



UNC
CONSUMATORI.IT

PREMIO DONA: in diretta streaming si parla di futuro delle imprese e dei consumatori

13 Novembre 2020

Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori

L'Unione Nazionale Consumatori presenta la quattordicesima edizione del Premio "Vincenzo Dona, voce dei consumatori", dedicato alla memoria del suo fondatore: un momento di riflessione in questo periodo di pandemia sul futuro del mercato, le aspettative dei consumatori, le sfide a cui sono chiamate le imprese.

Tra gli ospiti: il Vice-ministro della Salute Sileri, i Presidenti delle Autorità Besseghini (energia) e Stanzone (privacy) e l'ex consigliere per l'innovazione alla Casa Bianca, Alec Ross.

Milano, 13 novembre 2020 – Il futuro del mercato, le aspettative dei consumatori, le sfide a cui sono chiamate le imprese e poi la digitalizzazione, il richiamo all'etica, il rispetto dei diritti: in tre parole, prese in prestito dall'inglese, "What's next", quel "poi" che è già "adesso" e richiama tutti ad una riflessione su come la pandemia sta cambiando (e ha già cambiato) le nostre esistenze. Sono questi i temi della quattordicesima edizione del **Premio Vincenzo Dona**, che si è tenuto questa mattina in diretta streaming dagli studi **Sky di Milano** (è possibile vedere il video integrale sul profilo Facebook **UNConsumatori**)

A fare gli onori di casa, l'avvocato **Massimiliano Dona**, Presidente di **Unc**, che anticipa alcuni dei temi della giornata: *"La pandemia sta radicalmente modificando le nostre vite, le abitudini, i consumi, gli stessi eventi. Lo scorso anno ci siamo lasciati nella suggestiva location del Teatro Argentina di Roma, quest'anno ci ritroviamo in uno studio televisivo in diretta streaming: abbiamo dovuto ri-pensare il nostro modo di comunicare, vivendo la crisi come un'opportunità. Siamo nel bel mezzo di una tempesta che non accenna a placarsi, ma le pandemie (come le guerre) ci costringono a comprendere meglio la società in cui viviamo e a progettare quella in cui vorremmo vivere, insieme ai nostri figli. Il Covid19 non è una rivoluzione, è un acceleratore del cambiamento, ma anche della comprensione dei fenomeni che abbiamo davanti.*

In questi mesi abbiamo dialogato in diverse occasioni con le istituzioni che sono chiamate a guidarci attraverso questo cambiamento e ancor di più in un momento in cui è chiaro che la crisi non è ancora superata, ribadiamo il nostro deciso no a provvedimenti dell'emergenza che comprimono i diritti dei consumatori: non possono essere infatti i cittadini a farsi carico di sostenere un sistema produttivo in difficoltà. Questa strategia impoverisce la capacità di spesa delle famiglie, ma soprattutto ne mina la fiducia".

Il tema dell'emergenza sanitaria è purtroppo ancora protagonista ed è il **Vice-ministro della Salute Pierpaolo Sileri a commentare gli ultimi dati**: *"sono onorato di poter aprire i lavori di questa giornata e*

di ricordare Vincenzo Dona, padre del movimento dei consumatori italiani. Il Premio quest'anno volge uno sguardo al futuro, proprio in un momento in cui tutti noi viviamo un'emergenza globale che ci costringe ad affrontare il presente con tutte le sue difficoltà. Adesso una delle priorità è ridurre la pressione sugli ospedali con azioni efficaci, andando incontro alle necessità dei medici di medicina generale, individuando le aree più idonee dove possano eseguire i tamponi, fornendoli di dispositivi di protezione e supportandoli nelle procedure di attivazione delle USCA. Fare, insomma, tutto il possibile per contenere l'emergenza. La pandemia sta lasciando segni indelebili, ma anche tracciando e accelerando nuovi percorsi: nella sanità digitale, nell'assistenza territoriale, nella programmazione e prevenzione sanitaria. È indispensabile interrogarsi in modo costruttivo oggi su come fare tesoro di questa esperienza per portare valore aggiunto domani.”

