UNC
CONSUMATORI.IT

BILANCIO SOCIALE
2025



CONSUMATORI.IT

INDICE

PREMESSA 3

LETTERA DEL PRESIDENTE 4

UNC IN NUMERI 6

NOTA METODOLOGICA 7

IDENTITÀ E STRUTTURA 13

- Identità 14
- Struttura nazionale e governance 18
- Organizzazione territoriale 23

LE PERSONE DI UNC 26

RELAZIONI 32

ATTIVITÀ 2025 37

- Assistenza e tutela dei consumatori e delle consumatrici 38
- Progetti 40
- Comunicazione 49
- Relazioni istituzionali e advocacy 58
- Dagli obiettivi 2024 ai risultati 2025 62

RISOSRSE E TRASPARENZA 64

ALTRE INFORMAZIONI 68

VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE 72

PROSPETTIVE FUTURE 75

RELAZIONE DEL REVISORE UNICO 78

PREMESSA

Nel 2025 l'Unione Nazionale Consumatori ha compiuto **70 anni**. Fondata nel 1955, è la **prima associazione di consumatori nata in Italia**: da allora accompagna consumatori e consumatrici nelle loro scelte di ogni giorno e nella difesa dei loro diritti.

Questo Bilancio Sociale ha un duplice obiettivo. Il primo è **rendere conto con trasparenza** di ciò che abbiamo fatto nel 2025, delle risorse che abbiamo usato e dei risultati che abbiamo raggiunto. Il secondo è **raccontare chi siamo**: un'associazione che vuole essere un presidio di tutela e, insieme, un laboratorio di idee per affrontare le sfide nuove, dalla transizione digitale all'intelligenza artificiale, dalla sostenibilità alla difesa del potere d'acquisto delle famiglie. Non è solo un documento dovuto per legge. È uno strumento di dialogo con i nostri soci e le nostre socie, con le istituzioni, con i partner e con tutti i cittadini e le cittadine che vogliono conoscerci meglio.

Rispetto all'edizione 2024, il documento si arricchisce di alcune parti nuove: i numeri chiave dell'anno, un capitolo dedicato alle persone che lavorano per UNC, le altre informazioni richieste dalle Linee guida ministeriali e la relazione del Revisore unico.

Abbiamo scelto di farlo per rendere il nostro racconto più completo e più facile da verificare.

"Dal 1955 la prima associazione di consumatori italiana.
70 anni al fianco di consumatori e consumatrici, guardando al futuro"

LETTERA DEL PRESIDENTE

SETTANT'ANNI DI ASCOLTO

Care amiche e cari amici,

nel 2025 l'Unione Nazionale Consumatori ha compiuto settant'anni. Era il 1955 quando nasceva la prima associazione di consumatori in Italia. Da allora il mondo è cambiato più volte: i prodotti, i negozi, i contratti, perfino il modo in cui facciamo la spesa. Una cosa però è rimasta uguale, ed è il motivo per cui esistiamo: ascoltare i consumatori e le consumatrici.

Ascoltare non è la stessa cosa che dare ragione. A volte chi ci scrive ha torto, a volte ha ragione solo in parte. Ma il disagio che prova è sempre reale. E dietro una domanda confusa, una bolletta incomprensibile o un reclamo arrabbiato c'è quasi sempre un problema vero, che riguarda molte altre persone.

Per questo ogni messaggio conta. Nel 2025 la nostra sede nazionale ha ricevuto 30.468 richieste tra e-mail, moduli online e telefono, e oltre 50.000 messaggi sui social. Abbiamo presentato 5.011 reclami e richieste di conciliazione. Sul territorio, oltre 100 sedi animate da volontari hanno accolto le persone di persona, una per una.

Questi numeri non sono solo statistiche. Sono segnali. Ci dicono dove il mercato non funziona: le confezioni che si rimpiccioliscono a prezzo invariato, le truffe online che colpiscono soprattutto le persone più fragili, i contratti che nessuno ha chiesto. Da quei segnali nascono le nostre segnalazioni alle Autorità, le nostre proposte alle istituzioni e le nostre campagne di informazione. Come la petizione contro la shrinkflation, che ha raccolto oltre 10.000 firme.

Ascoltare serve anche a costruire un mercato migliore. Le imprese che ascoltano davvero i propri clienti, e correggono ciò che non va, fanno un favore a tutti.

Un consumatore informato sceglie meglio, e le sue scelte premiano chi si comporta correttamente. È questa la cultura del consumo consapevole che promuoviamo da settant'anni.

Nel 2025 abbiamo provato ad ascoltare anche con strumenti nuovi. È nata "Voi lo sapevate", la prima intelligenza artificiale dedicata ai consumatori italiani, costruita sull'esperienza di migliaia di casi concreti seguiti dall'associazione. Non sostituisce le persone: le aiuta a rispondere a molte più domande, e rimanda ai nostri esperti quando il caso è complesso.

Il mio grazie va a chi rende possibile tutto questo ogni giorno: le volontarie e i volontari, i dipendenti, i collaboratori e le collaboratrici, i dirigenti della sede nazionale, i Comitati e le Delegazioni sul territorio. E a voi, socie e soci, che con la vostra fiducia ci date la forza di farci sentire.

Settant'anni dopo, la nostra promessa è la stessa: continuare ad ascoltarvi. Anche quando non avete ragione. Voi lo sapevate?

Avv. Massimiliano Dona
Presidente UNC

"Settant'anni dopo, la nostra promessa è la stessa: continuare ad ascoltarvi"



70+ CONSUMATORI.IT
UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI

UNC IN NUMERI 2025

UN ANNO DI UNC IN OTTO NUMERI

SOCIE E SOCI AL 31 DICEMBRE
36.233
(2024: 36.169)

oltre **100**
SEDI SUL TERRITORIO ANIMATE DA VOLONTARI

RICHIESTE ALLA SEDE NAZIONALE VIA E-MAIL ONLINE E TELEFONO
30.468

oltre **50.000**
RICHIESTE VIA SOCIAL

RECLAMI E RICHIESTE DI CONCILIAZIONE
5.011

8
PROGETTI DI INFORMAZIONE E TUTELA

COMUNICATI STAMPA
284

7.799
CITAZIONI SUI MEDIA (ESCLUSI RADIO E TV)

NOTA METODOLOGICA

Riferimenti normativi

Il Bilancio Sociale 2025 è redatto ai sensi dell'art. 14, comma 1, del D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117 (Codice del Terzo settore – CTS), che lo rende obbligatorio per gli enti del Terzo settore con ricavi, rendite, proventi o entrate comunque denominate superiori a 1 milione di euro.

Il documento segue le **Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore** adottate con D.M. del Ministero del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019, di cui rispetta struttura e contenuti minimi. I prospetti economici sono quelli del bilancio di esercizio redatto secondo gli schemi del D.M. 5 marzo 2020 e il principio contabile OIC 35.

Periodo e perimetro di rendicontazione

Le informazioni si riferiscono all'esercizio **dal 1° gennaio al 31 dicembre 2025**, che coincide con l'anno solare (art. 21 dello Statuto).

Il perimetro di rendicontazione è la **sede nazionale** di Roma. I dati economici e quelli sul personale riguardano solo la sede nazionale, che è l'ente iscritto al RUNTS.

Il documento descrive anche la **rete territoriale** – oltre 100 sedi tra Comitati e Delegazioni – perché è attraverso di essa che UNC è presente nelle comunità locali. I **Comitati** sono associazioni federate, autonome e dotate di un proprio ordinamento; le **Delegazioni** sono articolazioni locali dell'Unione. Gli uni e le altre restano fuori dal perimetro economico e del personale. L'attività sul territorio è svolta da volontari, che non sono iscritti nel registro dei volontari della sede nazionale.

Fonti dei dati

I dati provengono da documenti ufficiali e verificabili:

- bilancio di esercizio 2025 negli schemi per gli enti del Terzo settore (Mod. A e B), con la relazione di missione, depositato al RUNTS;
- relazione del Revisore unico sul bilancio di esercizio 2025;
- domanda di conferma dell'iscrizione nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale (art. 137 del Codice del consumo), presentata nel 2026 con i relativi allegati;
- prospetto dei contributi pubblici incassati nel 2025, pubblicato ai sensi dell'art. 1, comma 125, della L. 124/2017;
- dati della scheda dell'ente nel RUNTS e Statuto vigente nel 2025 (testo approvato dall'Assemblea straordinaria del 21 marzo 2024);
- dati interni della sede nazionale sull'organizzazione e sul personale.

In caso di differenze tra fonti, valgono questi criteri: per i dati economici, il bilancio di esercizio depositato al RUNTS; per il numero dei soci, il dato comunicato al Ministero delle Imprese e del Made in Italy per il CNCU; per la composizione degli organi, i dati pubblicati nella pagina «Cariche sociali» del sito.

Principi di redazione

Il documento applica i principi indicati dalle Linee guida (§ 5):

rilevanza:
sono riportate le informazioni utili a comprendere attività e risultati;

completezza:
sono considerati tutti i principali portatori di interesse;

trasparenza e neutralità:
sono resi chiari i criteri usati, senza privilegiare interessi particolari;

competenza di periodo:
attività e risultati sono quelli dell'esercizio 2025;

comparabilità:
i prospetti di bilancio riportano anche i valori del 2024;

chiarezza:
il linguaggio è accessibile anche a chi non ha competenze tecniche;

veridicità e verificabilità:
ogni dato fa riferimento a una fonte documentale;

attendibilità:
i dati positivi non sono sovrastimati né quelli negativi sottostimati;

autonomia delle terze parti:
il Revisore unico svolge le proprie verifiche in piena autonomia.

Processo di redazione

Il Bilancio Sociale è stato predisposto da un gruppo di lavoro composto da:

- il **Presidente**, per l'indirizzo generale e la revisione finale;
- il **Vicepresidente con delega di Tesoriere**, che ha coordinato la redazione, come previsto dall'art. 21 dello Statuto;
- la **Vicepresidente con delega di Direttrice**, per i dati sull'organizzazione e sul personale;
- il **commercialista** dell'associazione, per i dati economici e i prospetti di bilancio.

Il **Revisore unico** ha svolto il monitoraggio previsto dall'art. 30, comma 7, del CTS e ha attestato la conformità del Bilancio Sociale alle Linee guida (capitolo 10).



L'uso dell'intelligenza artificiale

Per la raccolta e il controllo dei dati e per la prima stesura dei testi il gruppo di lavoro si è avvalso di strumenti di **intelligenza artificiale generativa**. Ogni dato è stato ricondotto alla sua fonte documentale, e ogni testo è stato rivisto e validato dal gruppo di lavoro, che ne resta pienamente responsabile.

È una scelta coerente con la nostra missione. Crediamo che l'intelligenza artificiale, usata in modo trasparente e sotto il controllo delle persone, possa aiutare gli enti del Terzo settore a dedicare meno tempo agli adempimenti e più tempo alle persone. Sull'intelligenza artificiale UNC è impegnata anche a tutela dei consumatori: per questo vogliamo sperimentarne un uso responsabile e dichiararlo apertamente.



Novità rispetto al Bilancio Sociale 2024

- il perimetro di rendicontazione è dichiarato in modo esplicito;
- sono state aggiunte le sezioni «UNC in numeri», «Le persone di UNC», «Altre informazioni» e «Relazione del Revisore unico», per coprire tutti i contenuti minimi delle Linee guida;
- i prospetti di bilancio sono presentati negli schemi per gli enti del Terzo settore, con il confronto con l'esercizio precedente.

Approvazione, deposito e pubblicazione

Il Bilancio Sociale 2025 è stato approvato dal **Consiglio Direttivo**, come previsto dall'art. 8 dello Statuto. È depositato presso il Registro unico nazionale del Terzo settore (art. 48 CTS) ed è pubblicato sul sito **www.consumatori.it** (art. 14, comma 1, CTS).



IDENTITÀ E STRUTTURA



IDENTITÀ

Chi siamo

L'Unione Nazionale Consumatori (UNC) è nata a Roma nel **1955**: è la **prima associazione di consumatori costituita in Italia**. Il fondatore, **Vincenzo Dona**, è considerato il padre del movimento consumeristico italiano.

UNC è un'associazione di promozione sociale **senza fini di lucro**, **apartitica e con struttura democratica**. Il suo **scopo esclusivo** è la promozione e la tutela dei consumatori e delle consumatrici.

La nostra missione

Lavoriamo perché consumatori e consumatrici possano far valere i propri diritti nei confronti delle imprese, del mercato e della Pubblica Amministrazione. Chi compra un bene o usa un servizio è spesso in una posizione di debolezza: ha meno forza contrattuale e meno informazioni di chi vende. Il nostro compito è riequilibrare questo rapporto.

Per farlo uniamo tre strumenti:

- **informazione**: spieghiamo con parole semplici anche i temi più tecnici;
- **assistenza**: aiutiamo le persone a risolvere i problemi, anche con la conciliazione;
- **rappresentanza**: portiamo la voce dei consumatori davanti a istituzioni, Autorità e imprese.

Alla base c'è una convinzione che ci accompagna dalla fondazione: **solo un consumatore informato e consapevole può esercitare davvero i propri diritti**, difendersi dalle pratiche scorrette e contribuire a un mercato che funziona meglio.

"Solo un consumatore informato e consapevole può esercitare davvero i propri diritti"

I nostri valori

- **Indipendenza**: siamo apartitici e non abbiamo legami con le imprese.
- **Democrazia interna**: ogni socio ha gli stessi diritti, qualunque sia la sua categoria.
- **Chiarezza**: informare bene è la prima forma di tutela.
- **Prossimità**: siamo presenti sul territorio con una rete di sedi animate da volontari.
- **Innovazione**: affrontiamo le sfide nuove, dal digitale all'intelligenza artificiale.

Che cosa facciamo

UNC svolge l'attività di interesse generale prevista dall'art. 5, comma 1, lettera w) del CTS: **la tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti**.

Lo Statuto individua le aree di intervento:

- la tutela della salute e della sicurezza;
- il corretto funzionamento del mercato, inclusa la libertà di scelta di fronte a comunicazioni ingannevoli;
- la qualità e la sicurezza dei prodotti agroalimentari;
- i servizi bancari, finanziari, assicurativi e il mercato immobiliare;
- l'ambiente, il territorio e il patrimonio culturale e paesaggistico;
- i servizi pubblici essenziali e il rapporto con la Pubblica Amministrazione.

Lo Statuto prevede anche **attività diverse**, secondarie e strumentali rispetto a quelle di interesse generale (art. 6 CTS e D.M. 19 maggio 2021, n. 107). Sono descritte nel capitolo 06.

