



**CONSUMERS
INTERNATIONAL**

INSIEME PER IL
CAMBIAMENTO



BLUEPRINT GLOBALE PER SERVIZI ENERGETICI INCLUSIVI

Raccomandazioni
per il Mercato Italiano

CONSUMERS INTERNATIONAL: CHI SIAMO

Consumers International è l'organizzazione che riunisce le associazioni dei consumatori a livello globale. Crediamo in un mondo in cui tutti abbiano accesso a beni e servizi sicuri e sostenibili.

Riuniamo oltre 200 organizzazioni affiliate in 115 paesi per rafforzare e difendere i diritti dei consumatori ovunque. Siamo la loro voce nei forum internazionali di definizione delle politiche e nel mercato globale, per garantire che siano trattati in modo sicuro, equo e trasparente.

Siamo fermamente indipendenti, liberi da vincoli politici o interessi commerciali. Lavoriamo in collaborazione ed esercitiamo la nostra influenza con integrità, tenacia e passione per ottenere risultati concreti.



INDICE

1. Promuovere lo sviluppo di servizi energetici inclusivi a livello globale	4
1.1. Ambizione del Blueprint per servizi energetici inclusivi	4
1.2. Disegno del progetto a livello globale	6
2. L'esperienza della popolazione anziana in Italia	10
2.1. Selezione del target	10
2.2. Il contesto italiano	11
2.3. Attuazione del progetto a livello locale	12
3. I risultati: dall'esperienza dei consumatori alle soluzioni di mercato	14
3.1 Conoscenza e consapevolezza	14
3.1.1 Soluzioni 1-3: migliorare l'accessibilità all'informazione e la comunicazione.....	16
3.2 Disponibilità di soluzioni sicure e accessibili	19
3.2.1 Soluzioni 4-5: ampliare la disponibilità di opzioni economicamente accessibili	20
3.3. Investire in nuove tecnologie	22
3.3.1 Soluzione 6: sostegno agli investimenti in elettrificazione e innovazione.....	23
3.4. Uso efficiente, sicuro ed efficace dell'energia	24
3.4.1 Soluzioni 7-8: riconoscere le strategie di adattamento quotidiane	25
3.5. Manutenzione, riparazione e tutela	27
3.5.1 Soluzione 9: rafforzare la fiducia dei consumatori	28
3.6. Collaborazione continua multi-stakeholder	29
3.6.1 Soluzione 10: un Decalogo per servizi energetici inclusivi in Italia.....	30
4. Conclusione e prospettive future	31
Definizioni rilevanti per il mercato italiano	32
Ringraziamenti	33
Bibliografia	35

1. PROMUOVERE LO SVILUPPO DI SERVIZI ENERGETICI INCLUSIVI A LIVELLO GLOBALE

Consumers International promuove la tutela e il rafforzamento dei consumatori nei mercati energetici, e valorizza il potere dei consumatori per guidare una transizione rapida, equa e responsabile verso un futuro di energia pulita.

L'accesso a prezzi accessibili a servizi energetici adeguati è fondamentale per garantire i diritti umani e la dignità, ed è un bisogno essenziale dei consumatori sancito dalle Linee guida delle Nazioni Unite per la tutela dei consumatori (vedi Riquadro 1 sotto). Tuttavia, la povertà energetica colpisce oltre 2 miliardi di persone a livello globale¹. I consumatori che affrontano difficoltà economiche, sanitarie, sociali o legate a specifiche fasi della vita, o che vivono in aree remote, sono tra i più esposti al rischio di non poter accedere all'energia di cui hanno bisogno.

United Nations Guidelines for Consumer Protection (UNGCP – Linee Guide delle Nazioni Unite per la Protezione dei Consumatori)

Adottate dalle Nazioni Unite nel 1985 a seguito di una campagna globale guidata da Consumers International, queste Linee guida restano il riferimento internazionale per i diritti dei consumatori. Esse stabiliscono principi fondamentali per mercati equi, sicuri e sostenibili, orientando governi e imprese nella tutela dei consumatori in relazione a undici "bisogni legittimi". Dal 2015, l'"accesso universale all'energia pulita" è stato riconosciuto come uno dei servizi essenziali per i consumatori protetti da tali Linee guida. Coordinate dalla Conferenza delle Nazioni Unite sul commercio e lo sviluppo (UNCTAD), con il continuo ruolo guida di Consumers International, esse rappresentano la base dei diritti, della tutela e dell'empowerment dei consumatori nel mercato globale.

Box 1- Linee Guide delle Nazioni Unite per la Protezione dei Consumatori (UNGCP)

Nel corso degli ultimi decenni si è sviluppato un solido patrimonio di conoscenze riguardo alle sfide legate alla povertà energetica e all'accessibilità economica dell'energia. Tuttavia, il divario tra riconoscimento del problema e azione concreta rimane ampio: almeno 120 milioni di famiglie, nelle sole economie avanzate, continuano a essere in difficoltà a causa della povertà energetica².

A livello internazionale, l'esperienza dei consumatori è altrettanto complessa ed è influenzata da molteplici fattori, tra cui età, genere, salute, cultura, reddito, condizioni abitative, contesto geografico, ed è ulteriormente aggravata da sfide emergenti quali l'accesso al digitale, l'aumento delle truffe e molte altre. Inoltre, queste condizioni possono cambiare nel tempo. Affinché i sistemi energetici rispondano alle esigenze di tutti i consumatori, è necessario andare oltre modelli standardizzati; in particolare, i fornitori devono investire in servizi più inclusivi, basati sulla cura e sull'attenzione ai bisogni delle persone.

1 IEA, *Strategies for Affordable and Fair Clean Energy Transitions*, 2024. IEA/OCSE. Valore basato sull'accesso a soluzioni di cottura igienica nei paesi in via di sviluppo.

2 IEA, *Household Energy Affordability*, 2026. IEA/OCSE.

1.1 AMBIZIONE DEL BLUEPRINT PER SERVIZI ENERGETICI INCLUSIVI

Consumers International ha lanciato il Blueprint per servizi energetici inclusivi per affrontare il problema dell'accesso diseguale ai servizi energetici essenziali, dando priorità ai consumatori in situazioni di vulnerabilità, e aiutando gli operatori del mercato energetico a livello globale a progettare servizi energetici insieme a e per le persone che ne hanno maggiore bisogno.

Abbiamo individuato un'opportunità per accelerare il cambiamento incoraggiando un maggiore coinvolgimento del settore energetico e attivando le potenti leve di cui dispongono i fornitori di energia per migliorare l'equità e l'inclusione nei servizi energetici attraverso il loro rapporto diretto con i singoli clienti.

La principale ambizione del Blueprint per servizi energetici inclusivi è:

- Costruire dialogo e fiducia tra le imprese energetiche locali e i consumatori
- Aumentare la consapevolezza delle principali sfide affrontate dai consumatori di energia in situazioni di vulnerabilità
- Promuovere soluzioni energetiche più inclusive per i consumatori sia a livello locale che globale.

Ogni rapporto del Blueprint analizzerà l'esperienza vissuta da uno specifico gruppo di consumatori che si trovano in condizioni di vulnerabilità energetica. Questo primo rapporto di una serie del Blueprint per servizi energetici inclusivi si concentra sul mercato energetico italiano e sull'esperienza dei consumatori italiani di età pari o superiore a 75 anni, che affrontano sfide interconnesse.

Consumers International si propone di replicare questa indagine, applicando la metodologia del Blueprint a una serie di dialoghi mirati con altri gruppi ad alto rischio in diversi mercati energetici. Con il passare del tempo, questo programma di lavoro non solo promuoverà soluzioni energetiche più inclusive per i consumatori dei Paesi analizzati, ma genererà anche un insieme unico di dati comparativi a livello di consumatore su come i servizi energetici inclusivi vengono vissuti e definiti nei diversi contesti nazionali.

Il risultato sarà un piano d'azione in grado di guidare i fornitori di energia di tutto il mondo nell'identificare e cogliere le numerose opportunità per offrire servizi energetici più equi e inclusivi a tutti i consumatori.



1.2. DISEGNO DEL PROGETTO A LIVELLO GLOBALE

Approccio orientato al consumatore

Consumers International è l'unica organizzazione che connette e rappresenta la voce indipendente dei consumatori a livello globale. Sulla base delle esperienze dei consumatori in tutto il mondo, attingiamo alla nostra ampia rete di stakeholder e partner provenienti dalla società civile, dal mondo accademico, dalle istituzioni pubbliche e dalle imprese, per promuovere il dialogo e la collaborazione intersettoriale a sostegno di una transizione energetica centrata sulle persone. Coinvolgiamo gli attori che dispongono delle leve più incisive per il cambiamento, supportandoli con le nostre competenze uniche sui consumatori, al fine di co-creare soluzioni che tutelino, rafforzino e incentivino il coinvolgimento dei consumatori nel sistema energetico.

Sottoprogetti basati sul contesto territoriale

Riconoscendo la diversità delle esperienze dei consumatori e il ruolo cruciale del contesto, abbiamo sviluppato per il Blueprint un approccio fortemente radicato nel territorio. Individuiamo un gruppo specifico di consumatori per i quali le sfide energetiche sono più pressanti e un paese in cui tale gruppo è particolarmente presente. Questo ci consente di analizzare in profondità l'esperienza concreta dei consumatori reali, offrendo una visione dettagliata delle difficoltà che affrontano e delle risposte operative necessarie.

Gruppo di coordinamento tra i diversi stakeholder

Il Blueprint per servizi energetici inclusivi riunisce una combinazione unica di stakeholder del settore energetico sia nella fase di ricerca sia nei Gruppi di coordinamento di ciascun paese analizzato. Ogni Gruppo di coordinamento è composto da:

- associazioni locali di tutela dei consumatori
- principali organizzazioni non governative (ONG) locali attive nel settore energetico
- principali imprese locali di fornitura di energia

Attraverso incontri frequenti con il Gruppo di coordinamento, condividiamo le evidenze raccolte e le confrontiamo con l'esperienza pratica e le competenze dei suoi membri. Questo approccio multi-stakeholder garantisce una prospettiva equilibrata e completa, combinando una conoscenza approfondita dell'esperienza dei consumatori con il contributo degli operatori di settore, che dispongono di competenze nella relazione con i clienti e di strumenti per agire rapidamente. Consumers International coordina un dialogo continuo per valutare tali evidenze e discutere soluzioni pratiche, adattate al contesto locale, che possano essere sostenute congiuntamente da tutto il Gruppo di coordinamento.

Analisi del percorso del consumatore

Mettere le persone al centro della transizione energetica richiede la comprensione delle loro esperienze lungo l'intero "percorso energetico del consumatore".

Questo percorso comprende cinque fasi: conoscenza e consapevolezza; soluzioni sicure e accessibili; investimenti in tecnologia; uso efficiente, sicuro ed efficace dell'energia; manutenzione, riparazione e tutela. Valutiamo i bisogni dei consumatori in ciascuna fase e il grado in cui tali bisogni vengono soddisfatti. Questo ci consente di individuare opportunità per migliorare la tutela e l'empowerment dei consumatori, al fine di superare le barriere ai servizi energetici inclusivi³.

Approccio alla ricerca e al coinvolgimento

Assumendo come punto di partenza l'esperienza dei consumatori, il primo passo consiste in un ampio processo di ricerca, coinvolgimento e ascolto. Consumers International si avvale della propria rete unica e trasversale e delle conoscenze locali dei propri membri – associazioni di tutela dei consumatori presenti in 115 paesi. Nel mercato di riferimento, raccogliamo opinioni ed evidenze attraverso interviste con esperti del settore a livello locale e globale, gruppi locali di interesse della comunità e tramite indagini dirette rivolte ai consumatori locali in situazioni di vulnerabilità. Appliciamo la prospettiva del "percorso del consumatore" per interpretare le informazioni raccolte, mappando le principali barriere che possono ostacolare un accesso equo e sostenibile all'energia lungo tutte le fasi del percorso, al fine di costruire un quadro ricco e concreto dell'esperienza dei consumatori.

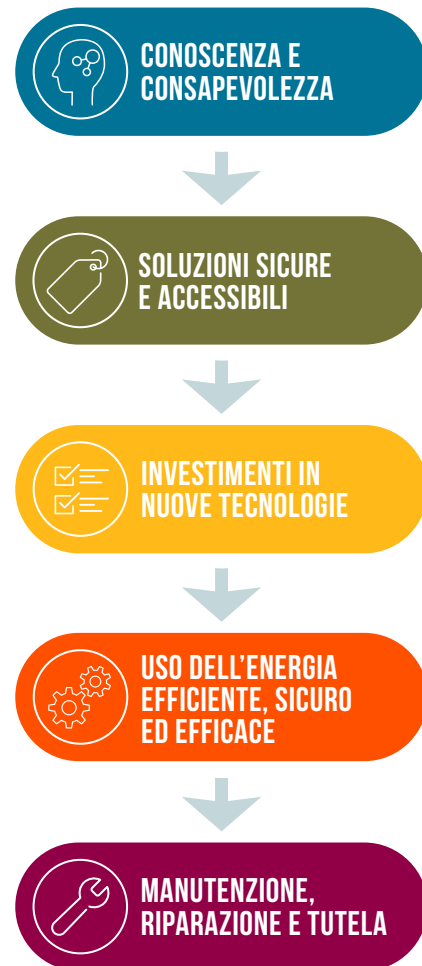


Figure 1 – L'analisi del percorso del consumatore

³ Consumers International, [Consumer Protection and Empowerment for a Clean Energy Future](#), White Paper, 2023.