A Francesco Morace, sociologo e saggista, già vincitore del **Premio Dona 2016**, spetta l'arduo compito di “segnare un percorso” possibile: *“la condizione di vita imposta dal virus sta modificando comportamenti, rafforzando valori, ridefinendo priorità: il percorso possibile può essere segnato da 4 R: Responsabilità, Riconoscimento, Reciprocità e Rigenerazione.*

– **RESPONSABILITÀ.** *Bisognerà proporre un percorso di crescita verso un mondo più equilibrato, fatto di attivismo (anche nel consumo) e desiderio di contare e di contarsi, di porsi al centro della scena con la propria presenza autentica, fisica e digitale, imboccando la strada di una rinnovata responsabilità.*

– **RICONOSCIMENTO.** *La realtà fisica ha riconquistato il suo ruolo naturale, spingendo gli individui a riconoscersi nella propria comunità. Saremo in futuro più presenti a noi stessi, costretti a riconoscere, riconoscerci, riconoscersi.*

– **RECIPROCIÀ.** *Bisognerà ridefinire le mappe del proprio pensare e quindi del proprio agire, mettendo al centro la reciprocità: nessuno si salva da solo. L'opinione del singolo conta, ma non può essere considerata l'unità di misura, che deve invece essere la capacità collettiva di relazione.*

– **RIGENERAZIONE.** *La scommessa finale si gioca nella capacità di rigenerarsi: è questa la nuova dimensione della sostenibilità che dovrà essere alimentata in modo nuovo e creativo.”*

Alec Ross, visiting Professor, Bologna Business School e vincitore del Premio Dona 2020, si augura che la crisi si riveli un'occasione da sfruttare: *“ogni atto di creazione inizia con un atto di distruzione”, ha detto Pablo Picasso. L'abbiamo visto con gli anni successivi alle guerre mondiali, negli anni tra il '40 e il '50 abbiamo costruito il mondo industriale italiano. Perciò io spero che mentre passiamo da un mondo covid ad un mondo post covid, o comunque nella fase di transizione, possiamo cominciare ad inventare ed immaginare il mondo che vogliamo. Abbiamo visto ad esempio durante il Covid chi sono i lavoratori veramente indispensabili, prima forse si pensava che fosse necessario indossare una camicia e una cravatta per essere importanti, ma ritengo che abbiamo imparato che persone come i camerieri, o chi porta via i rifiuti sono davvero indispensabile. Quindi mi auguro davvero che dalla distruzione creata dal Coronavirus saremo in grado di creare un 'capitalismo più umanistico'. Vedremo se saremo in grado: sicuramente non dovremmo sprecaire l'occasione che la crisi ci ha dato”*

Il secondo spazio del **Premio Dona 2020** è dedicato all'**Economia Digitale** con il professor **Carlo Alberto Carnevale Maffè, docente di Strategia, Scuola di Direzione Aziendale Università Bocconi** a introdurre la discussione tra alcune aziende leader del digitale:

Giorgia Abeltino, Director Government affairs and Public Policy South Europe di GOOGLE: *“siamo orgogliosi di sostenere anche quest'anno l'Unione Nazionale Consumatori e il Premio Dona. I temi al centro del dibattito invitano a riflettere su come possiamo essere al fianco di consumatori e Governi nell'affrontare le sfide della pandemia, per esempio supportando la diffusione di informazioni autorevoli e rilevanti da parte delle autorità sanitarie, sviluppando il sistema “Notifiche di esposizione” che consente il*

tracciamento delle esposizioni al virus nel pieno rispetto della privacy dei cittadini e tutti gli strumenti volti a consentire di proseguire la propria attività (lavorativa, formativa o anche solo per restare più in contatto con i propri cari).

Allo stesso tempo, il Premio Dona ci pone dinanzi alle sfide del futuro, in particolare ci interroga su come far ripartire l'economia ed assicurare una società più paritaria. Si tratta di un tema fondamentale. Google sta dando il proprio contributo attraverso "Italia in Digitale", un progetto per aiutare 700.000 persone e piccole e medie aziende italiane a digitalizzarsi".

