



UNC  
CONSUMATORI.IT

## **PREMIO DONA: la casa intelligente è protagonista**

24 Novembre 2017

### **Comunicato stampa Unione Nazionale Consumatori**

***L'Unione Nazionale Consumatori, la prima organizzazione consumerista in Italia, presenta l'undicesima edizione del Premio "Vincenzo Dona, voce dei consumatori", dedicato alla memoria del suo fondatore, offrendo un momento di riflessione sulla casa intelligente, con uno sguardo alle ultime novità in materia di tendenze, domotica e internet delle cose.***

**Roma, 24 novembre 2017** - Appuntamento questa mattina a **Roma (Teatro Argentina, Largo di Torre Argentina 52)** con l'undicesima 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" e padre del movimento consumerista italiano, quest'anno vede protagonista la "casa intelligente", di cui parleremo come sempre alla presenza di autorevoli personalità del mondo accademico, istituzionale e delle imprese.

Ecco le dichiarazioni di alcuni partecipanti alla mattinata di convegno:

**Massimiliano Dona, Presidente dell'Unione Nazionale Consumatori** apre i lavori, anticipando alcuni dei temi della giornata: *"nell'edizione di quest'anno 'home smart home' è parafrasi di quel 'casa dolce casa' che vuole l'abitazione come rifugio dalle incursioni esterne. Oggi presentiamo la casa smart, non meno accogliente, ma aperta a nuove connessioni da (e per) l'esterno.*

*Come simbolo di questa evoluzione abbiamo eletto uno smartphone, con la sua tecnologia 'tascabile' che ci permette di avere la casa sotto controllo... Si spiega così che sarebbe riduttivo parlare della casa solo come un luogo: l'abitazione è molto più, è uno stato emotivo sul quale notiamo il diffondersi di nuove forme di consumo. Come organizzazione dei consumatori non possiamo trascurare quindi la necessità di aggiornare lo strumentario di attenzioni e cautele che devono ispirare il nuovo paradigma della casa connessa!"*

Iniziamo a scoprire come rendere "smart" le nostre case: **Gianni Bientinesi, Business Intelligence Director di Leroy Merlin** presenta alcuni dati dell'Osservatorio sulla casa: *"un'abitazione smart, comoda, senza sprechi, rispettosa dell'ambiente e della salute di chi*

*la abita: è così che l'Osservatorio sulla Casa descrive la casa ideale degli italiani.*

*Habitat e persone sono i protagonisti dell'Osservatorio sulla Casa, progetto continuativo di Leroy Merlin, che oggi giunge alla sua quinta edizione e aggiorna la sua ricerca che si interroga sugli stili abitativi degli italiani.*

*Anche quest'anno lo studio ci fornisce un dato importante: la casa ha un ruolo centrale nella vita degli italiani, tuttavia ben il 75% degli intervistati ritiene che la propria abitazione possa essere migliorata. La ricerca evidenzia, infatti, quanto ancora ampia sia la distanza tra le scelte fatte oggi dagli italiani e la casa da loro ideale.*

*Oltre 8 milioni delle abitazioni in Italia sono state costruite prima degli anni '70: vi è un mercato tutto da sviluppare, introducendo diverse soluzioni in grado di migliorare la qualità della vita delle persone. Ad oggi soltanto il 18% delle case possiede sistemi automatizzati o comandabili a distanza.*

*Nella casa ideale degli italiani la tecnologia inizia ad avere un ruolo fondamentale: due famiglie su tre considerano la presenza dei sistemi innovativi un elemento importante nella scelta della propria abitazione. La vera sfida del mercato sarà quella di trovare nuove soluzioni intelligenti che siano in grado di valorizzare il patrimonio abitativo esistente."*

Parliamo poi di prodotti innovativi per migliorare le nostre vite "dentro casa": **Massimo Bernardoni, Co-Founder Airlite**, si concentra sulla qualità dell'aria negli ambienti domestici: "l'aria è di tutti, e tutti respiriamo la stessa. Se questa è pulita, è in grado di assicurare benessere, qualità della vita e longevità all'umanità intera; se ciascuno di noi pulisce un po' di aria, la pulisce per tutti. Ed è proprio con questa filosofia che nasce e si sviluppa Airlite, che si presenta come una normale pittura di qualità, ma contiene una tecnologia straordinaria. Oltre a ridurre lo smog, elimina i batteri, le muffe, i cattivi odori, e in estate, se applicata all'esterno, permette addirittura la riduzione del bisogno di aria condizionata. Per fare un esempio concreto 100 metri quadri dipinti con Airlite possono eliminare gli stessi inquinanti di 100 metri quadri di bosco. L'aria è un bene che respiriamo tutti."