Proposta di soluzioni

Le sfide che abbiamo individuato danno origine a cinque categorie di opportunità, che costituiscono la struttura portante del Blueprint per servizi energetici inclusivi, come illustrato nella Figura 2 riportata di seguito.

Fase del percorso	Opportunità per creare servizi energetici inclusivi
 <p>CONOSCENZA E CONSAPEVOLEZZA</p>	<p>Migliorare accessibilità e comunicazione: Progettare informazioni e comunicazioni chiare, empatiche e inclusive attraverso molteplici canali di comunicazione.</p>
 <p>SOLUZIONI SICURE E ACCESSIBILI</p>	<p>Aumentare la disponibilità di soluzioni accessibili: Condividere informazioni affidabili sulle opzioni disponibili più adeguate e supportare i clienti nell'individuare opportunità di risparmio energetico.</p>
 <p>INVESTIMENTI IN NUOVE TECNOLOGIE</p>	<p>Supportare gli investimenti in elettrificazione e innovazione: Sostenere investimenti mirati nell'elettrificazione, nelle tecnologie innovative e nei modelli di business che offrano nuovi modi per rispondere alle esigenze di tutte le famiglie.</p>
 <p>USO DELL'ENERGIA EFFICIENTE, SICURO ED EFFICACE</p>	<p>Riconoscere le strategie di adattamento quotidiano: Sviluppare soluzioni che rispondano alle sfide pratiche dei consumatori, ponendo i loro bisogni e il loro benessere al centro della progettazione dei servizi.</p>
 <p>MANUTENZIONE, RIPARAZIONE E TUTELA</p>	<p>Rafforzare la fiducia dei clienti: Promuovere la fiducia attraverso solide misure di tutela dei consumatori e sistemi di rendicontazione trasparenti.</p>

Figure 2: Le cinque categorie di azione

La nostra ricerca di soluzioni si basa su un'analisi globale delle migliori pratiche provenienti dal settore energetico e da altri ambiti, nonché su approfonditi confronti con professionisti che operano all'interno delle imprese e con coloro che interagiscono direttamente con i clienti in prima linea nei servizi clienti.

Poniamo i "principi di progettazione inclusiva" al centro del nostro Blueprint⁴. Questo orientamento supporta soluzioni che privilegiano un approccio attento alla persona, fondato sulle esperienze concrete dei consumatori, garantendo che prodotti e servizi funzionino per tutti, con fiducia, semplicità e relazione umana come elementi fondamentali.

Riconoscendo che tutti gli attori – fornitori di energia, organizzazioni della società civile e dei consumatori, decisori politici e autorità di regolazione – hanno un ruolo e devono collaborare per migliorare i servizi energetici e ricostruire la fiducia, ogni soluzione definisce chiaramente il contributo di ciascun soggetto coinvolto.

Impatto a livello nazionale

Le dieci soluzioni emerse dal primo rapporto del Blueprint per servizi energetici inclusivi rappresentano un insieme articolato di azioni a disposizione dei principali attori – inclusi i fornitori di energia – che intendono migliorare i servizi energetici per i consumatori locali, nell'ambito delle proprie attività commerciali e delle relazioni con la clientela.

Esiste inoltre l'opportunità di tradurre il Blueprint in un quadro settoriale duraturo che definisca obiettivi a livello di servizio, al fine di stimolare nel tempo una maggiore ambizione tra tutti gli operatori del mercato energetico. Ci auguriamo che le basi poste dal progetto Blueprint per servizi energetici inclusivi possano avviare un dialogo continuo e collaborativo, che possa essere portato avanti dagli attori locali anche dopo la conclusione del progetto.

Siamo convinti che questo approccio possa rafforzare la fiducia dei consumatori, dimostrare leadership e allineare i mercati energetici locali alle migliori pratiche globali.



4 Per saperne di più: [Inclusive Design in Essential Services - Money Advice Trust and Fair By Design](#)

2. L'ESPERIENZA DELLA POPOLAZIONE ANZIANA IN ITALIA

Il primo progetto pilota della serie del Blueprint per servizi energetici inclusivi si concentra sull'esperienza di un gruppo di consumatori importante e in crescita: le persone di età pari o superiore a 75 anni che affrontano sfide interconnesse. Abbiamo scelto di analizzare questo tema nel contesto del mercato energetico italiano, dove i consumatori anziani rappresentano una quota significativa del mercato e dove gli obiettivi nazionali di transizione energetica, insieme alle iniziative dell'Unione europea in materia di energia per i cittadini, offrono un'opportunità tempestiva per promuovere cambiamenti positivi.

2.1 SELEZIONE DEL TARGET

Una popolazione che invecchia rapidamente

Il mondo sta invecchiando rapidamente. Entro il 2050, una persona su sei avrà più di 65 anni, con la crescita più marcata in Asia ed Europa⁵. Mentre molte persone anziane vivono bene, una larga parte affronta diverse sfide connesse tra loro che possono aumentare i rischi legati all'accesso all'energia.

Le persone anziane trascorrono più tempo in casa, spesso in abitazioni più vecchie e meno efficienti dal punto di vista energetico, e tendono ad avere condizioni di salute peggiori: tutti fattori che aumentano il loro fabbisogno energetico, stimato tra il 30% e il 60% in più rispetto ai gruppi più giovani. Redditi più bassi e una maggiore incidenza di difficoltà fisiche, come problemi di vista, udito e ridotta mobilità, possono inoltre rendere più complesso l'accesso ai servizi energetici.

La povertà energetica ha colpito circa 2,4 milioni di famiglie in Italia nel 2024⁶. A partire dal 2025, quasi il 40% delle persone di età pari o superiore a 75 anni in Italia vivono da sole, la maggior parte delle quali sono donne. Le donne anziane non solo hanno maggiori probabilità di vivere sole, ma dispongono anche di pensioni più basse e di risorse più limitate. Circa 3,1 milioni di Italiani vivono con disabilità – circa il 5,2% della popolazione⁷ – e quasi la metà sono persone anziane. Il cambiamento climatico esercita ulteriori pressioni: le persone anziane sono tra le più colpite dalle ondate di calore, che stanno diventando più frequenti e intense in tutta Europa. Durante l'ondata di calore del 2023, in Italia sono stati registrati oltre 12.700 decessi correlati al caldo, il numero più alto registrato in Europa.

Un settore energetico in transizione

Il mix di approvvigionamento energetico dell'Italia è in evoluzione, mentre il Paese lavora per aumentare l'elettrificazione e raggiungere l'obiettivo del 70% di energia elettrica da fonti rinnovabili entro il 2030. Nonostante la crescita delle fonti rinnovabili, gas naturale e petrolio restano predominanti,

5 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2022). World Population Prospects 2022: Summary of Results. UN DESA/POP/2022/TR/NO. 3 https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_summary_of_results.pdf

6 Italian Energy Poverty Observatory (OIPE). (2025). Povertà energetica in Italia nel 2024. Tratto da: https://oipeosservatorio.it/wp-content/uploads/2025/12/2025_PE_ITA_2024.pdf

7 ISTAT & ANSA. (2019, December 3). Italy has 3.1 million disabled, 204,000 live alone. ANSA English. https://www.ansa.it/english/news/2019/12/03/italy-has-3.1-mn-disabled-204000-live-alone-istat_1c5a0a1d-59aa-4d2a-99eb-8bb673f9fe6b.html

rappresentando attualmente quasi il 70% dell'approvvigionamento energetico totale. I consumi energetici domestici sono fortemente influenzati dalla dipendenza dal gas: nel 2023, il gas naturale ha rappresentato circa il 46% del consumo energetico residenziale, mentre l'elettricità si è attestata intorno al 22%⁸. L'attuale dipendenza dell'Italia dai combustibili fossili, sia dal lato dell'offerta sia da quello della domanda, espone i consumatori energetici alla volatilità dei prezzi internazionali, evidenziando al contempo l'opportunità offerta dalla transizione energetica di rafforzare la sicurezza energetica nazionale e la stabilità dei prezzi.

Il mese di luglio 2024 ha segnato un importante punto di svolta nel settore energetico italiano, con la liberalizzazione formale del mercato della vendita al dettaglio dell'energia e la fine delle tariffe elettriche regolamentate. Gli interessi dei "consumatori in situazioni di vulnerabilità" all'interno del mercato sono attualmente tutelati attraverso il Servizio di Maggior Tutela (per l'elettricità) e il Servizio di tutela della vulnerabilità (per il gas naturale), sotto la supervisione dell'Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente (ARERA) (cfr. Box 2 sotto).

L'Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente (ARERA) è l'autorità indipendente responsabile di garantire il funzionamento efficiente e la trasparenza dei servizi di elettricità, gas, acqua e rifiuti in Italia. Istituita nel 1995, ARERA tutela i diritti dei consumatori, promuove una concorrenza equa e monitora i prezzi e la qualità dei servizi nel mercato energetico.

L'Autorità svolge inoltre un ruolo fondamentale nella gestione della transizione verso un'energia più pulita, assicurando che le riforme e le strutture tariffarie rimangano inclusive ed equilibrate dal punto di vista sociale.

Box 2 - ARERA, L'Autorità italiana di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente

Mentre l'Italia attraversa queste trasformazioni, è particolarmente importante garantire che l'energia rimanga accessibile e sostenibile dal punto di vista economico per tutti i consumatori, compresi coloro che già incontrano difficoltà nel soddisfare i propri bisogni energetici.

2.2. IL CONTESTO ITALIANO

Il contesto delle politiche energetiche

In tutta l'Unione europea, nuove politiche stanno ridefinendo il modo in cui le famiglie accedono all'energia e ne sostengono i costi. Il [Piano d'azione per un'energia accessibile](#) e il recente [Pacchetto energia per i cittadini](#) delineano insieme un percorso ambizioso verso una transizione energetica equa che non lasci indietro nessuno, affrontando la povertà energetica, promuovendo una partecipazione flessibile al mercato a beneficio di tutti i consumatori, garantendo una fornitura di servizi attenta alle esigenze degli utenti e favorendo una maggiore consapevolezza e applicazione dei diritti dei consumatori.

⁸ IEA. (n.d.). *Italy: Energy mix and electricity share in final consumption*. 30 settembre 2025, da <https://www.iea.org/countries/italy>.

Ciò si basa sulla [Direttiva sull'efficienza energetica \(2023/1791\)](#), che richiede agli Stati membri di dare priorità alle misure a favore delle persone colpite dalla povertà energetica, e sulla rifusione della [Direttiva sulla prestazione energetica nell'edilizia \(2024/1275\)](#), che accelera la riqualificazione degli edifici con le prestazioni peggiori e promuove gli sportelli unici ("One-Stop-Shop") per i consumatori. La riforma del 2024 dell'assetto del mercato elettrico dell'UE ha ulteriormente rafforzato i diritti nel mercato al dettaglio, garantendo l'accesso a contratti a prezzo fisso o dinamico, vietando modifiche unilaterali e introducendo tutele contro la sospensione delle forniture per i "consumatori in situazioni di vulnerabilità"⁹.

In Italia, il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) finanzia interventi nel campo delle energie rinnovabili, dell'efficienza energetica e dei programmi di formazione. Inoltre, il Bonus Sociale Energetico rappresenta un importante strumento di sostegno economico per le famiglie a basso reddito. Esso viene applicato automaticamente come sconto sulle bollette di elettricità e gas per i nuclei familiari con redditi contenuti. Per accedere al beneficio, le famiglie devono essere in possesso di un'attestazione valida dell'Indicatore della Situazione Economica Equivalente (ISEE), con soglie fissate a 9.530 euro annui e a 20.000 euro annui per le famiglie con quattro o più figli¹⁰. Le nuove misure introdotte nel 2026 prevedono un graduale ampliamento di tali criteri, oltre all'erogazione di contributi una tantum aggiuntivi. È inoltre prevista la possibilità per i fornitori di offrire ulteriori sconti volontari anche ai nuclei familiari con soglie ISEE più elevate (fino a 25.000 euro¹¹).

Quadro delle tutele dei consumatori

Il sistema di tutela dei consumatori in Italia è regolato da un solido quadro giuridico ed è supportato da diverse istituzioni dedicate alla salvaguardia dei diritti dei consumatori. Il pilastro fondamentale della tutela dei consumatori in Italia è il Codice del Consumo, che riunisce le normative nazionali ed europee per garantire trasparenza, equità e sicurezza nelle transazioni ed è gestito dal [Ministero delle Imprese e del Made in Italy \(MIMIT\)](#).

L'Italia vanta una consolidata cultura di tutela dei consumatori, con oltre 20 organizzazioni nazionali e numerose realtà locali impegnate nella difesa dei diritti dei cittadini, nel contrasto alle pratiche scorrette o non etiche e nella fornitura di servizi di orientamento, assistenza legale e risoluzione delle controversie, per garantire l'accesso a beni e servizi sicuri e sostenibili. Il [Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti \(CNCU\)](#) riunisce molte di queste organizzazioni, insieme ad associazioni e rappresentanti delle amministrazioni regionali, con l'obiettivo di fornire consulenza sulle politiche per i consumatori, monitorarne l'attuazione e favorire il coordinamento della tutela dei consumatori in Italia. Anche l'[Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato \(AGCM\)](#) svolge un ruolo fondamentale, assicurando l'applicazione delle norme contro le pratiche anticoncorrenziali, la pubblicità ingannevole e i comportamenti commerciali scorretti, contribuendo a rafforzare la tutela dei consumatori.