70 ANNI DI STORIA

1955 — Nasce a Roma l'Unione Nazionale Consumatori
prima associazione di consumatori in Italia

1976 — Registrazione al Tribunale di Roma della testata
«Le Scelte del Consumatore»
organo di stampa ufficiale dell'associazione

1998 — Va online il sito consumatori.it

2007 — Iscrizione al registro nazionale
delle associazioni di promozione sociale
nasce il Premio «Vincenzo Dona, voce dei consumatori»

2022 — Iscrizione al Registro unico nazionale
del Terzo settore (RUNTS), sezione APS

2024 — L'Assemblea straordinaria approva il nuovo Statuto

2025 — 70° ANNIVERSARIO
celebrato con una speciale XIX edizione del Premio Dona
«UNCONVENTIONAL – COME AVERE SUCCESSO FUORI DAGLI SCHEMI»

CARTA D'IDENTITÀ

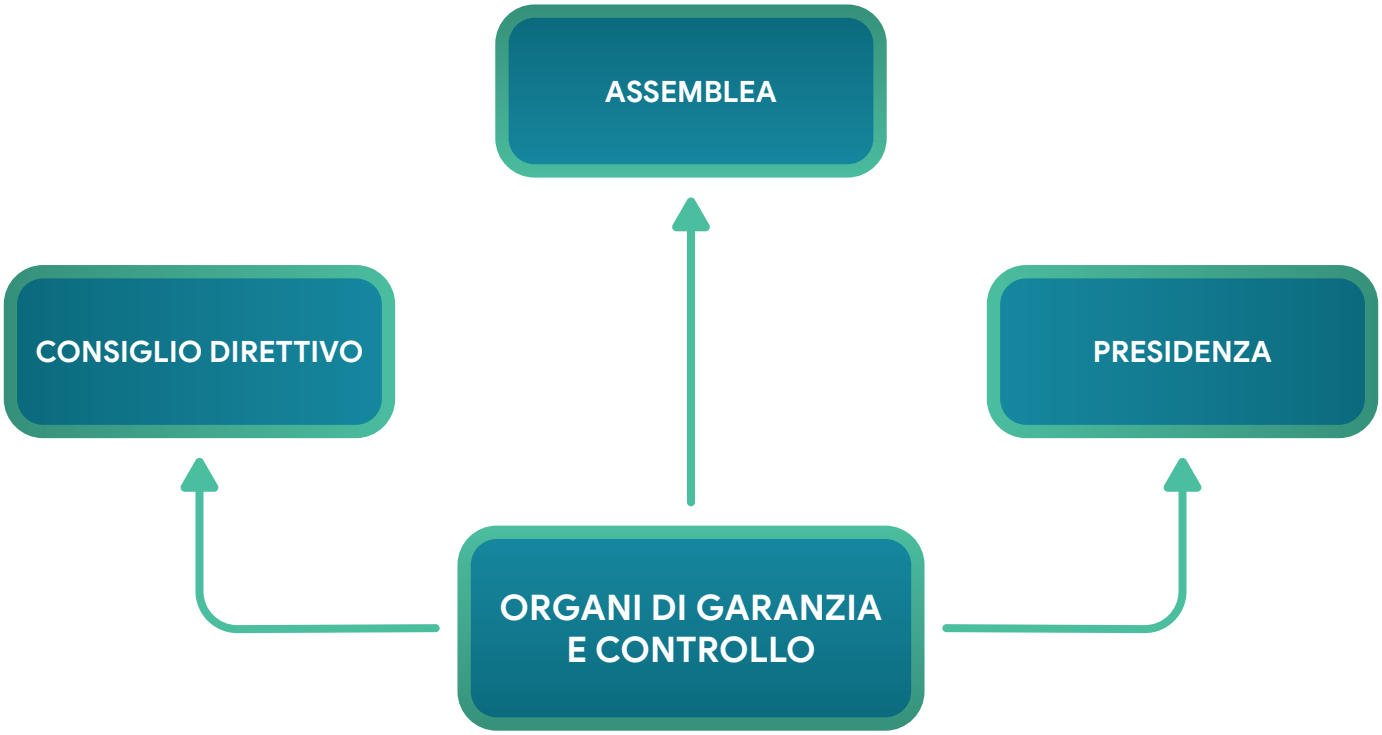
DENOMINAZIONE	Unione Nazionale Consumatori APS
FORMA GIURIDICA	Associazione non riconosciuta – Associazione di promozione sociale
ATTO COSTITUTIVO	25 novembre 1955
SEDE LEGALE	Via Duilio 13, 00192 Roma
CODICE FISCALE / P.IVA	02932380583 / 09840461009
ISCRIZIONE AL RUNTS	Sezione Associazioni di promozione sociale repertorio n. 42665, dal 3 agosto 2022 (per trasmigrazione)
PRIMA ISCRIZIONE AL REGISTRO APS	24 ottobre 2007, n. 208/II/2007 (Ministero del Lavoro)
QUALIFICAZIONE	Ente non commerciale; non è rete associativa
ATTIVITÀ DI INTERESSE GENERALE	Art. 5, c. 1, lett. w) CTS – tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti
ATTIVITÀ DIVERSE	Previste dallo Statuto (art. 2), secondarie e strumentali
CODICE DEL CONSUMO	Iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale (art. 137); componente del CNCU
5 PER MILLE	Ente accreditato
ORGANO DI CONTROLLO	Revisore unico
ORGANO DI STAMPA	«Le Scelte del Consumatore» (Tribunale di Roma, 1976)
SITO E PEC	www.consumatori.it - consumatori@pec.it



Il sistema di governo

Gli organi dell'Unione sono elettivi e durano in carica **cinque anni** (art. 6 dello Statuto).

ORGANO	FUNZIONI PRINCIPALI (STATUTO 21/03/2024)
Assemblea Generale	È composta da tutti i soci ed è l'organo sovrano. Elegge le cariche sociali e approva lo Statuto e le sue modifiche (art. 7).
Consiglio Direttivo	Attua le deliberazioni dell'Assemblea, definisce linee e priorità programmatiche, approva ogni anno il bilancio di esercizio e il Bilancio Sociale, autorizza Comitati e Delegazioni (art. 8). Da 9 a 22 componenti, oltre al Presidente e ai Vicepresidenti.
Presidente	Ha la rappresentanza legale dell'Unione e ne dirige l'attività, con facoltà di delega ai Vicepresidenti (art. 10).
Vicepresidente	Affiancano il Presidente; predispongono il bilancio di esercizio e il Bilancio Sociale (art. 11). In carica: due, con delega di Direttrice e di Tesoriere.
Presidente onorario	Carica onorifica eletta dall'Assemblea su proposta del Presidente; può partecipare al Consiglio Direttivo e all'Assemblea e proporre iniziative per l'immagine dell'Unione (art. 9).
Revisore unico	Vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto, sui principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo e contabile (art. 14); svolge il monitoraggio previsto dall'art. 30, c. 7, CTS.
Collegio dei Probiviri	Garantisce il rispetto delle regole associative e decide le controversie interne, compresi i reclami contro le esclusioni (artt. 5 e 15).



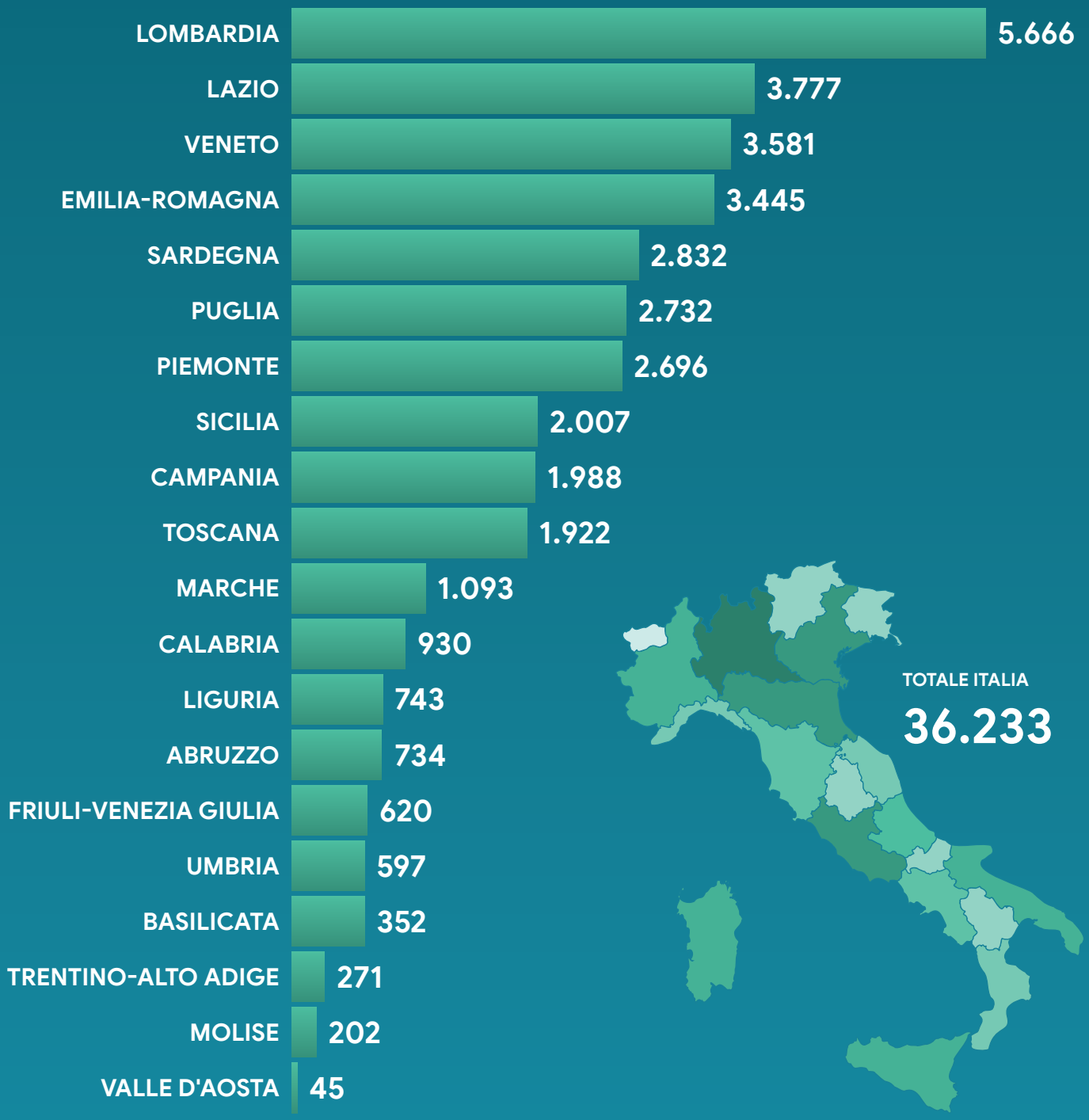
Composizione degli organi al 31 dicembre 2025

Gli organi in carica sono stati eletti dall'**Assemblea generale dell'8 novembre 2021** per il quinquennio 2021-2026; l'Assemblea straordinaria del 21 marzo 2024 ha integrato la composizione. Il mandato scade con l'Assemblea che si terrà nel corso del 2026 e che rinnoverà gli organi.

CARICA	NOME	DATA NOMINA	IN CARICA FINO
Presidente onorario	Amelia Buratti Simonetti	08/11/2021	Assemblea 2026
Presidente e legale rappresentante	Massimiliano Dona	08/11/2021	Assemblea 2026
Vicepresidente con delega di Direttrice	Livia Zollo	08/11/2021	Assemblea 2026
Vicepresidente con delega di Tesoriere	Marco Vignola	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Adalberto Biasiotti	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Andrea Cardinale	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Ennio Cerio	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Elisabetta Filippelli	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Marco Armando Gollinucci	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Concettina Graziadio	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Valentina Greco	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Mario Intilisano	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Agostino Macrì	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Damiano Marinelli	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Paolo Piccari	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Marcello Picone	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Ivana Russo	08/11/2021	Assemblea 2026
Consigliere/a	Monica Satolli	08/11/2021	Assemblea 2026
Revisore unico	Prof. Giuseppe Sancetta	08/11/2021	Assemblea 2026
Collegio dei Probiviri	Alberto Gambino	08/11/2021	Assemblea 2026
Collegio dei Probiviri	Liliana Rossi Carleo	08/11/2021	Assemblea 2026

La base sociale

Al 31 dicembre 2025 UNC conta **36.233 soci**, contro i 36.169 del 31 dicembre 2024.
Possono iscriversi tutti i consumatori e le consumatrici maggiorenni, senza alcuna discriminazione politica, religiosa, etnica, economica o di genere. Le categorie di soci si distinguono solo per l'importo della quota: **i diritti sono gli stessi per tutti**.



Democraticità e partecipazione

Lo Statuto garantisce la partecipazione dei soci alla vita dell'associazione:

- ogni socio in regola con la quota e iscritto da almeno tre mesi ha diritto di **elettorato attivo e passivo** e vota per l'approvazione e le modifiche dello Statuto e per la nomina delle cariche sociali (artt. 4 e 6);
- l'**Assemblea**, formata da tutti i soci, è convocata con almeno 30 giorni di preavviso; ogni socio può farsi rappresentare con delega, fino a un massimo di cinque deleghe per persona (art. 7);
- i soci iscritti da almeno sei mesi possono **consultare i libri sociali**, su richiesta motivata al Presidente (art. 6);
- contro l'esclusione è possibile il **reclamo al Collegio dei Probiviri** (art. 5).

L'Assemblea ordinaria si riunisce ogni cinque anni per il rinnovo delle cariche. La prossima rinnoverà gli organi e delibererà, se necessario, le modifiche dello Statuto.