**Francesco Casoli, Presidente di Elica** pone l'accento su design e funzionalità: "realizziamo beni per la casa, uno spazio che sentiamo profondamente nostro, ma vorremmo che fosse un po' di tutte le persone che amiamo; per questo amici e parenti sono sempre i benvenuti. La immaginiamo piena di vita e sempre piacevole da vivere. È importante che il poco tempo che passiamo insieme sia di qualità e spesso un buon piatto è il modo migliore per dimostrare la propria ospitalità.

*Per questo oggi è fondamentale capire i bisogni delle persone e rispondere alle loro esigenze, interpretandole nel migliore dei modi. Nel contempo, è indispensabile anticiparne le necessità, immaginando funzionalità e prodotti innovativi, creando nuove tendenze. La simbiosi tra design e funzionalità è uno dei nostri tratti distintivi, una cappa o un piano cottura non devono essere solo belli, ma anche utili e funzionali."*

Dentro casa, anche i servizi possono essere "smart". **Riccardo de Bernardinis, Ceo di Ernesto.it** presenta la piattaforma web e app totalmente dedicata ai servizi per la casa, che aiuta i clienti a trovare i migliori professionisti della propria zona: "se bisogna dipingere una stanza, trovare un idraulico per il lavandino che perde o una ditta di costruzioni -afferma de Bernardinis- siamo il modo migliore per trovare il giusto professionista. In pochi mesi Ernesto ha raggiunto oltre 50.000 iscritti in Italia! L'idea

*originaria di Ernesto mi è venuta in mente pensando a mio nonno che mi raccontava sempre di un suo caro amico, Ernesto appunto, come di un personaggio amato da tutti incline ad aiutare il prossimo, una persona affidabile e disponibile. Oggi, nell'era tecnologica, ho voluto creare un'umanizzazione digitale di Ernesto, visto come uomo di fiducia virtuale. Ernesto è disponibile sul sito web [Ernesto.it](http://Ernesto.it) e in versione App per i sistemi operativi iOS e Android!"*.

Purtroppo la casa è anche un posto in cui non mancano gli sprechi, in particolar modo quelli alimentari, se ne parla nella tavola rotonda moderata dal giornalista di **Largo Consumo**, **Armando Garosci**, dal titolo "**Quanto spreco**". Tra i protagonisti: **Federalimentare**, **Federdistribuzione**, **Fondazione Banco Alimentare Onlus**, che insieme all'**Unione Nazionale Consumatori** sono partner del progetto **LIFE-Food.Waste.StandUp** (co-finanziato dalla Commissione Europea nell'ambito del programma per l'ambiente e l'azione per il clima-LIFE 2014-2020) e l'**Istituto Italiano Imballaggio**.

*"La nostra filiera è riconosciuta in tutto il mondo come un modello non solo di efficienza ma soprattutto di sostenibilità -ha detto il **Presidente di Federalimentare Luigi Scordamaglia**- tanto più che nello stadio della trasformazione industriale, l'eccedenza alimentare ha un'incidenza di appena lo 0,4% rispetto al valore della produzione e pesa solo per il 3% dell'eccedenza generata nell'intera filiera agroalimentare. La lotta allo spreco alimentare è una priorità assoluta per la nostra industria. Lo abbiamo dimostrato con la prevenzione, attraverso azioni come il riporzionamento dei prodotti, l'allungamento della shelf life, l'utilizzo di packaging innovativi, e soprattutto attraverso una maggiore informazione al consumatore. Una battaglia che però nessuno può vincere da solo ed è per questo che abbiamo voluto guidare questa straordinaria iniziativa di filiera, LIFE Waste Stand-Up, che per la prima volta riunisce gli attori chiave della catena in un progetto di altissimo valore sociale ed ambientale. Non solo filiera produttiva ma anche perfetta sinergia tra pubblico e privato"*.