9 Commissione Europea. (n.d.). *Electricity market design*. 30 settembre 2025, tratto da https://energy.ec.europa.eu/topics/markets-and-consumers/electricity-market-design_en

10 Autorità di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. (2 aprile 2025). *Elettricità: ARERA approva le regole per il contributo straordinario di €200 alle famiglie con ISEE tra €9,530 e €25,000*. <https://www.arera.it/comunicati-stampa/dettaglio/elettricit-a-ara-approva-le-regole-per-il-contributo-straordinario-di-200-euro-alle-famiglie-con-isee-tra-eur-9530-e-25000>.

11 ARERA (2026), *Bonus sociali: aggiornamento soglia ISEE a €9,796*. <https://www.arera.it/comunicati-stampa/dettaglio/bonus-sociali-ara-ra-alza-a-9796-euro-la-soglia-isee-per-l'accesso-alle-agevolazioni-per-acqua-luce-gas-e-rifiuti>; Altroconsumo (2026), *Bonus bollette 2026*: <https://www.altroconsumo.it/casa-energia/elettricit-a-e-gas/news/bonus-bollette>

2.3. ATTUAZIONE DEL PROGETTO A LIVELLO LOCALE

Abbiamo condotto il progetto pilota in Italia da gennaio a dicembre 2025. Il Gruppo di coordinamento nazionale per questo studio era composto dai seguenti principali stakeholder locali:

- **Organizzazioni italiane di tutela dei consumatori:** Confeuropa Consumatori Italia e Unione Nazionale Consumatori (UNC), oltre all'Associazione Consumatori Utenti (ACU)
- **Principali rappresentanti della società civile nel settore energetico:** Rete Assist e Fondazione Banco dell'energia.
- **Fornitori di energia locali:** A2A, E.ON, Edison Energia ed Enel

Il Gruppo di coordinamento ha discusso e approvato l'impianto del progetto. Il team di Consumers International ha quindi condotto un approfondito processo di ricerca e coinvolgimento degli stakeholder, dialogando direttamente con 25 consumatori italiani anziani e intervistando oltre 50 esperti, sia a livello globale che locale, nei settori dei diritti energetici, dei diritti delle persone anziane e di altri ambiti legati agli interessi della comunità. Sono stati inoltre coinvolti importanti enti istituzionali locali, tra cui ARERA, AGCM e MIMIT.

Abbiamo analizzato l'esperienza concreta e le sfide attuali che i consumatori energetici anziani in Italia affrontano oggi, nonché le possibili soluzioni individuabili a livello globale, sia all'interno del settore energetico sia in altri ambiti, per superare le barriere identificate. Abbiamo elaborato un ampio elenco di possibili soluzioni da discutere con il Gruppo di coordinamento, che ha valutato ciascuna proposta in termini di efficacia, pertinenza e applicabilità nel contesto italiano.

I risultati emersi rappresentano le dieci azioni più rilevanti e concretamente attuabili per aiutare i consumatori italiani anziani ad accedere all'energia necessaria a garantire il loro continuo benessere. Queste raccomandazioni risultano particolarmente incisive in quanto godono del sostegno trasversale di diversi attori, tra cui associazioni di tutela dei consumatori, rappresentanti della comunità e fornitori di energia.



3. I RISULTATI: DALL'ESPERIENZA DEI CONSUMATORI ALLE SOLUZIONI DI MERCATO

In questa sezione presentiamo i risultati del nostro processo di ricerca e ascolto, condividendo l'esperienza delle persone anziane in Italia attraverso le cinque fasi del percorso energetico del consumatore. Le persone anziane non costituiscono un gruppo omogeneo: sebbene molte sfide siano comuni, esperienze e bisogni variano ampiamente e le situazioni possono cambiare nel tempo. Questo quadro viene illustrato attraverso le evidenze raccolte attraverso interviste con esperti e colloqui diretti con consumatori italiani anziani. I nomi sono stati sostituiti con pseudonimi per tutelarne l'anonimato.

Successivamente mappiamo le opportunità più rilevanti per sostenere meglio i consumatori nell'accesso a un'energia economicamente accessibile, attingendo a casi studio raccolti in tutto il mondo per individuare approcci innovativi che stanno già dimostrando la loro efficacia.

L'insieme delle 10 soluzioni proposte di seguito costituisce il nucleo del Blueprint per servizi energetici inclusivi per l'Italia. Per ciascuna di esse, illustriamo le opportunità a disposizione dei fornitori di energia, della società civile e delle istituzioni pubbliche per sostenere e attuare queste buone pratiche.



3.1 CONOSCENZA E CONSAPEVOLEZZA

Il nostro processo di ricerca sui consumatori ha evidenziato sfide significative per l'utenza anziana del settore energetico in Italia nella comunicazione con i fornitori di energia. Durante le interviste con gli esperti, la comunicazione da parte dei fornitori è stata ripetutamente descritta come frammentata, complessa e difficile da interpretare. Bollette, contratti e comunicazioni dei fornitori utilizzano spesso un linguaggio tecnico e formati non uniformi, rendendo difficile per i consumatori individuare le informazioni chiave o confrontare le diverse offerte.

La dott.ssa Marielle Feenstra, cofondatrice e direttrice scientifica del 75inQ Institute for Inclusive Energy Transition, ha sottolineato che una comunicazione "standardizzata" non riesce a riflettere la diversità dei bisogni dei consumatori, incluse alcune donne anziane che possono incorrere in barriere legate al livello di alfabetizzazione, al reddito e a una scarsa familiarità con procedure e strumenti finanziari. Ha evidenziato come molti canali e strumenti di comunicazione siano progettati pensando a utenti "standard", lasciando così altri esclusi da un coinvolgimento efficace con i servizi energetici.

La digitalizzazione ha introdotto ulteriori elementi di complessità. Sebbene alcune persone anziane siano attive online e coinvolte nei nuovi canali di mercato¹², l'esclusione digitale rimane una barriera significativa in Italia. Solo circa il 27% delle persone anziane italiani utilizza regolarmente le tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), uno dei tassi più bassi in Europa. Molti preferiscono interazioni faccia a faccia e fanno ampio ricorso al contante (69% delle transazioni nel 2022)¹³.

12 Olsson, T., & Viscovi, D. (2020). Who Actually Becomes a Silver Surfer? Prerequisites for Digital Inclusion. *Javnost - The Public*, 27(3), 230–246. <https://doi.org/10.1080/13183222.2020.1794403>

13 Gaia, A., & Sala, E. (2019). Older people's use of Information and Communications Technologies in Europe: The Italian case. *Autonomie Locali e Servizi Sociali*, 2, 163–183. <https://doi.org/10.1447/95863>.

I consumatori anziani incontrano spesso difficoltà nell'utilizzo delle piattaforme digitali di assistenza clienti, preferendo il supporto in presenza o telefonico.

Ciò ha implicazioni rilevanti in un sistema in cui i portali di comparazione, le richieste di bonus e i servizi di conciliazione sono concepiti con un approccio "digital-first". Ad esempio, la presentazione della dichiarazione ISEE richiede un'autenticazione digitale, creando ulteriori ostacoli per i consumatori anziani esclusi dal digitale.

Gli strumenti online, le app e le chatbot vengono proposti per facilitare il coinvolgimento dei consumatori; tuttavia, richiedono un livello di accesso agli strumenti digitali e di familiarità con l'uso delle tecnologie che non tutti possiedono. Lucie Middlemiss, professoressa di Ambiente e Società presso l'Università di Leeds, ha osservato che i sistemi esclusivamente digitali possono escludere le persone che non dispongono di competenze digitali o che necessitano di formati e strumenti alternativi a causa di disabilità visive, uditive o cognitive. Per questi gruppi, canali non digitali più accessibili, come l'assistenza in presenza o il supporto telefonico, restano fondamentali per favorire la comprensione e il coinvolgimento. Programmi come quelli offerti da Anziani e Non Solo, cooperativa sociale impegnata nell'innovazione sociale per l'inclusione in Italia, che organizza corsi locali di facilitazione digitale per aiutare le persone anziane a gestire i processi online, inclusi i contratti energetici, rappresentano un supporto essenziale per accompagnare i consumatori anziani in un mondo sempre più digitalizzato.

Nella pratica, i consumatori anziani fanno spesso affidamento su intermediari, come familiari o caregiver, per interpretare le informazioni e orientarsi nel sistema. Le persone anziane e chi se ne prende cura possono provare stress e confusione nel tentativo di contattare il proprio fornitore, incontrando difficoltà nella navigazione dei siti web e sentendosi frustrati dalle risposte standardizzate dei call center. Una consumatrice di 85 anni con cui abbiamo parlato, Angela, che convive con difficoltà visive e uditive, ha raccontato di sentirsi confusa di fronte ai continui cambiamenti tariffari e di essere "stanca dei robot dei call center" incontrati quando cercava assistenza. Quando i problemi persistono nel tempo, può risultare particolarmente frustrante dover spiegare ripetutamente la propria situazione a diversi operatori del servizio clienti a ogni contatto, oppure interagire con personale che non sa come offrire il supporto più adeguato.



Attori di fiducia come le autorità locali, i servizi sociali e le organizzazioni della società civile svolgono un ruolo fondamentale nel colmare questo divario di conoscenza e comunicazione. Tuttavia, non tutti i consumatori riescono a beneficiare di queste reti. La consapevolezza dei diritti e delle prestazioni disponibili rimane distribuita in modo diseguale, rafforzando le disuguaglianze esistenti nell'accesso ai servizi energetici. Maria, una vedova di 75 anni della Sicilia, ha spiegato: «Non so nemmeno a cosa ho diritto», condividendo un'esperienza comune tra i consumatori di energia italiani quando cercano informazioni su diritti, tariffe e misure di sostegno come l'ISEE. Molte persone anziane e altri consumatori in situazioni di vulnerabilità non si autoidentificano né chiedono aiuto quando incontrano difficoltà, a causa di vergogna, stigma o mancanza di conoscenze o competenze per orientarsi e cercare supporto. Di conseguenza, gli aiuti disponibili non sempre raggiungono chi ne ha maggiore bisogno.

SOLUZIONI 1, 2 & 3: MIGLIORARE L'ACCESSIBILITÀ ALL'INFORMAZIONE E LA COMUNICAZIONE

Le sfide emerse mostrano che migliorare la conoscenza e la consapevolezza dei consumatori in ambito energetico non significa soltanto fornire più informazioni, ma garantire che tali informazioni siano accessibili, comprensibili e supportate attraverso canali adeguati. Alla luce delle evidenze illustrate, emergono numerose opportunità per progettare informazioni chiare e inclusive e adottare approcci di comunicazione proattivi, che integrino supporto umano e digitale attraverso una pluralità di canali.

I casi studio dimostrano come alcuni di questi approcci siano già in fase di attuazione a livello globale. Essi offrono esempi concreti di come una comunicazione accessibile, un miglior indirizzamento degli interventi e la collaborazione con intermediari possano migliorare la comprensione dei consumatori, aumentare l'accesso alle misure di sostegno e rafforzare la fiducia nei servizi energetici.

SOLUZIONE 1 – COMUNICAZIONE ACCESSIBILE SU TUTTI I CANALI

OBBIETTIVO

Le comunicazioni rivolte ai clienti dovrebbero essere strutturate in modo semplice e inclusivo, applicando i principi della progettazione inclusiva, con la validazione degli elementi chiave attraverso test diretti con i consumatori, ove opportuno, per garantire che i messaggi raggiungano il pubblico più ampio possibile.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI

Adottare modelli di comunicazione accessibili nelle interazioni con i clienti e validarli, ove pertinente, attraverso test diretti con i consumatori. Rafforzare in modo continuativo la formazione del personale sui principi della progettazione inclusiva e sulle competenze comunicative.

SOCIETÀ CIVILE

Contribuire alla sperimentazione dei prototipi; fornire riscontri sull'usabilità per i consumatori in situazioni di vulnerabilità.

GOVERNO

Garantire il rispetto dei requisiti di accessibilità delle comunicazioni, in conformità con la Direttiva europea 2019/944 sul mercato interno dell'energia elettrica e con la Direttiva sull'accessibilità digitale (2019/882).

CASO STUDIO:

Polska Grupa Energetyczna (Polonia) - Ripensare le bollette tenendo conto dell'accessibilità

Polska Grupa Energetyczna (PGE) ha adottato un approccio articolato per rendere più accessibili le comunicazioni con i clienti, riconoscendo che un linguaggio complesso e bollette poco chiare possono escludere le persone anziane. Il personale è formato all'uso di un linguaggio semplice e le bollette presentano layout semplificati e accessibili, supporti visivi e informazioni dettagliate sui consumi energetici e sui regimi di sostegno disponibili. I centri di assistenza clienti sono dotati di lenti di ingrandimento e sistemi di amplificazione sonora, mentre sono stati ampliati i canali di contatto a distanza. Questo esempio dimostra come la progettazione inclusiva, che combina soluzioni digitali e in presenza, possa migliorare la comprensione, ridurre lo stress e rafforzare la relazione con i clienti.