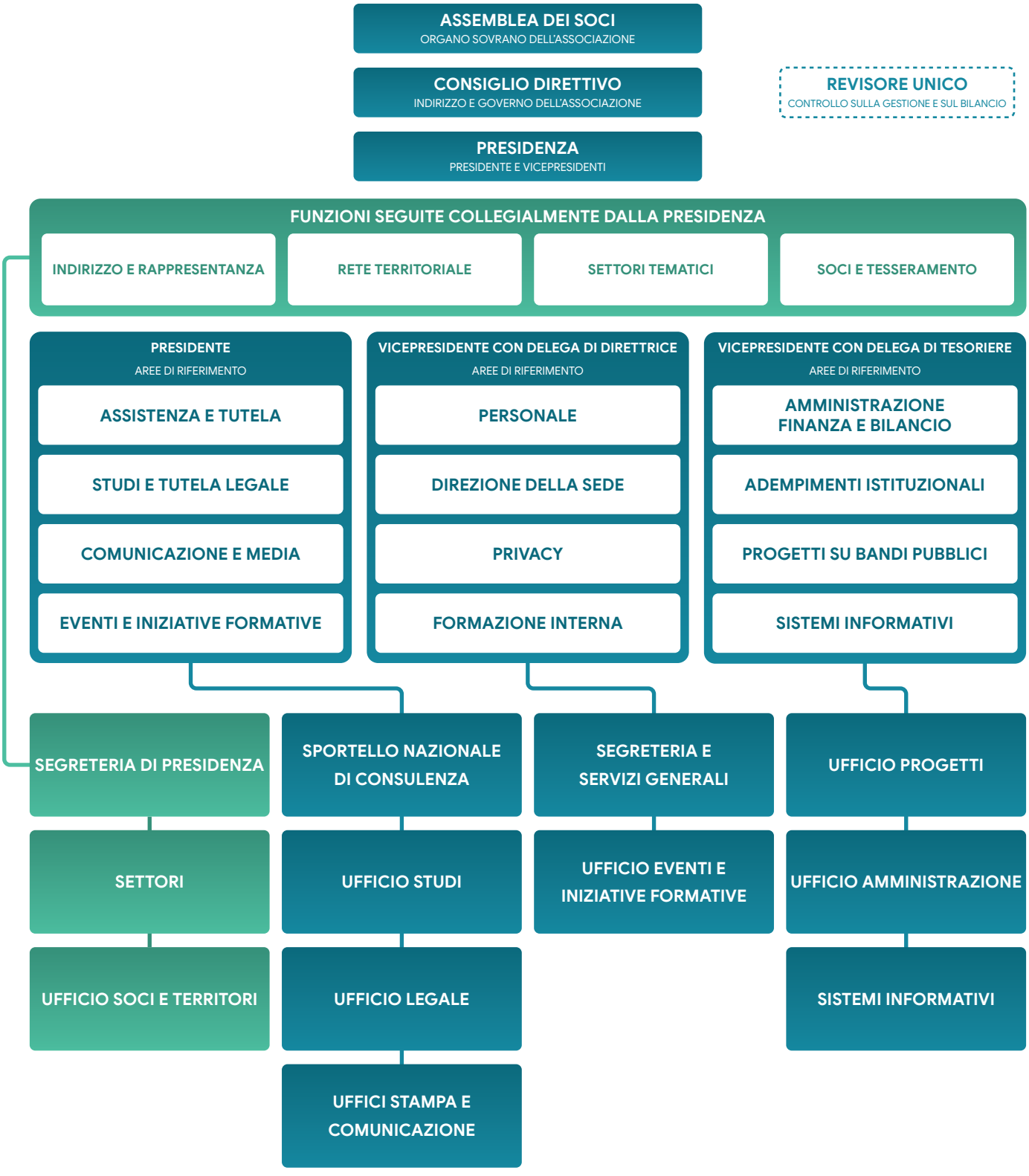
Le riunioni degli organi nel 2025

Nel 2025 il **Consiglio Direttivo** si è riunito **2 volte**.

	14 APRILE 2025	9 OTTOBRE 2025
Modalità	In presenza	In presenza e online
Componenti presenti	14 su 19	15 su 19
Principali questioni trattate	Approvazione bilancio, costituzioni parti civili, campagne di proselitismo 2025, impatto I.A. sui consumatori, relazioni sulle attività progettuali, sulla vita associativa e aggiornamenti dal territorio.	Presentazione del programma del Premio "Vincenzo Dona, Voce dei Consumatori - Ed. 2025" in occasione dei 70 anni dell'UNC, determinazioni istituzionali e organizzative, relazioni sulle attività progettuali, sulla vita associativa e aggiornamenti dal territorio.

La struttura della sede nazionale

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



ORGANIZZAZIONE TERRITORIALE

UNC è un'**associazione federale**. Accanto alla sede nazionale di Roma opera una rete di **oltre 100 sedi animate da volontari**, tra Comitati e Delegazioni, distribuite in 17 regioni. Sono presìdi di prossimità: qui consumatori e consumatrici trovano ascolto, informazioni, consulenza e assistenza su tutti i temi del consumo.

105	27	77	17
SEDI E SPORTELLI (COMPRESA LA SEDE NAZIONALE)	COMITATI TERRITORIALI	DELEGAZIONI	REGIONI CON ALMENO UNO SPORTELLO

Comitati e Delegazioni

La rete si articola in due tipi di struttura, previste dagli articoli 16 e 17 dello Statuto:

- **Comitati**: sono **associazioni federate autonome**, con un proprio atto costitutivo, uno statuto conforme al modello nazionale, un proprio bilancio, codice fiscale e sede legale. Lo Statuto prevede Comitati regionali, con compiti di coordinamento delle strutture della regione e di rapporto con le istituzioni regionali, e Comitati locali. Ogni anno ciascun Comitato predispone una relazione sull'attività con il rendiconto economico-finanziario. Nel 2025 i Comitati territoriali erano 27.

- **Delegazioni**: sono **articolazioni locali dell'Unione**. Il Consiglio Direttivo affida la rappresentanza locale a un Delegato iscritto, dove non è ancora raggiunto il numero di soci necessario per costituire un Comitato.
  Le Delegazioni non hanno atto costitutivo, statuto né codice fiscale propri.
  Nel 2025 erano 77.

Comitati e Delegazioni applicano lo Statuto, i regolamenti e i protocolli sottoscritti a livello nazionale. L'attività sul territorio è svolta interamente da volontari.

Nel 2025 la sede nazionale ha promosso iniziative di formazione per dirigenti, operatori e referenti territoriali, per rafforzarne le competenze giuridiche, organizzative e comunicative.

Gli sportelli regione per regione

Gli sportelli offrono ascolto, orientamento, consulenza e assistenza: esaminano i documenti, preparano reclami, diffide e segnalazioni e cercano una soluzione bonaria delle controversie con aziende, professionisti, gestori di servizi pubblici e Pubbliche amministrazioni.
I temi trattati vanno dai prezzi all'etichettatura, dalla sicurezza alimentare ai prodotti difettosi e alle garanzie, dalle vendite porta a porta all'e-commerce, dalle bollette di luce, gas e telefono ai trasporti, ai servizi postali, a banche e assicurazioni.



105
SPORTELLI

La rete nelle istituzioni locali

Le strutture territoriali portano la voce dei consumatori anche negli organismi locali:

- **Basilicata**: Consiglio regionale dei consumatori e degli utenti (CRCU) e Commissione espropri presso l'Agenzia delle Entrate di Matera;
- **Campania**: Camera di commercio di Caserta;
- **Puglia**: Consulta regionale consumatori e utenti;
- **Umbria**: Consulta regionale dei consumatori e, a Perugia, consulte comunali sui diritti degli animali, sulle aree verdi e sulla sicurezza stradale e Osservatorio rifiuti.



LE PERSONE DI UNC



CHI LAVORA PER UNC

Il lavoro dell'Unione è fatto di persone. Nella sede nazionale di Roma operano 15 dipendenti, affiancati da professionisti esterni. Sul territorio UNC è presente con oltre 100 sedi animate da volontari.

I dati di questo capitolo riguardano la sede nazionale, che è il perimetro del Bilancio Sociale. I volontari delle sedi territoriali sono descritti nell'ultimo paragrafo.



15 DIPENDENTI

3 PROFESSIONISTI CON INCARICO CONTINUATIVO



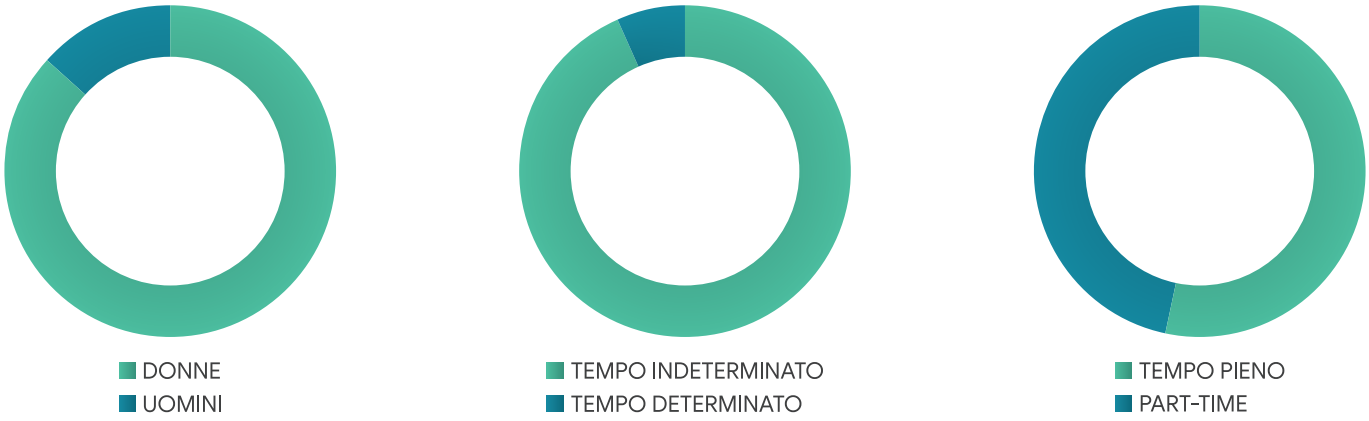
OLTRE **100** SEDI ANIMATE DA VOLONTARI

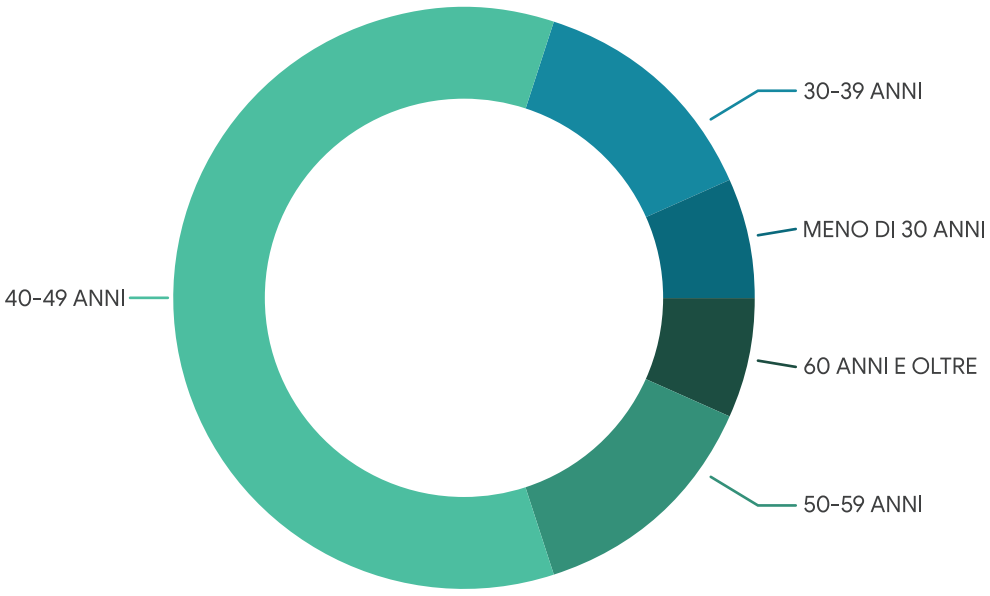
Il personale della sede nazionale

Al 31 dicembre 2025 i dipendenti sono **15**: tutti impiegati, con un regolamento interno del personale che fa riferimento al CCNL del Commercio.

Nel corso del 2025 hanno lavorato per la sede 18 persone, pari a **12,88 unità di lavoro annue** (ULA, cioè lavoratori equivalenti a tempo pieno per tutto l'anno) e a **21.429** ore lavorate.

Il numero dei lavoratori (15 al 31 dicembre 2025) rispetta il limite previsto per le associazioni di promozione sociale dall'art. 36 CTS, pari al 20% degli associati (7.246 su 36.233).





Formazione e sviluppo

Nel 2025 la formazione si è svolta soprattutto all'interno della sede, con tre linee di lavoro:

- **aggiornamento interno**: riunioni periodiche tra le aree di lavoro e approfondimenti su casi e progetti, per far circolare competenze ed esperienze (15 partecipanti);

- **coaching individuale** (percorsi di accompagnamento personale con un formatore), per rendere più efficienti i flussi e i processi di lavoro (15 partecipanti);

- **sicurezza sul lavoro**: formazione obbligatoria su antincendio e primo soccorso per tutto il personale (15 partecipanti), con una formazione specifica per 3 persone;



Trasparenza retributiva

UNC verifica ogni anno il rapporto tra le retribuzioni del personale dipendente, come previsto dall'art. 16 CTS. Il personale è inquadrato su cinque livelli, definiti dal regolamento interno in base al ruolo e alle competenze. Per tutelare la riservatezza delle persone, le retribuzioni sono presentate per fasce di livello: la tabella riporta la retribuzione lorda mensile media, calcolata a tempo pieno e su 13 mensilità.

FASCIA DI LIVELLO	RETRIBUZIONE LORDA MENSILE MEDIA (€)
LIVELLI I-II	3.106,30
LIVELLI III-IV	1.812,14

Il rapporto tra la retribuzione media della fascia più alta e quella della fascia più bassa è pari a 1,71.

Il rapporto tra la retribuzione annua lorda massima e minima dei dipendenti, effettivamente corrisposte e riportate a tempo pieno e ad anno intero, è pari a 1:2,9, entro il limite di 1:8 previsto dall'art. 16 CTS.

Welfare e benessere organizzativo

- **Lavoro agile**: la maggior parte del personale ha un accordo di smart working (lavoro da remoto in alcuni giorni), che aiuta a conciliare vita e lavoro.

- **Una giornata insieme**: il 17 marzo 2025 tutto il personale ha partecipato a una giornata di team building (attività di gruppo per rafforzare la squadra), dedicata alla presentazione del piano e degli obiettivi dell'Unione.

- **Crescita professionale**: i percorsi di coaching individuale descritti sopra.

Collaboratori esterni

Accanto ai dipendenti, nel 2025 UNC si è avvalsa di professionisti esterni scelti per le loro competenze:

- **3 professionisti con incarico continuativo**, per la comunicazione, la progettazione e l'organizzazione degli eventi;
- **consulenze specialistiche** per la contabilità e il fisco, l'amministrazione del personale, la privacy e la sicurezza sul lavoro;
- **1 prestazione occasionale** per un'attività di ricerca nell'ambito di un progetto.

Volontari e volontarie

L'attività dell'Unione si regge in gran parte sull'impegno volontario: **oltre 100 sedi animate da volontari**, tra Comitati e Delegazioni, accolgono e assistono consumatori e consumatrici vicino a casa. Questi volontari operano nelle strutture locali e offrono i servizi e l'assistenza ai consumatori secondo quanto previsto dallo Statuto e dal Regolamento di applicazione dello Statuto stesso.