Lorenzo Malagola, Responsabile Relazioni Istituzionali NEXI: *"il settore dei pagamenti sta procedendo spedito verso la Cashless Society. L'innovazione tecnologica sta portando grandi vantaggi e gli attori del sistema, siano essi i cittadini, i commercianti, le banche, le imprese o la pubblica amministrazione stanno salendo a bordo di questo veloce treno. NEXI vuole essere protagonista nell'accompagnare l'Italia in questo passaggio epocale verso la modernità. Durante il lockdown i pagamenti digitali sono cresciuti verticalmente, compiendo in pochi mesi una diffusione che, in tempi ordinari, sarebbe accaduta in alcuni anni. I cittadini e i commercianti hanno toccato con mano che 'pagamento digitale' fa rima con semplicità, velocità e sicurezza."*

Introduce la discussione su **Energia e Sostenibilità, Renato Geremicca, Founder & Art Director di GereBros.** che parla di una forma alternativa di "energia", quella necessaria per il successo degli eventi, anche in una fase come quella attuale in cui siamo stati costretti a ripensare ai vecchi schemi.

Per poi entrare nel vivo di temi strettamente energetici: la pandemia di Covid-19 ha rappresentato infatti il più grande *shock* per il sistema energetico globale in oltre settanta anni, con il calo della domanda che quest'anno è destinato a superare ampiamente l'impatto della crisi finanziaria del 2008. Il blocco delle attività produttive, e quindi la conseguente diminuzione delle emissioni e, in generale, dell'inquinamento, ci ha anche mostrato però quali sono le conseguenze ambientalmente nefaste di un sistema di produzione non rispettoso del pianeta che ci ospita: possiamo quindi immaginare un modo diverso di produrre e consumare? E la crisi può essere un volano per nuovi modelli di sviluppo?

La parola alle imprese: **Valerio Marra, Responsabile Direzione Commerciale & Trading ACEA:** *"i grandi trend della transizione energetica, dalla mobilità elettrica all'economia circolare, dall'efficienza energetica alla decarbonizzazione, stanno subendo una indiscutibile accelerazione dall'effetto COVID: pensiamo, ad esempio, come l'uso del Recovery Fund sia focalizzato sui grandi temi della sostenibilità. In questo contesto si afferma con maggior forza il concetto di 'Customer Centricity' che può diventare reale solo attraverso le leve dell'innovazione e della digitalizzazione, veri abilitatori per trasformare il cliente in un 'Active Consumer', consapevole del proprio ruolo determinante ed attivo. In questo processo diventa rilevante non più la generazione tradizionale ma la generazione green e il cliente nel suo nuovo ruolo di produttore, gestore oltre che consumatore di energia. Un ruolo che può essere acquisito solo attraverso la trasparenza, la consapevolezza e la partecipazione attiva."*

Massimo Quaglini, Amministratore Delegato Edison: *"Edison è un operatore energetico con radicati valori di sostenibilità e di ascolto del cliente e delle sue esigenze. Essere sostenibili oggi non significa solo produrre energia green, missione in cui Edison è impegnata da oltre 135 anni, ma anche guardare al cliente come il vero protagonista, attraverso le sue scelte, della transizione energetica. Metterlo dunque nella condizione migliore per abbracciare nuovi stili di vita, accompagnandolo in tutta sicurezza verso questo cambiamento. Edison è in grado di offrire un ecosistema di servizi ad alto valore aggiunto, ampiamente personalizzabile, che considera le persone nel contesto in cui vivono, offrendo un'ampia gamma di soluzioni sostenibili. Un'attenzione e un impegno costante che sono la dimostrazione di come il mercato libero sia un'opportunità per aumentare le tutele, la sicurezza e il benessere dei consumatori."*

Ernesto Ciorra, Head of Innovability Enel: *“innovazione e sostenibilità sono temi fortemente legati tra loro, non scindibili, al punto che in Enel abbiamo coniato un neologismo, innovability, parola che unisce i due concetti. La sostenibilità è l’obiettivo finale, mentre l’innovazione è lo strumento per realizzarlo. Il cliente è protagonista in questo paradigma perché ha e avrà sempre più un ruolo centrale nella transizione energetica. Basti pensare al ruolo che i clienti hanno nella generazione distribuita da fonti rinnovabili o tramite servizi innovativi come l’aggregazione residenziale. Oggi più che mai, i clienti possono determinare la sostenibilità del sistema anche con le proprie scelte, per esempio scegliendo la mobilità elettrica. Come Enel il nostro ruolo è guidare questa transizione, sia innovando per rendere il nostro business sempre più sostenibile, sia innovando per dare nuove soluzioni sostenibili ai nostri clienti”*