SOLUZIONE 2 - IDENTIFICAZIONE PROATTIVA DELLE SITUAZIONI DI VULNERABILITÀ BASATA SULL'ANALISI DEI DATI

OBIETTIVO	Utilizzare strumenti digitali e di intelligenza artificiale per analizzare i dati sui comportamenti dei consumatori, sulle comunicazioni e sui processi di apprendimento, al fine di comprendere meglio quando i clienti possono incontrare difficoltà.
I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER	
FORNITORI	Opportunità di creare strumenti di apprendimento continuo derivanti dalle interazioni con il servizio clienti, dai reclami dei consumatori e dal Servizio di Conciliazione per individuare clienti che potrebbero trovarsi in difficoltà.
SOCIETÀ CIVILE	Le organizzazioni dei consumatori potrebbero fornire feedback e supportare la formazione del personale del servizio clienti.
GOVERNO	Definisce garanzie di tutela della privacy e dell'equità in conformità con il Regolamento generale sulla protezione dei dati (GDPR).
CASO STUDIO:	<u>American Electric Power (USA)</u> - Attività di sensibilizzazione mirate basate sui dati a favore dei consumatori in situazioni di vulnerabilità

American Electric Power (AEP), una delle principali utility statunitensi che serve milioni di clienti in diversi Stati, ha implementato strumenti digitali avanzati in collaborazione con Oracle per individuare e coinvolgere i nuclei familiari potenzialmente idonei in programmi di assistenza energetica. Analizzando una combinazione di dati sui consumi domestici e informazioni demografiche, AEP è riuscita a identificare clienti con redditi medio-bassi che rischiano di incorrere in difficoltà nel sostenere i costi energetici e non ancora iscritti a programmi di supporto. Comunicazioni mirate e personalizzate, tra cui campagne email proattive, sono state utilizzate per aumentare la consapevolezza delle opzioni di assistenza nei momenti più critici, portando molti destinatari a completare le verifiche di idoneità e a presentare domanda per il sostegno energetico. Questo approccio data-driven dimostra come un uso responsabile dell'analisi avanzata possa colmare i divari informativi, migliorare il coinvolgimento mirato dei clienti e favorire l'accesso a tariffe sociali e programmi di sostegno.

SOLUZIONE 3 – PERSONALIZZAZIONE E CONTINUITÀ NEL SERVIZIO AL CLIENTE

OBIETTIVO	Puntare alla personalizzazione e alla continuità nel rapporto con i consumatori anziani, attraverso approcci quali l’assegnazione di referenti dedicati da parte dei fornitori, una collaborazione più stretta con i caregiver e il rafforzamento del coordinamento con organizzazioni dei consumatori accreditate o altri intermediari di fiducia, in grado di supportare sia i consumatori sia chi se ne prende cura nell’orientarsi tra i servizi energetici. È inoltre fondamentale aggiornare in modo continuo la formazione del personale addetto all’interazione con i clienti, destinando risorse dedicate e garantendo standard coerenti e omogenei tra i diversi team.
------------------	--

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI	Aggiornare e ampliare periodicamente la formazione e le risorse destinate al personale responsabile dell’interazione con i clienti, al fine di supportare meglio i consumatori che affrontano difficoltà, o i loro caregiver, nella gestione di casi complessi, ad esempio nell’accesso a bonus e benefici applicabili e garantendo la disponibilità di sportelli territoriali dei fornitori. Valutare l’adozione di modelli interni di case management e/o la collaborazione con associazioni competenti per svolgere il ruolo di intermediari a supporto dei consumatori in situazioni di vulnerabilità.
SOCIETÀ CIVILE	Le associazioni dei consumatori e altre organizzazioni pertinenti dovrebbero essere valorizzate come rappresentanti dei clienti che necessitano di supporto, disponendo di canali di comunicazione dedicati con i team di assistenza clienti dei fornitori e di tempi di risposta concordati con gli stessi fornitori.
GOVERNO	Potrebbe promuovere o rendere obbligatori protocolli accreditati di gestione dei rapporti con i clienti; introdurre benchmark sui tempi di risoluzione dei reclami per favorire la conformità.

CASO STUDIO: ENGIE e EDF (Francia) - Rafforzare il supporto in prima linea attraverso partnership con i servizi sociali

In Francia, ENGIE ed EDF hanno entrambe sviluppato strumenti e servizi dedicati per migliorare l’accesso al sostegno energetico delle famiglie in situazioni di vulnerabilità, rafforzando il ruolo degli assistenti sociali e degli intermediari. Il portale Solidarité ENGIE e la linea telefonica dedicata offrono ai partner sociali autorizzati un accesso diretto alle informazioni e agli strumenti di supporto, consentendo loro di gestire le richieste di assistenza e aiutare più efficacemente i clienti in difficoltà. L’utilizzo del portale è cresciuto anno dopo anno, con centinaia di migliaia di interazioni registrate. EDF gestisce un sistema di supporto alla solidarietà che include un portale progettato per semplificare l’invio e il monitoraggio delle richieste di assistenza da parte degli assistenti sociali, affiancato da consulenti dedicati alla solidarietà e da partnership con associazioni locali e servizi sociali comunali. Queste iniziative dimostrano come una collaborazione strutturata tra fornitori di energia e servizi sociali possa garantire un supporto ai clienti più rapido ed efficace.



3.2 DISPONIBILITÀ DI SOLUZIONI SICURE E ACCESSIBILI

Per i pensionati che vivono con redditi fissi, la sostenibilità economica è una valutazione quotidiana. Dopo il pensionamento, i redditi diminuiscono mentre il consumo energetico pro capite aumenta, rendendo le bollette più difficili da gestire¹⁴. L'aumento dei prezzi sta costringendo alcuni a scegliere tra beni essenziali come il riscaldamento e il cibo, oppure tra l'accensione del condizionatore e il risparmio per i medicinali. La povertà energetica colpisce circa 2,4 milioni di famiglie in Italia e questa realtà è emersa chiaramente dalle testimonianze di molti dei consumatori anziani con cui abbiamo parlato. Laura, che aiuta la madre di 84 anni a gestire le bollette dell'energia nella loro casa di Torino, ha raccontato: «Le bollette sono opprimenti. Gestisco tutto io, ma nulla è facile o chiaro. E non abbiamo comunque diritto ad alcun aiuto».

Altri non sono a conoscenza dei sostegni disponibili. Le informazioni restano frammentate tra diversi siti web e uffici, lasciando molte persone confuse e scoraggiate. Le barriere all'accesso al supporto energetico spesso non sono solo di natura economica, ma sono anche legate alla complessità istituzionale, alla scarsa consapevolezza e agli oneri amministrativi, che impediscono a nuclei familiari potenzialmente idonei di accedere agli aiuti disponibili¹⁵. Attori di fiducia come le autorità locali, i servizi sociali e le organizzazioni della società civile svolgono un ruolo cruciale nell'affrontare queste difficoltà, fornendo informazioni chiare e affidabili sulle scelte energetiche e sulle misure di sostegno attraverso iniziative di comunità o servizi di sportello unico ("one-stop-shop"). Tuttavia, tali servizi sono spesso sconosciuti proprio ai consumatori che ne avrebbero maggiore bisogno.

La Fondazione Banco dell'energia, finanziata da A2A, Edison e le altre aziende che siedono nel suo Consiglio di amministrazione, promuove progetti di comunità energetiche inclusive con l'obiettivo di sostenere i nuclei familiari in situazioni di vulnerabilità.

La pressione finanziaria riduce la capacità mentale disponibile per prendere decisioni, rendendo più difficile per le famiglie individuare soluzioni: un fenomeno su cui concorda anche Agnese Cecchini, cofondatrice dell'Alleanza Italiana contro la Povertà Energetica¹⁶. L'analisi del mercato italiano della vendita al dettaglio di energia elettrica conferma inoltre che persino il cambio di fornitore, una strategia chiave per accedere a tariffe più vantaggiose, può comportare costi elevati, sia economici sia in termini di tempo e carico cognitivo legato alla necessità di orientarsi tra una gamma complessa di offerte di mercato¹⁷.

La fedeltà al fornitore di energia è comune tra i consumatori anziani, che spesso presumono erroneamente di essere premiati per la loro lealtà, mentre in realtà i contratti di lunga durata sono raramente i più convenienti. Rimanere con lo stesso fornitore non indica necessariamente fiducia; al contrario, la consapevolezza di pagare di fatto un "premio di fedeltà" può eroderla ulteriormente. Come ha riflettuto Saverio, un piastrellista in pensione di 81 anni, durante le interviste: «Sono rimasto per anni con lo stesso fornitore pensando fosse meglio, ma poi ho capito che pagavo più degli altri». Misure proattive di contatto con i clienti per offrire consulenza su tariffe e piani o strumenti di supporto, come opzioni di pagamento flessibili, rappresentano esempi di un buon servizio clienti che sono economicamente sostenibili per i fornitori. Tali misure affrontano le cause alla radice della morosità e rafforzano la resilienza dei consumatori.

¹⁴ Bardazzi & Paziienza, *Switch off the light*.

¹⁵ Bouzarovski, S. & Petrova, S. (2015), *Energy Research & Social Science*, 10, 31–40.

¹⁶ A. Cecchini, Co-founder, Gruppo Italia Energia / Alleanza contro la Povertà Energetica, personal communication, 9 giugno 2025.

¹⁷ Valbonesi, P., Magnani, M., & Manenti, F. M. (2024). *Measuring switching costs in the Italian residential electricity market*. The Energy Journal. <https://doi.org/10.5547/01956574.45.2.mmag>

SOLUZIONI 4 & 5: AMPLIARE LA DISPONIBILITÀ DI OPZIONI ECONOMICAMENTE ACCESSIBILI

Queste dinamiche dimostrano che l'accessibilità economica dell'energia non è determinata solo da fattori esterni di mercato o geopolitici, ma anche da barriere strutturali legate al modo in cui i servizi energetici vengono comunicati e forniti. Esiste un chiaro margine di intervento affinché fornitori, società civile e istituzioni pubbliche svolgano ruoli complementari nel ridurre tali barriere e migliorare l'accesso a opzioni energetiche economicamente sostenibili. Le soluzioni che seguono delineano misure pratiche per aumentare l'accessibilità economica al mercato energetico italiano.

SOLUZIONE 4 – FORNIRE CONSULENZA E SUPPORTO ENERGETICO TRAMITE INTERMEDIARI DI FIDUCIA

OBIETTIVO Rafforzare la collaborazione con gli intermediari territoriali, che svolgono un ruolo fondamentale come fonti attendibili di informazioni, consulenza, formazione e servizi di supporto sulle scelte energetiche e sullo sviluppo della resilienza dei consumatori e dei loro caregiver.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI Collaborare con le associazioni dei consumatori e con i fornitori di servizi di sportello unico per offrire consulenza ai clienti che necessitano di supporto. Ciò potrebbe includere partenariati formali finanziati.

SOCIETÀ CIVILE Le associazioni dei consumatori accreditate, gli sportelli unici comunali e altre fonti informative indipendenti possono fungere da facilitatori dell'accessibilità economica, offrendo un orientamento imparziale sulla gestione dei costi dell'energia e sull'accesso alle misure di sostegno disponibili. Possono inoltre trasmettere evidenze sulle barriere sistemiche all'accessibilità economica agli altri stakeholder del sistema energetico.

GOVERNO Sostenere protocolli standardizzati per la fornitura di informazioni semplificate e imparziali, finanziare sportelli unici e accreditare gli intermediari.

CASO STUDIO: **Rete Assist (Italia) - Orientamento personalizzato attraverso consulenti energetici per le famiglie**

In Italia esiste un modello efficace nel programma TED (Tutor per l'Energia), che fornisce consulenza specialistica diretta ai nuclei familiari meno serviti, i quali spesso non dispongono di conoscenze pratiche sull'uso efficiente dell'energia domestica e sui programmi di assistenza disponibili. I tutor TED agiscono come intermediari di fiducia, offrendo orientamento personalizzato sui consumi energetici, sulle misure di sostegno accessibili e su soluzioni pratiche per il risparmio energetico in casa. Mettendo in contatto i consumatori con esperti tecnici, questo modello contribuisce a garantire che le famiglie ricevano informazioni accurate e concretamente utilizzabili, favorendo al contempo l'inclusione nei servizi energetici. L'esperienza dimostra come reti di consulenza basate sulla fiducia possano rafforzare in modo significativo il ruolo dei consumatori e ricostruire la fiducia nel sistema energetico, in Italia e altrove.

SOLUZIONE 5 – CONTROLLO PERIODICO DEI CLIENTI

OBIETTIVO I fornitori contattano proattivamente i clienti anziani per offrire supporto nella comprensione delle bollette e nell'orientamento nel mercato dell'energia.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI I fornitori contattano regolarmente (ad esempio su base annuale) il cliente o il suo rappresentante per offrire supporto nella comprensione delle bollette, delle sue principali componenti di costo, delle differenze tra le tipologie tariffarie e delle modalità di accesso a strumenti di sostegno come il Bonus Sociale.

SOCIETÀ CIVILE Le organizzazioni dei consumatori potrebbero monitorare gli effetti della struttura tariffaria sul mercato e offrire supporto ai consumatori che incontrano difficoltà nell'accesso ai bonus e alla tariffa più adeguata alle loro esigenze.

GOVERNO Opportunità di rafforzare il finanziamento, i criteri e le attività di informazione del Bonus Sociale, per garantire che i clienti e i loro caregiver ne siano consapevoli e possano realmente accedervi.