RELAZIONI



UNC lavora dentro una rete di relazioni con istituzioni, Autorità, altre associazioni, enti di ricerca e rappresentanze delle imprese. Queste relazioni le permettono di portare le istanze di consumatori e consumatrici dove si decidono regole e politiche, e di offrire strumenti concreti di tutela, come le conciliazioni.

Istituzioni e Autorità

ISTITUZIONE / ORGANISMO	RUOLO DI UNC NEL 2025
Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU) – MIMIT	Membro; rappresentata in gruppi di lavoro tematici. Ha partecipato a 7 riunioni tra sedute ordinarie, commissioni e sessione programmatica (Ravenna, 4-6 novembre 2025).
Comitato nazionale per la sicurezza alimentare (CNSA) – Ministero della Salute	Componente.
ARERA – Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente	Osservatorio permanente della regolazione energetica, idrica e del teleriscaldamento (tavoli efficienza energetica, energia elettrica e gas); Tavolo superamento delle tutele; tavoli su Bolletta 2.0 e Codice di condotta commerciale.
AGCOM – Autorità per le garanzie nelle comunicazioni	Rappresentata nei gruppi di lavoro tematici.
Roma Capitale e Agenzia per il controllo e la qualità dei servizi pubblici	Partecipa alle attività del protocollo d'intesa con le associazioni dei consumatori.
UNI – Ente italiano di normazione	Presente in 31 organi tecnici (gruppi di lavoro e commissioni), con un rappresentante designato dal CNCU.
Enti di certificazione e normazione	Rappresentanti UNC nei comitati di imparzialità e certificazione di 9 enti: AESS, CEI, CEN, CERSA, ICIM, ISO, RINA, Osservatorio sulla regolazione ARERA, UNI.

Collaborazioni e progetti

I progetti sono il principale terreno di collaborazione con altri enti:

- altre associazioni dei consumatori
- enti di ricerca e Terzo settore
- partenariati europei
- istituzioni scientifiche

Reti e alleanze

- **Consumers International**: UNC aderisce alla federazione mondiale delle organizzazioni dei consumatori.

- **Rete ASSIST**: associazione promossa anche da UNC dopo il progetto europeo ASSIST; UNC siede nel board consultivo (comitato di indirizzo). Contrasta la povertà energetica formando i Tutor per l'energia domestica (TED).

- **Banco dell'energia**: UNC ha aderito al manifesto "Insieme per contrastare la povertà energetica".

- **Forum paritetici e programmi di educazione finanziaria**: Fondazione Forum ANIA-Consumatori, Forum UNIREC-Consumatori, progetto "Trasparenza Semplice" con l'ABI e altre associazioni dei consumatori, programma "Noi&UniCredit", protocollo con la Fondazione per l'educazione finanziaria e al risparmio (FEDUF).



Accordi e protocolli per la conciliazione

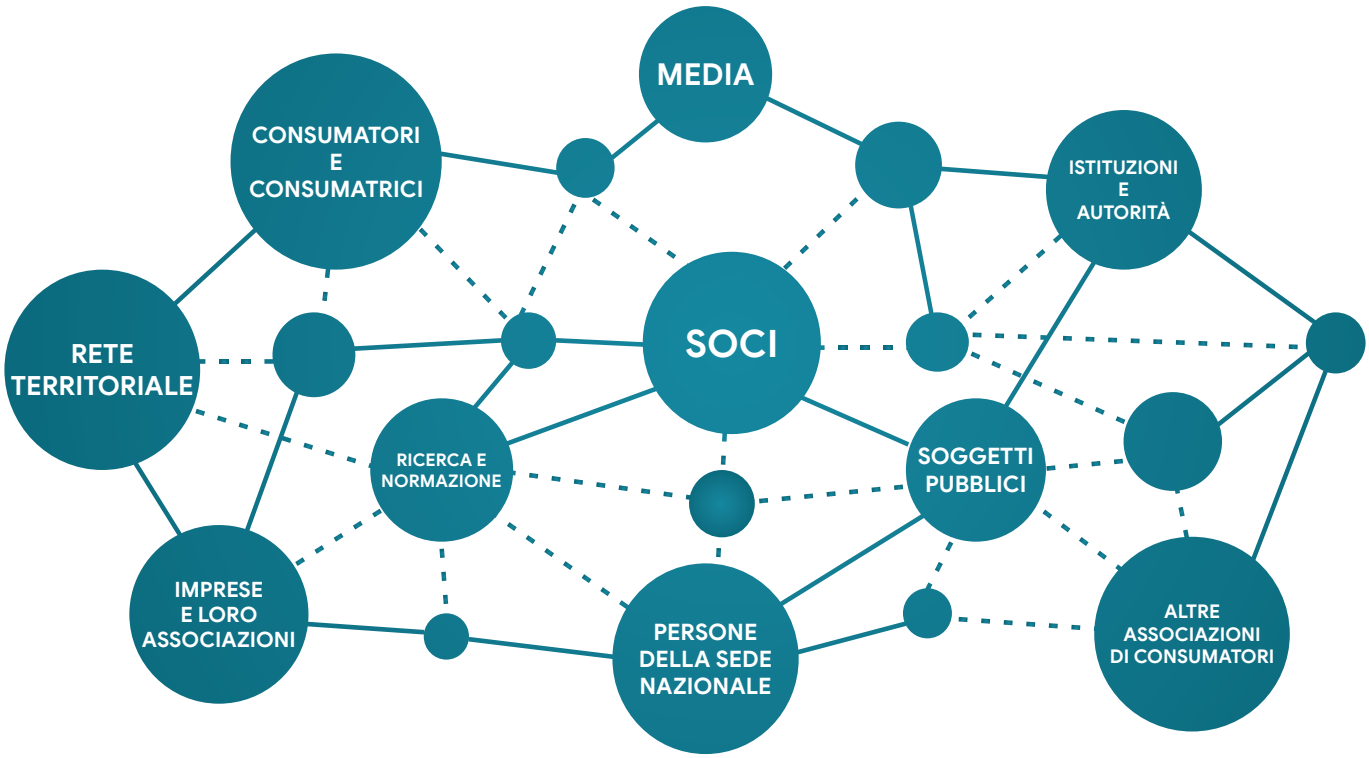
Nel 2025 sono rimasti attivi **36 protocolli di conciliazione paritetica** e di risoluzione extragiudiziale delle controversie, sottoscritti con operatori e associazioni di categoria. Sono strumenti di tutela: permettono a consumatori e consumatrici di risolvere un reclamo in modo rapido e gratuito, senza ricorrere al giudice.

ENERGIA ELETTRICA, GAS E SERVIZIO IDRICO	14
TELECOMUNICAZIONI	7
BANCHE, CREDITO E ASSICURAZIONI	7
SERVIZI POSTALI	3
TRASPORTI	2
TURISMO (TOUR OPERATOR)	1
ACQUISTI ONLINE	1
RECUPERO CREDITI	1

Mappa degli stakeholder e modalità di coinvolgimento

Gli stakeholder (portatori di interesse) sono le persone e le organizzazioni che influenzano l'attività di UNC o ne sono influenzate. La tabella indica chi sono e come UNC li coinvolge.

STAKEHOLDER	CHI SONO	COME LI COINVOLGIAMO
SOCI E SOCIE	36.233 al 31/12/2025	Assemblea; sportelli; newsletter settimanale; area riservata del sito
CONSUMATORI E CONSUMATRICI	Cittadini che si rivolgono a UNC o seguono i suoi canali	Sportello nazionale e sportelli locali; sito; social; e-book e guide; campagne
RETE TERRITORIALE	27 Comitati, 77 Delegazioni e i loro volontari	Coordinamento della sede nazionale; formazione; protocolli e regolamenti nazionali
PERSONE DELLA SEDE NAZIONALE	Dipendenti e collaboratori	Vedi sezione 03
ISTITUZIONI E AUTORITÀ	CNCU, Ministeri, Parlamento, ARERA, AGCM, AGCOM, ART	Tavoli e gruppi di lavoro; consultazioni; audizioni; segnalazioni
ALTRE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI	ADOC, U.Di.Con., Federconsumatori, Cittadinanzattiva e altre	Partenariati di progetto; posizioni comuni in CNCU
SOGGETTI PUBBLICI	Ministero del Lavoro, MIMIT, CSEA su disposizione ARERA, Unione Europea	Progetti; rendicontazione; trasparenza (sezione 06)
IMPRESE E LORO ASSOCIAZIONI	Operatori di energia, telefonia, banche, trasporti, servizi postali	Protocolli di conciliazione; forum paritetici; segnalazioni alle Autorità
MEDIA	Agenzie, quotidiani, TV, radio, testate online	Comunicati stampa; interviste; agenzia "Le Scelte del Consumatore"
RICERCA E NORMAZIONE	Università, ISS, UNI ed enti di certificazione	Progetti europei; gruppi di lavoro tecnici; docenze



ATTIVITÀ 2025



Ascoltare, consigliare, aiutare a far valere un diritto: è il cuore del lavoro di UNC. Nel 2025 lo sportello della sede nazionale ha risposto a decine di migliaia di richieste arrivate per e-mail, dal sito, al telefono e sui social. Accanto alla sede nazionale lavorano gli sportelli della rete territoriale (paragrafo 02.3).

19.117
RICHIESTE VIA E-MAIL E ONLINE

11.351
RICHIESTE TELEFONICHE

OLTRE 50K
RICHIESTE VIA SOCIAL

5.011
RECLAMI E RICHIESTE DI CONCILIAZIONE

Come lavora lo sportello

Le richieste ricevono consulenza, orientamento o un parere. In molti casi basta un'informazione chiara per prevenire un problema. In molti altri UNC accompagna la persona nel reclamo e nella conciliazione con l'azienda. Solo in casi residuali serve un'azione davanti al giudice.

Le questioni più frequenti riguardano: disservizi, addebiti non riconosciuti e disdette nella **telefonia**; lettura e contestazione delle bollette, offerte del mercato libero, morosità e cambi di fornitore per **luce e gas**; recapiti, raccomandate e notifiche nei **servizi postali**; **garanzia legale** e prodotti difettosi.

TEMA	CONSULENZE E PARERI
E-commerce	4.995
Telecomunicazioni (pay TV, telefonia, internet)	3.230
Servizi postali	2.110
Energia (luce, gas, acqua)	2.102
Turismo e viaggi	1.478
Prodotti difettosi e garanzia	724
Automotive	684
Autonoleggio	619
Banche e assicurazioni	572
Altro (casa, multe, truffe, sportello generico)	2.603
TOTALE	**19.117**

Nel settore energetico un rappresentante di UNC siede nell'organo paritetico di garanzia dell'organismo ADR (risoluzione alternativa delle controversie) di un grande fornitore e coordina, al tavolo dei sette organismi ADR riconosciuti, il gruppo di lavoro su processi, elenco unico e formazione dei conciliatori

Le segnalazioni alle Autorità

Quando un problema riguarda molte persone, UNC lo segnala alle Autorità. Nel 2025 ha presentato **35 segnalazioni**: 27 all'Autorità garante della concorrenza e del mercato (AGCM), 3 ad AGCOM e all'Autorità di regolazione dei trasporti (ART), 5 a Ministeri e all'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

ESITO DELLE 27 SEGNALAZIONI ALL'AGCM	CONSULENZE E PARERI
Sanzioni (condotte di call center)	2
Impegni assunti dall'impresa	1
Moral suasion (intervento informale dell'Autorità)	1
Non luogo a provvedere	1
Archiviate	11
Ancora pendenti	11
TOTALE	**27**

Alcuni risultati: l'AGCM ha sanzionato due società di call center per **280.000 euro** complessivi; dopo un esposto di UNC, AGCOM ha sanzionato con 10.000 euro una società per le modalità di notifica degli avvisi di accertamento della Tari.

La tutela davanti al giudice

Nel 2025 la sede nazionale e i Comitati hanno avviato **oltre 70 processi civili** a tutela di singoli consumatori, tutti ancora in corso. I Comitati hanno inoltre avviato 5 processi penali e si sono costituiti parte civile in 6 processi.

#DonaTutela: la tutela anche per chi non può permettersela

Gli sportelli registrano difficoltà crescenti delle famiglie a pagare bollette, mutui, affitti e, nei casi più gravi, la spesa quotidiana. Per questo prosegue **#DonaTutela**, l'iniziativa di solidarietà avviata alla fine del 2021 e sostenuta dalle erogazioni liberali di chi vuole aiutare: offre l'iscrizione gratuita, e quindi l'assistenza, a chi è in difficoltà economica. Per accedervi basta avere diritto al bonus sociale in bolletta.

PROGETTI

I progetti permettono a UNC di portare informazione, educazione e assistenza a gruppi specifici di persone, spesso insieme ad altre associazioni. Nel 2025 UNC ha lavorato su 8 progetti finanziati dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, dal Ministero delle Imprese e del Made in Italy (MIMIT), dalla Cassa per i servizi energetici e ambientali (CSEA) su disposizione di ARERA e dall'Unione europea.

NEL 2025 UNC HA LAVORATO SU 8 PROGETTI

RAGGRUPPATI IN 3 FILONI TEMATICI

ENERGIA E SOSTENIBILITÀ

SICUREZZA DIGITALE E NUOVE TECNOLOGIE

ALIMENTAZIONE SICURA E SOSTENIBILE

ENERGIA E SOSTENIBILITÀ

CABLE – Sustainable Consumption & Sustainable Energy

Cittadini protagonisti della transizione ecologica

FINANZIATORE

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

CAPOFILA

UNC

PARTNER

ADOC, ADOC Abruzzo, U.Di.Con., U.Di.Con. Emilia-Romagna, U.Di.Con. Lazio, U.Di.Con. Marche

DURATA

18 mesi

DESTINATARI

Consumatori e famiglie, operatori, amministrazioni locali e associazioni, in tutte le regioni

LA SFIDA

La transizione ecologica passa anche dalle scelte di ogni giorno: come usiamo l'energia in casa, come ci spostiamo, quanto sprechiamo. Spesso però mancano informazioni chiare e un aiuto vicino, soprattutto a chi ha meno strumenti. CABLE nasce per rendere queste scelte più semplici e convenienti per tutti.

COSA FA IL PROGETTO

In tutte le regioni, sportelli gratuiti danno consigli su risparmio energetico, bonus e incentivi e mobilità sostenibile. Un corso online forma i "Social Energy Advisor", figure che aiutano cittadini, enti e amministrazioni a orientarsi nelle scelte energetiche. Per le famiglie ci sono campagne informative, podcast, materiali digitali e laboratori pratici su riciclo, spreco alimentare, riduzione dei rifiuti e diritti dei consumatori. Il progetto mappa piste ciclabili, colonnine di ricarica e car sharing dei territori, organizza giornate informative sulla mobilità e promuove le comunità energetiche (gruppi di cittadini che producono e condividono energia rinnovabile) e i gruppi di acquisto solidale.

