



CONSUMATORI.IT
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

BILANCIO SOCIALE UNC 2024





CONSUMATORI.IT
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

“Con oltre 100 sedi in tutta Italia, tuteliamo, aiutiamo e rappresentiamo gli interessi dei consumatori grazie a un team di esperti sempre pronto ad affrontare ogni sfida”.

**Via Duilio 13, 00192 Roma
tel. 0632600239**



DAL
1955!



L'Unione Nazionale Consumatori (UNC) è la prima associazione in Italia fondata nel 1955 da

VINCENZO DONA.

UNC è indipendente da sindacati e partiti politici, riconosciuta dal Codice del consumo, iscritta nel CNCU presso il Ministero dello Sviluppo Economico, ufficialmente notificata alla Commissione europea.

Nel **2018** vince il **Premio Antitrust** come migliore Associazione di Consumatori.

Indice

Premessa	5
Lettera del Presidente	6
Nota metodologica	7
Identità e Struttura	
Identità	9
Struttura nazionale	10
Organizzazione territoriale	12
Relazioni	
Rapporti istituzionali e Autorità	15
Collaborazioni e progetti	15
Reti e alleanze	16
Attività 2024	
Assistenza e tutela dei consumatori e delle consumatrici	18
Progetti	
CIRCE	21
FoodGuard	22
RiGenerAzioni	23
Scrap the Food Waste	24
WATSON	25
Comunicazione	
I numeri della comunicazione 2024	27
Comunicazione digitale e social network	28
Campagne	29
Eventi	30
Relazioni istituzionali e advocacy	
Partecipazione ai tavoli istituzionali	35
Azioni di Advocacy	36
Risorse e trasparenza	38
Valutazione dell'impatto sociale	45
Prospettive future	49

Il Bilancio Sociale 2024 dell'Unione Nazionale Consumatori APS nasce con un duplice obiettivo: da un lato **rendere conto con trasparenza** delle attività svolte, delle risorse impiegate e dei risultati raggiunti; dall'altro, **raccontare l'identità e la visione** di un'associazione che da quasi settant'anni accompagna i cittadini nelle loro scelte di consumo.

Non si tratta solo di un documento contabile, ma di uno strumento di dialogo con i/le nostri/e soci/e, con le istituzioni, con i partner e con tutti i cittadini e le cittadine. In queste pagine vogliamo mostrare come UNC interpreta oggi la propria missione: essere **un presidio di tutela** ma anche **un laboratorio di innovazione**, capace di affrontare sfide nuove come la transizione digitale, i rischi delle nuove tecnologie, la sostenibilità e la difesa del potere d'acquisto delle famiglie.

**“Dal 1955
la prima associazione
consumatori italiana:
ancora oggi
al fianco dei cittadini,
guardando al futuro”.**



Lettera del Presidente

“Più tutela, più informazione, più innovazione”.

Care amiche e cari amici,

il 2024 è stato un anno che non dimenticheremo: rincari, inflazione, bollette che sembrano non fermarsi mai, nuove tecnologie che cambiano la nostra vita in fretta. Ma anche un anno in cui, insieme, abbiamo fatto ancora di più nella missione che abbiamo scelto: **stare al fianco dei consumatori**.

Sembra facile, ma se ci pensate bene, una cosa è parlare nel nome dei consumatori (e questo lo fanno in molti), altra cosa è non farli sentire soli: ogni giorno, nei nostri sportelli o online, **rispondiamo a domande**, risolviamo problemi, difendiamo diritti.

Se vi siete imbattuti in un mio video su Instagram, in una nostra iniziativa sui canali di informazione o in un articolo sul nostro sito, sapete che il nostro stile è questo: **spiegare, informare, raccontare** con chiarezza. Ma soprattutto aiutare e rispondere alle vostre domande!

Perché crediamo che la conoscenza sia la prima forma di tutela. Ma si deve anche essere capaci di ascolto... vero, veloce, concreto. Ed è per questo che l'hashtag che uso spesso, **#voilosapevate**, non è solo un modo per incuriosire, ma è un invito a non accontentarsi mai, a fare domande, chiedere aiuto.

Ecco perchè oggi, non solo siamo orgogliosi dei numeri del 2024 – milioni di cittadini raggiunti, **migliaia di persone assistite**, progetti innovativi in tutta Italia ed Europa – ma guardiamo al futuro con trepidazione perchè le nuove tecnologie (e tra queste la stessa intelligenza artificiale) possono aiutarci a rispondere a molte più persone di quanto si faceva in passato.

UNC è nata nel 1955 come **prima associazione di consumatori in Italia**, proprio su queste basi: stare al fianco dei cittadini e da allora porta avanti con continuità il suo impegno di ascolto e supporto.

Un grazie speciale va alle **nostre persone**, i nostri volontari e le volontarie, i dipendenti, i collaboratori e le collaboratrici, i dirigenti. Ed anche a chi lavora sul territorio: **i Comitati** locali e le Delegazioni che con impegno e passione sono -tutti insieme- la forza vera dell'associazione.

Il 2025 sarà ancora più sfidante, ma anche pieno di opportunità. Noi ci saremo, pronti a fare la nostra parte. Voi lo sapevate?

Avv. Massimiliano Dona
Presidente UNC

Questo Bilancio Sociale è stato redatto in conformità alle Linee guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, come dal Codice del Terzo Settore.

Fonti utilizzate

- ✓ Documentazione UNC presentata per l'iscrizione RUNTS 2025;
- ✓ Relazione annuale al CNCU 2024;
- ✓ Statuto Nazionale UNC aggiornato al marzo 2024;
- ✓ Dati interni relativi a soci/e, attività, comunicazione e bilancio economico.

Periodo di riferimento

Tutte le informazioni si riferiscono alle attività realizzate e alle risorse impiegate dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024.

Principi seguiti

- ✓ Chiarezza e semplicità: linguaggio divulgativo, per essere compresi da tutti/e;
- ✓ Attendibilità: dati verificati e coerenti con i documenti ufficiali;
- ✓ Trasparenza: evidenza delle fonti di finanziamento e delle spese;
- ✓ Comparabilità: indicatori replicabili e confrontabili con gli anni precedenti;
- ✓ Centralità dei cittadini/e: il racconto è orientato all'impatto sociale più che alla sola dimensione contabile.