CASO STUDIO: **Toast Electric (Nuova Zelanda) – Programma di sostegno energetico invernale**

Toast Electric ha implementato misure per aiutare i nuclei familiari che necessitano di supporto a gestire i costi energetici stagionali. Riconoscendo che i picchi delle bollette per il riscaldamento invernale possono esercitare una forte pressione finanziaria sulle famiglie che già affrontano difficoltà energetiche, l'azienda ha introdotto bollette invernali con tetti di spesa e conduce revisioni tariffarie periodiche in consultazione con i propri clienti. Queste misure garantiscono maggiore prevedibilità, riducono il rischio di indebitamento e assicurano che le famiglie possano mantenere l'accesso ai servizi energetici essenziali. Questo caso dimostra come una struttura tariffaria equa e trasparente, combinata con un coinvolgimento continuo dei clienti, possa proteggere le famiglie dalle difficoltà stagionali e al contempo rafforzare la fiducia nei fornitori di energia.



3.3. INVESTIRE IN NUOVE TECNOLOGIE

Il settore energetico è in rapida evoluzione e offre soluzioni con un potenziale di risparmio a lungo termine per le famiglie, come l'elettificazione dei consumi domestici – ad esempio tramite le pompe di calore – oltre allo sviluppo di dispositivi intelligenti, comunità energetiche, impianti fotovoltaici su tetto e tariffe flessibili. Organizzazioni dei consumatori come Confeuropa Consumatori Italia guardano con entusiasmo al potenziale di queste nuove opportunità per rafforzare la capacità dei consumatori italiani di avere un maggiore controllo sui propri costi energetici, promuovendo in particolare la partecipazione alle comunità energetiche rinnovabili.

Tuttavia, i costi iniziali, l'incertezza sui tempi di rientro degli investimenti e la complessità delle opzioni disponibili impediscono a molti consumatori di accedere concretamente a queste opportunità. Il dott. João Pedro Gouveia, autorevole accademico della Università NOVA di Lisbona, ha confermato che molte persone faticano a decidere se investire in tecnologie energetiche promosse, come le pompe di calore, interventi di isolamento o i pannelli solari, poiché il mercato non fornisce informazioni chiare, comparabili e trasparenti sui costi, sui potenziali risparmi e sul valore nel lungo periodo.

Queste sfide sono particolarmente accentuate per i nuclei familiari più anziani, che spesso affrontano ulteriori vincoli legati a redditi fissi, a una limitata alfabetizzazione digitale e a una minore fiducia nell'utilizzo di tecnologie non familiari. Le asimmetrie informative aggravano ulteriormente il problema. Le comunicazioni sulle nuove tecnologie sono spesso rivolte a famiglie più giovani o digitalmente attive e raramente adattate alle esigenze dei consumatori anziani. Mathilde Rainard, dottoranda in domanda energetica presso l'Università di Leeds, ha concordato sul fatto che i consumatori anziani spesso non hanno accesso a consulenze personalizzate o a intermediari di fiducia in grado di accompagnarli nelle decisioni di investimento.

Questo è stato confermato anche dai consumatori con cui abbiamo parlato. Alla domanda sul loro interesse verso le nuove tecnologie energetiche, Maria, un'insegnante in pensione di Bari, ha espresso la percezione che "non siano cose per persone come me". In assenza di un supporto più mirato, il processo di individuazione, finanziamento e realizzazione degli interventi di efficientamento energetico può risultare opprimente e poco accessibile per i consumatori anziani, riducendo così la probabilità che tali opportunità vengano colte proprio da coloro che potrebbero trarne i maggiori benefici.



SOLUZIONE 6 – SOSTEGNO AGLI INVESTIMENTI IN ELETTRIFICAZIONE E INNOVAZIONE

Oltre alla consapevolezza, una sfida fondamentale riguarda la possibilità concreta di accedere alle nuove tecnologie. Di seguito illustriamo come modelli di attuazione innovativi e mirati possano ridurre sia la complessità percepita sia quella reale delle opportunità legate all'elettrificazione e all'efficienza energetica, garantendo che esse rispondano alle esigenze di tutte le famiglie.

SOLUTION 6 – PROGRAMMI MIRATI PER L'ELETTRIFICAZIONE E L'EFFICIENZA ENERGETICA

OBBIETTIVO

Progettare programmi mirati di supporto sovvenzionato per i nuclei familiari anziani e i loro caregiver, al fine di favorire l'accesso ai benefici dell'elettrificazione, degli interventi di efficienza energetica e dei dispositivi intelligenti, accompagnati da informazioni operative chiare.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI

Fornire informazioni chiare e accessibili sulle migliori pratiche per ridurre e ottimizzare in modo sicuro i consumi energetici. Valutare l'offerta di programmi di supporto mirati per interventi di miglioramento, combinati con opzioni di finanziamento flessibili, inclusi pagamenti in bolletta, nonché collegamenti a servizi di consulenza indipendente.

SOCIETÀ CIVILE

Opportunità di supportare i fornitori nell'individuazione delle abitazioni idonee e nel fornire assistenza post-intervento ai consumatori, ove necessario. Opportunità di offrire consulenza energetica e formazione mirate ai consumatori anziani e ai loro caregiver.

GOVERNO

Garantire il rispetto delle norme in materia di trasparenza, comprese le tutele relative al diritto di recesso e alla possibilità di uscita dai contratti; integrare la flessibilità lato domanda nei quadri normativi nazionali.

CASO STUDIO:

PG&E, SCE, and SDG&E (USA) - Programma di assistenza per il risparmio energetico

Le famiglie a basso reddito tendono a vivere in abitazioni poco efficienti dal punto di vista energetico, con bollette più alte e livelli di comfort inferiori rispetto ai nuclei familiari più abbienti. Per affrontare questo problema, PG&E, SCE e SDG&E implementano il Programma di assistenza per il risparmio energetico (Energy Savings Assistance Program – ESAP), che prevede interventi gratuiti di efficientamento energetico, la fornitura di elettrodomestici ad alta efficienza e termostati intelligenti, sia per abitazioni singole sia per edifici plurifamiliari che soddisfano i requisiti di reddito. Attraverso l'estensione di questi interventi, il programma riduce i costi energetici per le famiglie, migliora il comfort abitativo e contribuisce alla riduzione delle emissioni e all'aumento dell'efficienza operativa dei fornitori, generando benefici sia per i consumatori sia per le aziende energetiche.



3.4. USO EFFICIENTE, SICURO ED EFFICACE DELL'ENERGIA

Le persone anziane che vivono sole tendono a consumare più energia pro capite, a causa di abitazioni inefficienti e del maggior tempo trascorso in casa¹⁸. Tuttavia, l'aumento dei prezzi sta costringendo molti a ridurre i consumi: limitando il riscaldamento, spegnendo i frigoriferi o utilizzando apparecchi non sicuri.

Le strategie quotidiane di adattamento impiegate da molti consumatori anziani, soprattutto a basso reddito, che spesso non possono permettersi interventi di miglioramento o richiedere adeguamenti ai proprietari, emergono chiaramente dalle testimonianze raccolte. Cristina, che vive da sola nella sua casa a Roma, ha raccontato semplicemente: «Spenso tutto». Molti riducono anche l'uso del forno, nonostante l'importanza della cucina nella tradizione italiana, con un impatto profondo sul benessere e sulla qualità della vita. Francesco, un uomo di 90 anni intervistato a Torino, ha osservato: «Amo cucinare, ma le bollette sono così alte che mi sto privando dell'uso del forno. Questi prezzi mi hanno tolto il piacere di preparare un buon pasto». La sua esperienza dimostra come l'aumento dei costi stia trasformando attività essenziali o culturalmente significative in veri e propri lussi.

Con l'intensificarsi del cambiamento climatico, l'aumento della frequenza delle ondate di calore sta facendo crescere la domanda energetica estiva in Italia. Durante le ondate di calore record, le persone anziane sono tra le più colpite, e nel 2024 il Paese ha registrato il più elevato numero di decessi legati al caldo in Europa¹⁹. La povertà energetica estiva sta emergendo non solo come una questione economica, ma anche come un problema di salute pubblica, aumentando i rischi per le popolazioni anziane e mettendo al contempo sotto ulteriore pressione il sistema energetico. Entro il 2050, l'esposizione delle persone di età pari o superiore a 69 anni alle giornate con temperature elevate è destinata a più che raddoppiare a livello globale²⁰.

Per chi dipende da farmaci e dispositivi medici, i consumi spesso non possono essere ridotti: il frigorifero deve rimanere acceso, i concentratori di ossigeno non possono essere scollegati. Il peso psicologico di ricevere bollette elevate ogni mese può quindi essere significativo. Francesco ha inoltre evidenziato ulteriori barriere legate a problemi di udito, che rendono difficile interagire con i canali di assistenza clienti. Ha definito le bollette dell'energia un "tabù", riflettendo un senso di vergogna e rassegnazione nel chiedere supporto. Storie come la sua mostrano chiaramente come pressione finanziaria, difficoltà comunicative e fattori psicologici si intreccino nel plasmare l'esperienza dei consumatori.

Queste sfide evidenziano il ruolo fondamentale dei caregiver e degli intermediari. I familiari o gli assistenti sociali di fiducia fungono spesso da ponte tra le persone anziane e i servizi di cui hanno bisogno. Circa l'8% degli italiani, per lo più donne tra i 45 e i 64 anni, presta assistenza non retribuita, incidendo direttamente sul benessere, sui consumi energetici e sull'accesso ai servizi delle persone anziane²¹. Tuttavia, dalle testimonianze raccolte emerge che gli stessi caregiver possono non disporre delle conoscenze, delle risorse o dell'accesso formale necessari per supportare efficacemente le decisioni legate all'energia e sono spesso esclusi dai flussi di comunicazione con i fornitori. La deputata della

18 Pais-Magalhães, V., Moutinho, V., Robaina, M. Is an ageing population impacting energy use in the European Union? Drivers, lifestyles, and consumption patterns of elderly households, *Energy Research & Social Science*, Volume 85, 2022, 102443, ISSN 2214-6296, <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102443>.

19 ANSA English Desk. (2025, September 22). *Italy top in Europe for heat-related deaths in 2024*. ANSA. https://www.ansa.it/english/news/general_news/2025/09/22/italy-top-in-europe-for-heat-related-deaths-in-2024_e71721f2-e11a-4cf4-8487-f22414319860.html.

20 Falchetta, G., De Cian, E., Sue Wing, I. et al. Global projections of heat exposure of older adults. *Nat Commun* 15, 3678 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41467-024-47197-5>

21 Santini, S. (2025). Intergenerational informal caregiving in an ageing society: The case of Italy. In S. Santini (Ed.), *Intergenerational caregiving in Europe* (pp. 85–102). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-658-48005-9_5.

Commissione Affari Sociali, Ilenia Malvasi, ha spiegato che in Italia i caregiver operano spesso “nell’ombra”, sacrificando il proprio percorso professionale per dedicarsi alla cura, senza un adeguato riconoscimento o supporto. Ciò li rende particolarmente vulnerabili a diverse forme di stress, inclusa quella finanziaria, e limita la loro capacità di assistere le persone anziane nelle questioni legate all’energia.

SOLUTIONS 7 & 8: RICONOSCERE LE STRATEGIE DI ADATTAMENTO QUOTIDIANE

Assicurare che le strategie di adattamento quotidiane siano sicure ed efficaci richiede misure concrete per sostenere e responsabilizzare sia i consumatori anziani sia i loro caregiver. Le soluzioni devono riconoscere le condizioni reali vissute dai nuclei familiari in situazioni di vulnerabilità, ponendo i bisogni e il benessere dei consumatori al centro della progettazione dei servizi. Le soluzioni che seguono mettono in evidenza strumenti e meccanismi volti a semplificare l’accesso e garantire il benessere energetico, mantenendo al contempo l’autonomia e la sicurezza delle persone anziane.

SOLUTION 7 – ACCESSO SEMPLIFICATO TRAMITE DELEGA PER I CAREGIVER

OBIETTIVO

Facilitare la delega di accesso alle informazioni relative alla fornitura di energia ai caregiver designati e migliorare le comunicazioni affinché i clienti anziani siano consapevoli di tale possibilità.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI

Promuovere comunicazioni volte a informare i clienti sulla possibilità di affidare la gestione delle proprie forniture energetiche a una persona o a un soggetto delegato. Garantire che le comunicazioni facciano esplicito riferimento, ove appropriato, ai caregiver, affinché siano consapevoli del supporto a loro disposizione.

SOCIETÀ CIVILE

Le associazioni dei caregiver potrebbero svolgere un ruolo fondamentale nel validare i protocolli di accesso proposti e fungere da intermediari nella comunicazione tra fornitori e caregiver.

GOVERNO

Allineare i processi al GDPR e ai sistemi di identificazione elettronica (eID); includere esplicitamente i caregiver nella definizione dei gruppi vulnerabili aventi diritto al sostegno energetico; sviluppare misure di sostegno mirate, quali contributi o crediti dedicati ai caregiver nell’ambito delle procedure di accesso ai bonus, in coordinamento con il Bonus Sociale.