NEL 2025

Il progetto è partito: è stata avviata la campagna informativa ed è stato pubblicato il report sulla mappatura delle infrastrutture di mobilità sostenibile.

18	7	20
MESI	ASSOCIAZIONI IN RETE	REGIONI

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

ENERGIA E SOSTENIBILITÀ

CirCe – Circular Energy & Circular Economy

Fuori dalla povertà energetica, una famiglia alla volta

FINANZIATORE

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

CAPOFILA

UNC

PARTNER

UNC Comitato di Faenza, ADOC, ADOC Abruzzo, U.Di.Con., U.Di.Con. Calabria, U.Di.Con. Lazio.

DURATA

18 mesi

DESTINATARI

Famiglie fragili, a rischio o in povertà energetica; operatori di enti e reti del territorio

LA SFIDA

Molte famiglie faticano a pagare le bollette o a riscaldare la casa, e spesso non sanno di avere diritto ad aiuti come i bonus sociali. È la povertà energetica: un problema poco visibile, che si combatte con informazione, consulenza su misura e una rete di persone formate sul territorio.

COSA FA IL PROGETTO

Gli sportelli CirCe e una rete di enti del territorio intercettano le famiglie in difficoltà e offrono consulenze personalizzate. Con Rete ASSIST il progetto forma gratuitamente i Tutor dell'energia domestica (TED), operatori capaci di aiutare le famiglie a gestire meglio i consumi. Su un campione di famiglie i consumi sono stati monitorati con appositi dispositivi, per dare consigli su misura. Con la Fondazione Di Vittorio è nato un Osservatorio sulla povertà energetica. Completano il progetto laboratori gratuiti su consumo sostenibile, gestione del budget, riuso e riciclo, spreco alimentare e prodotti a km 0, e un servizio di consulenza psicologica e sul bilancio familiare, in presenza e online.

NEL 2025

Il progetto è proseguito con la campagna informativa, guide e brochure e contenuti social delle associazioni coinvolte. È stato pubblicato il report "Uno spaccato sulla povertà energetica in Italia. Risultati dell'inchiesta condotta presso gli sportelli CirCe", realizzato con la Fondazione Di Vittorio.

18 MESI

OLTRE 100 TUTOR ENERGIA DOMESTICA

32 SPORTELLI

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

ENERGIA DIRITTI A VIVA VOCE

ENERGIA E SOSTENIBILITÀ

Energia: diritti a viva voce (PQS 2023-2025)

Uno sportello esperto per luce e gas

FINANZIATORE

CSEA – Cassa per i servizi energetici e ambientali, su disposizione di ARERA

PARTNER

16 associazioni consumatori nazionali iscritte al CNCU

DURATA

Triennio 2023-2025

DESTINATARI

Clienti domestici di energia elettrica e gas

LA SFIDA

Bollette difficili da leggere, offerte poco confrontabili, contratti non richiesti: nel settore dell'energia i consumatori hanno bisogno di un aiuto specializzato. Con il superamento del mercato tutelato, orientarsi è diventato ancora più importante.

COSA FA IL PROGETTO

Il progetto, promosso dall'Autorità di regolazione per energia, reti e ambiente (ARERA), sostiene gli sportelli delle associazioni dei consumatori dedicati a luce e gas. Negli sportelli gli esperti aiutano a capire la bolletta e a orientarsi tra le offerte, assistono chi ha diritto al bonus sociale, presentano reclami ai fornitori e, quando emergono pratiche commerciali scorrette, le segnalano all'Autorità.

NEL 2025

Ultimo anno del triennio: UNC ha mantenuto attivi 5 sportelli finanziati dal progetto e ha partecipato con un proprio rappresentante al coordinamento e al gruppo di supporto tecnico.

3 ANNI | **-** | **5** SPORTELLI UNC

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

SICUREZZA DIGITALE E NUOVE TECNOLOGIE

CARE - Conosci, Scegli, Proteggi

Riconoscere le truffe prima che colpiscano

FINANZIATORE

MIMIT

CAPOFILA

Attuatore unico: UNC realizza il progetto senza partner

DURATA

12 mesi

DESTINATARI

Consumatori, in particolare le persone over 65; nativi digitali

LA SFIDA

Le truffe online sono sempre più sofisticate: messaggi falsi, siti clone, finte offerte, ora anche con l'intelligenza artificiale. A farne le spese sono soprattutto le persone anziane, che hanno meno dimestichezza con gli strumenti digitali. Servono strumenti semplici, gratuiti e a portata di mano.

COSA FA IL PROGETTO

CARE mette a disposizione audioguide gratuite per imparare a riconoscere i raggiri online e un assistente su WhatsApp che dà una prima valutazione dei casi sospetti e, se serve, indirizza allo sportello UNC. L'Energy Tutor spiega come è fatta la bolletta e dà suggerimenti personalizzati. Una collana di e-book per gli over 65 affronta spesa consapevole, raccolta differenziata, truffe con l'intelligenza artificiale, cibi contraffatti e "inganni a tavola". Per i più giovani sono previsti sondaggi sui social e un sistema di allerta per segnalare e monitorare le frodi più diffuse.

NEL 2025

Il progetto è stato avviato con il finanziamento del MIMIT del 12 maggio 2025.

12 MESI

6 E-BOOK PER OVER 65

ASSISTENTE **WHATSAPP** ANTITRUFFA

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

SICUREZZA DIGITALE E NUOVE TECNOLOGIE

Tu che ne sAI? L'intelligenza artificiale più sicura per tutti

L'intelligenza artificiale, spiegata a tutti

FINANZIATORE

MIMIT

PARTNER

ADOC, Cittadinanzattiva, Federconsumatori e U.Di.Con.

DURATA

12 mesi

DESTINATARI

Cittadini di tutte le età, giovani e operatori delle associazioni dei consumatori

LA SFIDA

L'intelligenza artificiale è già nella vita quotidiana: nei prezzi che cambiano a seconda di chi compra, negli assistenti virtuali, nei servizi automatizzati. Offre opportunità, ma anche rischi per i consumatori, dalla profilazione alle discriminazioni. Per usarla bene bisogna conoscerla.

COSA FA IL PROGETTO

Cinque associazioni dei consumatori hanno unito le forze per un'alfabetizzazione digitale inclusiva. Un comitato tecnico-scientifico di esperti delle università e delle imprese ha prodotto un documento di indirizzo; gli operatori delle associazioni sono stati formati per rispondere ai cittadini. Per il pubblico il progetto ha previsto un tour informativo in 5 tappe, podcast, infografiche, video, una guida per i cittadini e attività educative con il gioco per i più giovani, oltre a una consultazione civica online su conoscenze e percezioni dell'IA.

NEL 2025

Il progetto è stato avviato con il finanziamento del MIMIT del 12 maggio 2025. Si è concluso nel 2026 con l'evento finale di Roma del 15 settembre e la presentazione di un documento di proposte.

12	5	5
MESI	ASSOCIAZIONI	TAPPE DEL TOUR

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

ALIMENTAZIONE SICURA E SOSTENIBILE

FoodGuard

Cibo fresco più a lungo, senza conservanti chimici

FINANZIATORE

Unione europea

Horizon Europe

PARTNER

19 partner europei ed extra-europei con capofila Agricultural University of Athens

DURATA

36 mesi

DESTINATARI

Consumatori e filiera alimentare

LA SFIDA

Circa un terzo del cibo prodotto nel mondo va perso o sprecato, e una parte importante si deteriora prima di arrivare in tavola. Allungare la vita dei prodotti freschi in modo sicuro e naturale significa meno spreco, meno spesa e più fiducia per chi compra.

COSA FA IL PROGETTO

I ricercatori sperimentano alternative ai conservanti chimici su quattro prodotti molto deperibili: verdure fresche confezionate, carne, filetti di pesce e feta. Le soluzioni studiate sfruttano i microrganismi "buoni" (il microbioma), imballaggi intelligenti che proteggono e segnalano lo stato del prodotto ed etichette ecologiche. UNC porta nel progetto il punto di vista dei consumatori e li informa sui risultati, perché le innovazioni siano comprese e accettate.

NEL 2025

È proseguita la campagna informativa, con materiali e contenuti digitali diffusi sui canali dei partner.

36	19	4
MESI	PARTNER UE ED EXTRA UE	ALIMENTI STUDIATI

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

ALIMENTAZIONE SICURA E SOSTENIBILE

Watson

Smascherare le frodi alimentari, dalla filiera alla tavola

FINANZIATORE

Unione europea

Horizon Europe

PARTNER

44 partner di 19 Paesi europei con capofila University College Dublin

DURATA

36 mesi

DESTINATARI

Consumatori e operatori della filiera alimentare

LA SFIDA

Un olio che non è quello dichiarato in etichetta, un miele allungato, una carne di origine diversa: le frodi alimentari ingannano chi compra e possono mettere a rischio la salute. Riconoscerle è difficile senza strumenti adeguati.

COSA FA IL PROGETTO

Università, imprese, autorità per la sicurezza alimentare e associazioni lavorano insieme su sei filiere: per il vino una piattaforma con etichette non replicabili che raccontano la storia della bottiglia; per il miele analisi rapide con dispositivi portatili; per l'olio l'impronta del DNA, leggibile con un QR code; strumenti contro l'etichettatura errata della carne; la tracciabilità dei latticini; un "passaporto digitale" per il pesce. UNC spiega ai consumatori come funzionano queste tecnologie e come difendersi dalle frodi.

NEL 2025

UNC ha pubblicato articoli e approfondimenti sulla contraffazione alimentare e sulle soluzioni sperimentate; sono stati pubblicati 2 booklet (opuscoli) di progetto su obiettivi e risultati.

44	19	6
PARTNER	PAESI	FILIERE

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

ALIMENTAZIONE SICURA E SOSTENIBILE

Scrap The Food Waste

Meno spreco, a partire dalla cucina di casa

FINANZIATORE

Unione europea – Agenzia esecutiva HaDEA, Single Market Programme – SMP Food

PARTNER

Will Media, Aworld e l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo

DURATA

24 mesi

DESTINATARI

Cittadini di tutta Italia, in particolare la Generazione Z

LA SFIDA

In Italia metà dello spreco alimentare avviene in casa: cibo comprato in eccesso, conservato male, dimenticato in frigorifero. Cambiare le abitudini di tutti i giorni è il modo più efficace per ridurlo, e i più giovani possono fare da apripista.

COSA FA IL PROGETTO

Una campagna online parla soprattutto alla Generazione Z di alimentazione, salute, benessere e spreco. Sull'app Aworld un percorso di apprendimento propone consigli, piccoli trucchi e sfide di gruppo per arrivare a "zero sprechi". Strumenti di misurazione registrano i comportamenti prima, durante e dopo la campagna, per capire che cosa cambia davvero. UNC cura l'informazione e la sensibilizzazione.

NEL 2025

È proseguita la campagna informativa sui social e sull'app; sono stati realizzati 3 podcast sullo spreco alimentare.

24	3	4
MESI	PODCAST	ENTI IN PATERNARIATO

SCOPRI DI PIÙ

consumatori.it/progetti-e-iniziative

Per UNC comunicare è già tutelare: un consumatore informato si difende meglio. Nel 2025 UNC ha parlato a milioni di persone attraverso stampa, televisione, radio, sito, newsletter e social. A questo lavoro è dedicato un ufficio comunicazione nella sede nazionale, con giornalisti ed esperti di comunicazione.

284
COMUNICATI DELLA SEDE NAZIONALE

7.799
CITAZIONI SUI MEDIA (ESCLUSI RADIO E TV)

317
LANCI ANSA

138.117
ISCRITTI ALLA NEWSLETTER

228.461
COPIE DELL'AGENZIA "LE SCELTE DEL CONSUMATORE"

36,34%
TASSO MEDIO DI APERTURA DELLA NEWLETTER

25
PRESENZE TV AL MESE

12
INTERVENTI RADIO AL MESE

Stampa, televisione e radio

Con le sedi locali i comunicati superano i **400**. I temi più frequenti sono inflazione, bollette, carburanti, prezzi dei beni di largo consumo, contratti, sicurezza dei prodotti, commercio elettronico, privacy, sicurezza alimentare ed energia. UNC è la prima associazione di consumatori per citazioni quando si parla di dati economici: Istat, inflazione, bollette, comunicazioni di ARERA, banche.

TESTATE ONLINE	CITAZIONI	TESTATE ONLINE	CITAZIONI
lastampa.it	111	La Stampa	20
repubblica.it	99	Il Giorno	18
ansa.it	70	La Nazione	18
adnkronos.com	50	Il Messaggero	17
ilmessaggero.it	46	La Repubblica	14
corriere.it	39	Corriere della Sera	12
rainews.it	30	Il Sole 24 Ore	10
ilsole24ore.com	11		
tgcom24.mediaset.it	11		

Esperti e dirigenti di UNC sono stati ospiti delle principali trasmissioni di servizio nazionali e locali, tra cui Rainews24, Tgcom24, Unomattina, Mi manda Rai3, Tg5, Mattino 5, L'aria che tira e Sky TG24, e di numerosi programmi radio, dal Gr1 a Radio24 e Rtl 102.5. Su Radio Capital è proseguita la rubrica settimanale del Presidente in "The Breakfast Club".

Sito, newsletter e social

- **consumatori.it**, attivo dal 1998 e aggiornato ogni giorno, con il blog del Presidente e il blog Sicurezza alimentare curato dal prof. Agostino Macrì. Novità del 2025: un'area riservata con e-book di approfondimento.
- **Newsletter "Le Scelte del Consumatore"**, settimanale, e l'omonima agenzia di stampa settimanale, testata registrata presso il Tribunale di Roma dal 1976.
- **Social**: Social: UNC è presente su Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube. Il Presidente Massimiliano Dona risponde ogni giorno a centinaia di messaggi e raggiunge anche i più giovani su Instagram e TikTok.
- **"Voi lo sapevate"**: nel 2025 il Presidente ha lanciato la prima intelligenza artificiale dedicata ai consumatori italiani, costruita sui contenuti di consumatori.it e sull'esperienza di migliaia di casi. Risponde su bollette, contratti non richiesti, garanzie, e-commerce, viaggi e trasporti, ricordando di rivolgersi agli esperti UNC nei casi complessi.
- **Inclusione**: video in Lingua dei Segni Italiana (LIS) sul canale YouTube ed eventi tradotti in simultanea; il gruppo Facebook "Antibufale" contrasta le false notizie sul cibo.