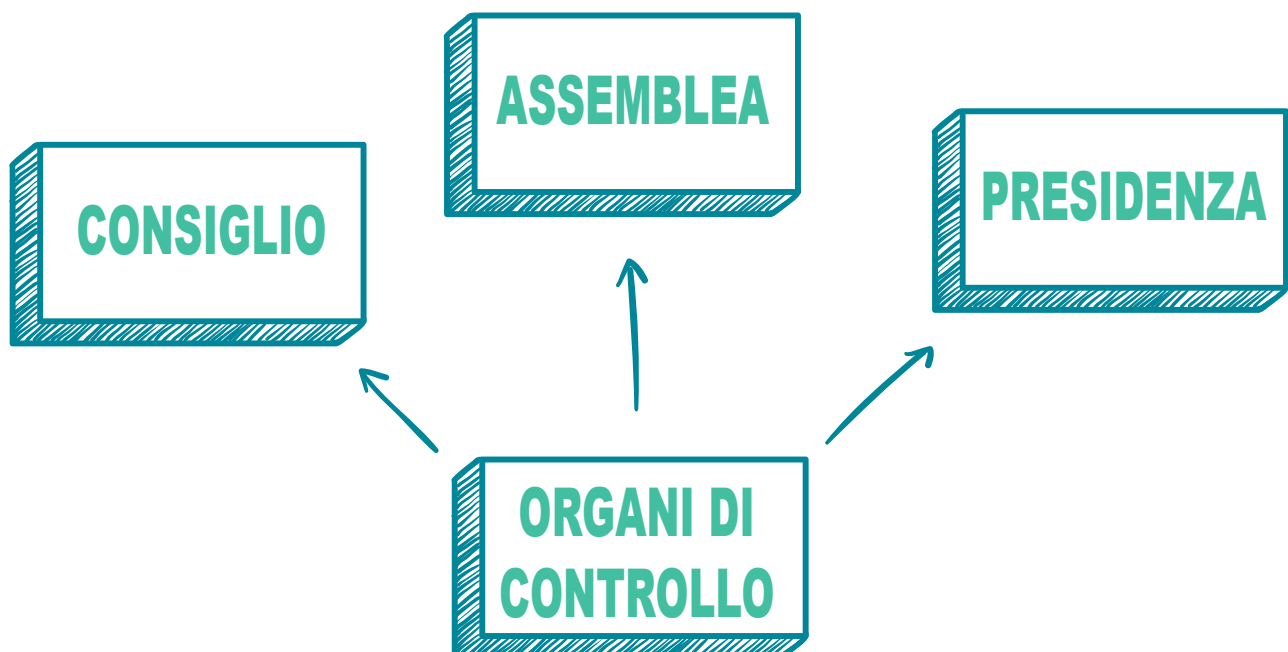
Identità



L'Unione Nazionale Consumatori (UNC), fondata nel 1955, è la **prima associazione di consumatori nata in Italia**. Da allora accompagna **cittadine e cittadini** nella difesa dei diritti, con un'impostazione democratica, apartitica e senza fini di lucro. La nostra missione è promuovere informazione corretta, assistenza qualificata e la possibilità di far valere i propri diritti nei confronti di imprese, istituzioni e mercati.

Organi sociali

- ✓ **Assemblea Generale** – massima istanza democratica: approva bilanci, indirizzi generali, modifiche statutarie.
- ✓ **Consiglio Direttivo** – indirizzo e amministrazione: coordina i programmi nazionali e attua le linee definite dall'Assemblea.
- ✓ **Presidente Onorario** – figura di prestigio nominabile tra chi ha contribuito in modo significativo alla crescita dell'associazione.
- ✓ **Presidente** – rappresentanza legale e guida politico-strategica; promuove l'immagine di UNC e la rappresenta presso istituzioni e partner.
- ✓ **Vicepresidenti** – affiancano il/la Presidente e fanno da cerniera tra livello nazionale e territoriale.
- ✓ **Collegio dei Revisori** – controllo sulla regolarità economico-finanziaria e garanzia di trasparenza dei conti.
- ✓ **Collegio dei Probiviri** – tutela delle regole associative e gestione di eventuali controversie interne.



Struttura nazionale



La sede nazionale di **Roma** coordina le attività e mette a sistema competenze giuridiche, progettuali, comunicative e amministrative.

LE AREE DELLA SEDE CENTRALE:

- ✓ **Presidenza** – guida strategica, relazioni istituzionali, indirizzo politico dell'associazione.
- ✓ **Area Assistenza e Legale** – tutela di consumatrici e consumatori con consulenze, conciliazioni e azioni mirate; coordinamento con la rete territoriale per standard omogenei di qualità.
- ✓ **Area Comunicazione** – sito, social, media relations; linguaggio chiaro e accessibile per portare i temi del consumismo a pubblici diversi.
- ✓ **Area Progetti** – sviluppo e gestione di progetti finanziati (nazionali/europei); laboratorio di innovazione per tutela, educazione, sostenibilità.
- ✓ **Ufficio Studi e Ricerche** – redazione ricerche, report, analisi dati per interventi su Governo, Parlamento e Authority sulle politiche economiche a tutela dei consumatori.
- ✓ **Amministrazione** – bilancio, rendicontazione, trasparenza, adempimenti; uso efficiente e responsabile delle risorse.
- ✓ **Segreteria Generale** – organizzazione interna, supporto a soci/e e comitati, funzionamento operativo quotidiano.

PRESIDENZA

**AREA ASSISTENZA
E LEGALE**

**AREA
COMUNICAZIONE**

**AREA
PROGETTI**

**UFFICIO STUDI
E RICERCHE**

AMMINISTRAZIONE

**SEGRETERIA
GENERALE**

Organizzazione territoriale





UNC è una federazione composta da **29 Comitati autonomi** e **81 Delegazioni locali**: in totale **110 sportelli attivi**.

La rete garantisce **prossimità**: essere nei quartieri, nelle città e nelle comunità significa cogliere i bisogni reali e immediati delle persone, trasformando **esperienze individuali** in **azioni collettive di tutela**.

Negli sportelli, **consumatrici e consumatori** trovano informazioni, consulenze e supporto pratico su **tutte le problematiche di consumo**: rapporti contrattuali con imprese e servizi (pubblici e privati), fatturazioni e pratiche commerciali scorrette, servizi di pubblica utilità, servizi finanziari e assicurativi, mobilità e turismo, digitale ed e-commerce, fino ai temi locali (trasporti, rifiuti, tributi, servizi comunali). L'approccio è **generale e trasversale**: ogni questione che riguarda il rapporto tra persone e mercato può trovare risposte qualificate nella rete UNC.



Relazioni



UNC agisce dentro un **ecosistema di relazioni istituzionali e sociali** che le consente di incidere sulle politiche pubbliche e sui mercati, con un ponte continuo tra territorio, livello nazionale ed europeo.

RAPPORTI ISTITUZIONALI E AUTORITÀ

- ✓ **CNCU – Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (MIMIT):** partecipazione attiva ai tavoli di confronto e co-progettazione delle politiche di tutela.
- ✓ **Autorità indipendenti:** AGCM – Antitrust (concorrenza e mercato), AGCOM (comunicazioni), ARERA (energia/ambiente), ART (trasporti), GPDP (privacy), IVASS (assicurazioni). Contributo tramite segnalazioni, position paper, consultazioni, audizioni.
- ✓ **Parlamento e Governo:** interventi in audizioni e consultazioni pubbliche su temi come energia, digitale, servizi finanziari, pratiche commerciali scorrette.

COLLABORAZIONI E PROGETTI

Partnership con enti pubblici, università, imprese e altre associazioni per trasformare istanze sociali in soluzioni operative:

- ✓ **CIRCE** – iniziativa su energia e tutela delle persone consumatrici (taglio informativo e di empowerment).
- ✓ **FoodGuard** – sicurezza alimentare e informazione responsabile per scelte consapevoli.
- ✓ **RIGENERAZIONI** – percorsi educativi e di cittadinanza attiva sui consumi sostenibili.
- ✓ **Scrap the Food Waste** – sensibilizzazione contro lo spreco alimentare.
- ✓ **WATSON** – azioni pilota per tecnologie anticontraffazione nella filiera alimentare.

(I titoli sono riportati come esempi significativi del 2024; il dettaglio progettuale è descritto nei capitoli successivi del Bilancio Sociale.)

RETI E ALLEANZE

A livello nazionale: collaborazioni con **altre associazioni, aziende e Istituzioni** per definire standard, promuovere campagne comuni e rafforzare l'advocacy.

A livello europeo e internazionale: partecipazione a progettualità UE e **adesione a Consumers International**, la federazione mondiale delle organizzazioni dei consumatori, per condividere pratiche e dare voce alle istanze italiane in contesti globali.