**Giovanni Cobolli Gigli, Presidente di Federdistribuzione** evidenzia l'importanza del ruolo della grande distribuzione per ridurre gli sprechi: *"il tema della lotta allo spreco e dell'aumento delle donazioni alle persone bisognose è da tempo al centro delle attività delle imprese di Federdistribuzione. Molto abbiamo fatto per ridurre le eccedenze (lavorando con i fornitori, rendendo efficiente la logistica, studiando i comportamenti d'acquisto dei clienti, accelerando la vendita dei prodotti prossimi alla scadenza) e per aumentare il loro recupero attraverso conferimenti ad enti caritativi. Questo sforzo ha prodotto risultati positivi. Secondo gli studi del Politecnico di Milano tra il 2012 e il 2015 le eccedenze nella GDO sono diminuite del 3% e le donazioni (pari a 65.000 tonnellate annue) sono aumentate dell'11,1%. Ma molto resta ancora da fare. Per questo che abbiamo aderito in modo convinto a LIFE-Food.Waste.StandUp. La partecipazione al progetto, co-finanziato dalla Commissione Europea, dei principali attori della filiera (Federalimentare -capofila- UNC e Banco Alimentare) e l'impegno che ciascuno si è preso per realizzare intense campagne di sensibilizzazione sono i fattori qualificanti che possono produrre il necessario salto culturale e operativo. Federdistribuzione sta concentrando le proprie attività in un roadshow per le regioni italiane, organizzato in collaborazione con gli altri partner. Ciò per coinvolgere istituzioni locali, imprese ed enti caritativi in una partnership che dia luogo a iniziative sui territori che possano comprendere anche una premialità per i soggetti che donano, incentivando in questo modo un comportamento virtuoso capace, attraverso l'aumento delle donazioni, di diminuire i rifiuti e i costi per la collettività."*

**Andrea Giussani, Presidente della Fondazione Banco Alimentare Onlus** si sofferma sul valore sociale ed etico del cibo: *“in questa società in cui sempre di più cittadini cercano la soddisfazione ai propri bisogni e ai propri consumi familiari, in una varietà di risposte spesso anche sorprendenti, come il Premio Dona evidenzia brillantemente, il Banco Alimentare vuole testimoniare che da questa virtuosa sfida non possono essere esclusi i più deboli, una larga fascia di popolazione emarginata e ridotta alla ricerca della sopravvivenza. L’Istat parla di 4,7 milioni di persone in Italia in stato di povertà assoluta, una condizione che denuncia il paradosso per cui nella filiera alimentare e nelle famiglie, molti sprecano cibo, ma molti di più non hanno da mangiare. Il Banco Alimentare sviluppa la sua opera di recupero delle eccedenze alimentari, lottando quindi contro la povertà alimentare e rilanciando continuamente il valore sociale e relazionale del cibo, vero test della dignità della persona ai nostri giorni. Per questo il Banco Alimentare è grato al Premio Dona per la possibilità di riflettere sul valore etico del cibo e del suo ruolo sociale e solidaristico nella nostra società.”*