CASO STUDIO:

Bank of Scotland (UK) – Supporto tramite procura (Power of Attorney)

I consumatori anziani necessitano spesso di una persona di fiducia che gestisca i loro conti, ma procedure rigide possono rendere questo processo lento e fonte di stress. Per affrontare questo problema, la Bank of Scotland ha semplificato la gestione tramite delega attraverso l’uso della procura (Power of Attorney – POA), garantendo che i rappresentanti di fiducia possano amministrare i conti in modo efficiente. Piattaforme indipendenti, come MoneySavingExpert, arrivano persino a valutare le banche in base alla facilità e alla rapidità di registrazione delle procure, evidenziando quelle che gestiscono le richieste in tempi brevi per i conti esistenti. I fornitori di energia potrebbero seguire l’esempio del settore dei servizi finanziari, offrendo modalità semplici, sicure e tempestive di accesso tramite delega, creando sistemi basati sul consenso che consentano ai caregiver di gestire bollette e servizi energetici senza ostacoli inutili.

SOLUTION 8 – SOSTEGNO COORDINATO ALLA RESILIENZA ESTIVA

OBIETTIVO

Garantire una risposta coordinata per proteggere i consumatori anziani dalle ondate di calore estive, attraverso misure quali la fornitura di kit individuali per il raffrescamento, indicazioni comportamentali e sistemi di allerta preventiva sui rischi di surriscaldamento, oltre a interventi più ampi a livello comunitario in ambito socio-sanitario.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI

Comunicare in modo proattivo attraverso campagne informative rivolte ai consumatori anziani e ai loro caregiver durante la stagione estiva, fornendo indicazioni sulle migliori pratiche per affrontare le ondate di calore e informazioni su soluzioni a livello domestico, come dispositivi di raffrescamento efficienti. Opportunità di segnalare e sostenere risposte coordinate a livello comunitario o pubblico, come i centri di raffrescamento, per proteggere le persone più vulnerabili.

SOCIETÀ CIVILE

Le organizzazioni della società civile collaborano per informare e supportare i consumatori in situazioni di vulnerabilità durante le ondate di calore, anche attraverso campagne di comunicazione coordinate e soluzioni dedicate. Possono inoltre svolgere un ruolo di supporto ai fornitori nell'assistere i loro clienti anziani.

GOVERNO

Rafforzare il Piano nazionale per la prevenzione degli effetti del caldo sulla salute, prevedendo un sostegno finanziario alle iniziative locali, ai programmi promossi dai fornitori e alle azioni collaborative per la resilienza estiva, e fornire un quadro di riferimento per sostenere una risposta strutturata e sostenibile ai rischi legati al caldo nelle diverse regioni.

CASO STUDIO:

Croce Rossa Italiana (Italia) – Progetto OASI - Centro di raffrescamento

Durante le intense ondate di calore dell'estate 2024, la Croce Rossa Italiana, in collaborazione con Banco dell'energia ed Edison, ha istituito il Progetto OASI – Centro di raffrescamento presso la sede CRI Area Sud Milanese di Opera, con l'obiettivo di supportare le persone più esposte ai rischi del caldo estremo. L'iniziativa ha dotato il centro di sistemi di climatizzazione e, successivamente, di un impianto fotovoltaico in grado di coprire circa la metà del fabbisogno energetico, garantendo così uno spazio fresco e sicuro per i residenti durante i periodi di alte temperature. Il centro ha offerto non solo un rifugio ambientale, ma anche servizi socio-sanitari, attività di sensibilizzazione sui rischi per la salute legati al caldo e iniziative di prossimità, tra cui servizi di trasporto gratuiti verso strutture sanitarie. Durante la sua prima stagione, il progetto ha raggiunto centinaia di persone e ha formato volontari sulle tematiche della povertà energetica e degli impatti del cambiamento climatico. Questa esperienza dimostra come risposte collaborative a livello di comunità, sostenute da diversi attori, possano fornire un supporto essenziale e rafforzare la resilienza climatica dei nuclei familiari.



3.5. MANUTENZIONE, RIPARAZIONE E TUTELA

Fronte all'insieme delle sfide sopra descritte, la nostra ricerca ha evidenziato una generale erosione della fiducia dei consumatori nel settore energetico italiano. La complessità delle offerte disponibili, come i prodotti energetici combinati e i servizi accessori, pur potendo semplificare alcuni aspetti della fatturazione o della fornitura dei servizi, è stata segnalata come un fattore che mina la fiducia quando tali offerte non sono spiegate in modo chiaro o non risultano allineate alle esigenze dei consumatori. L'associazione italiana Unione Nazionale Consumatori evidenzia che alcune offerte energetiche enfatizzano solo una parte del prezzo (ad esempio la componente energia), omettendo invece i costi fissi o gli oneri aggiuntivi, sottolineando così la necessità di una piena trasparenza affinché i consumatori possano prendere decisioni informate²².

La fiducia è ulteriormente compromessa da pratiche di vendita aggressive o fuorvianti, tra cui telefonate non richieste, vendite porta a porta e tattiche di vendita insistenti. Durante le nostre interviste ai consumatori, Giorgio, un ingegnere in pensione, ha raccontato come le ripetute chiamate a freddo, accompagnate da proposte di vendita confuse, lo abbiano portato a temere condizioni nascoste o truffe, affermando: «Mi hanno ingannato una volta con belle parole e falsi sconti. Ora, ogni volta che ricevo una nuova bolletta, penso che stia succedendo di nuovo».

Il Barometro delle truffe di Consumers International evidenzia che l'attività fraudolenta è ampiamente percepita in aumento, con il 71% delle associazioni dei consumatori che segnala una crescita delle truffe a livello globale²³. Secondo la Commissione europea, i consumatori anziani sono particolarmente colpiti da truffe e pratiche scorrette²⁴. Queste esperienze contribuiscono a generare un diffuso timore di frodi, soprattutto nelle interazioni digitali o telefoniche difficili da verificare. Di conseguenza, anche le comunicazioni legittime da parte dei fornitori o dei servizi di supporto vengono spesso ignorate, limitando l'accesso a tariffe vantaggiose, programmi di assistenza o servizi di consulenza.

Quando i clienti cercano assistenza, i sistemi di supporto possono risultare impersonali e frammentati, generando un senso di isolamento e scoraggiando i tentativi di trovare una soluzione. Le difficoltà incontrate da molti consumatori anziani nel districarsi tra i sistemi di assistenza clienti sono state riassunte da Angela, una 79enne che vive sola a Torino, la quale ha dichiarato: «Non c'è un vero aiuto». Alcune aziende energetiche hanno adottato misure proattive per affrontare questi rischi.

A livello istituzionale, ARERA ha introdotto norme relative ai contratti conclusi a distanza²⁵ e un servizio formale di risoluzione delle controversie, che contribuiscono a prevenire le frodi e supportano la gestione delle controversie in Italia, insieme al lavoro svolto dagli organismi nazionali per la tutela dei consumatori. Sebbene questi strumenti siano fondamentali per garantire i diritti dei consumatori, la loro conoscenza e i requisiti di accesso digitale e di familiarità procedurale necessari per utilizzarli possono rappresentare una sfida per le persone anziane, in particolare per quelle in condizioni di maggiore vulnerabilità. In assenza di un adeguato supporto, tali meccanismi rischiano di rimanere sottoutilizzati proprio da quei consumatori che dovrebbero tutelare.

22 Unione Nazionale Consumatori. (2023). Trasparenza nelle offerte energetiche per i consumatori: criticità e raccomandazioni. <https://www.consumatori.it/energia>.

23 Consumers International, *Scams Barometer*, 2025.

24 Commissione Europea (2017). *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/d1af2b47-9a83-11e6-9bca-01aa75ed71a1/language-en>.

25 La delibera 228/2017/R/com definisce le regole applicabili ai contratti di fornitura di energia elettrica e/o gas naturale conclusi a distanza, prevedendo misure di tutela preventiva e le procedure di ripristino (concordata tra cliente finale e venditore) in caso di mancato rispetto delle norme sulle corrette pratiche contrattuali. <https://www.arera.it/schede-tecniche/dettaglio/it/schedetecniche/17/228-17st>.

SOLUTION 9: RAFFORZARE LA FIDUCIA DEI CONSUMATORI

Rafforzare la fiducia dei consumatori nel settore energetico richiede un solido quadro di tutela dei consumatori, insieme a risposte rapide e flessibili da parte degli operatori del mercato per proteggere gli utenti in un contesto in cui le truffe rivolte ai consumatori sono in rapida evoluzione. Ciò implica garantire che i meccanismi di trasparenza, segnalazione e tutela siano realmente accessibili e facili da utilizzare, affinché i consumatori possano segnalare e risolvere le problematiche in modo efficace.

SOLUTION 9 – SISTEMI DI VERIFICA MULTICANALE

OBIETTIVO

Ricostruire la fiducia dei consumatori nel settore energetico italiano richiede un approccio collaborativo e articolato, volto a rafforzare i meccanismi di tutela dei consumatori sia attraverso la normativa sia tramite i processi e le pratiche adottate dai fornitori. Meccanismi di segnalazione e di tutela più accessibili consentiranno di individuare e affrontare rapidamente nuove forme di truffa, in un contesto in rapida evoluzione caratterizzato da servizi online, sistemi di verifica e modalità di vendita sempre più complessi.

I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER

FORNITORI

Implementare pratiche efficaci e innovative di tutela dei consumatori su tutti i canali di vendita e comunicazione (app, siti web, call center, interazioni in presenza), supportate da sistemi interni di monitoraggio e da indicazioni chiare per i clienti su come identificare i contatti legittimi, ad esempio attraverso incontri informativi o materiali dedicati.

SOCIETÀ CIVILE

Continuare a supportare i consumatori attraverso attività di informazione e formazione, nonché tramite strumenti di risoluzione alternativa delle controversie e il Servizio di Conciliazione.

GOVERNO

Opportunità di sviluppare e promuovere un unico canale nazionale per la segnalazione di pratiche ingannevoli e tentativi di impersonificazione, al fine di consentire un intervento tempestivo (anche mediante sanzioni) e rafforzare la fiducia dei consumatori. Promuovere l'educazione dei consumatori in merito ai rischi e ai sistemi di tutela disponibili, come la procedura di ripristino prevista dalla delibera 228/2017/R/com.

CASO STUDIO:

Wise (Globale) – Rilevamento delle frodi in tempo reale (on-call)

I consumatori anziani sono particolarmente esposti alle chiamate fraudolente che si spacciano per aziende legittime, con possibili ripercussioni in termini di ansia e perdite economiche. Per affrontare questo problema, Wise ha implementato un sistema di rilevamento delle frodi in tempo reale su più canali, abbinato a iniziative proattive di educazione degli utenti. Funzionalità come lo stato di "chiamata attiva" per i pagamenti consentono ai clienti di verificare che stanno effettivamente parlando con Wise, attivando un avviso immediato in caso di mancata verifica. Questo approccio dimostra che l'integrazione tra tecnologia e consapevolezza dei consumatori può ridurre efficacemente il rischio di frodi, proteggere i consumatori anziani e rafforzare la fiducia nei servizi digitali.

3.6. COLLABORAZIONE CONTINUA MULTI-STAKEHOLDER

Il Blueprint per servizi energetici inclusivi riflette concretamente questo approccio collaborativo, riunendo diversi stakeholder per co-creare soluzioni basate sui reali bisogni dei consumatori. Come evidenziato da Stefan Bouzarovski, professore di Geografia umana presso l'Università di Manchester e cofondatore dell'Osservatorio europeo sulla povertà energetica, affrontare la vulnerabilità energetica richiede un'azione coordinata tra più attori, tra cui istituzioni pubbliche, organizzazioni della società civile e intermediari, che collaborano per fornire assistenza, rappresentanza e supporto ai nuclei familiari²⁶.

Le organizzazioni direttamente coinvolte nel Blueprint per servizi energetici inclusivi hanno dimostrato una forte leadership nel supporto ai consumatori energetici in situazioni di vulnerabilità e hanno espresso l'intenzione di approfondire ulteriormente molti di questi approcci a livello organizzativo, valutandone l'implementazione laddove compatibile con le proprie attività commerciali. Inoltre, tutti gli attori del mercato energetico italiano sono invitati a considerare le soluzioni delineate in questo Blueprint per servizi energetici inclusivi come possibili percorsi per migliorare l'efficacia del mercato energetico a beneficio di tutti i cittadini e delle famiglie in Italia.

La raccomandazione finale propone un meccanismo per consolidare l'impegno a fornire servizi energetici inclusivi e per stabilire un punto di riferimento che consenta di perseguire tali obiettivi in modo continuativo anche oltre la durata di questo progetto. Il Decalogo per servizi energetici inclusivi, proposto nella Soluzione 10 qui di seguito, può facilitare l'ampliamento di questo dialogo, coinvolgendo tutti gli attori del mercato energetico che intendono migliorare e dimostrare il proprio impegno nella tutela e nel rafforzamento dei consumatori italiani di energia.

Il Decalogo per servizi energetici inclusivi può fornire un quadro strutturato per la collaborazione all'interno del settore energetico italiano. Il Decalogo definisce principi, obiettivi e soluzioni pratiche per garantire un trattamento equo dei consumatori in situazioni di vulnerabilità, offrendo linee guida che fornitori, organizzazioni della società civile e dei consumatori, nonché attori istituzionali, possono adottare e adattare nei rispettivi contesti.