Attività 2024

ASSISTENZA E TUTELA DEI CONSUMATORI E DELLE CONSUMATRICI

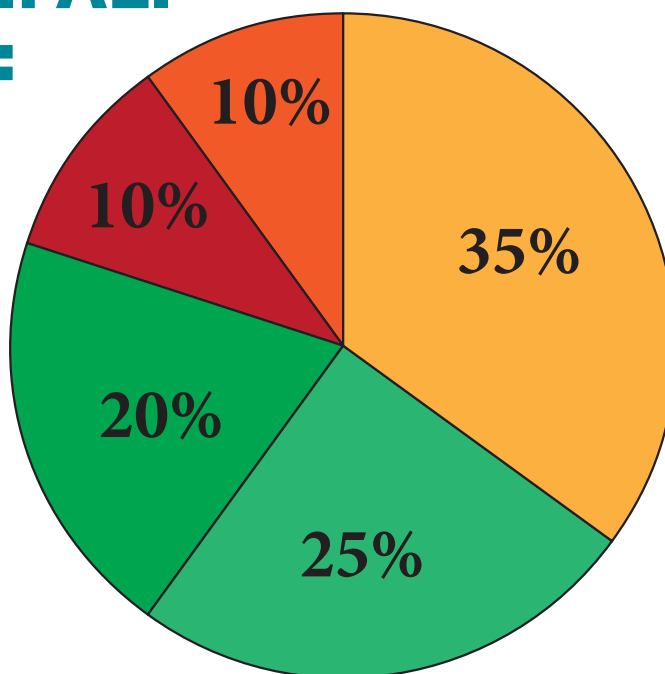
Nel 2024, l'UNC ha garantito **tutela diretta a decine di migliaia di persone**, attraverso la propria rete di sportelli territoriali, il sito web, i canali social e il contatto telefonico.

Gli sportelli sono stati i **presidi principali**, ma sempre più rilevante è diventata l'assistenza a distanza, grazie agli strumenti digitali.

I NUMERI DELL'ASSISTENZA 2024

- ✓ **110 sportelli attivi** (29 Comitati + 81 Delegazioni).
- ✓ **29.030 richieste** via e-mail e canali online, alla sola sede nazionale.
- ✓ **2.548 chiamate telefoniche** gestite dai nostri operatori della sede nazionale.
- ✓ **Oltre 70.000 richieste** gestite tramite social network (messaggi diretti, commenti, interazioni).

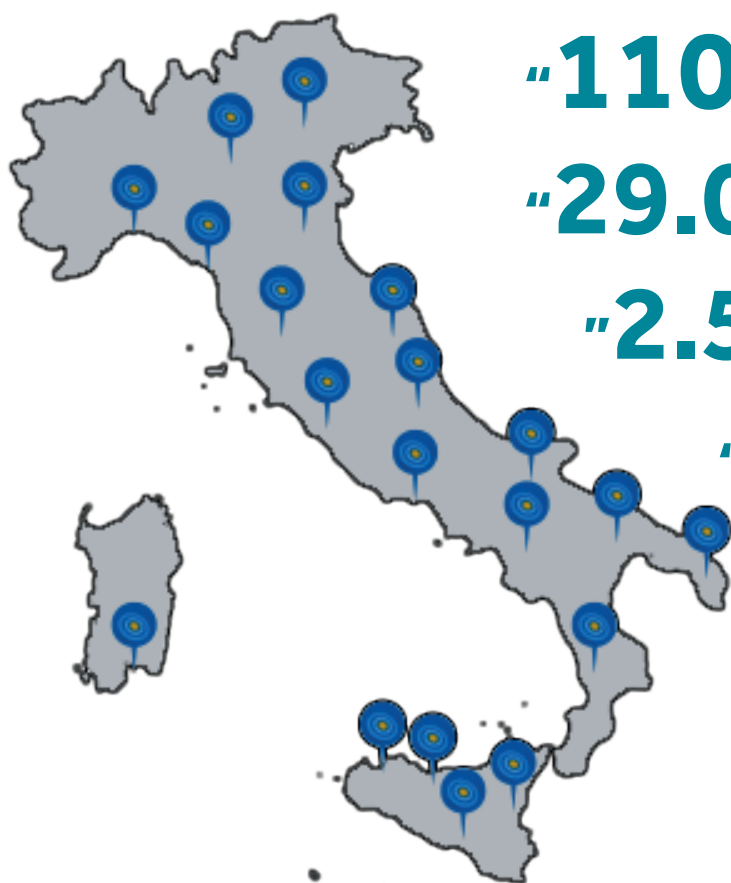
SETTORI PRINCIPALI DI ASSISTENZA:



Oltre all'assistenza individuale, UNC ha promosso **azioni collettive di tutela** attraverso segnalazioni alle Autorità, procedure di conciliazione e partecipazione a tavoli nazionali.

CASI DI CONCILIAZIONE

Grazie agli accordi con le principali aziende di energia, TLC e servizi bancari, UNC ha avviato **centinaia di procedure di conciliazione paritetica**, con risultati positivi nella maggioranza dei casi, offrendo ai cittadini e alle cittadine uno strumento rapido, gratuito ed efficace per risolvere i contenziosi senza ricorrere ai tribunali.



“110 SPORTELLI ATTIVI”

“29.030 RICHIESTE ONLINE”

“2.548 CHIAMATE”

**“70.000
+ RICHIESTE VIA SOCIAL”**





Progetti



cirCe

OBIETTIVI

Il progetto CIRCE è nato per contrastare il fenomeno della povertà energetica, una condizione che colpisce molte famiglie italiane e che impedisce l'accesso a beni e servizi energetici essenziali. L'obiettivo principale è stato quello di informare cittadine e cittadini sui loro diritti, fornire strumenti pratici per risparmiare e accompagnarli nell'uso consapevole dell'energia.

FINANZIATO DA

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

PARTNER

Associazioni dei consumatori e enti territoriali aderenti al progetto.

ATTIVITÀ

Attraverso l'apertura di sportelli informativi, incontri pubblici, workshop nelle scuole e la produzione di materiali divulgativi, CIRCE ha contribuito a diffondere conoscenza sui temi energetici, sullo sviluppo sostenibile e l'economia circolare. E' stata realizzata una ricerca per misurare la diffusione della povertà energetica e individuare strumenti di contrasto efficaci.

RISULTATI

Grazie al progetto, migliaia di cittadini hanno ricevuto supporto e informazioni personalizzate. È aumentata la conoscenza dei bonus energia e delle procedure di reclamo, e molte famiglie hanno migliorato la propria consapevolezza sulle possibilità di risparmio.

OBIETTIVI

FoodGuard nasce per affrontare le sfide legate alla sicurezza alimentare e alla trasparenza nella filiera agro-alimentare. In un contesto globale in cui le frodi alimentari rappresentano un rischio crescente, il progetto ha inteso offrire strumenti ai cittadini e alle cittadine per riconoscere prodotti sicuri, leggere correttamente le etichette e adottare scelte più consapevoli.

FINANZIATO DA

Unione Europea

PARTNER

Università, centri di ricerca e associazioni di consumatori europee.

ATTIVITÀ

Il progetto ha condotto analisi e indagini sui rischi emergenti legati all'alimentazione, ha organizzato incontri divulgativi con esperti e ha realizzato campagne di sensibilizzazione sull'importanza di un'alimentazione sicura e trasparente. Sono stati coinvolti studenti e famiglie in attività educative, con particolare attenzione alla lettura delle etichette alimentari e alla prevenzione delle frodi.

RISULTATI

Sono stati realizzati materiali divulgativi multilingue, guide pratiche e workshop che hanno raggiunto centinaia di cittadini. Le attività hanno incrementato la consapevolezza dei rischi alimentari e rafforzato la collaborazione internazionale su un tema di rilevanza mondiale.



FOODGUARD

PROGETTO RIGENERAZIONI



RiGenerAzioni

FINANZIATO DAL MIMIT, D.M. 6/5/2022 ART.5

OBIETTIVI

RIGENERAZIONI è dedicato alla promozione del consumo sostenibile e dell'economia circolare, con l'intento di sensibilizzare soprattutto i più giovani sul valore del riuso e del riciclo.

Il progetto mira a diffondere un nuovo approccio al consumo, più responsabile, solidale e rispettoso dell'ambiente.

FINANZIATO DA

Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT).

PARTNER

Enti locali, scuole, associazioni.