Paolo Carnevale, Amministratore Delegato Eni Progetti: *“Eni è impegnata nel processo di transizione energetica e ha avviato una fase di trasformazione del proprio modello di business che è fortemente orientato alla creazione di valore nel lungo termine e combina la sostenibilità economico finanziaria con quella ambientale. La nostra strategia coniuga gli obiettivi di continuo sviluppo in un mercato dell’energia in forte evoluzione con una significativa riduzione della nostra impronta carbonica. Infatti produrre energia al più basso impatto carbonico è la sfida che oggi ogni azienda energetica è chiamata ad affrontare. In Eni abbiamo scelto di puntare sulla ricerca scientifica e tecnologica per accelerare il percorso di trasformazione per un’Eni del futuro che sarà ancora più sostenibile, rinforzando il suo ruolo di attore globale nel mondo dell’energia anche attraverso il progressivo sviluppo del business delle rinnovabili e dei nuovi business improntati alla circolarità”.*

Le conclusioni sono affidate a **Stefano Besseghini, Presidente Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente:** *“Gli effetti di questa pandemia non sono comparabili con eventi calamitosi del passato. Hanno un’estensione spaziale e temporale non decifrabile. L’Autorità, con la propria regolazione ha accompagnato la fase emergenziale, garantendo agli operatori dell’energia, del gas, dell’acqua e dei rifiuti, di poter svolgere il proprio lavoro, assicurando i servizi ai cittadini e alle imprese. In questa fase incerta la regolazione mira a garantire stabilità, per accompagnare le categorie più colpite ad una graduale ripresa. La regolazione del mondo che verrà è orientata verso la sostenibilità e l’innovazione, due elementi essenziali che ARERA ha già inserito da tempo nel proprio Quadro Strategico e che oggi – che l’Autorità compie 25 anni – risultano di straordinaria coerenza con le scelte europee.”*

Ultimo spazio della mattinata con alcune riflessioni su **Etica e Mercato.**

Anche le aziende sono chiamate a mettersi in discussione: **Giovanni Paolino, Presidente di AVEDISCO-Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori:** *“la crisi dovuta alla pandemia da Covid-19 ha posto il nostro settore davanti ad una grande sfida: riuscire a rintracciare in questo momento di difficoltà le opportunità da cogliere per dare continuità di business con l’obiettivo di bilanciare le incertezze economiche ancora difficili da calcolare sul lungo periodo. Il modello di business della Vendita Diretta sta vincendo perché in grado di adattarsi ai nuovi scenari digitali, pur mantenendo la forza del rapporto umano. Proprio il valore delle consulenze, la formazione in cui investiamo a favore dei nostri Incaricati e il rapporto di fiducia, trasparenza e ascolto che si instaura con il Consumatore, hanno fatto sì che per le nostre Aziende Associate si registrasse una crescita positiva nel primo semestre 2020, sia in termini di fatturato che di occupazione, ponendo le basi per la strada da perseguire anche in futuro: apertura all’innovazione tecnologica, come leva per superare le distanze e coinvolgere ancora di più le nuove generazioni, in sinergia con la centralità del valore umano, da sempre il cuore della Vendita Diretta*

Davide Rossi, Presidente di Optime: *“assistiamo ad una fase particolarmente intensa e accelerata del processo di digitalizzazione delle famiglie italiane, basti pensare non solo al remote working e alla didattica a distanza ma anche alla espansione degli acquisti di beni e alla fruizione di servizi online. Le vendite di prodotti elettrici ed elettronici sono cresciute considerevolmente nel canale online; questo è da considerarsi assolutamente in termini più che positivi per un comparto che nel suo complesso sta subendo la crisi in modo*