È incoraggiata una partecipazione estesa a tutto il settore, consentendo ai fornitori di energia di allineare le proprie attività ai principi di tutela e attenzione alla persona, e garantendo standard coerenti in tutto il mercato. Le organizzazioni della società civile e dei consumatori svolgono un ruolo fondamentale nel promuovere il Decalogo, supportandone l'integrazione nelle attività di advocacy e nell'erogazione dei servizi, oltre ad agire come coordinatori indipendenti per monitorarne l'attuazione nel mercato e valutarne l'impatto. Il coinvolgimento delle istituzioni pubbliche può contribuire a rafforzare ulteriormente queste iniziative, attraverso l'integrazione dei principi del Decalogo nelle strategie nazionali, comprese misure come il Bonus Sociale, e la promozione di meccanismi a sostegno di un'attuazione collaborativa. Consolidando questi obiettivi e promuovendo una responsabilità condivisa tra gli stakeholder, il Decalogo può dimostrare come un'azione coordinata sia in grado di generare miglioramenti duraturi nella tutela dei consumatori e nell'equità dei servizi energetici.

²⁶ Bouzarovski, S. (2025). The Infrastructural Labor of Residential Energy Intermediation: Enacting Solidarity in Times of Crisis. *The Professional Geographer*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/00330124.2025.2582786>

SOLUTION 10 – UN DECALOGO PER SERVIZI ENERGETICI INCLUSIVI IN ITALIA

OBIETTIVO	Formalizzare e diffondere un Decalogo per servizi energetici inclusivi, quale riferimento per le migliori pratiche del settore e come quadro per un approccio continuo e collaborativo al miglioramento degli standard di servizio, al fine di garantire un trattamento equo dei clienti energetici in situazioni di vulnerabilità in Italia. I partecipanti al Decalogo esprimono il loro ampio sostegno ai principi, agli obiettivi e alle soluzioni sviluppati nell'ambito del rapporto del Blueprint per servizi energetici inclusivi.
I RUOLI DEGLI STAKEHOLDER	
FORNITORI	Tutti i fornitori di energia in Italia possono ispirarsi al Decalogo per adottare un approccio che integri i principi di tutela e attenzione alla persona, rispondendo in modo efficace alle esigenze dei clienti in situazioni di vulnerabilità. Ciascun fornitore dovrebbe valutare le opportunità di implementare le soluzioni, laddove risultino coerenti con le proprie attività commerciali.
SOCIETÀ CIVILE	Le organizzazioni dei consumatori e/o altre organizzazioni della società civile possono integrare i principi delineati nel Decalogo nelle proprie attività, promuovendone l'adozione e sostenendone l'attuazione.
GOVERNO	Potrebbe contribuire allo sviluppo del Decalogo; dovrebbe integrare in modo più efficace il Bonus Sociale nelle strategie rivolte ai consumatori.
CASO STUDIO:	Codice Energy Engage (Energy Engage Code) (Irlanda) – Impegni del settore energetico
<p>I consumatori in condizioni di difficoltà economiche hanno spesso difficoltà ad accedere alle misure di sostegno disponibili e possono essere soggetti a trattamenti disomogenei o iniqui nel mercato energetico. In risposta a questa situazione, i fornitori di energia in Irlanda hanno adottato congiuntamente l'Energy Engage Code, un quadro volontario attraverso cui le aziende si impegnano a offrire percorsi di supporto concreti ai clienti in situazioni di vulnerabilità. Il Codice definisce standard minimi di interazione, includendo comunicazioni proattive, assistenza personalizzata e misure di tutela per i clienti a rischio di sospensione della fornitura. Allineando le pratiche a livello di settore e rafforzando trasparenza e responsabilità, questa iniziativa dimostra come un'azione volontaria e coordinata possa elevare gli standard di servizio, migliorare i risultati per i consumatori e ricostruire la fiducia nel settore energetico.</p>	

4. CONCLUSIONE E PROSPETTIVE FUTURE

Attraverso un percorso di dialogo intersettoriale e di ascolto attivo dei consumatori italiani e dei loro rappresentanti, questa edizione del Blueprint per servizi energetici inclusivi ha messo in luce le principali sfide che oggi affrontano i consumatori energetici anziani in Italia. I consumatori anziani si trovano in una posizione particolarmente delicata, al crocevia tra cambiamenti demografici, disuguaglianze strutturali e un sistema energetico in rapida evoluzione, e necessitano con urgenza di servizi migliori da parte del mercato energetico locale. La nostra analisi ha evidenziato che l'esperienza quotidiana di molti consumatori energetici anziani, in particolare di coloro che affrontano sfide interconnesse come la povertà energetica, è caratterizzata più da confusione, esclusione e rassegnazione che da un reale senso di empowerment.

Il nostro processo di co-creazione ha garantito che ciascuna delle dieci soluzioni proposte rifletta l'esperienza concreta e i reali bisogni dei consumatori anziani italiani, li sostenga nell'accesso a servizi migliori e fornisca agli attori del settore energetico un insieme di obiettivi concreti e rilevanti a livello locale, utili a orientare le pratiche future. Ogni criticità individuata dal punto di vista dei consumatori rappresenta un'opportunità per innovare e sviluppare soluzioni collaborative. L'estesa rete italiana di organizzazioni dei consumatori è particolarmente ben posizionata per sostenere un dialogo continuo su come i servizi energetici possano rispondere meglio alle esigenze degli utenti e può svolgere un ruolo importante nel favorire i progressi in questo ambito.

Certamente, la strada da intraprendere consiste nel progettare i servizi energetici del futuro in modo da riflettere più fedelmente le realtà concrete vissute dai consumatori anziani, ampliando le loro possibilità di scelta e ricostituendo fiducia, dignità e resilienza all'interno del sistema energetico – così da favorire una transizione energetica equa e inclusiva e migliorare la qualità della vita di tutti.



DEFINIZIONI RILEVANTI PER IL MERCATO ITALIANO

Caregiver: Un caregiver, nella maggior parte dei casi di sesso femminile, fornisce assistenza continuativa a una persona che non è in grado di vivere in modo indipendente a causa dell'età, di una malattia o di una disabilità, aiutandola nelle attività quotidiane come mangiare, lavarsi o vestirsi. I caregiver possono essere retribuiti o non retribuiti. In Italia, l'assistenza si articola principalmente in due forme:

- **Caregiver informali/familiari:** di solito familiari non retribuiti che assistono una persona non autosufficiente al di fuori di qualsiasi rapporto professionale.
- **Badanti:** assistenti domiciliari professionali assunti e pagati per fornire assistenza alla persona, svolgere attività come fare la spesa, cucinare, pulire e offrire altri servizi di supporto domestico.

Consumatore/cliente: Qualsiasi individuo che acquista o utilizza beni o servizi, inclusa l'energia, per scopi personali o domestici, e che ha diritto a un trattamento sicuro, equo e sostenibile.

Povertà energetica: Mancanza di accesso a un'energia adeguata, affidabile ed economicamente accessibile per soddisfare bisogni fondamentali come il riscaldamento, l'illuminazione, la cottura e la comunicazione. In Italia, si riferisce alle famiglie che faticano a sostenere i costi dei servizi energetici essenziali o che destinano a tali spese una quota eccessiva del proprio reddito.

Persona anziana: Le Nazioni Unite definiscono una persona anziana come un individuo di età pari o superiore a 60 anni. In Italia, l'Istituto Nazionale di Statistica (ISTAT) considera anziani gli individui di 65 anni e oltre; tuttavia, ai fini delle politiche sociali, le persone di età pari o superiore a 75 anni sono ritenute particolarmente vulnerabili, in ragione della maggiore incidenza di fragilità, limitazioni di salute e più elevati fabbisogni energetici. Pertanto, ai fini del presente rapporto, incentrato sulla vulnerabilità energetica dei consumatori anziani in Italia, per persona anziana si intende un individuo di età pari o superiore a 75 anni.

Persona con disabilità: Individuo con menomazioni fisiche, mentali, intellettive o sensoriali di lungo periodo che possono limitare la piena partecipazione alla società. In Italia, la Legge 104/92 definisce persona con disabilità come colui la cui menomazione determina svantaggi di natura sociale, nell'apprendimento o nell'ambito lavorativo.

Fornitore: Nel settore energetico, per fornitore si intende qualsiasi soggetto che fornisce elettricità, gas o altri servizi energetici ai consumatori nel mercato al dettaglio. In Italia, i fornitori gestiscono i contratti con i clienti, la fatturazione e il rispetto degli standard normativi stabiliti dall'Autorità di Regolazione per Energia, Reti e Ambiente (ARERA).

Consumatore/cliente vulnerabile: A livello globale, il termine "consumatore vulnerabile" è comunemente utilizzato nelle politiche pubbliche per indicare una persona più esposta al rischio di svantaggio a causa di fattori quali età, salute, reddito o disabilità. In Italia, la legislazione primaria definisce i consumatori vulnerabili nel settore dell'energia elettrica e del gas naturale come "clienti domestici che versano in condizioni di svantaggio economico, affetti da gravi patologie, disabilità (Legge 104/92), residenti in abitazioni di emergenza o nelle isole minori, oppure di età pari o superiore a 75 anni".

Per Consumers International, nessun consumatore è considerato intrinsecamente vulnerabile; la vulnerabilità emerge piuttosto da specifiche condizioni. Riteniamo che le politiche inclusive debbano essere progettate tenendo conto dei consumatori che si trovano nelle situazioni più difficili, al fine di garantire un accesso equo ai servizi essenziali per tutti.

RINGRAZIAMENTI

Il presente rapporto è stato realizzato da Consumers International con il contributo e il supporto di un gruppo globale e multi-stakeholder di esperti e professionisti rappresentanti le organizzazioni membri di Consumers International, il mondo accademico, la società civile e il settore imprenditoriale. Le organizzazioni partecipanti sono elencate di seguito.

Si ringraziano tutti coloro che hanno contribuito per il prezioso apporto di competenze e osservazioni, pur precisando che le raccomandazioni ivi contenute non riflettono necessariamente le opinioni personali di tutte le organizzazioni appartenenti allo Steering Group o all'elenco dei collaboratori.

Autori

Nina Campbell – Responsabile, Consumatori nel sistema energetico, Consumers International
Giulia Di Benedetto – Coordinatrice, Consumatori nel sistema energetico, Consumers International
Marine Cornelis – Amministratrice delegata (CEO), Next Energy Consumer

Steering Group

A2A, Associazione Consumatori Utenti (ACU), Confeuropa Consumatori Italia, E.ON, Edison Energia, Enel, Fondazione Banco dell'energia, Rete Assist, Unione Nazionale Consumatori (UNC)

Collaboratori

Alexandra Straessle – Responsabile della comunicazione, Consumers International
Vanessa De Ruggeris – Project Manager per le relazioni con gli stakeholder, Consumers International
Antonio Mancini – Senior Expert, Tutela dei consumatori, Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)
Agnese Cecchini – Co-founder, Gruppo Italia Energia / Alleanza contro la Povertà Energetica
Alessia Cerchia – Responsabile amministrativa, Comune di Torino
Licia Boccaletti – Presidente, Anziani e Non Solo
Claudio D'Antonangelo – Vice Presidente, Confartigianato
Dario Maci – Responsabile Innovazione e Sviluppo, Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile di Modena (AESS)
Diego Fionda – Officer Inclusione Sociale, Croce Rossa Italia
Dion Tickner – Energy Policy Manager, Age UK
Elena Carli – Segretaria Generale, Fondazione Mirafiori
Fabrizio Ghidini – Presidente, Federconsumatori
Felipe Barroco Fontes Cunha – Project Manager, Agenzia per l'Energia e lo Sviluppo Sostenibile di Modena (AESS)
Freddy Jussien – Responsabile Advocacy, Inclusion Europe
Georgia Casanova – Ricercatrice, Istituto Nazionale ricovero e cura anziani (INRCA)
Germano Tosi – Presidente, European Network of Independent Living Italia (ENIL)
Giovanni Lamura – Direttore, Centro Studi e Ricerche Economico Sociali per l'Invecchiamento, Istituto Nazionale ricovero e cura anziani (INRCA)
Giovanni Murano – Ricercatore, Agenzia nazionale per le nuove tecnologie e lo sviluppo economico sostenibile (ENEA)
Giulia Lanfredi – Project Officer, Eurocarers
Ilenia Malvasi – Commissione Affari Sociali, Camera dei Deputati, Governo italiano

Jessica Balest – Ricercatrice, Accademia Europea di Bolzano (EURAC)
João Pedro Gouveia – Responsabile della ricerca, Università NOVA di Lisbona & ISEC Lisboa; Membro del team di coordinamento, EU Energy Poverty Advisory Hub, DG Energy, Commissione Europea
Konstantina Leventi – Responsabile delle policy, European Association of Service Providers for Persons with Disabilities (EASPD)
Laura Ravanelli – Coordinatore Generale, Fondazione Franco De Marchi
Leo Fulvio Minervini – Ricercatore, Università di Macerata
Lucie Middlemiss – Professore di Ambiente e Società, University of Leeds
Luciano La Vecchia – Ricercatore, Osservatorio italiano sulla povertà energetica (OIPE)
Maria Oprea – Energy Expert & Project Officer, The Institute for European Energy and Climate Policy (IEECP)
Marielle Feenstra – Co-founder e Direttrice Scientifica, 75inQ Institute Inclusive Energy Transition
Marilyn Smith – Direttrice esecutiva, The Energy Action Project
Martina Volpe – Officer Inclusione Sociale, Croce Rossa Italia
Mathilde Reinard – Dottoranda (PhD) in analisi della domanda energetica, University of Leeds
Mattia Garimoldi – Responsabile commerciale Lombardia; Responsabile del supporto operativo e sviluppo area nordovest, UnoEnergy S.p.A.
Mirella Iacono – Responsabile Amministrativo con EQ, Area Ambiente, Comune di Torino
Paola Salerno – Responsabile Unità Operativa Inclusione Sociale, Croce Rossa Italia
Phil Squire – Responsabile energia equa (Fair Energy Manager), Toast Electric
Stefan Bouzarovski – Professore di Geografia Umana, University of Manchester; Presidente dell'EU Energy Poverty Observatory; Responsabile della Rete ENGAGER (European Energy Poverty: Agenda Co-Creation and Knowledge Innovation)
Sandra Simeoni – Consulente commerciale, UnoEnergy S.p.A.
Sara Gollessi – Consulente energia e progetti UE, ènostra coop
Umberto Zampini – Responsabile rapporti con Stakeholder, Acquirente Unico
Vera Hörmann – Senior Project Officer, Age-Platform Europe
Victoria Kasprowicz – Assegnista di ricerca sulla domanda energetica, University of Sussex