ATTIVITÀ

Sono stati organizzati laboratori nelle scuole, percorsi educativi con insegnanti e studenti, eventi pubblici e attività comunitarie. Inoltre, sono stati sviluppati kit didattici replicabili che hanno permesso alle scuole di proseguire il lavoro anche oltre la durata del progetto.

RISULTATI

Centinaia di studenti e studentesse hanno partecipato direttamente ai laboratori. Le famiglie coinvolte hanno potuto sperimentare pratiche di riduzione dei rifiuti e di acquisto critico. Il progetto ha lasciato in eredità materiali didattici che restano a disposizione delle comunità scolastiche.

PROGETTO SCRAP THE FOOD WASTE

SCRAP THE FOOD WASTE

OBIETTIVI

Scrap the Food Waste è un progetto europeo nato per ridurre lo spreco alimentare e sensibilizzare i cittadini a un consumo più consapevole. L'obiettivo è educare le persone a gestire meglio il cibo, prevenire lo spreco domestico e valorizzare pratiche di economia circolare.

FINANZIATO DA

Unione Europea

PARTNER

Associazioni locali, scuole, enti del terzo settore.

ATTIVITÀ

Sono state realizzate campagne informative multicanale, attività pratiche nelle scuole, concorsi creativi per studenti e famiglie, oltre alla produzione di video e guide divulgative. Le iniziative hanno messo in evidenza comportamenti virtuosi come il riuso creativo degli alimenti e l'importanza della pianificazione della spesa.

RISULTATI

Il progetto ha raggiunto centinaia di studenti e famiglie, diffondendo buone pratiche di consumo. I materiali prodotti sono stati scaricati e condivisi anche online, ampliando la platea dei beneficiari.



OBIETTIVI

WATSON è un progetto europeo che si concentra sulla prevenzione e il contrasto delle frodi alimentari. L'obiettivo è fornire strumenti innovativi, scientifici e divulgativi per garantire la sicurezza dei prodotti agroalimentari e rafforzare la fiducia dei cittadini nei confronti del mercato.

FINANZIATO DA

Unione Europea

PARTNER

Università, centri di ricerca e associazioni di consumatori europee.

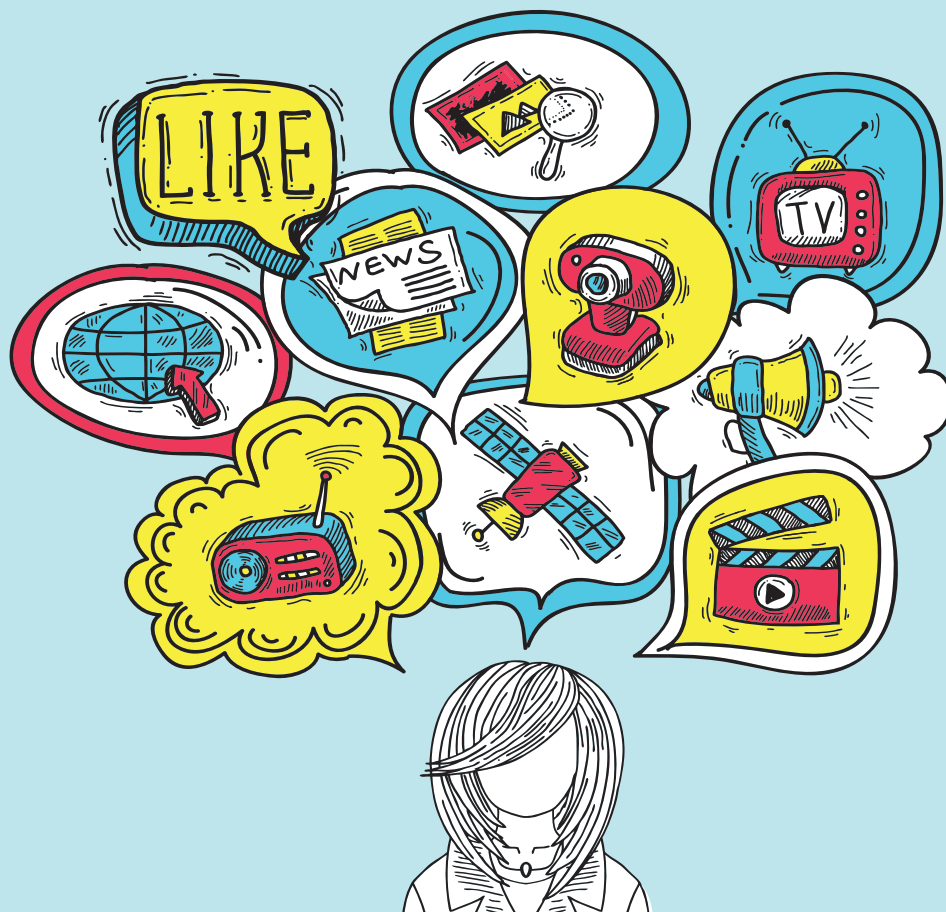
ATTIVITÀ

Il progetto ha sviluppato attività di ricerca avanzata sulle nuove forme di frodi alimentari e ha promosso la creazione di materiali divulgativi per informare cittadini e cittadine sui rischi emergenti. Sono stati organizzati eventi pilota di sensibilizzazione e avviate collaborazioni internazionali per condividere strumenti e metodologie.

RISULTATI

Sono stati realizzati report di ricerca, guide pratiche e campagne informative che hanno raggiunto centinaia di cittadini. L'approccio multidisciplinare ha consentito di rafforzare il dialogo tra scienza, istituzioni e società civile.

Comunicazione



**“Ci sono due modi per dialogare con il consumatore.
Puoi sfruttare la sua giusta indignazione,
eccitare la sua carica emotiva, offrire soluzioni rivoluzionarie...
oppure analizzare le cause e cercare le soluzioni possibili,
ne' avventurose, ne' miracolistiche,
usando un linguaggio semplice e accessibile.
Noi optiamo per la seconda.”**

VINCENZO DONA, Fondatore UNC

La comunicazione è uno dei pilastri fondamentali dell'attività UNC: non solo strumento di visibilità, ma **mezzo diretto di tutela e informazione**. Nel 2024 abbiamo raggiunto milioni di persone attraverso il sito web, i social network, i comunicati stampa e i media tradizionali, consolidando il nostro ruolo di fonte autorevole per cittadine e cittadini che vogliono capire, scegliere e difendere i propri diritti.

NUMERI DELLA COMUNICAZIONE 2024

- ✓ **Sito UNC (consumatori.it):** oltre **1,3 milioni di utenti unici** e **2,2 milioni di pagine viste**.
- ✓ **Comunicati stampa diffusi:** più di 330.
- ✓ **Articoli e approfondimenti, guide e dossier tematici pubblicati:** 381.
- ✓ **Presenze sui media tradizionali**
 - Interviste e servizi in TV: più di 120.
 - Passaggi radiofonici: più di 240.
 - Citazioni su quotidiani e periodici nazionali e locali: oltre 8.600 citazioni.



COMUNICAZIONE DIGITALE E SOCIAL NETWORK

Il 2024 ha segnato un'ulteriore crescita della nostra presenza social, con community sempre più numerose e partecipative su **Instagram, YouTube, Facebook**.

I nostri contenuti hanno raggiunto centinaia di migliaia di persone, grazie a un linguaggio semplice, diretto e vicino ai problemi concreti dei consumatori.

Particolare successo hanno avuto i **format video brevi**, che hanno trasformato i social in un vero sportello digitale sempre attivo, con domande, commenti e richieste di chiarimento da parte delle persone.

Le principali aree trattate sui social nel 2024:

- ✓ **Bollette e rincari energetici.**
- ✓ **Tutela digitale** (phishing, truffe online, fake news).
- ✓ **Spesa e alimentazione** (frodi alimentari, etichettatura, shrinkflation).
- ✓ **Diritti del consumatore** (contratti, pratiche commerciali scorrette, garanzie).
- ✓ **Campagne UNC** ((#BOLLETTESHOCK, "La tutela che vorrei", iscrizioni a 2€ per il 15 marzo).