**Marco Sachet, Direttore Istituto Italiano Imballaggio** sottolinea l’importanza del packaging per ridurre gli sprechi senza però dimenticare la sostenibilità: *“limitare, in ogni modo, lo spreco di alimenti è il leit motiv. L’imballaggio e le tecnologie ad esso legate si profilano come uno degli strumenti utili allo scopo. La diffusione di confezioni a misura delle nostre esigenze ha tuttavia un rovescio della medaglia: a una riduzione del cibo buttato, corrisponde un aumento del packaging. Questo ha aperto una fase di riflessione critica tra stakeholders del settore, culminata nella redazione della Carta etica del packaging, che riassume in 10 principi l’essenza del packaging perfetto: responsabilità, equilibrio, sicurezza, accessibilità, trasparenza, informazione, contemporaneità, lungimiranza, educazione e sostenibilità. In questi principi, una volta tradotti in pratica, ovvero in funzioni che il packaging deve svolgere, sta la chiave del ruolo di contrasto dello spreco alimentare, in un’ottica più ampia di sostenibilità. Così come, da consumatori, non percepiamo con chiarezza che il nostro stile di vita è responsabile dell’aumento dei rifiuti di imballaggio, altrettanto con difficoltà percepiamo che l’impatto ambientale di un alimento è, generalmente, assai più alto di quello del sistema di packaging che lo contiene e lo veicola. Motivo per cui è doppiamente importante evitare che l’alimento vada perso e questo risultato si può ottenere anche grazie a tecnologie di packaging sempre più performanti. L’edizione 2017 del Premio Dona, dedicato al tema della casa, ha avuto il merito di percepire lo stretto legame tra le funzioni e le tecnologie dell’imballaggio e la gestione della casa e della spesa.”*

Il cambiamento di paradigma più appariscente della casa moderna è che l’abitazione non è più quel luogo “riservato” dove trovare pace lontano dalle intromissioni provenienti dall’esterno. La casa moderna, forse, non è più neppure un “luogo”, ma possiamo sentirci a casa anche quando ci troviamo altrove (al lavoro, al parco, in treno, in taxi, ecc.). Ecco quindi che nello spazio “Verso casa” **Barbara Covili, General Manager mytaxi Italia**, presenta un’idea di taxi in cui chi viaggia si sente al sicuro come se fosse nel suo rifugio: *“il taxi è molto simile al concetto di casa. Quando ci muoviamo, infatti, in giro per la città o per raggiungere aeroporti e stazioni, le auto bianche si trasformano nel nostro ‘rifugio’, dove possiamo continuare a lavorare o dove possiamo rilassarci guardando il panorama fuori dal finestrino, decidendo magari di fare due chiacchiere con il tassista. È per questo che è molto importante garantire sempre il massimo del comfort e della qualità così da incontrare le esigenze di tutte le tipologie dei clienti. E con la tecnologia smart tutto questo è già possibile, anche a bordo di un taxi. Con l’app mytaxi è, infatti, possibile conoscere i dettagli sul tassista che sta venendo a prendermi e sul percorso che ha scelto*

di fare per raggiungermi. In caso di necessità, è anche possibile creare un contatto diretto tra il tassista e il passeggero. Trasparenza, sicurezza e facilità di utilizzo sono dunque le caratteristiche di mytaxi, la prima app in Europa per la chiamata taxi presente in oltre 70 città di 11 paesi europei, attraverso la quale posso sentirmi a casa anche quando viaggio”.

Casa come ospitalità e quindi ristorazione, ne parla **Milvia Panico, Head of Corporate Communication & PR METRO Italia Cash and Carry**: *“una realtà multicanale, capace di rispondere alle esigenze del cliente Horeca con assortimento dedicato, personale specializzato e servizi su misura. Questa l’essenza del concept “METRO La Casa dell’Horeca”, espressione della strategia di METRO Italia focalizzata sui Professionisti della Ristorazione e dell’Ospitalità. Qui i nostri clienti possono sentirsi ‘a casa’ e trovare una dispensa ideale di prodotti -di alta qualità e con forte vocazione locale- per realizzare ogni idea di ristorazione. Un’illuminata economia domestica passa necessariamente da una cultura del cibo sempre più responsabile. Il lancio dell’iniziativa #schishetareverse, per sviluppare la cultura della doggy bag, l’ispirazione con i menù antispreco proposti dai nostri chef di METRO Academy, la donazione di eccedenze alimentari a Banco Alimentare, sono solo alcuni esempi dell’impegno di METRO contro lo spreco alimentare che rappresenta un pilastro della nostra Responsabilità Sociale. Questo tema applicato al settore Horeca in relazione anche ai suoi clienti finali è stato oggetto di METRONomo, l’Osservatorio realizzato insieme a IEFE Bocconi giunto quest’anno alla sua terza edizione.”*