BIBLIOGRAFIA

ANSA English Desk. (22 settembre 2025). *Italy top in Europe for heat-related deaths in 2024*. ANSA. https://www.ansa.it/english/news/general_news/2025/09/22/italy-top-in-europe-for-heat-related-deaths-in-2024_e71721f2-e11a-4cf4-8487-f22414319860.html

ARERA. (2026). *Bonus sociali: aggiornamento soglia ISEE a €9,796*. Tratto da <https://www.arera.it/comunicati-stampa/dettaglio/bonus-sociali-arera-alza-a-9796-euro-la-soglia-isee-per-laccesso-alle-agevolazioni-per-acqua-luce-gas-e-rifiuti>

ARERA. (n.d.). *Chi sono i clienti vulnerabili dell'energia elettrica?* Tratto da <https://www.arera.it/atlante-per-il-consumatore/elettricit /il-mercato-dellenergia/clienti-vulnerabili/chi-sono-i-clienti-vulnerabili>

ARERA, *Servizio a Tutele Graduali*. Tratto da <https://www.arera.it/consumatori/il-servizio-a-tutele-graduali>

Autorit  di Regolazione per Energia Reti e Ambiente. (2 aprile 2025). *Elettricit : ARERA approva le regole per il contributo straordinario di 200 euro alle famiglie con ISEE tra € 9.530 e 25.000*. <https://www.arera.it/comunicati-stampa/dettaglio/elettricit -arera-approva-le-regole-per-il-contributo-straordinario-di-200-euro-alle-famiglie-con-isee-tra-eur-9530-e-25000>

ARERA. (2026). *Bonus sociali: aggiornamento soglia ISEE a €9,796*. Tratto da <https://www.arera.it/comunicati-stampa/dettaglio/bonus-sociali-arera-alza-a-9796-euro-la-soglia-isee-per-laccesso-alle-agevolazioni-per-acqua-luce-gas-e-rifiuti>

Bardazzi, R., & Pazienza, M. (2017). *When I was your age: Generational effects on long-run residential energy consumption in Italy*. *Energy Research & Social Science*, 70, 101611. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2020.101611>

Bardazzi R. & Pazienza M.G. (2017) *Switch off the light, please! Energy use, aging population and consumption habits*. *Energy Economics*, 65(C), 161-171. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2017.04.025>

Bouzarovski, S., & Petrova, S. (2015). *A global perspective on domestic energy deprivation: Overcoming the energy poverty–fuel poverty binary*. *Energy Research & Social Science*, 10, 31–40. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2015.06.007>

Bouzarovski, S. (2025). *The infrastructural labor of residential energy intermediation: Enacting solidarity in times of crisis*. *The Professional Geographer*, 1–7. <https://doi.org/10.1080/00330124.2025.2582786>

Caregivers. (2008). In Y. Zhang (Ed.), *Encyclopedia of Global Health*. SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412963855.n240>

Camera dei Deputati. (2024). *Povertà energetica e impatto di genere (Dossier AP0151)*. Servizio Studi, Dipartimento attivit  produttive. Tratto da <https://documenti.camera.it/leg19/dossier/pdf/AP0151.pdf>

CISL. (2025). *Decreto bollette: contributo straordinario per famiglie con ISEE fino a €25,000*. Tratto da <https://www.pensionati.cisl.it/notizie/decreto-bollette-come-richiedere-il-bonus-bollette-2025-requisiti-e-isee>

Consumers International. (n.d.-b). *Interviste con consumatori anziani, Torino*.

Consumers International. (2026). *Scams Barometer*. <https://www.consumersinternational.org/media/711891/scams-barometer-h1-2026.pdf>

Consumers International. (n.d.-a). *What are consumer rights?* <https://www.consumersinternational.org/who-we-are/consumer-rights>

Dipartimento per le politiche della famiglia – Presidenza del Consiglio dei Ministri. (n.d.). *Caregiving familiare: introduzione*. Consultato il 9 ottobre 2025 da: <https://famiglia.governo.it/it/politiche-e-attivita/invecchiamento-attivo/accordo-con-lirccs-inrca-di-ancona/informal-caregiving/caregiving-famigliare-introduzione/>

Disability: United Nations. (2006). *Convention on the Rights of Persons with Disabilities*. Consultato il 9 ottobre 2025 da: <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-disabilities>

Commissione Europea. (n.d.-a). *Electricity market design*. Consultato il 30 settembre 2025 da: https://energy.ec.europa.eu/topics/markets-and-consumers/electricity-market-design_en

Commissione Europea. (n.d.-b). *Italy's recovery and resilience plan*. Consultato il 30 settembre 2025 da: https://commission.europa.eu/business-economy-euro/economic-recovery/recovery-and-resilience-facility/country-pages/italys-recovery-and-resilience-plan_en

Commissione Europea. (n.d.-c). *Social Climate Fund*. Consultato il 30 settembre 2025 da: https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/policies-and-activities/funding/social-climate-fund_en

Commissione Europea. (n.d.-d). *The Just Transition Mechanism: Making sure no one is left behind*. Consultato il 30 settembre 2025 da: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal/finance-and-green-deal/just-transition-mechanism_en

Parlamento europeo e Consiglio dell'Unione europea. (2023). *Direttiva (UE) 2023/1791 del Parlamento europeo e del Consiglio del 13 settembre 2023 sull'efficienza energetica e che modifica il regolamento (UE) 2023/955 (rifusione)*. Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, L 231, 1–111. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2023/1791/oj/eng>

Parlamento europeo e Consiglio dell'Unione europea. (2024). *Direttiva (UE) 2024/1275 del Parlamento europeo e del Consiglio del 24 aprile 2024 sulla prestazione energetica nell'edilizia (rifusione)*. Gazzetta ufficiale dell'Unione europea, L 131, 1–111. <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/1275/oj/eng>

Falchetta, G., De Cian, E., Sue Wing, I., et al. (2024). *Global projections of heat exposure of older adults*. *Nature Communications*, 15, 3678. <https://doi.org/10.1038/s41467-024-47197-5>

Gaia, A., & Sala, E. (2019). *Older people's use of Information and Communications Technologies in Europe: The Italian case*. *Autonomie Locali e Servizi Sociali*, 2, 163–183. <https://doi.org/10.1447/95863>

International Energy Agency. (2024). *Household Energy Affordability*. IEA/OECD. <https://www.iea.org/reports/household-energy-affordability>.

International Energy Agency. (2024). *Energy access and energy affordability*. IEA/OECD. <https://www.iea.org/topics/access-and-affordability>

International Energy Agency. (n.d.). *Italy: Energy mix and electricity share in final consumption*. Consultato il 30 settembre 2025 da: <https://www.iea.org/countries/italy>

International Organization for Standardization. (2022). *BS ISO 22458:2022 – Consumer vulnerability: Requirements and guidelines for the design and delivery of inclusive services*. Consultato il 9 ottobre 2025 da: https://www.bsigroup.com/globalassets/localfiles/en-in/resources/iso_22458_standards_flyer_web.pdf

ISTAT. (2023). *BES 2022 report: Equitable and sustainable well-being in Italy*. <https://www.istat.it/wp-content/uploads/2023/10/BES-2022-Report.pdf>

ISTAT. (2025). *Demographic indicators – Year 2024*. https://www.istat.it/wp-content/uploads/2025/03/DEMOGRAPHIC-INDICATORS_YEAR-2024.pdf

ISTAT & ANSA. (3 dicembre 2019). *Italy has 3.1 million disabled, 204,000 live alone*. ANSA English. https://www.ansa.it/english/news/2019/12/03/italy-has-3.1-mn-disabled-204000-live-alone-istat_1c5a0a1d-59aa-4d2a-99eb-8bb673f9fe6b.html

Italian Energy Poverty Observatory (OIPE). (2025). *Povert  energetica in Italia nel 2024*. Tratto da https://oipeosservatorio.it/wp-content/uploads/2025/12/2025_PE_ITA_2024.pdf

Sistema nazionale di prevenzione delle ondate di calore (Piano nazionale per la prevenzione degli effetti del caldo sulla salute): Ministero della Salute. (4 giugno 2025). *Estate 2025, attivo il sistema nazionale di prevenzione degli effetti negativi del caldo sulla salute*. <https://www.salute.gov.it/new/it/news-e-media/notizie/estate-2025-attivo-il-sistema-nazionale-di-prevenzione-degli-effetti-negativi/>

Ministero dello Sviluppo Economico. (2005). *Codice del Consumo (Decreto Legislativo N. 206 del 6 settembre 2005)*. https://www.codicedelconsumo.it/Codice_del_consumo_english_version.pdf

Legge 5 febbraio 1992, n. 104. (1992). *Legge quadro per l'assistenza, l'integrazione sociale e i diritti delle persone con disabilit *. <https://www.brocardi.it/legge-104/art3.html>

Nives DellaValle, 'People's decisions matter: understanding and addressing energy poverty with behavioral economics', *Energy and Buildings*, Volume 204, 2019, 109515, ISSN 0378-7788, <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2019.109515>

OECD. (2024). *Survey of Adult Skills 2023: Italy*. Consultato il 6 settembre 2025 da: https://www.oecd.org/en/publications/2024/12/survey-of-adults-skills-2023-country-notes_df7b4a60/italy_efb33b22.html

Olsson, T., & Viscovi, D. (2020). *Who actually becomes a Silver Surfer? Prerequisites for digital inclusion*. *Javnost - The Public*, 27(3), 230–246. <https://doi.org/10.1080/13183222.2020.1794403>

Pais-Magalhães, V., Moutinho, V., & Robaina, M. (2022). *Is an ageing population impacting energy use in the European Union? Drivers, lifestyles, and consumption patterns of elderly households*. *Energy Research & Social Science*, 85, 102443. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2021.102443>

Roucaute, D. (2024, August 12). *More than 47,000 people died of heatstroke in Europe in 2023*. *Le Monde*. https://www.lemonde.fr/en/environment/article/2024/08/12/more-than-47-000-people-died-of-heatstroke-in-europe-in-2023_6714124_114.html

Shankar, A. V. K., Subramaniam, U., Madurai Elavarasan, R., Raju, K., & Shanmugam, P. (2021). *The impact of energy poverty on the elderly: A systematic review*. *Energy Reports*, 7, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2021.01.002>

SHV Energy. (2020). *Italy – Rural Energy Data: The FREE Initiative*. <https://www.rural-energy.eu/wp-content/uploads/2020/06/Italy-Rural-Energy-Data-The-FREE-Initiative.pdf>

Unione Nazionale Consumatori. (2023). *Trasparenza nelle offerte energetiche per i consumatori: criticità e raccomandazioni*. Tratto da <https://www.consumatori.it/energia>.

United Nations. (2017). *Ageing, older persons and the 2030 Agenda: Issues brief*. *United Nations Department of Economic and Social Affairs*. Consultato il 9 ottobre 2025 da: <https://www.un.org/development/desa/dspd/wp-content/uploads/sites/22/2017/08/Ageing-Older-Persons-and-2030-Agenda-Issues-Brief-low-resolution-pdf>

United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2022). *World Population Prospects 2022: Summary of Results*. UN DESA/POP/2022/TR/NO. 3. https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/wpp2022_summary_of_results.pdf

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2016). *United Nations guidelines for consumer protection*. <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/un-guidelines-for-consumer-protection>

Valbonesi, P., Magnani, M., & Manenti, F. M. (2024). *Measuring switching costs in the Italian residential electricity market*. *The Energy Journal*. <https://doi.org/10.5547/01956574.45.2.mmag>

World Health Organization. (2023). *Italy country health profile*. <https://data.who.int/countries/380>



Consumers International riunisce oltre 200 organizzazioni membri in più di 100 paesi per dare potere ai consumatori e difenderne i diritti ovunque. Siamo la loro voce nei forum internazionali di elaborazione delle politiche e nel mercato globale, per garantire che vengano trattati in modo sicuro, equo e onesto.

Consumers International è un ente di beneficenza (n. 1122155) e una società no-profit a responsabilità limitata per garanzia (n. 04337865) registrata in Inghilterra e Galles.

consumersinternational.org

✉ impact@consint.org

✂ [@consumers_int](https://twitter.com/consumers_int)

📺 [/consumers-international](https://www.linkedin.com/company/consumers-international)