Guide, podcast e video

Nel 2025 UNC ha pubblicato **5 e-book** ("Spiagge e stabilimenti balneari", "Ristoranti", "Truffe digitali", "Luce e gas", "Basta chiamate!") e ha prodotto contenuti educativi gratuiti:

- il podcast **"Scontrini"**, che spiega in pochi minuti cosa succede nel mondo dei consumi;
- il video podcast **"Non cliccare qui"**, novità 2025, con giornalisti, divulgatori e la partecipazione della Polizia di Stato, su phishing, truffe sui social e rischi dell'intelligenza artificiale;
- i video **"Sveglia! È una truffa"**, girati per strada dal Presidente per raccogliere storie vere di truffe digitali e dare consigli pratici;
- **quattro guide** realizzate con l'ABI e altre associazioni dei consumatori: bonifici istantanei, pagamenti con pagoPA, Fondo di garanzia per i mutui prima casa, difesa da phishing e truffe telefoniche.

"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, né avventurose né miracolistiche, usando un linguaggio semplice e accessibile. Noi optiamo per la seconda."

Vincenzo Dona, fondatore di UNC

Campagne

Tra le campagne del 2025: la petizione contro la **shrinkflation** (la riduzione delle quantità a parità di prezzo), che ha raccolto oltre 10.000 firme; la Giornata mondiale dei diritti dei consumatori del 15 marzo, celebrata con una quota di iscrizione dedicata; le iniziative per il **70° anniversario** di UNC, la prima associazione di consumatori nata in Italia.

UNC
CONSUMATORI.IT
1955 | 2025



EVENTI

NEL 2025 UNC HA PARTECIPATO A **71** INIZIATIVE PUBBLICHE

CONVEGNI SEMINARI INCONTRI

2 EVENTI SONO ORGANIZZATI DIRETTAMENTE DALL'UNIONE



COSTUMER CENTRICITY

PREMIO VINCENZO DONA

PREMIO VINCENZO DONA
VOCE DEI CONSUMATORI

CUSTOMER CENTRICITY

IV edizione (Roma, Zest Hub, 10 aprile 2025)

Istituzioni, aziende, esperti e content creator si sono confrontati sulla domanda provocatoria **"La sostenibilità è morta?"**, con un formato a gioco (gamification) che rende partecipato il dibattito.

Il sottotitolo era **"Il consumatore al centro di un nuovo paradigma ESG"**, dove ESG indica le tre dimensioni della sostenibilità: ambientale (**Environmental**), sociale (**Social**) e di governo d'impresa (**Governance**). Rispetto al 2024, quando i partecipanti erano divisi in tavoli per settore, l'edizione 2025 ha superato le divisioni: gli ospiti hanno girato tra tre stanze, una per ciascuna lettera, confrontandosi, presentando i propri casi concreti e mettendosi in gioco con una dinamica di gamification. Dopo l'apertura in plenaria del Presidente Massimiliano Dona, le stanze sono state guidate da tre moderatori:

Stanza E – Ambiente, con Carlo Alberto Pratesi, docente di marketing all'Università Roma Tre: marketing della sostenibilità, rischio di greenwashing (sostenibilità solo di facciata), consumi circolari e valore percepito dai consumatori;

Stanza S – Sociale, con Cristina Cenci, antropologa e senior partner dell'istituto di ricerca Eikon: responsabilità sociale, inclusione ed equità, social network e intelligenza artificiale al servizio dei consumatori;

Stanza G – Governance, con Pier Paolo Bucalo, docente di Customer and Employee Experience Management alla Luiss Business School: trasparenza, etica d'impresa e modelli di governo che mettono al centro il consumatore.

In chiusura i moderatori hanno riportato in plenaria le conclusioni delle stanze, per rispondere insieme alla domanda della giornata.


UNIONE
NAZIONALE
CONSUMATORI
PRESENTA
Zest Hub
ROMA - VIA MARSALA, 29H
CUSTOMER
CENTRICITY
LA SOSTENIBILITÀ È MORTA?
I PARAMETRI ESG NELLA NUOVA RELAZIONE CON IL CONSUMATORE
MASSIMILIANO DONA | PIER PAOLO BUCALO | CRISTINA CENCI | CARLO ALBERTO PRATESI




L'immaginario collettivo sulla sostenibilità


zest
Future. Faster.







PREMIO VINCENZO DONA, VOCE DEI CONSUMATORI

XIX edizione (Roma, Acquario Romano, 26 novembre 2025)

Un'edizione speciale per i 70 anni di UNC, dal titolo **“UNConventional – Come avere successo fuori dagli schemi”**.

Aperta dal Presidente Massimiliano Dona, la mattinata ha dato voce a chi ha costruito il proprio percorso fuori dai sentieri tracciati, con gli interventi del sociologo Francesco Morace (Future Concept Lab), del docente e manager Giuseppe Stigliano, di Riccarda Zezza (Lifeed), del professore e divulgatore Vincenzo Schettini, di Richard Romagnoli e della filosofa Maura Gancitano (Tlon).

Il premio «Personalità» è andato a Nico Acampora, fondatore di PizzAut, per aver trasformato la fragilità in forza e in comunità;

Il premio per la stampa al giornalista Giampaolo Colletti, per il suo lavoro di divulgazione sulle trasformazioni digitali.

Il Consiglio Direttivo ha premiato anche due tesi di laurea sulla tutela dei consumatori, della Sapienza Università di Roma e dell'Università telematica internazionale Uninettuno.

UNC
CONSUMATORI.IT

PREMIO VINCENZO DONA
VOCE DEI CONSUMATORI


UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI
PRESENTA
PREMIO VINCENZO DONA
UNConventional
COME AVERE SUCCESSO FUORI DAGLI SCHEMI
#PREMIODONA
CONSUMATORI.IT













RELAZIONI ISTITUZIONALI E ADVOCACY

L'advocacy (attività di rappresentanza e proposta verso chi decide) trasforma i problemi raccolti agli sportelli in proposte per Parlamento, Governo e Autorità. Nel 2025 UNC ha preso parte a **5 audizioni parlamentari** e ha inviato **12 contributi scritti** a consultazioni e procedimenti.

5	12	7	OLTRE 10K
AUDIZIONI PARLAMENTARI	CONSULTAZIONI E OSSERVAZIONI SCRITTE	RIUNIONI CNCU	FIRME CONTRO LA SHRINKFLATION

Ai tavoli istituzionali

- **CNCU**: sedute ordinarie, commissioni e sessione programmatica di Ravenna; incontro annuale con MIMIT e Istat sugli indici dei prezzi e sul nuovo paniere.
- **ARERA**: tavolo di monitoraggio dei prezzi, tavoli sulla fine del mercato tutelato, su Bolletta 2.0 e sul Codice di condotta commerciale, risposte ai documenti di consultazione. Dopo ogni incontro UNC pubblica un approfondimento per i consumatori.
- **Osservatorio Prezzi del MIMIT**, coordinato da Federconsumatori.
- **Normazione tecnica**: nei gruppi UNI, UNC lavora a norme che rendono più comprensibili i contratti, definiscono profili professionali (ad esempio gli amministratori di condominio) e misurano la qualità dei servizi a distanza.

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

Vincenzo Dona, fondatore di UNC

Audizioni e consultazioni

DESTINATARIO	TEMA	CONTRIBUTO
Camera – X Commissione	DL 19/2025 sulle bollette di luce e gas	Audizione
Senato – IX Commissione	Ddl 1484 sulle PMI: lotta alle false recensioni	Audizione e osservazioni
Camera – VIII Commissione	DL 39/2025: assicurazione dei rischi catastrofali	Audizione
Camera Commissione Attività produttive	Proposta di legge C. 362 sull'apertura dei negozi	Audizione
Senato IX e Camera X Commissione	Legge annuale sulla concorrenza	Audizione e osservazioni
Senato	Ddl concorrenza: adeguamento delle tariffe telefoniche all'inflazione	Osservazioni
Commissione europea (procedura TRIS)	False recensioni	Osservazioni
AGCOM	Carte dei servizi postali (del. 116/24/CONS); codice per gli influencer (del. 472/24/CONS); costi di recesso dai contratti (del. 243/25/CONS); chiusura delle cabine telefoniche	Osservazioni (4)
AGCM	Indagine sugli algoritmi di prezzo dei voli da e per Sicilia e Sardegna	Osservazioni
ART	Rimborsi dei pedaggi autostradali; sistema tariffario dei pedaggi (del. 74 e 75/2025)	Osservazioni (2)
Ministero della Cultura	Compenso per copia privata	Osservazioni



Le priorità del 2025

Energia e bollette. In audizione sul DL 19/2025 e nel confronto con ARERA, UNC ha chiesto di intervenire sulle cause del caro bollette, separando almeno in parte il prezzo della luce da quello del gas; di rendere strutturali i bonus sociali; di semplificare le imposte perché il prezzo dell'energia sia "tutto compreso" e confrontabile; di inserire nel Portale offerte di ARERA tutte le offerte, comprese quelle non più in vendita; di dare più tempo ai clienti vulnerabili per entrare nel Servizio a tutele graduali.

Telefonia. UNC si è opposta all'aumento automatico delle tariffe legato all'inflazione, che rende impossibile confrontare le offerte. Dopo l'intervento di UNC, il senatore proponente ha annunciato il ritiro dell'emendamento al ddl concorrenza.

Shrinkflation. La petizione di UNC ha superato le 10.000 firme. UNC ha accolto con favore la nuova disciplina nella legge annuale sulla concorrenza, ma ha chiesto regole più incisive e criticato i rinvii dell'entrata in vigore, slittata a luglio 2026.

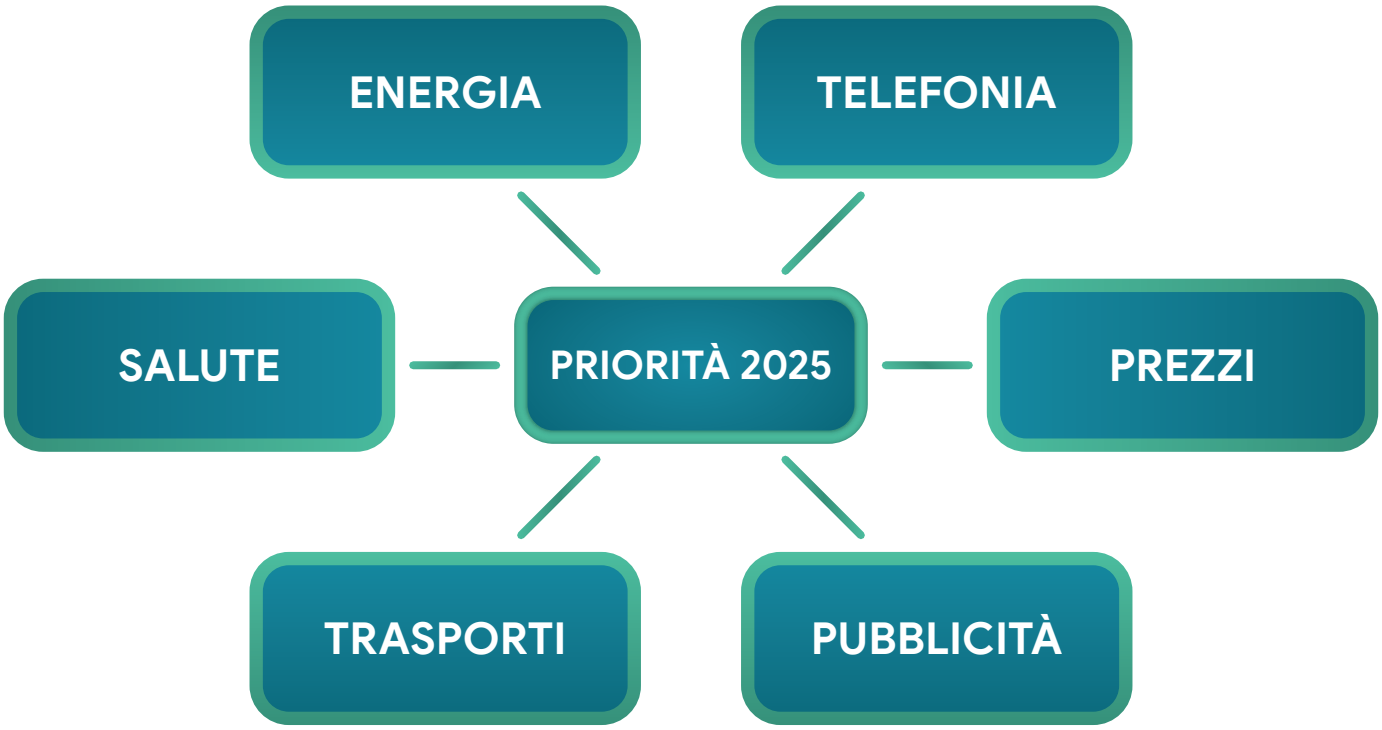
Pubblicità e influencer. UNC, prima associazione a occuparsi in modo sistematico dell'influencer marketing, ha chiesto ad AGCOM che le regole sulla trasparenza, sul gioco d'azzardo e sul fumo valgano per tutti gli influencer, anche i più piccoli. Le osservazioni non sono state tutte accolte.

Trasporti. UNC ha chiesto più tutele sui rimborsi dei pedaggi; è intervenuta nel procedimento che ha portato alla sanzione di oltre 3,7 milioni di euro per abuso di posizione dominante nei traghetti sullo Stretto di Messina, confermata dal TAR del Lazio; ha sostenuto la proposta di legge di iniziativa popolare per un servizio taxi più moderno ed efficiente.

Salute. UNC ha contribuito alla tavola rotonda "L'azzardo non è un gioco" al Senato (17 luglio 2025) e ha proseguito la sensibilizzazione contro il fumo, comprese sigarette elettroniche e tabacco riscaldato.

I risultati

- ritiro annunciato dell'emendamento sull'indicizzazione delle tariffe telefoniche;
- conferma da parte del TAR della sanzione di oltre 3,7 milioni di euro nel trasporto sullo Stretto;
- chiarimento sulla garanzia legale di 24 mesi ottenuto con la moral suasion dell'AGCM;
- sanzioni per 280.000 euro a due società di call center (paragrafo 05.1).



DAGLI OBIETTIVI 2024 AI RISULTATI 2025

Nel Bilancio Sociale 2024 avevamo indicato sei obiettivi per il 2025. Qui verifichiamo cosa abbiamo fatto, cosa è ancora in corso e cosa ha favorito od ostacolato il cammino.