La comunicazione social non è solo "informazione in tempo reale": è anche **ascolto e dialogo**, con oltre **70.000 richieste e interazioni dirette** gestite nel corso dell'anno attraverso commenti e messaggi privati.

LE CAMPAGNE 2024

#BOLLETTESHOCK

Una campagna mirata a spiegare in modo semplice e trasparente le cause dell'aumento delle bollette energetiche. UNC ha denunciato rincari ingiustificati, raccolto migliaia di segnalazioni e offerto assistenza per contestarle e fornito strumenti pratici per muoversi nel mondo delle utenze luce e gas.

- ✓ Messaggio chiave: *"Capire la bolletta per difendersi dai rincari"*.



CAMPAGNA "LA TUTELA CHE VORREI"

Una consultazione nazionale per raccogliere proposte e idee dai cittadini e dalle cittadine su come rafforzare i diritti dei consumatori. Le campagne online e le interazioni social hanno creato un cantiere di idee utile a orientare le nostre priorità future.

- ✓ Messaggio chiave: *"Dai voce alla tua tutela"*.

CAMPAGNA STRAORDINARIA – GIORNATA MONDIALE DEL CONSUMATORE (15 marzo)

In occasione della Giornata mondiale del consumatore, UNC ha lanciato una promozione speciale: iscrizione all'associazione a soli 2 euro. Una campagna che ha ricordato le origini della ricorrenza (ONU 1983, discorso Kennedy 1962) e i quattro diritti fondamentali: sicurezza, informazione, libera scelta, possibilità di essere ascoltati.

- ✓ Messaggio chiave: *"Iscriviti a 2€ per investire sulla tua tutela"*.

IL BOX DEDICATO A #VOILOSAPEVATE

Tra i format di maggior successo spicca l'hashtag **#voilosapevate**, ideato e condotto dal Presidente Massimiliano Dona. Con brevi video pubblicati su Instagram, TikTok e YouTube, UNC ha spiegato fenomeni complessi (bollette, inflazione, truffe digitali, pratiche scorrette, shrinkflation) con un linguaggio semplice, diretto e accessibile.

Questo format ha contribuito a rendere la comunicazione UNC **popolare e immediata**, rafforzando la fiducia dei cittadini e raggiungendo anche le fasce più giovani della popolazione.

EVENTI

CUSTOMER CENTRICITY 2024

Convegno annuale UNC dedicato ai "cambiamenti epocali" che impattano il rapporto tra cittadine/i e mercato, con apertura plenaria e lavoro in 4 tavoli tematici. Location: **Roma, Binario F**. Apertura affidata a **Daniele Chieffi** (crisis management) in dialogo con il Presidente **Massimiliano Dona**; chiusura con **Pier Paolo Bucalo, Matteo Pogliani, Chiara Bacilieri, Chiara Dal Ben**.

 I NOSTRI EVENTI

Customer Centricity 2024

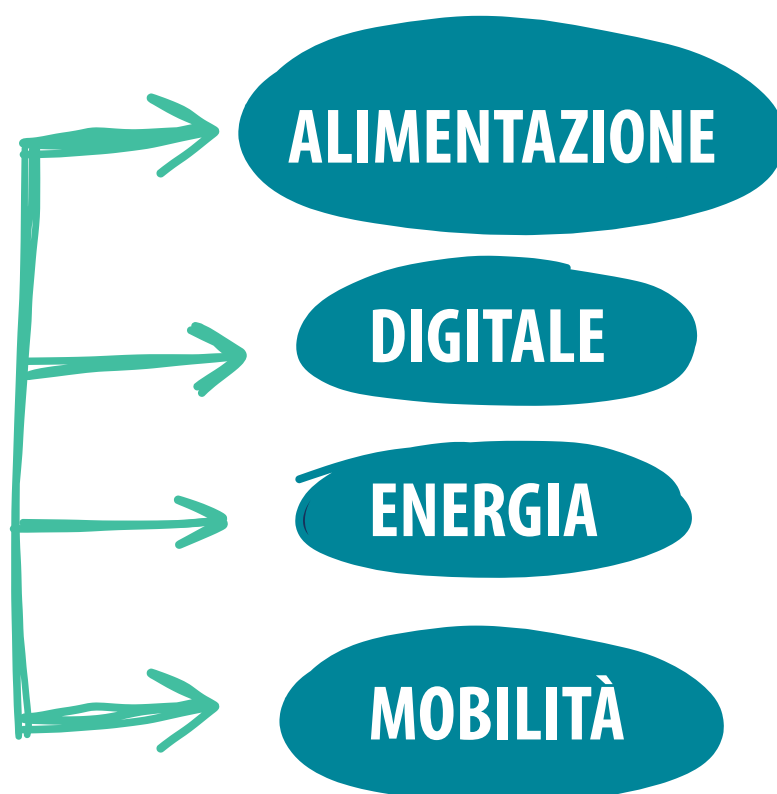
**UNIONE
NAZIONALE
CONSUMATORI**
PRESENTA



Binario F
from **facebook**
ROMA - VIA MARSALA, 29H

I 4 TAVOLI TEMATICI (MODERAZIONE E FOCUS)

- ✓ **Alimentazione** – moderato da **Livia Zollo** (Vicepresidente UNC) e **Agostino Macrì** (Resp. sicurezza alimentare UNC). Focus su: effetti dei cambiamenti climatici e crisi produttive, oscillazioni dei prezzi, **shrinkflation/skimpflation**, disinformazione alimentare e necessità di trasparenza verso i consumatori.
- ✓ **Digitale** – moderazione **Simona Volpe** (Resp. comunicazione UNC). Focus su: **Digital Services Act**, tutela dei minori, profilazione/trasparenza algoritmica, **Intelligenza Artificiale** (opportunità e rischi), regolazione dell'influencer/creator economy post "Pandoro Gate", educazione digitale e gestione del rischio.
- ✓ **Energia** – moderazione **Marco Vignola** (Vicepresidente UNC). Focus su: fine del mercato tutelato e passaggio al libero, "**policrisi**" (reputazionale, di sistema e di mercato), trasparenza delle informazioni, strumenti per i consumatori (**Portale Offerte/Consumi**), PPA come leva per la transizione.
- ✓ **Mobilità** – moderazione **Massimiliano Dona**. Focus su: eredità del **Dieseltgate** e impatto sulle politiche, mutamenti strutturali dell'automotive, percezioni su costi/assicurazioni, transizione verso l'elettrico.



PLENARIA E LEITMOTIV

Crisis → **scelta/giudizio** (krisis): non solo “era di cambiamento” ma “**cambiamento d’era**”; temi trasversali: guerra dei prezzi nel food, AI e data economy, passaggio al mercato libero dell’energia, elettrificazione della mobilità. Dinamica di **gamification** per alimentare il dibattito.



Unione Nazionale Consumatori
presenta

PREMIO VINCENZO DONA 2024

valori

Nuove connessioni di consumo

ROMA ARA PACIS **21 NOVEMBRE** 9.00
13.30



CONSUMATORI.IT

PREMIO DONA 2024

“VALORI. NUOVE CONNESSIONI DI CONSUMO”

Cos’è e dove

XVIII edizione del Premio Vincenzo Dona, appuntamento-simbolo UNC sui diritti dei consumatori. **Museo dell’Ara Pacis (Roma)**; tema: **valori autentici nell’era digitale**.

PREMI E RICONOSCIMENTI

- ✓ **Premio “Personalità” a David Katz (Plastic Bank)** per aver trasformato rifiuti plastici in valore in valore sociale ed economico nelle comunità vulnerabili (economia circolare e inclusione).