Ma la casa è anche il posto in cui si possono fare acquisti in nome della trasparenza, della flessibilità e della professionalità. **Giuliano Sciortino, Segretario Generale AVEDISCO (Associazione Vendite Dirette Servizio Consumatori)** dichiara: *“in un crescendo di servizi alla persona, necessari negli ambiti più svariati, la Vendita Diretta rappresenta uno stile d’acquisto sempre più apprezzato dai consumatori, che trovano negli Incaricati alle Vendite persone affidabili a cui rivolgersi per ottenere consulenza personalizzata e proposte su misura. Nella società contemporanea, in cui la maggior parte delle persone si divide freneticamente tra lavoro e famiglia, il rischio è di fare acquisti in modo impulsivo, ritrovandosi poi a non esserne pienamente soddisfatti. La Vendita Diretta invece raggiunge l’acquirente a casa propria, e attraverso incontri one to one o party plan, bussa alla porta di coloro che cercano la qualità dei prodotti e, allo stesso tempo, il piacere di consigli personalizzati. Altro fattore importante è il contatto diretto che, in quest’epoca impostata sulla tecnologia, può essere la marcia in più nelle relazioni interpersonali; lo dimostrano i numeri: nei primi sei mesi del 2017 le nostre Aziende Associate hanno fatturato oltre 361 milioni di euro per un aumento del +9,2 % rispetto allo stesso periodo dell’anno precedente. I consumatori affidano i loro acquisti di prodotti e servizi alla Vendita Diretta e ripongono fiducia nel loro Consulente a domicilio. AVEDISCO si fa garante di questo sistema consolidato e in espansione lavorando per assicurare trasparenza, flessibilità e professionalità, valori chiave della Vendita Diretta.”*

A casa per sentirsi protetti, è questo il filo conduttore del viaggio “verso casa” che racconta **Mauro Berruto, Ad della Scuola Holden**: *“tornare a casa. È il gesto a cui tendiamo da sempre, il motore che spingeva Ulisse verso Itaca 2800 anni fa, il desiderio che tutte le mattine ci entra in testa quando usciamo per raggiungere i nostri posti di lavoro o partiamo per viaggi brevi o lunghi che siano. Tornare a casa è l’obiettivo più genuino degli umani, dai tempi delle caverne a quelli dei grattacieli, perché la nostra “casa” evoca un senso di sicurezza, è un confine che tracciamo e che definisce il luogo del nostro sentirci protetti. La sicurezza, tuttavia, è un sentimento fatto di mille componenti. Non sono sufficienti tecnologie, forze di polizia o antifurti di ultima generazione a*

*garantircela. Oggi è cambiato il concetto stesso di confine, oggi ci sentiamo aggrediti e attaccabili ovunque (proprio questo è l'obiettivo del terrorismo). Credo fortemente che lo sport possa essere uno strumento privilegiato per costruire 'case' solide, fatte di rispetto, integrazione, sicurezza. Posti dove sentirsi protetti."*