meno pesante rispetto ad altri. Tuttavia, proprio in questo preciso momento storico è assolutamente indispensabile una vigilanza ancora più attenta del Mercato dell'Elettronica. Non bisogna sottovalutare il fatto che si è ampliata notevolmente – specie dal punto di vista anagrafico ma anche dal punto di vista della scolarizzazione – la platea di acquirenti che si rivolge al commercio elettronico. La presenza di consumatori più vulnerabili e meno avvertiti offre purtroppo ampi spazi ad abusi da parte di talune imprese scorrette, e rende possibili anche vere e proprie truffe ai danni di migliaia di persone, come avvenuto in alcuni recenti casi di cronaca. Vediamo allora un Mercato promettente e capace di rispondere alle esigenze del Paese anche in situazioni emergenziali, ma anche un contesto complicato che necessita di una attenta osservazione, di informazioni adeguate da convogliare ai consumatori e, quando necessario, anche di azioni repressive efficaci e tempestive da parte degli organismi di controllo. Queste tre attività strettamente connesse e complementari (Monitoraggio, Informazione e Repressione) sono in definitiva i tre pilastri sui quali Optime articola la propria attività a tutela del Mercato dell'Elettronica in Italia. Azioni che potranno essere ancora più efficaci grazie alla collaborazione avviata con l'Unione Nazionale Consumatori.

A chiudere lo spazio, ma anche idealmente la mattinata, è il **Presidente dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali Pasquale Stanzione** al suo debutto in un evento pubblico nel mondo dei consumatori: *“la pandemia ha accelerato in ogni campo il processo di digitalizzazione, con il merito di mostrarcene, oltre ai rischi possibili, anche le straordinarie potenzialità. L'esperienza del tracciamento dei contatti, della telemedicina, dell'applicazione ai dati epidemiologici di tecniche di intelligenza artificiale, hanno rappresentato un'importante occasione di sviluppo e sperimentazione di soluzioni innovative. Tuttavia, si è anche compreso come la sanità digitale vada realizzata all'interno di un progetto organico e lungimirante di governance, che minimizzi i rischi cibernetici e promuova una destinazione solidaristica dei dati, anche a fini di ricerca, ma con le dovute cautele, per evitare ogni possibile reidentificazione delle persone. Le potenzialità emerse in questo contesto non vanno disperse, le risorse messe in campo vanno valorizzate all'interno di una strategia di innovazione che abbia come scopo ultimo la persona, le cui vulnerabilità vanno protette, per garantire quella pari dignità sociale promessa dalla Costituzione. La protezione dei dati personali è, in questo senso, una componente essenziale di questo percorso, nella sua capacità di realizzare una virtuosa sinergia tra la tutela della persona e gli altri beni giuridici in gioco.”*

In occasione dell'incontro sono assegnati i seguenti riconoscimenti:

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

- **ALEC ROSS**

Visiting Professor, Bologna Business School

“Per il suo impegno sulla frontiera del cambiamento, lo sguardo al futuro e il passo nell'attualità di un mondo che per cambiare non può tradire la fiducia dei consumatori”

“Premio Vincenzo Dona” per la stampa:

- **ADNKRONOS**

“Per l'attenzione dimostrata ai temi di consumo, anche durante la pandemia, con un'informazione sempre chiara e puntuale e per aver contribuito a rinnovare la relazione con il pubblico, grazie ad un linguaggio moderno e multicanale che guarda al futuro, pur rimanendo ben saldo ai principi di trasparenza e imparzialità”.

“Premio Vincenzo Dona” per le migliori tesi di laurea in materia di tutela dei consumatori (per la prima volta ex-equo):

- **Maria Vincenza Cornacchia**

“Lo storytelling come strategia dell’emotional advertising”

Università degli Studi di Bari Aldo Moro

- **Francesca Valentina Maria Di Noto**

“L’irruzione del Covid 19 nel panorama normativo. Il difficile bilanciamento fra diritti e libertà”

Università di Pavia

Chiara Montorfano

“La vulnerabilità dei social network: social bot e CGI influencer marketing”

Università degli Studi di Milano

- **Elena Sofia Vittorelli**

“E-commerce ai tempi del Covid-19. L’esperienza con “L’orto di Barbieri”

Alma Mater Studiorum – Università di Bologna

“Premio Vincenzo Dona” per il comitato Unc:

- **Delegazione di Capri (NA) – Responsabile: Avv. Teodorico Boniello**