INTERVENTI E TEMI DEI RELATORI

- ✓ **Marco Trombetti & Isabelle Andrieu (Translated):** “We believe in humans” — intreccio tra **AI e creatività umana**, impresa e avventura **Ocean Globe Race** come metafora di resilienza e mission di rendere il mondo comprensibile a tutti.
- ✓ **Brando Benifei (Europarlamento):** **AI Act** e nuovi diritti (es. class action nel regolamento), continuità con **Digital Services Act** e futuro **Digital Fairness Act**.
- ✓ **Federico Ferrazza (Wired):** l’innovazione come risposta evolutiva; **IA** destinata a rimodellare il rapporto col tempo e il lavoro, necessità di governance condivisa.
- ✓ **Francesco Magagnino (Accenture Song):** trasformazione del **commerce** con GenAI mantenendo al centro l’esperienza umana.
- ✓ **Fabio Zardini (Patagonia):** impresa e **responsabilità ambientale** come valore identitario.
- ✓ **Laura Galimberti (AGOS):** ricerca su **sostenibilità e fiducia** come base di relazioni durature con i clienti.
- ✓ **Amazon (Giovanni Foglietta), Booking.com (Matteo Realini), MSC Crociere (Luigi Cerracchio):** come **innovazione digitale** arricchisce retail, turismo, hospitality senza sostituire l’esperienza umana.
- ✓ **Luca Mazzucchelli:** impatto psicologico delle nuove tecnologie su relazioni e consumi.
- ✓ **Riccardo Scandellari:** autenticità e **personal branding** nell’ecosistema social.

Relazioni Istituzionali e Advocacy

“Per avere una voce forte non serve gridare scompostamente, ma essere capaci di proposta, dialogo, iniziativa”.

VINCENZO DONA, Fondatore UNC

L'Unione Nazionale Consumatori non è solo un'associazione di tutela: è anche un soggetto che rappresenta le istanze di cittadine e cittadini presso istituzioni, autorità e imprese, trasformando i bisogni raccolti nei territori in proposte concrete di miglioramento delle politiche pubbliche.

Nel 2024 UNC ha rafforzato la sua azione di **advocacy**, partecipando a numerosi tavoli istituzionali e contribuendo attivamente alla definizione di misure a tutela dei consumatori e delle consumatrici.

PARTECIPAZIONE AI TAVOLI ISTITUZIONALI

- ✓ **CNCU – Consiglio Nazionale Consumatori e Utenti (MIMIT):** UNC ha partecipato regolarmente alle sedute ordinarie e programmatiche, portando proposte su energia, inflazione, digitale e sicurezza alimentare.
- ✓ **ARERA:** presenza ai tavoli sulla fine del mercato tutelato e sull'aggiornamento della Bolletta 2.0, con proposte per semplificare la lettura delle fatture e proteggere i clienti vulnerabili.
- ✓ **AGCOM:** osservazioni alla consultazione pubblica sul telemarketing e segnalazioni contro pratiche scorrette nella vendita di servizi telefonici.

- ✓ **Antitrust (AGCM):** contributi sul caro scuola e prezzi dei libri scolastici, con richieste di maggiore trasparenza e concorrenza.
- ✓ **Parlamento:** presentato un documento di oltre 20 pagine con osservazioni alla Legge annuale per il mercato e la concorrenza, avanzando proposte su spese obbligate, energia e trasparenza dei mercati.

AZIONI DI ADVOCACY

Nel 2024 l'azione politica di UNC si è concentrata su quattro grandi priorità:

- 1. Energia e bollette** – proposte a tutela dei clienti vulnerabili, contributi alla riforma della Bolletta 2.0 e segnalazioni su rincari ingiustificati.
- 2. Tutela digitale** – osservazioni su intelligenza artificiale, e-commerce e phishing; campagne per la sicurezza online e la protezione dei dati.
- 3. Servizi bancari e assicurativi** – collaborazione con ABI e UniCredit su protocolli di trasparenza, campagne contro truffe eccessive commissioni e tutela dei risparmiatori.
- 4. Prezzi e inflazione** – partecipazione all'Osservatorio Prezzi del MIMIT, segnalazioni su rincari nei beni essenziali e iniziative contro shrinkflation e skimpflation.





Risorse e trasparenza

ENTE DEL TERZO SETTORE " UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI APS"

Mod. A - STATO PATRIMONIALE

	AI 31/12/24 esercizio 2024	AI 31/12/23 esercizio 2023
ATTIVO		
A) QUOTE ASSOCIATIVE O APPORTI ANCORA DOVUTI	€ -	€ -
B) IMMOBILIZZAZIONI		
I - Immobilizzazioni immateriali		
1) costi di impianto e di ampliamento	€ 1.116	€ 1.116
2) costi di sviluppo	€ -	€ -
3) diritti di brevetto industriale e diritti di utilizzazione delle opere dell'ingegno	€ -	€ -
4) concessioni, licenze, marchi e diritti simili	€ -	€ -
5) avviamento	€ -	€ -
6) immobilizzazioni in corso e acconti	€ -	€ -
7) altre	€ -	€ -
Totale immobilizzazioni immateriali	€ 1.116	€ 1.116
II - Immobilizzazioni materiali		
1) terreni e fabbricati	€ -	€ -
2) impianti e macchinari	€ 30	€ 1.386
3) attrezzature	€ 2.222	€ 1.193
4) mobili e arredi	€ 1.077	€ 1.997
5) immobilizzazioni in corso e acconti	€ -	€ -
Totale immobilizzazioni materiali	€ 3.330	€ 4.575
III - Immobilizzazioni finanziarie		
1) partecipazioni in:		
a) imprese controllate	€ -	€ -
b) imprese collegate	€ -	€ -
c) altre imprese	€ -	€ -
Totale partecipazioni	€ -	€ -
2) crediti		
a) imprese controllate		
esigibili entro l'esercizio successivo	€ -	€ -
esigibili oltre l'esercizio successivo	€ -	€ -
Totale crediti imprese controllate	€ -	€ -
b) imprese collegate		
esigibili entro l'esercizio successivo	€ -	€ -
esigibili oltre l'esercizio successivo	€ -	€ -
Totale crediti imprese collegate	€ -	€ -
c) verso altri enti del Terzo settore		
esigibili entro l'esercizio successivo	€ -	€ -
esigibili oltre l'esercizio successivo	€ -	€ -
Totale crediti verso altri enti del Terzo settore	€ -	€ -
d) verso altri		
esigibili entro l'esercizio successivo	€ -	€ -
esigibili oltre l'esercizio successivo	€ -	€ -
Totale crediti verso altri	€ -	€ -
Totale crediti	€ -	€ -
3) altri titoli	€ -	€ -
Totale immobilizzazioni finanziarie	€ -	€ -
TOTALE IMMOBILIZZAZIONI	€ 4.446	€ 5.691
C) ATTIVO CIRCOLANTE		
I - Rimanenze		
1) materie prime, sussidiarie e di consumo	€ -	€ -
2) prodotti in corso di lavorazione e semilavorati	€ -	€ -

3) lavori in corso su ordinazione	€	-	€	-
4) prodotti finiti e merci	€	-	€	-
5) acconti	€	-	€	-
Totale rimanenze	€	-	€	-

II - Crediti

1) verso utenti e clienti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	46.860	€	34.680
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso utenti e clienti</i>	€	46.860	€	34.680
2) verso associati e fondatori				
esigibili entro l'esercizio successivo			€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso associati e fondatori</i>	€	-	€	-
3) verso enti pubblici				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	386.497	€	574.419
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	14.142	€	14.142
<i>Totale crediti verso enti pubblici</i>	€	400.638	€	588.561
4) verso soggetti privati per contributi				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso soggetti privati per contributi</i>	€	-	€	-
5) verso enti della stessa rete associativa				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso enti della stessa rete associativa</i>	€	-	€	-
6) verso altri enti del Terzo settore				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso altri enti del Terzo settore</i>	€	-	€	-
7) verso imprese controllate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso imprese controllate</i>	€	-	€	-
8) verso imprese collegate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso imprese collegate</i>	€	-	€	-
9) crediti tributari				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	18.743	€	21.234
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti tributari</i>	€	18.743	€	21.234
10) da 5 per mille				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti da 5 per mille</i>	€	-	€	-
11) imposte anticipate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo			€	-
<i>Totale crediti imposte anticipate</i>	€	-	€	-
12) verso altri				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale crediti verso altri</i>	€	-	€	-
Totale crediti	€	466.241	€	644.474

III - Attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni

1) partecipazioni in imprese controllate	€	-	€	-
2) partecipazioni in imprese collegate	€	-	€	-
3) altri titoli	€	-	€	-
Totale attività finanziarie che non costituiscono immobilizzazioni	€	-	€	-

IV - Disponibilità liquide

1) depositi bancari e postali	€	156.024	€	7.785
2) assegni	€	-	€	-
3) danaro e valori in cassa	€	127	€	841
Totale disponibilità liquide	€	156.151	€	8.626

TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	€	622.392	€	653.100
D) RATEI E RISCONTI ATTIVI	€	-	€	-
Totale Attivo	€	626.838	€	658.792
PASSIVO				
A) PATRIMONIO NETTO				
I - Fondo di dotazione dell'ente	€	-	€	-
II - Patrimonio vincolato				
1) riserve statutarie	€	-	€	-
2) riserve vincolate per decisione degli organi istituzionali	€	-	€	-
3) riserve vincolate destinate da terzi	€	-	€	-
Totale patrimonio vincolato	€	-	€	-
III - Patrimonio libero				
1) riserve di utili o avanzi di gestione	€	27.912	€	11.947
2) altre riserve	€	-	€	-
Totale patrimonio libero	€	27.912	€	11.947
IV - Avanzo/Disavanzo d'esercizio	€	1.799	€	15.965
TOTALE PATRIMONIO NETTO	€	29.711	€	27.912
B) FONDI PER RISCHI E ONERI				
1) per trattamento di quiescenza e obblighi simili	€	-	€	-
2) per imposte, anche differite	€	-	€	-
3) altri	€	-	€	-
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI	€	-	€	-
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	€	184.848	€	159.228
D) DEBITI				
1) debiti verso banche				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	1.483	€	34.222
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso banche	€	1.483	€	34.222
2) debiti verso altri finanziatori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso altri finanziatori	€	-	€	-
3) debiti verso associati e fondatori per finanziamenti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso associati e fondatori per finanziamenti	€	-	€	-
4) debiti verso enti della stessa rete associativa				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso enti della stessa rete associativa	€	-	€	-
5) debiti per erogazioni liberali condizionate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti per erogazioni liberali condizionate	€	-	€	-
6) acconti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale acconti	€	-	€	-
7) debiti verso fornitori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	29.483	€	93.669
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	4.144	€	-

<i>Totale debiti verso fornitori</i>	€	33.627	€	93.669
8) debiti verso imprese controllate e collegate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale debiti verso imprese controllate e collegate</i>	€	-	€	-
9) debiti tributari				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	42.354	€	75.551
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	71.547	€	39.291
<i>Totale debiti tributari</i>	€	113.901	€	114.842
10) debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	24.166	€	22.100
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale</i>	€	24.166	€	22.100
11) debiti verso dipendenti e collaboratori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	30.359	€	16.466
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale debiti verso dipendenti e collaboratori</i>	€	30.359	€	16.466
12) altri debiti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	6.707	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
<i>Totale altri debiti</i>	€	6.707	€	-
TOTALE DEBITI	€	210.243	€	281.299
E) RATEI E RISCONTI PASSIVI	€	202.036	€	190.354
Totale Passivo	€	626.838	€	658.792



TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	€	622.392	€	653.100
D) RATEI E RISCONTI ATTIVI	€	-	€	-
Totale Attivo	€	626.838	€	658.792
PASSIVO				
A) PATRIMONIO NETTO				
I - Fondo di dotazione dell'ente	€	-	€	-
II - Patrimonio vincolato				
1) riserve statutarie	€	-	€	-
2) riserve vincolate per decisione degli organi istituzionali	€	-	€	-
3) riserve vincolate destinate da terzi	€	-	€	-
Totale patrimonio vincolato	€	-	€	-
III - Patrimonio libero				
1) riserve di utili o avanzi di gestione	€	27.912	€	11.947
2) altre riserve	€	-	€	-
Totale patrimonio libero	€	27.912	€	11.947
IV - Avanzo/Disavanzo d'esercizio	€	1.799	€	15.965
TOTALE PATRIMONIO NETTO	€	29.711	€	27.912
B) FONDI PER RISCHI E ONERI				
1) per trattamento di quiescenza e obblighi simili	€	-	€	-
2) per imposte, anche differite	€	-	€	-
3) altri	€	-	€	-
TOTALE FONDI PER RISCHI E ONERI	€	-	€	-
C) TRATTAMENTO DI FINE RAPPORTO DI LAVORO SUBORDINATO	€	184.848	€	159.228
D) DEBITI				
1) debiti verso banche				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	1.483	€	34.222
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso banche	€	1.483	€	34.222
2) debiti verso altri finanziatori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso altri finanziatori	€	-	€	-
3) debiti verso associati e fondatori per finanziamenti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso associati e fondatori per finanziamenti	€	-	€	-
4) debiti verso enti della stessa rete associativa				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso enti della stessa rete associativa	€	-	€	-
5) debiti per erogazioni liberali condizionate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti per erogazioni liberali condizionate	€	-	€	-
6) acconti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale acconti	€	-	€	-
7) debiti verso fornitori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	29.483	€	93.669
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	4.144	€	-

8) Rimanenze iniziali	€	-	€	-					
Totale	€	290.513	€	242.171	Totale	€	302.622	€ 293.657	
					Avanzo/Disavanzo attività diverse (+/-)	€	12.109	€ 51.485	
C) Costi e oneri da attività di raccolta fondi					C) Ricavi, rendite e proventi da attività di raccolta fondi				
1) Oneri per raccolte fondi abituali	€	-	€	-	1) Proventi da raccolte fondi abituali	€	-	€ -	
2) Oneri per raccolte fondi occasionali	€	-	€	-	2) Proventi da raccolte fondi occasionali	€	-	€ -	
3) Altri oneri	€	-	€	-	3) Altri proventi	€	-	€ -	
Totale	€	-	€	-	Totale	€	-	€ -	
					Avanzo/Disavanzo attività di raccolta fondi (+/-)	€	-	€ -	
D) Costi e oneri da attività finanziarie e patrimoniali					D) Ricavi, rendite e proventi da attività finanziarie e patrimoniali				
1) Su rapporti bancari	€	-	€	-	1) Da rapporti bancari	€	-	€ -	
2) Su prestiti	€	-	€	-	2) Da altri investimenti finanziari	€	-	€ -	
3) Da patrimonio edilizio	€	-	€	-	3) Da patrimonio edilizio	€	-	€ -	
4) Da altri beni patrimoniali	€	-	€	-	4) Da altri beni patrimoniali	€	-	€ -	
5) Accantonamenti per rischi ed oneri	€	-	€	-	5) Altri proventi	€	-	€ -	
6) Altri oneri	€	-	€	-					
Totale	€	-	€	-	Totale	€	-	€ -	
					Avanzo/Disavanzo attività finanziarie e patrimoniali (+/-)	€	-	€ -	
E) Costi e oneri di supporto generale					E) Proventi di supporto generale				
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	€	-	€	-	1) Proventi da distacco del personale	€	-	€ -	
2) Servizi	€	-	€	-	2) Altri proventi di supporto generale	€	-	€ -	
3) Godimento di beni di terzi	€	-	€	-					
4) Personale	€	-	€	-					
5) Ammortamenti	€	-	€	-					
5bis) Svalutazioni delle immobilizzazioni materiali ed immateriali	€	-	€	-					
6) Accantonamenti per rischi ed oneri	€	-	€	-					
7) Altri oneri	€	-	€	-					
Totale	€	-	€	-	Totale	€	-	€ -	