OBIETTIVO 2025	COSA ABBIAMO FATTO NEL 2025	A CHE PUNTO SIAMO
RAFFORZARE LA RETE TERRITORIALE	La rete conta oltre 100 sedi animate da volontari in tutta Italia. Abbiamo investito nella formazione didirigenti, operatori e referenti territoriali, per rafforzarne le competenze giuridiche, organizzative e comunicative.	IN CORSO
CONSOLIDARE LA COMUNICAZIONE DIGITALE	Sono nati due nuovi format: la serie di video podcast “Non cliccare qui”, sulla prevenzione delle truffe online, e “Voi lo sapevate”, la prima intelligenza artificiale dedicata ai consumatori italiani. È proseguito il podcast “Scontrini”.	RAGGIUNTO
CRESCERE NELL’ADVOCACY	La petizione contro la shrinkflation ha raccolto oltre 10.000 firme e ha accompagnato l’introduzione di una disciplina di legge sul fenomeno. Le nostre segnalazioni sul telemarketing hanno portato l’Autorità Antitrust a sanzioni per 280.000 euro.	RAGGIUNTO
AMPLIARE I PROGETTI EUROPEI	Sono proseguiti tre progetti europei sull’alimentazione: FoodGuard e Watson (programma Horizon Europe) e Scrap The Food Waste (Programma per il mercato unico). UNC ha confermato l’adesione a Consumers International.	IN CORSO
COINVOLGERE LE NUOVE GENERAZIONI	Scrap The Food Waste ha rivolto la sua campagna online soprattutto ai giovani della Generazione Z (nati tra la fine degli anni Novanta e il 2010). Il Premio Dona ha premiato le migliori tesi di laurea sulla tutela dei consumatori, e i canali social del Presidente raggiungono anche i più giovani. Non sono ancora stati avviati percorsi strutturati nelle scuole.	DA RAFFORZARE
FOCUS SULL’INTELLIGENZA ARTIFICIALE	Abbiamo lanciato “Voi lo sapevate” e partecipato al progetto “Tu che ne sAI?”, dedicato ai rischi e alle opportunità dell’IA per i cittadini. La serie “Non cliccare qui” ha affrontato anche le truffe che sfruttano l’IA.	DA RAFFORZARE

Cosa ci ha aiutato e cosa ci ha frenato

Ci hanno aiutato il settantesimo anniversario, che ha dato visibilità all'associazione, la forte presenza del Presidente e dei nostri esperti sui media e sui social e la continuità dei progetti finanziati, che hanno permesso di sperimentare strumenti nuovi.

Il limite principale riguarda la rete territoriale e le nuove generazioni: l'attività sul territorio poggia interamente sul volontariato, e la sua crescita dipende dalla disponibilità di nuove persone e di risorse dedicate. Per questo entrambi gli obiettivi restano anche nelle prospettive dei prossimi anni (sez. 09).



RISORSE E TRASPARENZA



Principi di gestione e risultati 2025

Le risorse dell'Unione Nazionale Consumatori sono impiegate esclusivamente per le finalità previste dallo Statuto: l'eventuale avanzo di gestione non viene distribuito ma resta all'associazione, come previsto dall'art. 8 del Codice del Terzo settore.

Il bilancio di esercizio 2025 è redatto secondo l'art. 13 del Codice del Terzo settore e gli schemi del D.M. 5 marzo 2020, applicando il principio contabile OIC 35. È stato approvato dal Consiglio Direttivo, accompagnato dalla relazione del Revisore unico, e depositato al RUNTS. La tabella che segue ne riassume il rendiconto gestionale per macrovoci, con il confronto con l'anno precedente.

RENDICONTO GESTIONALE PER MACROVOCI	2025	2024
Proventi da attività di interesse generale (A)	1.198.955	1.273.048
Proventi da attività diverse (B)	377.339	302.622
Raccolta fondi, attività finanziarie e patrimoniali, supporto generale (C, D, E)	-	-
TOTALE PROVENTI E RICAVI	**1.576.294**	**1.575.670**
Oneri da attività di interesse generale (A)	1.160.592	1.283.358
Oneri da attività diverse (B)	356.302	290.513
Raccolta fondi, attività finanziarie e patrimoniali, supporto generale (C, D, E)	-	-
TOTALE ONERI E COSTI	**1.516.894**	**1.573.871**
Imposte	18.249	-
AVANZO D'ESERCIZIO	**41.151**	**1.799**

Il 2025 si chiude con un **avanzo di 41.151 euro**, che rafforza il patrimonio dell'associazione.

Il valore economico generato

Per rendere i numeri più leggibili, le voci del rendiconto sono state raggruppate in due prospetti: il valore economico generato, cioè le risorse che UNC ha raccolto nell'anno, e il valore economico distribuito, cioè come le ha impiegate. La riclassificazione non modifica i dati del bilancio, ai quali resta sempre riconducibile.

VALORE ECONOMICO GENERATO NEL 2025	EURO	%
Contributi da enti pubblici per progetti	853.089	54,1%
Attività diverse	377.339	23,9%
Quote associative	161.896	10,3%
Altri proventi (conciliazioni, servizi, rimborsi)	169.708	10,8%
Erogazioni liberali	11.341	0,7%
5 per mille	2.922	0,2%
TOTALE VALORE ECONOMICO GENERATO	**1.576.294**	**100%**

Più della metà delle risorse proviene da **contributi pubblici** per progetti di informazione, educazione e tutela, finanziati da ministeri, autorità e Unione europea. Come previsto dalla L. 124/2017, UNC pubblica ogni anno sul proprio sito l'elenco dei contributi ricevuti da pubbliche amministrazioni.

Le **quote associative** esprimono il sostegno diretto dei soci. Le **attività diverse** sono iniziative esclusivamente informative ed educative, come eventi, ricerche e guide, realizzate con il contributo di soggetti privati senza alcun legame con le aziende e nel rispetto dell'art. 137, c. 3, del Codice del consumo. I relativi ricavi sono pari al **23,9% delle entrate complessive**, entro il limite del 30% fissato dal D.M. 19 maggio 2021, n. 107.

Le **erogazioni liberali** raccolte con la campagna #DonaTutela e il **5 per mille** sono un sostegno diffuso alle attività di tutela e informazione. Nel 2025 UNC non ha svolto raccolte fondi ai sensi dell'art. 7 del Codice del Terzo settore.

Il valore economico distribuito

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO NEL 2025	EURO	%
Attività, progetti e funzionamento della struttura	1.012.238	64,2%
Persone (personale della sede nazionale)	504.656	32,0%
Imposte	18.249	1,2%
Avanzo trattenuto dall'associazione	41.151	2,6%
TOTALE	**1.576.294**	**100%**

Quasi due terzi delle risorse sono destinati alle **attività e ai progetti** e al funzionamento della struttura che li rende possibili; un terzo alle **persone** che lavorano nella sede nazionale, descritte nel capitolo 03. L'avanzo resta all'associazione e ne sostiene le attività future.

Dal valore economico al valore sociale. Le risorse impiegate si traducono in assistenza ai consumatori e alle consumatrici, conciliazioni, informazione, progetti e rappresentanza presso le istituzioni: le attività raccontate nel capitolo 05.

I prospetti di bilancio

Lo stato patrimoniale e il rendiconto gestionale completi, con il confronto con il 2024, sono riportati in allegato al presente Bilancio Sociale.

"Le risorse impiegate si traducono in assistenza ai consumatori e alle consumatrici, conciliazioni, informazione, progetti e rappresentanza presso le istituzioni."

ALTRE INFORMAZIONI



Questo capitolo raccoglie le informazioni non finanziarie richieste dalle Linee guida: controlli e rischi, contenziosi, parità di genere, legalità, privacy, salute e sicurezza, ambiente. Le riunioni degli organi sono descritte nel paragrafo 02.2.

Controlli e gestione dei rischi

UNC presidia i principali rischi gestionali con strumenti proporzionati alle sue dimensioni:

- il controllo del Revisore unico sulla gestione e sul bilancio, insieme al monitoraggio previsto dall'art. 30, c. 7 CTS (capitolo 10);
- la consulenza esterna per la contabilità, il fisco e l'amministrazione del personale;
- la previsione periodica di incassi e uscite, seguita dal Vicepresidente Tesoriere;
- la rendicontazione dei progetti agli enti finanziatori, curata dall'Ufficio progetti;
- i presidi per la sicurezza sul lavoro e la protezione dei dati, descritti più avanti.

Nel corso dell'esercizio non sono emerse criticità gestionali significative

Contenziosi

Nel 2025 non risultano contenziosi o controversie rilevanti ai fini della rendicontazione sociale.

Parità di genere e inclusione

Nella sede nazionale le donne sono 13 su 15 dipendenti (87%). Nel Consiglio Direttivo sono 7 su 18 componenti.

Il lavoro agile, previsto per la maggior parte del personale, aiuta a conciliare vita e lavoro. Per rendere l'informazione accessibile a tutti, l'Unione pubblica video tradotti nella lingua dei segni italiana (LIS) e propone eventi con traduzione simultanea.

Legalità e prevenzione della corruzione

UNC ha dichiarato di non aver conferito incarichi a ex dipendenti pubblici in violazione del divieto di pantouflage, cioè del passaggio a enti privati di chi, nella pubblica amministrazione, ha avuto poteri decisionali nei loro confronti (art. 53, c. 16-ter, D.Lgs. 165/2001).

Come richiesto dall'art. 137 del Codice del consumo, UNC ha dichiarato di non svolgere attività di promozione o pubblicità commerciale e di non avere connessioni di interessi con imprese di produzione o di distribuzione.

Privacy e protezione dei dati

UNC è titolare del trattamento dei dati dei soci e dei consumatori che si rivolgono all'Unione. Tiene il registro dei trattamenti previsto dal GDPR (General Data Protection Regulation, il Regolamento europeo 2016/679 sulla protezione dei dati) e si avvale di una consulenza esterna specializzata. Il personale segue la formazione obbligatoria sulla privacy; chi opera nelle sedi territoriali dispone di materiali della sede nazionale sulla gestione dei dati.

Salute e sicurezza sul lavoro

La sede applica il D.Lgs. 81/2008. Il documento di valutazione dei rischi (DVR) è stato aggiornato a febbraio 2025. Sono nominati il responsabile del servizio di prevenzione e protezione (RSPP), il medico competente e il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza (RLS). **Nel 2025 non ci sono stati infortuni sul lavoro.**

Informazioni ambientali

Le attività di UNC hanno un impatto ambientale diretto limitato: sono servizi di informazione, assistenza e tutela, svolti in gran parte con strumenti digitali. Gli impatti principali sono i consumi di energia della sede, l'uso di computer e dispositivi, una produzione limitata di carta e gli spostamenti per eventi e incontri.

Alcune scelte organizzative contribuiscono a contenerli:

- il lavoro agile per la maggior parte del personale, che riduce gli spostamenti casa-lavoro;
- la gestione digitale delle richieste dei consumatori e delle iscrizioni dei soci;
- l'informazione ai consumatori su risparmio energetico, consumi sostenibili e spreco alimentare, anche con progetti come CARE e Scrap The Food Waste.

LA VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE



Come misuriamo il nostro impatto

L'impatto sociale di UNC si vede nei cambiamenti che le nostre attività producono nella vita delle persone, nel mercato e nelle regole. Per il 2025 lo misuriamo con indicatori quantitativi tratti dalla documentazione presentata al Ministero delle imprese e del made in Italy per l'iscrizione all'elenco delle associazioni dei consumatori (art. 137 Codice del consumo). Contiamo i contatti ricevuti, le pratiche avviate, le persone formate e gli esiti delle nostre segnalazioni. Un contatto non coincide sempre con una persona: la stessa persona può scriverci più volte o su più canali.

I risultati per i consumatori e le consumatrici

- **80.468 contatti con la sede nazionale** tra e-mail, moduli online, telefono e social.
- **5.011 reclami e richieste di conciliazione** presentati per conto dei consumatori.
- **Oltre 100 Tutor dell'energia domestica** formati dall'avvio del progetto CirCe, che ha assistito centinaia di famiglie in difficoltà con le bollette.
- **Oltre 100 sedi animate da volontari** che accolgono le persone sul territorio.

80.468
CONTATTI CON LA SEDE NAZIONALE

I risultati per le istituzioni e il mercato

- **280.000 euro di sanzioni dell'Autorità Antitrust** a due società di call center segnalate da UNC per pratiche scorrette di telemarketing.
- **Oltre 10.000 firme alla petizione contro la shrinkflation**, mentre il legislatore introduceva una disciplina sul fenomeno.

Interventi dell'Antitrust, anche con richiami informali alle imprese (la cosiddetta moral suasion, cioè la persuasione senza sanzione), che hanno portato a informazioni più corrette per i consumatori, ad esempio sulla garanzia legale di due anni.

L'impatto culturale

UNC lavora da settant'anni per diffondere una cultura del consumo consapevole. Nel 2025 lo ha fatto anche con strumenti nuovi: l'intelligenza artificiale "Voi lo sapevate", i video podcast "Non cliccare qui" contro le truffe online, il podcast "Scontrini" e le guide gratuite sul sito. L'obiettivo è sempre lo stesso: dare alle persone le informazioni per scegliere meglio e difendere i propri diritti.



PROSPETTIVE FUTURE



Il 2025 ci consegna **un'associazione con settant'anni di storia** e strumenti nuovi per ascoltare i consumatori e le consumatrici. Per il biennio 2026-2027 ci diamo questi obiettivi.

Le nostre priorità

Un servizio di intelligenza artificiale strutturato ed etico

Vogliamo trasformare l'esperienza di "Voi lo sapevate" in un servizio stabile di informazione e orientamento per i consumatori, disponibile in ogni momento. Un servizio etico: trasparente su cosa è e cosa non è, rispettoso dei dati personali, sempre affiancato dai nostri esperti per i casi più complessi. L'intelligenza artificiale non sostituisce le persone: le aiuta ad ascoltare e a rispondere a molti più consumatori.

Longevità: al fianco delle persone anziane

Nel 2026 mettiamo al centro la longevità. Le persone anziane sono sempre più numerose e sempre più esposte a contratti complessi, bollette poco chiare e truffe, soprattutto online. Vogliamo accompagnarle, insieme alle loro famiglie, nelle scelte di consumo di tutti i giorni, partendo dall'esperienza del progetto CARE.



"Il 2025 ci consegna un'associazione con settant'anni di storia e strumenti nuovi per ascoltare i consumatori e le consumatrici."

Gli altri impegni

Rafforzare la rete territoriale, con più formazione per i volontari delle sedi locali.

Coinvolgere le nuove generazioni, anche con percorsi strutturati nelle scuole.

Continuare l'advocacy sui temi che pesano sui bilanci delle famiglie: energia, prezzi, servizi.

La vita associativa

Nel corso del 2026 si terrà l'Assemblea dei soci, che rinnoverà gli organi sociali e, se necessario, aggiornerà lo Statuto.



