

Protocollo d'intesa
tra
Edison S.p.A. e Associazioni dei Consumatori

Protocollo d'intesa tra
Edison S.p.A

e le seguenti Associazioni dei consumatori: Adiconsum, Adoc, Asso-Consum, Assoutenti, Casa del Consumatore, Cittadinanzattiva, Codacons, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega Consumatori, Movimento Consumatori, Movimento Difesa del Cittadino, Udicon, Unione nazionale Consumatori, Associazione Utenti dei Servizi Radio Televisivi

Premesso che

1. le parti condividono i principi descritti nel Manifesto per la Sostenibilità Consumeristica presentato da Consumers' Forum il 30 maggio 2017 e allegato al presente documento;
2. le parti intendono impegnarsi, con una visione di lungo periodo, nell'attuazione di quei principi e intendono procedere alla realizzazione di Progetti per la Sostenibilità con azioni il più possibile concordate e coordinate, riconoscendo che dall'interazione tra Edison e i consumatori possono scaturire esperienze durature e di successo;
3. le parti sono consapevoli dell'urgenza e importanza di attivarsi insieme per la costruzione di un modello di produzione e di consumo di energia sempre più responsabile, orientato al rispetto del lavoro e del risparmio energetico in cui sia il consumatore che il fornitore (di energia e dei servizi annessi) si fanno carico di obiettivi collettivi;
4. è interesse delle parti creare il contesto per il consumatore e gli operatori per poter esercitare le proprie responsabilità in modo libero e non condizionato al fine di promuovere un modello di consumo sempre più sostenibile;
5. le parti condividono, infine, la necessità di valorizzare il ruolo delle nuove tecnologie, per perseguire le finalità sopracitate di efficientamento dei consumi e per pensare a nuovi utilizzi e soluzioni per la collettività e, di promuovere la conoscenza diffusa degli strumenti economici a sostegno dei consumatori in difficoltà;
6. le parti condividono l'importanza strategica della collaborazione tra i soggetti firmatari; peraltro una collaborazione con le associazioni dei consumatori è oggi indicata da specifiche norme per le campagne di promozione di modelli di consumo e di acquisto improntati a criteri di solidarietà e di sostenibilità, volte a sensibilizzare l'opinione pubblica e le imprese sulle conseguenze negative degli sprechi e dell'uso non corretto dei beni.

Sottoscrivono il presente protocollo di intesa per conseguire i seguenti risultati:

1. promuovere progetti per la sostenibilità che si riferiscano in modo esplicito e dichiarato agli 8 obiettivi del Manifesto per la Sostenibilità consumeristica e dei relativi Target ONU, con particolare riferimento a:
 - volgere l'attenzione verso il consumatore meno consapevole ed abiente (collegamento con target SDG 10.2: per promuovere l'inclusione sociale e 12.8 aumentare la consapevolezza in tema di sviluppo sostenibile)
 - evitare lo spreco di beni e risorse, in questo caso energetiche (collegamento con target SDG 7.3. sull'efficienza energetica e 11.6 di riduzione dell'impatto pro-capite delle città)
 - ascolto degli stakeholder del territorio per riflettere sul ripensamento delle città, infrastrutture e servizi pubblici in termini di efficienza e sostenibilità energetica (collegamento con SDG 9 e 11)
 - valorizzare le procedure di conciliazione paritetica per la risoluzione delle controversie di consumo
2. configurare questi progetti come attuativi dei principi della Sostenibilità consumeristica e quindi sulla base dell'interazione tra le parti e attraverso gli impegni comportamentali reciproci citati nel Manifesto.

In particolare:

- 2.1 per quanto riguarda l'attenzione al consumatore meno consapevole si impegnano a delineare e promuovere occasioni di approfondimento sugli strumenti economici, sul loro accesso e utilizzo, già previsti per legge a sostegno dei clienti in difficoltà e sulla disseminazione di informazioni corrette circa il mercato dell'energia e l'utilizzo corretto e più efficiente e sostenibile dell'energia.
- 2.2 per quanto riguarda la lotta allo spreco di risorse le parti si impegnano a promuovere iniziative volte alla promozione di comportamenti sostenibili tra le nuove generazioni e rivolgendosi alle famiglie, anche grazie al ruolo attivo della rete capillare delle associazioni di consumatori sul territorio nazionale.
- 2.3 Infine per quanto concerne il ripensamento di luoghi, infrastrutture e servizi pubblici in termini di efficienza e sostenibilità l'impegno è volto allo sviluppo di iniziative e progetti di educazione alla progettazione condivisa per la ricerca di soluzioni per incrementare la qualità della vita privata e collettiva grazie alle tecnologie digitali e alle opportunità offerte dalla condivisione dei dati.

Per gli anni 2019/2020, per dare concreta attuazione a questi punti programmatici, le parti si impegnano a promuovere le seguenti iniziative:

- a. Un progetto educativo rivolto:
 - ad alcuni rappresentanti delle associazioni consumatori
 - alle nuove generazioni (scuole elementari e medie inferiori)
 - alle famiglie (con particolare attenzione agli anziani con l'obiettivo di ridurre il digital divide)

I territori nei quali realizzare il progetto educativo saranno individuati in considerazione della ramificazione delle reti delle Associazioni di consumatori sul territorio e degli interessi locali di Edison, per promuovere la conoscenza e l'utilizzo delle nuove tecnologie digitali quali fattori abilitanti per ottimizzare il consumo dell'energia, ripensare alcuni servizi e progettare nuove soluzioni volte a migliorare la sostenibilità dei contesti pubblici e domestici.

- b. Un progetto di informazione ai consumatori circa lo strumento del social bonus, attraverso la strutturazione di un programma di volontariato d'impresa dedicato alla finalità descritta e con il supporto della rete delle associazioni di consumatori coinvolte, sostenendo la necessità di addivenire ad un suo automatico rinnovo permanendone le condizioni richieste.
- c. collaborare nell'individuazione di nuovi obiettivi e impegni reciproci che possano arricchire ogni anno il Manifesto della Sostenibilità e diventare nuove basi per la virtuosa interazione di imprese e consumatori;
- d. coinvolgere in tutto questo lavoro le proprie risorse umane più esperte e capaci;
- e. istituire un tavolo di confronto permanente sui temi di comune interesse al fine di favorire l'individuazione di soluzioni condivise e l'elaborazione di ulteriori linee progettuali (ad esempio riguardanti la sicurezza e la protezione dei dati in relazione alle potenzialità generate dalla condivisione degli stessi) per favorire il raggiungimento degli obiettivi di cui al presente protocollo;
- f. comunicare adeguatamente i target di riferimento gli impegni reciproci del protocollo d'intesa

Il presente protocollo ha validità di 12 mesi e verrà rinnovato con accordo tra le parti.

Firme

Edison Spa
Adiconsum
Adoc
Asso-Consum
Assoutenti
Casa del Consumatore
Cittadinanzattiva
Codacons
Confconsumatori
Federconsumatori
Lega Consumatori
Movimento Consumatori
Movimento Difesa del Cittadino
Udicon
Unione Nazionale Consumatori
Associazione Utenti dei Servizi Radio Televisivi

Roma, 23 luglio 2019