Totale oneri e costi € 1.573.871 € 971.600

Totale proventi e ricavi € 1.575.670 € 1.037.219

**Avanzo/Disavanzo
d'esercizio prima delle
imposte (+/-)** € 1.799 € 65.619

Imposte € - € -

**Avanzo/Disavanzo
d'esercizio (+/-)** € 1.799 € 65.619

COSTI E PROVENTI FIGURATIVI

	Esercizio t		Esercizio t-1			Esercizio t		Esercizio t-1	
Costi figurativi					Proventi figurativi				
1) da attività di interesse generale	€	-	€	-	1) da attività di interesse generale	€	-	€	-
2) da attività diverse	€	-	€	-	2) da attività diverse	€	-	€	-
Totale	€	-	€	-	Totale	€	-	€	-



Valutazione dell'impatto sociale



METODOLOGIA DI VALUTAZIONE

L'impatto sociale non si misura solo con i dati quantitativi, ma anche con i cambiamenti che le nostre attività producono nella vita delle persone. La valutazione UNC si è basata su:

- ✓ **Indicatori quantitativi:** cittadini/e assistiti, pratiche risolte, campagne, progetti.
- ✓ **Indicatori qualitativi:** grado di soddisfazione, casi emblematici, feedback raccolti.
- ✓ **Raccordo tra locale e nazionale:** dai problemi quotidiani agli sportelli alle proposte nei tavoli istituzionali.

RISULTATI PER I CITTADINI E LE CITTADINE

- ✓ **Tutela diretta:** oltre **100.000 persone raggiunte** con sportelli, telefono, e-mail, social.
- ✓ **Conciliazioni:** centinaia di controversie risolte in via stragiudiziale.
- ✓ **Progetti:** decine di migliaia di cittadini coinvolti su energia, alimentazione, digitale, sostenibilità.
- ✓ **Campagne di comunicazione:** milioni di visualizzazioni complessive online, forte eco sui media nazionali.

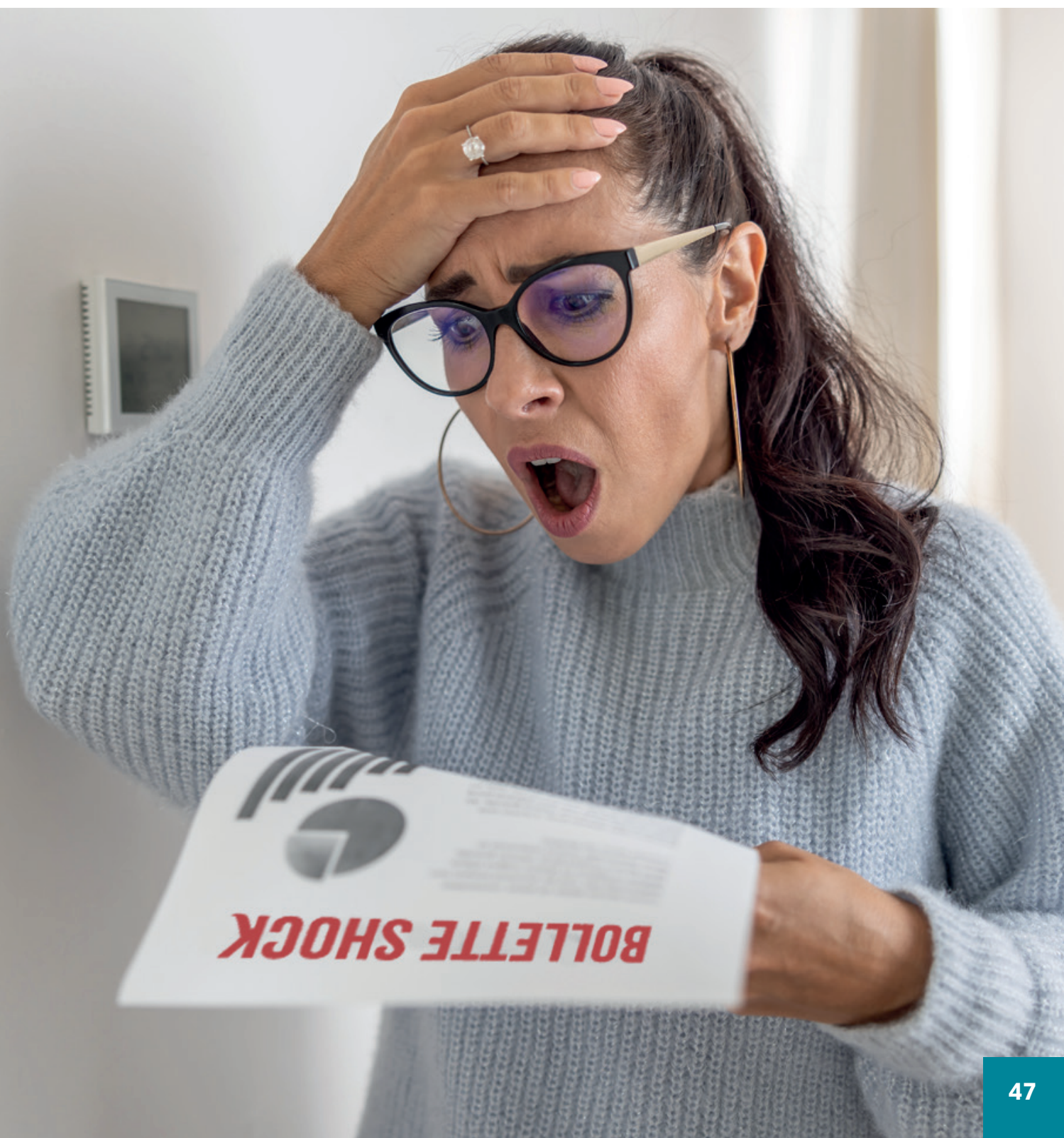
I RISULTATI PER LE ISTITUZIONI E IL MERCATO

- ✓ **Proposte normative** presentate in Parlamento e CNCU su bollette, telemarketing, servizi bancari.
- ✓ **Dialogo con le Autorità** (ARERA, AGCOM, Antitrust, IVASS), con segnalazioni recepite nei provvedimenti.
- ✓ **Collaborazioni con aziende** per protocolli di conciliazione e maggiore trasparenza.

L'IMPATTO CULTURALE E SOCIALE

UNC contribuisce a diffondere una **cultura del consumo consapevole** e della cittadinanza attiva.

Con campagne come #voilosapevate, #BOLLETTESHOCK, "La tutela che vorrei" e con i progetti educativi nelle scuole, abbiamo promosso uno stile di consumo più equo e sostenibile.



Prospettive future



L'impatto del 2024 apre nuove sfide per il 2025:

- ✓ **Rafforzare la rete territoriale:** più sportelli e presenza nelle comunità locali.
- ✓ **Consolidare la comunicazione digitale:** potenziamento dei format social e creazione di nuove rubriche.
- ✓ **Crescere nell'advocacy:** più proposte e segnalazioni su bollette, inflazione, servizi pubblici.
- ✓ **Ampliamento dei progetti europei:** partecipazione a reti internazionali di ricerca e tutela.
- ✓ **Coinvolgere le nuove generazioni:** percorsi nelle scuole, campagne dedicate, progetti di educazione civica.
- ✓ **Focus sull'Intelligenza Artificiale:** UNC si impegnerà a monitorare l'impatto delle nuove tecnologie di AI sul mercato dei consumatori, sui servizi digitali e sulla protezione dei dati personali. L'obiettivo è sviluppare strumenti di informazione e tutela che aiutino cittadini e cittadine a cogliere le opportunità dell'AI senza subirne i rischi (disinformazione, profilazioni scorrette, frodi).



CONSUMATORI.IT
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI