedesco, quindi ogni lavoro è bilingue. Alcuni stampati vengono offerti anche nella terza lingua che è il ladino, alternandosi la versione gardenese e badiota – quindi un gran lavoro di traduzione tutto l'anno – e, per quanto riguarda il Centro europeo, anche in inglese. Come organizzazione in senso stretto, nella sede centrale offriamo tutti i servizi che l'associazione mette a disposizione, poi abbiamo dodici sedi periferiche nelle vallate che offrono informazione, consulenza generale e consulenza sul diritto dei consumatori. Ad esempio, per le consulenze su un pro-

dotto finanziario che abbia provocato delle perdite occorre rivolgersi alla sede centrale, ma siamo molto raggiungibili. Abbiamo un piccolo sportello mobile, un camper adibito a ufficio che gira nelle vallate e nelle zone montane per far sì che anche lì arrivi l'informazione al consumatore, sia capillare e di facile accesso. Questo sportello è molto gradito e arriva a intervalli regolari.

Abbiamo organizzato gli argomenti della tutela del consumatore in un sistema-guida a colori diviso in 10 settori, dal diritto al consumo ai servizi finanziari fino alle assicurazioni. Orientiamo tutti i servizi secondo questo sistema in modo che diventi anche facile per i consumatori. Siamo molto attivi sul versante stampa con oltre 200 comunicati stampa in italiano e tedesco e fra questi anche confronti, studi, prese di posizione. Abbiamo una trasmissione fissa sulle reti RAI regionali.

A livello locale siamo sempre maggiormente coinvolti nella verifica della gestione della qualità dei servizi pubblici affidati a gestori privati e mettiamo in atto tutto il set di misure previsto dalle carte della qualità dei servizi secondo la legge statale del 2007, che ha previsto che le associazioni dei consumatori vengano coinvolte in tali misure. Credo che siamo l'unica associazione in tutta Europa che ha proposto una causa collettiva in un diverso Stato membro, la nostra *Musterfeststellungsklage* contro Volkswagen per i danni del *dieselgate*, e attualmente sono in corso le udienze presso il Tribunale superiore della Bassa Sassonia a Braunschweig. Si sono iscritti 1237 consumatori italiani che stiamo difendendo contro Volkswagen.

Come cifre segnalerei il recuperato dell'anno scorso, soldi tornati ai consumatori, con un record di 3 milioni e 800 mila euro. Si tratta proprio di soldi ritornati nelle tasche, la maggior parte dei quali ottenuti al tavolo di confronto e non in aula giudiziaria, quindi è stato un lavoro di negoziazione assistita fatta dall'associazione. Le consulenze sono in aumento mentre calano le richieste di informazione. Credo si tratti di un trend stagionale, forse le persone vengono da noi per problemi di misura

economica minore e questo fa aumentare le consulenze vere e proprie. In forte aumento sono anche le conciliazioni. Dopo un anno di magra sono ritornate per fortuna le scolaresche e anche l'educazione al pubblico adulto ha visto una ripresa. Vi ho allegato anche una panoramica delle attività svolte l'anno scorso, ma per non tediarvi non le leggo.

Come diceva prima Federconsumatori, anche noi avevamo fatto una piccola proposta alla cui trattazione mi è sembrato di capire siano destinate le prossime udienze. Trasmetteremo quindi tale documento in un secondo momento.

Se ci sono *benchmark* particolari che vi interessano, lo sviluppo dell'associazione negli anni e le cifre sono a vostra disposizione.

PRESIDENTE. La ringrazio moltissimo. Se non vi sono domande o richieste di chiarimento da parte dei colleghi possiamo chiudere qui, anche in vista del fatto che a breve inizieranno i lavori in Assemblea con probabili votazioni procedurali.

Ringrazio i rappresentanti delle associazioni per essere stati presenti oggi e per i loro interventi e auguro a tutti buon lavoro.

Dichiaro conclusa l'audizione.

La seduta termina alle 11.40.

*Licenziato per la stampa
l'8 settembre 2022*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO



18STC0193130