RELAZIONE DEL REVISORE UNICO

Prof. Giuseppe Sancetta

Il Codice del Terzo settore affida all'organo di controllo due compiti sul Bilancio Sociale: monitorare il rispetto delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale dell'ente e attestare che il documento sia redatto secondo le Linee guida ministeriali (art. 30, comma 7). Di seguito la relazione del Revisore unico.

Relazione del Revisore unico sul Bilancio Sociale 2025

Al Consiglio Direttivo e agli associati dell'Unione Nazionale Consumatori APS

Premessa

Il sottoscritto Prof. Giuseppe Sancetta, Revisore unico dell'Unione Nazionale Consumatori APS (di seguito «l'Ente»), nominato dall'Assemblea dell'8 novembre 2021, nell'esercizio delle funzioni di organo di controllo previste dall'art. 30 del D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117 (Codice del Terzo settore, di seguito «CTS»), riferisce sull'attività di monitoraggio svolta ai sensi del comma 7 del medesimo articolo e sull'esame del Bilancio Sociale dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2025. Il Bilancio Sociale è stato predisposto dal Vicepresidente con delega di Tesoriere, ai sensi degli articoli 11 e 21 dello Statuto, ed è sottoposto all'approvazione del Consiglio Direttivo, ai sensi dell'articolo 8 dello Statuto.

La relazione è redatta tenendo conto delle Norme di comportamento dell'organo di controllo degli enti del Terzo settore emanate dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili (CNDCEC).

Parte prima – Monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale (art. 30, comma 7, CTS)

Nel corso dell'esercizio 2025 e dopo la sua chiusura il Revisore ha monitorato l'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale dell'Ente, con particolare riguardo alle disposizioni degli articoli 5, 6, 7 e 8 CTS.

A tal fine ha esaminato i verbali del Consiglio Direttivo; il bilancio di esercizio 2025, redatto secondo gli schemi del D.M. 5 marzo 2020, con la relazione di missione; la documentazione contabile; la documentazione trasmessa al Ministero delle Imprese e del Made in Italy per la conferma dell'iscrizione nell'elenco di cui all'art. 137 del Codice del consumo. Ha inoltre avuto colloqui con il Presidente e con i Vicepresidenti.

In esito a tale attività il Revisore dà atto di quanto segue.

Attività di interesse generale (art. 5 CTS). L'Ente ha esercitato in via esclusiva o principale l'attività di interesse generale di cui all'art. 5, comma 1, lettera w), CTS, relativa alla tutela dei diritti dei consumatori e degli utenti, in conformità allo Statuto e all'iscrizione nel RUNTS, sezione Associazioni di promozione sociale.

Attività diverse (art. 6 CTS). Le attività diverse previste dall'art. 2 dello Statuto sono state esercitate in misura secondaria e strumentale rispetto a quelle di interesse generale. I relativi ricavi, pari a 377.339 euro, rappresentano il 23,9% delle entrate complessive dell'esercizio (1.576.294 euro), entro il limite del 30% previsto dall'art. 3 del D.M. 19 maggio 2021, n. 107. Il carattere secondario e strumentale è documentato nella relazione di missione, come previsto dall'art. 13, comma 6, CTS e dall'art. 21 dello Statuto.

Raccolta fondi (art. 7 CTS). Nel 2025 l'Ente non ha svolto attività di raccolta fondi ai sensi dell'art. 7 CTS. Le erogazioni liberali ricevute (11.341 euro) e le somme percepite a titolo di cinque per mille (2.922 euro) sono state destinate al sostegno delle attività di tutela e di informazione dei consumatori.

Assenza di scopo di lucro (art. 8 CTS). Il Revisore non ha rilevato distribuzioni, anche indirette, di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori, collaboratori, amministratori o altri componenti degli organi sociali, tenuto conto degli indici previsti dall'art. 8, comma 3, CTS. Le retribuzioni del personale dipendente sono determinate dal regolamento interno del personale, che fa riferimento al CCNL del Commercio, e non superano del 40% quelle previste da tale contratto. Il rapporto tra la retribuzione annua lorda massima e minima dei dipendenti è pari a 1:2,9, entro il limite di uno a otto previsto dall'art. 16 CTS. L'avanzo dell'esercizio, pari a 41.151 euro, è stato portato a incremento del patrimonio netto, interamente destinato allo svolgimento delle attività statutarie.

Limite dei lavoratori (art. 36 CTS). Al 31 dicembre 2025 l'Ente impiegava 15 lavoratori, a fronte di un limite pari al 20% degli associati (7.246 su 36.233). Il limite previsto per le associazioni di promozione sociale risulta quindi rispettato.

Perimetro. Il Bilancio Sociale descrive anche la rete territoriale, composta da oltre 100 sedi animate da volontari tra Comitati e Delegazioni, che resta esclusa dal perimetro dei dati economici e del personale, come dichiarato nella nota metodologica.

Parte seconda – Attestazione di conformità del Bilancio Sociale alle Linee guida (art. 14 CTS e D.M. 4 luglio 2019)

Responsabilità. La redazione del Bilancio Sociale in conformità alle Linee guida adottate con Decreto del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali del 4 luglio 2019 compete all'organo di amministrazione. Al Revisore compete attestare, ai sensi dell'art. 30, comma 7, CTS, che il Bilancio Sociale sia stato redatto in conformità a tali Linee guida.

Attività svolte. Il Revisore ha verificato:

- che il documento contenga le informazioni richieste dalle Linee guida per ciascuna delle sezioni previste: metodologia adottata; informazioni generali sull'ente; struttura, governo e amministrazione; persone che operano per l'ente; obiettivi e attività; situazione economico-finanziaria; altre informazioni; monitoraggio svolto dall'organo di controllo;

- il rispetto dei principi di redazione indicati dalle Linee guida: rilevanza, completezza, trasparenza, neutralità, competenza di periodo, comparabilità, chiarezza, veridicità e verificabilità, attendibilità, autonomia delle terze parti;

- la coerenza dei dati economici e finanziari con il bilancio di esercizio 2025 depositato al Registro unico nazionale del Terzo settore;

- la coerenza delle altre informazioni con la documentazione a disposizione dell'Ente, anche con verifiche a campione.

L'esame è stato condotto con procedure di verifica limitate rispetto a una revisione completa. Il Revisore non ha svolto una revisione dei dati e delle informazioni di natura extracontabile, la cui correttezza resta di responsabilità dell'organo di amministrazione.

Conclusioni

Sulla base delle attività svolte, il Revisore attesta che nel corso dell'esercizio 2025 l'Ente ha perseguito le finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale nel rispetto degli articoli 5, 6, 7 e 8 CTS, e che il Bilancio Sociale 2025 dell'Unione Nazionale Consumatori APS è stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle Linee guida di cui al D.M. 4 luglio 2019.

Il Revisore unico
Prof. Giuseppe Sancetta

ENTE DEL TERZO SETTORE " UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI APS"

Mod. A - STATO PATRIMONIALE

	Al 31/12/25 esercizio 2025	Al 31/12/24 esercizio 2024
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
3) attrezzature	€ 655	€ 2.222
4) mobili e arredi	€ 525	€ 1.077
5) immobilizzazioni in corso e acconti	€ -	€ -
Totale immobilizzazioni materiali	***€ 1.180***	***€ 3.330***
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	***€ 2.296***	***€ 4.446***
C) ATTIVO CIRCOLANTE		
I - Rimanenze		
1) materie prime, sussidiarie e di consumo	€ -	€ -
2) prodotti in coso 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	€	92.745	€	46.860
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso utenti e clienti	€	92.745	€	46.860
2) verso associati e fondatori				
esigibili entro l'esercizio successivo			€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso associati e fondatori	€	-	€	-
3) verso enti pubblici				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	626.886	€	386.497
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	14.142	€	14.142
Totale crediti verso enti pubblici	€	641.028	€	400.638
4) verso soggetti privati per contributi				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso soggetti privati per contributi	€	-	€	-
5) verso enti della stessa rete associativa				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso enti della stessa rete associativa	€	-	€	-
6) verso altri enti del Terzo settore				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso altri enti del Terzo settore	€	-	€	-
7) verso imprese controllate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso imprese controllate	€	-	€	-
8) verso imprese collegate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso imprese collegate	€	-	€	-
9) crediti tributari				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	24.363	€	18.743
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti tributari	€	24.363	€	18.743
10) da 5 per mille				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti da 5 per mille	€	-	€	-
11) imposte anticipate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo			€	-
Totale crediti imposte anticipate	€	-	€	-
12) verso altri				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale crediti verso altri	€	-	€	-
Totale crediti	**€**	***758.135***	**€**	***466.241***
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	€	78.689	€	156.024
2) assegni	€	-	€	-
3) danaro e valori in cassa	€	549	€	127
Totale disponibilità liquide	**€**	***79.238***	**€**	***156.151***

TOTALE ATTIVO CIRCOLANTE	**€**	***837.374***	**€**	***622.392***
D) RATEI E RISCONTI ATTIVI	**€**	**-**	**€**	**-**
Totale Attivo	**€**	***839.670***	**€**	***626.838***
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	€	29.711	€	27.912
2) altre riserve	€	-	€	-
Totale patrimonio libero	**€**	***29.711***	**€**	***27.912***
IV - Avanzo/Disavanzo d'esercizio	**€**	**41.152**	**€**	**1.799**
TOTALE PATRIMONIO NETTO	**€**	***70.863***	**€**	***29.711***
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	**€**	**195.892**	**€**	**184.848**
D) DEBITI				
1) debiti verso banche				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	1.154	€	1.483
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso banche	€	1.154	€	1.483
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	€	42.095	€	29.483
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	4.389	€	4.144

Totale debiti verso fornitori	€	46.484	€	33.627
8) debiti verso imprese controllate e collegate				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	-
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso imprese controllate e collegate	€	-	€	-
9) debiti tributari				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	33.038	€	42.354
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	52.706	€	71.547
Totale debiti tributari	€	85.744	€	113.901
10) debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	20.614	€	24.166
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso istituti di previdenza e di sicurezza sociale	€	20.614	€	24.166
11) debiti verso dipendenti e collaboratori				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	24.351	€	30.359
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	-	€	-
Totale debiti verso dipendenti e collaboratori	€	24.351	€	30.359
12) altri debiti				
esigibili entro l'esercizio successivo	€	-	€	6.707
esigibili oltre l'esercizio successivo	€	6.705	€	-
Totale altri debiti	€	6.705	€	6.707
TOTALE DEBITI	**€**	***185.052***	**€**	***210.243***
E) RATEI E RISCONTI PASSIVI	**€**	**387.864**	**€**	**202.036**
Totale Passivo	**€**	***839.670***	**€**	***626.838***

ENTE DEL TERZO SETTORE "UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI APS"

Mod. B - RENDICONTO GESTIONALE

ONERI E COSTI	2025	2024	PROVENTI E RICAVI	2025	2024
A) Costi e oneri da *attività di interesse generale*			**A) Ricavi, rendite e proventi da *attività di interesse generale***		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	€ 924	€ 2.374	1) Proventi da quote associative e apporti dei fondatori	€ 161.896	€ 180.516
2) Servizi	€ 781.707	€ 799.510	2) Proventi dagli associati per attività mutualistiche	€ -	€ -
3) Godimento di beni di terzi	€ 55.625	€ 65.614	3) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori	€ 50.000	€ 50.000
4) Personale	€ 306.466	€ 349.720	4) Erogazioni liberali	€ 11.341	€ 10.516
5) Ammortamenti	€ 2.149	€ 18.244	5) Proventi del 5 per mille	€ 2.922	€ 10.595
5 bis) Svalutazioni delle immobilizzazioni materiali ed immateriali	€ -	€ -			
6) Accantonamenti per rischi ed oneri	€ -	€ -	6) Contributi da soggetti privati		
7) Oneri diversi di gestione	€ 13.720	€ 47.896	7) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi	€ 86.987	€ 133.067
8) Rimanenze iniziali	€ -	€ -	8) Contributi da enti pubblici	€ 853.089	€ 858.131
			9) Proventi da contratti con enti pubblici	€ -	€ -
			10) Altri ricavi, rendite e proventi	€ 32.721	€ 30.222
			11) Rimanenze finali	€ -	€ -
Totale	***€ 1.160.592***	***€ 1.283.358***	***Totale***	***€ 1.198.955***	***€ 1.273.048***
			Avanzo/Disavanzo attività di interesse generale (+/-)	***€ 38.364***	***€ (10.310)***
B) Costi e oneri da *attività diverse*			**B) Ricavi, rendite e proventi da *attività diverse***		
1) Materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	€ 156	€ -	1) Ricavi per prestazioni e cessioni ad associati e fondatori	€ -	€ -
2) Servizi	€ 140.054	€ 136.993	2) Contributi da soggetti privati	€ -	€ -
3) Godimento di beni di terzi	€ 17.882	€ 13.266	3) Ricavi per prestazioni e cessioni a terzi	€ 374.589	€ 301.300
4) Personale	€ 198.190	€ 125.849	4) Contributi da enti pubblici	€ -	€ -
5) Ammortamenti	€ -	€ -	5) Proventi da contratti con enti pubblici	€ -	€ -
5 bis) Svalutazioni delle immobilizzazioni materiali ed immateriali	€ -	€ -			
6) Accantonamenti per rischi ed oneri	€ -	€ -	6) Altri ricavi, rendite e proventi	€ 2.750	€ 1.322
7) Oneri diversi di gestione	€ 21	€ 14.406	7) Rimanenze finali	€ -	€ -

8) Rimanenze iniziali	€	-	€	-				
Totale	***€***	***356.302***	***€***	***290.513***	***Totale***	***€***	***377.339***	***€***	***302.622***
					Avanzo/Disavanzo attività diverse (+/-)	***€***	***21.037***	***€***	***12.109***

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	***€ 1.516.894***	***€ 1.573.871***	***Totale proventi e ricavi***	***€ 1.576.294***	***€ 1.575.670***
			Avanzo/Disavanzo d'esercizio prima delle imposte (+/-)	**€ 59.400**	**€ 1.799**
			Imposte	**€ 18.249**	**€ -**
			Avanzo/Disavanzo d'esercizio (+/-)	***€ 41.151***	***€ 1.799***

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*	€ -	€ -

UNC
CONSUMATORI.IT

Unione Nazionale Consumatori APS

Via Duilio 13 – 00192 Roma

www.consumatori.it

C.F. 02932380583 · P. IVA 09840461009

Iscritta al RUNTS, sezione Associazioni di promozione sociale, repertorio n. 42665


instagram.com/consumatori


facebook.com/UNConsumatori


linkedin.com/company/unione-nazionale-consumatori


youtube.com/@unioneconsumatori

SOSTIENI UNC CON IL TUO 5 PER MILLE: C.F. 02932380583