



UNC  
CONSUMATORI.IT

## PREMIO DONA: appuntamento con “il nuovo”

26 novembre 2014



### *Comunicato stampa dell'Unione Nazionale Consumatori*

***L'Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione consumerista in Italia, presenta l'ottava edizione del Premio “Vincenzo Dona”, dedicato alla memoria del suo fondatore, offrendo un momento di riflessione sul “nuovo” che va “ramificandosi” intorno alle esistenze dei consumatori.***

Roma, 26 novembre 2014 - Appuntamento questa mattina a **Roma (Teatro Argentina, Largo di Torre Argentina 52)** con l'ottava edizione del **Premio “Vincenzo Dona, voce dei consumatori”**, evento organizzato dall'Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione di consumatori in Italia, fondata nel novembre 1955 da Vincenzo Dona.

L'incontro, ispirato al ricordo del fondatore, autentica “voce dei consumatori” ed iniziatore del movimento consumerista italiano, intende quest'anno fare il punto sul tema “Cresce la cultura del nuovo” alla presenza di autorevoli personalità del mondo accademico, politico e istituzionale.

**Il Premio “Vincenzo Dona, voce dei consumatori” 2014** è conferito a **Nicola Gratteri** (Procuratore della Repubblica Aggiunto della Direzione Distrettuale Antimafia di Reggio Calabria) e **Jeremy Rifkin** (Presidente Foundation on Economic Trends).

Ecco le dichiarazioni di alcuni partecipanti alla mattinata di convegno:



L'avvocato **Massimiliano Dona**, Segretario generale dell'Unione Nazionale Consumatori, spiega perché questa edizione è dedicata al "nuovo": *"Mai come in questa stagione 'cresce la cultura del nuovo'. È un dato di fatto e, come sarà subito chiaro dando uno sguardo alla creatività che abbiamo scelto (un albero che porta come frutti le parole del nuovo), immaginiamo che sia un fatto 'naturale', un fenomeno che cresce intorno a noi come fa un virgulto che si sviluppa e diventa albero. E così è stato facile giocare proprio sul doppio significato della parola 'cultura', non solo nella sua accezione più comune ma anche in quella naturalistica per spiegare di come il nuovo va 'ramificandosi' intorno alle esistenze dei consumatori, le sta cambiando, stimolandoci alla scoperta di nuovi paradigmi. Il 'nuovo', non l'innovazione, badate bene, termine che mi sembra già vecchio per quanto usato ed abusato in ogni contesto quasi possa avere il potere salvifico di risolvere le inefficienze del Paese o i problemi della vita di tutti i giorni. Il nuovo è ben altro: non necessariamente tecnologico, ma un diverso approccio ai piccoli e grandi fenomeni che interessano le nostre esistenze di consumatori: è 'nuovo' il passaggio dal prodotto al servizio, dallo scambio all'accesso, dal consumo all'esperienza! E' 'nuovo' il superamento della logica del possesso per scoprire i vantaggi di poter godere dell'utilità che il bene può offrire, magari in una logica collaborativa e solidale".*

**Carlo Alberto Carnevale Maffè**, docente SDA Bocconi, afferma: *"La sharing economy è straordinaria sfida per una nuova organizzazione della domanda e dell'offerta, in grado di far leva su asset privati tangibili (hardware, case, automobili) e intangibili (competenze, fiducia, software) finora sottoutilizzati, allo scopo di liberare maggiore produttività totale dei fattori economici. In questo modello non vale la distinzione tradizionale tra produttori e consumatori, ma si costruisce un mercato in cui soggetti di pari dignità si scambiano beni e servizi sulla base di reciproche promesse. E a fianco del ruolo dello Stato come garante della qualità, viene messo in discussione il monopolio della sanzione (e quindi della protezione dei consumatori), nel caso in cui tali promesse non vengano mantenute. Il rating sociale, se organizzato in maniera trasparente e non opportunistica, e magari in collaborazione con le associazioni di tutela dei consumatori, può migliorare di molto la differenziazione d'offerta e il soddisfacimento di una più ampia gamma di fabbisogni. In questo scenario, i social network diventano potenziali piattaforme di nuova imprenditorialità".*

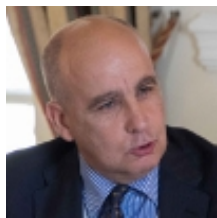


**Francesco Morace**, Sociologo, presidente Future Concept Lab, esprime il suo punto di vista sul "nuovo": *"Pensare al nuovo significa comprendere gli orientamenti paradigmatici (l'originalità, la sostenibilità, la tempestività, la condivisione) che caratterizzeranno il mercato del futuro. Su questi valori l'Italia deve dimostrare le proprie qualità: l'ingegno, il senso del gusto e del bello, la maestria. Ciò significa alimentare, sostenere, rafforzare, la presenza degli imprenditori italiani, ma anche dei singoli professionisti e ricercatori, che potrebbero esprimere il loro talento basandosi su una piattaforma organica. Le tecnologie digitali, ormai alla portata di chiunque, possono sostenere questo orientamento al nuovo, condividendo e moltiplicando il valore che già siamo in grado di produrre.*

*L'Italia avrebbe tutte le carte in regola per progettare il futuro: intelligenza, creatività,*

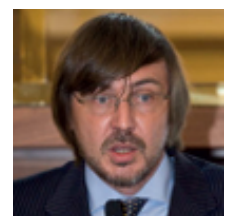
*saper fare. Gli ostacoli stanno tutti e solo nella nostra testa, nell'abitudine devastante allo scetticismo, all'invidia competitiva, alla conservazione, per non affrontare le sfide innovative che il futuro ci impone. Innovazione significa inserire delle qualità e dei talenti in un contesto specifico di grande cambiamento. Lo scenario globale che va definendosi richiede infatti una nuova capacità di confronto che l'Italia dovrà attivare, se vuole rimanere in gioco valorizzando le proprie qualità. La molla non può essere il semplice orgoglio nazionale che spesso in Italia si limita a una sterile strategia difensiva”.*

Questo il commento di **Armando Garosci**, giornalista di Largo Consumo e moderatore della sessione sulle parole del nuovo: *“In un momento in cui il Paese appare immobilizzato, parlare in modo fattivo del ‘nuovo’ è molto opportuno. Va tuttavia osservato che oggi nessuno è grande abbastanza per bastare a se stesso e le nuove realtà dell’economia digitale, anche quelle più affermate, sentono il bisogno di dialogare con i player tradizionali e affermati, e la cosa è naturalmente reciproca”.*



**Federico Mereta**, de Il Secolo XIX, dichiara: *“La salute non è più solo assenza di malattia, ma rappresenta stato di benessere che nasce dall’informazione e dalla capacità di comprendere quanto viene proposto e dalle scelte che si fanno. Il consumatore moderno, anche per merito della rete, può oggi avere numerose fonti di informazione che deve però avere modo di gestire per fare le scelte giuste, soprattutto in tema di farmaci, integratori e tutto quanto aiuta a realizzare uno stato di wellness. Questa è la grande sfida per il futuro, per non cadere nelle trappole della pubblicità e non rimanere esclusi da un processo inarrestabile di miglioramento della qualità di vita”.*

*“L’Italia è il paese simbolo di un corretto ed equilibrato stile alimentare ed ha quindi il dovere di promuoverlo e diffonderlo con ogni mezzo sociale, culturale e scientifico disponibile. Purtroppo, in realtà, le tradizionali abitudini alimentari italiane sono sempre meno seguite da larghe fette della popolazione”.* Così il neuroscienziato **Giovanni Scapagnini** che prosegue: *“Con il mio gruppo di ricerca rappresentiamo l’Italia all’interno dell’ ‘International Council of Genetics, Nutrition and Fitness for Health’, un network internazionale, con sede centrale a Washington DC, fondato dalla Dr. Artemis P. Simopoulos, un’ autorità nel campo della nutrizione, destinato ad influenzare i ‘trends’ di ricerca scientifica in campo nutrizionale ed ad avere forte impatto sulle future politiche di salute pubblica dei singoli paesi che ne fanno parte. Uno dei nostri obiettivi è quello di promuovere scientificamente e valorizzare i prodotti ad azione funzionale tipici del regime alimentare Italiano, riscoprendo nelle tradizioni alimentari del nostro Paese, le basi per lo sviluppo di una ‘nuova alimentazione’, mirata al miglioramento del benessere e all’ottenimento di un invecchiamento in salute”.*



In occasione dell’incontro si svolgerà la cerimonia di consegna dei premi “Vincenzo Dona”: nella scorsa edizione sono stati premiati **Ermete Realacci** (Presidente Commissione Ambiente, territorio e lavori pubblici Camera dei deputati), **Serge Latouche** (Professore emerito di economia Università d’Orsay, obiettore di crescita) e **Andrea Segrè** (Presidente

Last Minute Market). (Vedi foto).



Questi i premi che saranno assegnati per il 2014:

**“Premio Vincenzo Dona”** per le personalità che si sono distinte per l’impegno a favore dei consumatori:

- **Nicola Gratteri** (Procuratore della Repubblica Aggiunto della Direzione Distrettuale Antimafia di Reggio Calabria)
- **Jeremy Rifkin** (Presidente Foundation on Economic Trends).

**“Premio Vincenzo Dona”** per i giornalisti:

- **“Mi manda Raitre”** rappresentato dalla conduttrice Elsa Di Gati.

**Menzione speciale:**

**“Wired”** rappresentato dal Vice Direttore Federico Ferrazza.

**“Premio Vincenzo Dona”** per le migliori tesi di laurea in materia di tutela dei consumatori. Riceverà il Premio:

**Eleonora Paolucci** dell’Università IULM di Milano.

**“Premio Vincenzo Dona”** per i comitati locali dell’Unione Nazionale Consumatori:  
**Comitato di Bergamo.**