Non si può parlare di "smart home" senza citare l'internet delle cose e alcuni dati di scenario presentati da **Giulio Salvadori, Direttore dell'Osservatorio Internet of Things, Politecnico di Milano**: *"secondo una recente indagine svolta dall'Osservatorio Internet of Things del Politecnico di Milano, nel 2016 il mercato delle soluzioni IoT per la Smart Home in Italia ha registrato un buon tasso di crescita, arrivando a superare i 180 milioni di euro (+23% rispetto al 2015). La Sicurezza si conferma al primo posto tra le preferenze dei consumatori che hanno già acquistato soluzioni Smart Home (13% dei rispondenti - fonte: survey online realizzata a gennaio 2017), seguita dalle applicazioni per la Climatizzazione (8%) e il Riscaldamento (8%). Interessante notare che a fronte di un mercato in larga parte legato alla Sicurezza, solo il 18% degli utenti acquisterebbe oggetti smart con l'obiettivo principale di sentirsi più sicuro. La maggior parte dei (33%) rispondenti immagina una Smart Home che consenta di tenere comodamente sotto controllo la propria casa (affiancando quindi il comfort alla sicurezza) o permetta di ridurre i consumi energetici (32%). Con la crescente diffusione delle soluzioni IoT per la casa le aziende iniziano a intravedere il potenziale legato ai dati resi disponibili dai dispositivi intelligenti. A questo riguardo, gli enti regolatori hanno iniziato da tempo a interessarsi dei risvolti legati alla gestione dei dati raccolti dai dispositivi IoT: già nel 2015 il Garante della Privacy aveva aperto una consultazione pubblica sul tema IoT, volta a raccogliere elementi utili per definire le limitazioni all'utilizzo dei dati. Sulla stessa falsariga, l'Unione Europea ha definito il nuovo Regolamento sulla protezione dei dati personali e la libera circolazione degli stessi, che si applicherà a decorrere dal 25 maggio 2018. Un altro aspetto chiave è quello della sicurezza, o Cyber Security: non si tratta di un tema legato solo ai dati raccolti, che potrebbero essere intercettati o manomessi da terze parti, ma anche della sicurezza "fisica", legata alla possibilità che malintenzionati possano riuscire a impartire comandi agli oggetti da remoto (ad esempio l'apertura della porta di casa o la disattivazione del sistema di allarme). Dal canto loro, anche i consumatori stanno maturando una crescente attenzione verso le tematiche della Privacy e Cyber Security. Man mano che entrano a contatto con la Smart Home emergono interrogativi sulla gestione dei propri dati personali e timori legati al controllo da parte di terzi degli oggetti connessi. Questi aspetti devono essere opportunamente affrontati per evitare di alimentare barriere all'adozione da parte degli utenti."*

Sulla stessa linea **Claudio Velardi, Presidente Fondazione Ottimisti Razionali** che fotografa il mercato delle case intelligenti: *"secondo l'ISTAT, gli italiani continuano in larghissima parte (80%) a preferire la casa di proprietà, che ha però elevati costi di gestione, su cui pesano le spese per il gas (66,99 euro in media al mese) e la corrente elettrica (47,87). Dati utili a comprendere le ragioni per le quali il mercato delle case intelligenti può nel nostro paese avere ampi margini di crescita. Una smart home a misura di consumatore, infatti, usa la tecnologia, dal wifi all'automazione degli impianti, per modellare uno spazio di vita quotidiana adeguato alle esigenze di chi la abita, riducendo i consumi e le spese di manutenzione. Insomma, con la tecnologia migliora la qualità della vita, e se ne riducono i costi"*.

Migliorare la qualità della vita, coniugando comfort, sicurezza e design è l'obiettivo di **BTicino. Massimo Villa, Responsabile marketing Sviluppo Immobiliare** dichiara: *"BTicino è da sempre presente nelle case degli italiani dove gioca un ruolo di protagonista*

*garantendo comfort e sicurezza, con una continua attenzione al design. Un ruolo che ribadisce oggi con nuovi dispositivi connessi in grado di fornire servizi innovativi: videocitofoni, termostati, comandi luce, allarmi, sensori e dispositivi di protezione aumentano le proprie prestazioni, a tutto vantaggio del cliente. La nostra missione è portare al mercato tecnologia facile, a misura di utente finale, non costosa, veramente utile. Così oggi non rendiamo comunicanti i dispositivi per seguire una moda: l'obiettivo è quello di utilizzare la connessione per accrescere i benefici per l'utilizzatore, in coerenza con la nostra missione. Vogliamo offrire maggiore semplicità, facilitando ai consumatori la comprensione e la gestione dei dispositivi anche attraverso l'eliminazione di procedure complesse e libretti d'istruzione, a favore di semplici e comprensibili App, come quelle che utilizziamo tutti i giorni sul nostro smartphone per giocare e/o leggere le notizie."*

Anche l'energia è "smart" grazie alle nuove tecnologie che hanno il merito di avvicinare fasce di pubblico sempre più ampie alla cosiddetta Internet delle cose, permettendo d'altra parte ai consumatori di essere più consapevoli sui consumi domestici. Se ne parla nella seconda tavola rotonda della mattina, moderata da **Marco Vignola, Responsabile settore energia di UNC**.

**Mauro Fanfoni, responsabile strategia e innovazione di Eni gas e luce** afferma: *"digitalizzazione e personalizzazione dei servizi, non fine a se stessi, ma come mezzi per aumentare la consapevolezza dei consumatori rispetto all'uso dell'energia, sono alla base di Genius, la nuova generazione di strumenti digitali di Eni gas e luce nata per personalizzare l'energia di casa e per permettere a ciascuno di usarla meglio e usarne meno. Il Tuo Diario Energetico di Genius è uno strumento basato sulle scienze comportamentali che attraverso informazioni sui consumi, confronti e riconoscimenti spinge i consumatori ad essere più efficienti. La ricerca che abbiamo condotto, in collaborazione con il Politecnico di Milano, sui clienti di Eni gas e luce che hanno ricevuto Il Tuo Diario Energetico, dimostra come questi clienti abbiano ridotto i propri consumi rispetto al gruppo di controllo. Attraverso Genius, si concretizza l'impegno di Eni gas e luce a proporsi come partner in grado di affiancare i consumatori nella scelta della soluzione più giusta per ciascuno, con l'obiettivo di usare meglio l'energia, per usarne meno."*

**Marco Landoni, Direttore Marketing Edison Energia** dichiara: *"Edison Smart Living è la proposta di smart home all'interno dell'innovativa piattaforma Edison World. Smart Living rende qualsiasi abitazione un ambiente intelligente, sicuro, gestibile a distanza e capace di rispondere alle esigenze di un consumatore sempre più connesso e versatile, grazie a un sistema semplice e immediato, comandato da un'unica App che non richiede alcun installatore né cablaggio. È una soluzione aperta e flessibile capace di integrare la maggior parte dei dispositivi intelligenti presenti sul mercato, scegliendo tra un numero sempre crescente di dispositivi compatibili. L'ultima offerta lanciata all'interno del programma Edison World è MyComfort per la sostituzione delle caldaie domestiche con modelli a condensazione ad alta efficienza; la proposta di Edison prevede l'installazione chiavi in mano di caldaie made in Italy ad altissime prestazioni energetiche in grado di far risparmiare fino al 30% dei consumi di gas. La piattaforma Edison World rappresenta un portafoglio completo di offerte innovative dedicate alla casa degli italiani."*

**Renato Cremonesi, Presidente di Cremonesi** parla di "energia utile" e "energia sprecata": *"sempre più spesso sentiamo parlare di 'smart energy'; io credo sia un modo improprio di definire le caratteristiche dell'energia, preferisco classificarla come:*  
*- energia utile, cioè l'energia necessaria a soddisfare i nostri fabbisogni di comfort e per le*

nostre attività;

- *energia sprecata, cioè la quantità di energia che i nostri sistemi energetici consumano ma che, per la loro scarsa efficienza, non riescono a trasformare completamente in energia utile. Solo il 54% dell'energia che consumiamo ogni anno in Italia (oltre 100 € Miliardi), diventa energia utile, la parte rimanente è spreco, spreco energetico (52 milioni di Tonnellate equivalenti di Petrolio), spreco economico (47 € Miliardi) e maggiore inquinamento (121 milioni di ton di CO2 evitabili). Di chi è la colpa? La colpa è dei nostri sistemi energetici; ma attenzione, questi sono la risultante di un mix di Tecnologia + Comportamenti. Oggi il Mercato produce tecnologie che consentono di ridurre notevolmente lo spreco energetico; è sul piano dei 'comportamenti' che non abbiamo fatto adeguati passi avanti, eppure questi influenzano oltre il 30% dei nostri consumi energetici. Non è sufficiente quindi promuovere tecnologie efficienti, dobbiamo anche impegnarci in una forte azione di sensibilizzazione dei consumatori, verso comportamenti più responsabili, perché non è più sostenibile mantenere questo enorme spreco di risorse, che fa male alle nostre tasche e alla nostra salute.*

*A questo scopo, attraverso la nostra testata giornalistica on-line LOGTOGREEN, abbiamo lanciato STOP CLIMATE CHANGE, programma integrato per l'informazione e la sensibilizzazione dei Consumatori, al contenimento dei cambiamenti climatici, attraverso l'uso più responsabile dell'energia e la promozione di modelli di comportamento più equi e rispettosi dell'ambiente.*

*Tecnologie efficienti e comportamenti responsabili, sono il mix indispensabile per rendere 'smart' i sistemi energetici e consumare solo l'energia che ci serve."*

Infine non si può parlare di "casa" senza citare il design e l'eccellenza del made in Italy, **Daniele Lago, Ad LAGO** afferma: *"in LAGO ci occupiamo di design da molti anni e siamo convinti da sempre che proprio il design possa e debba essere lo strumento che migliora l'impatto sociale nel mondo. Siamo partiti da questi presupposti per sviluppare un design empatico, in grado di cercare una risonanza con noi e gli spazi da esso generati, non viceversa. Basandoci su questo paradigma, crediamo che sia compito nostro stimolare o assecondare i cambiamenti della società e siamo convinti che l'essere umano abbia nel profondo bisogni uguali da centinaia d'anni. In una prospettiva di questo tipo, l'abitazione non può non abbracciare le persone che la vivono o, come sempre più spesso accade oggi, la visitano. In questo senso gli architetti in primis, insieme agli interior e product designer, dovranno capire come meglio sviluppare abitazioni che possano diventare protezione e nido, ma all'occorrenza diventare una piazza o un porto dove accogliere la diversità e l'apertura. In tutto questo, il tema dell'intelligenza artificiale e la tecnologia avranno un ruolo rilevante per questi cambiamenti."*

Le conclusioni dal punto di vista sociologico sono affidate a **Francesco Morace, Sociologo e Presidente di Future Concept Lab**: *"nella metamorfosi in atto nella nostra quotidianità, le qualità di vita tipiche della domesticità diventano pervasive e influenzano il vissuto degli uffici, dei mezzi di trasporto e di molte aree urbane. Nello stesso tempo la dimensione tecnologica dell'online modifica la progettazione delle case e dei suoi spazi di vita, adeguandosi ai nuovi comportamenti dei Consumatori".*

In occasione dell'incontro saranno assegnati i seguenti riconoscimenti:

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



- **Associazione Peter Pan Onlus** per il quotidiano impegno nel regalare un sorriso a bambini e adolescenti affetti da malattie onco-ematologiche e per il lavoro di dare ospitalità alle loro famiglie, ricordando che la casa è prima di tutto accoglienza, condivisione e socializzazione.\*
- **Istituto Professionale per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera Vincenzo Gioberti** per l'impegno nella formazione delle giovani generazioni come professionisti dell'accoglienza e per la passione nel favorire la crescita di consapevolezza nei giovani consumatori.

\*All'associazione Peter Pan oltre alla tradizionale scultura che contraddistingue il Premio Dona, l'Unione Nazionale Consumatori devolgerà mille euro che saranno destinati per rinnovare stoviglie e piccoli elettrodomestici in dotazione alle cucine delle case di Peter Pan.

#### **“Premio Vincenzo Dona” per la stampa**

- rivista **Home!** per aver avvicinato i consumatori alle tematiche della “casa” coniugando le più moderne tendenze dell'abitare moderno ad una linea editoriale ispirata al rispetto per l'ambiente e ad accrescere la consapevolezza “abitativa” dei lettori.

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

- **Melissa Sessa** dell' Università di Roma La Sapienza (Scienza dell'Amministrazione e dell'Organizzazione) con la tesi di laurea triennale: **“La smart home nella sua dimensione sociale”**

**“Premio Vincenzo Dona” per il comitato Unc:**

- **Delegazione di Senigallia (AN).** Ritira il Premio il responsabile avv. Corrado Canafoglia.

Seguici sul sito [www.consumatori.it](http://www.consumatori.it) e in diretta su [facebook.com/premiodona](https://www.facebook.com/premiodona) e su Twitter attraverso gli hashtag **#premiodona** e **#smarhome**