

Elementi essenziali del progetto

CONSUMO DUNQUE SONO

Settore e area di intervento

Educazione e promozione culturale – Sportelli Informa...

Descrizione dell'area di intervento

“Per me l'uomo colto è colui che sa dove andare a cercare l'informazione nell'unico momento della sua vita in cui gli serve.”

Umberto Eco

La disinformazione, o il mancato accesso all'informazione stessa, rappresenta l'ostacolo principale per il cittadino per poter usufruire e godere dei suoi diritti, vivere di questi e riconoscersi come appartenente ad una società.

Parlare di “cittadino”, oggi, significa comprendere in senso ampio la dinamicità dell'individuo nei diversi contesti in cui è inserito, ed il consumo rientra tra questi (Zygmunt Bauman) dal momento che consumare, spendere e acquistare, rappresentano ormai i principali strumenti attraverso cui l'individuo entra in relazione col contesto.

Al fine di contenere criticità rilevanti legate al consumo e alla mancata diffusione di informazioni relative, si è sviluppata nel tempo ad opera di associazioni di settore, un'attività di tutela e salvaguardia degli interessi e dei diritti del consumatore in quanto cittadino, utente, risparmiatore e contribuente, con l'obiettivo di garantirne il pieno diritto di cittadinanza attraverso la tutela della dignità, la creazione di condizioni di pari opportunità e di non discriminazione, nonché lo sviluppo dell'autonomia e dell'autodeterminazione nell'assunzione di scelte e comportamenti di consumo.

Ciò nonostante, è sempre più frequente assistere a fenomeni di vera e propria disinformazione generalizzata, che colpisce la maggior parte dei consumatori intesi come fruitori di beni materiali, che sembrano non avere gli strumenti informativi ed operativi necessari, non sapendo a chi rivolgersi in caso di reclami, richieste e consulenza, quale iter seguire e che tipo di documentazione produrre per eventuali bisogni ed esigenze.

Tali condizioni diventano quindi terreno fertile per il proliferare di luoghi comuni circa i diritti del consumatore, e svalutazione nei confronti delle politiche nazionali, regionali e locali che appaiono, agli occhi dei soggetti disinformati, non in grado di soddisfare le richieste della popolazione, determinando dinamiche di astio ed attriti dialettici tra le parti coinvolte. Tali dinamiche sembrano essere maggiormente diffuse nelle aree periferiche di un territorio, e/o tra le fasce deboli (es. anziani, immigrati), laddove la condizione socio- economica-

assistenziale risulta essere precaria, e in funzione della quale possono emergere, così come teorizzato dalla letteratura di riferimento (Luhmann, Beck, 1990), fenomeni di emarginazione sociale e un mancato riconoscimento alla società alla quale si appartiene, nonché un'alta vulnerabilità dei soggetti più deboli, costretti in una condizione di disinformazione e/o esclusione per la quale non possono avvalersi e beneficiare dei propri diritti.

Tale condizione, o parte di essa, sembra possa essere risolta a partire dalla **promozione di una cultura più estesa** in grado di garantire una valida circolazione delle informazioni necessarie circa i diritti di cui poter godere, le strutture presenti sul territorio di cui poter usufruire, in grado di offrire servizi di informazione e consulenza, ponendo particolare attenzione alle modalità di interazione, affinché queste possano risultare quanto più immediate e vicine possibili ai bisogni eterogenei della popolazione.

Promuovere tale prospettiva fa sì che, mediante l'attivazione di un processo circolare di informazioni/ domanda - offerta, si possano ristabilire gli equilibri interni alla comunità, affinché questa possa sentirsi accolta nei suoi bisogni, integrata e assistita, affidandosi a strutture competenti, presenti e attive sul proprio territorio di riferimento, favorendo lo sviluppo di una cultura volta alla salvaguardia, valorizzazione e promozione dei diritti del consumatore, dei beni di cui un territorio dispone, incrementando i flussi di utenza presso le strutture territoriali preposte a tutela dei suoi diritti.

Da qui la necessità di intervenire sul fenomeno rilevato attraverso un progetto di Servizio Civile capace di coinvolgere giovani volontari in azioni di cittadinanza attiva, che li rendano strumenti di informazione in grado di stimolare e promuovere l'autosufficienza come strumento per il cittadino di costruire la propria identità e la propria autonomia, in un processo di integrazione e continua evoluzione dinamica della comunità in cui è inserito.

Obiettivi del progetto

Il Progetto "Consumo dunque sono" nasce con l'intento di porre l'attenzione sui diritti, gli interessi ed i bisogni del consumatore che necessita di informazione, consulenza ed assistenza logistica e/o pratica nel disbrigo di pratiche in materia in prevalenza logistica, burocratica e/o legislativa, fungendo, nei casi richiesti, da valida interfaccia per relazionarsi alle istituzioni in grado di soddisfarne bisogni e richieste, garantendo un servizio di affiancamento/ supporto e/o assistenza nella compilazione di modulistiche e/o documentazioni da produrre.

Obiettivo generale del progetto sarà quello di ottimizzare la proposta globale degli interventi rivolti al consumatore, attraverso un'adeguata assistenza, logistica e/o pratica, supporto, sostegno ed integrazione, mediante la valorizzazione e l'incremento dell'informazione, estendendola, con la funzione di orientamento e consulenza per l'accesso alla rete integrata dei servizi al fine di:

- ✓ Avere informazioni complete in merito ai diritti, alle prestazioni, alle modalità di accesso ai servizi;
- ✓ Conoscere le risorse disponibili sul territorio che possono risultare utili per affrontare esigenze e bisogni legate alla condizione di difficoltà in cui versano;
- ✓ Avere maggiore supporto circa le modalità di accesso;
- ✓ Segnalare e trasmettere direttamente al servizio di competenza eventuali illeciti in materia consumeristica;
- ✓ Estendere le informazioni e l'assistenza ad un maggior numero di soggetti, mediante una capillare diffusione;
- ✓ Promuovere interventi di sensibilizzazione territoriale, volti a restituire al cittadino uno spazio di accoglimento, orientamento ed integrazione

Benefici

La presente proposta progettuale si propone come un percorso concreto nella direzione di cittadinanza e partecipazione attiva.

Si intende agire sulle aree di bisogno individuale del consumatore per apportare significativo contributo sull'attuale sistema dei servizi offerti dagli Sportelli Federconsumatori, attivi sui territori considerati, fornendo una risposta a coloro che necessitano di supporto in termini di accesso alle informazioni, rivolgendosi con particolare attenzione a tutti coloro che, per motivi di isolamento, emarginazione e/ o disinformazione, non riescono in alcuno modo ad accedere alla rete assistenziale ed informativa, risultando scarsamente integrati nella società, oltre che ignari delle opportunità e delle possibilità di cui potrebbero usufruire, in materia logistica, pratica e/o burocratica.

Questo progetto vuole essere una proposta concreta per rispondere alle esigenze del territorio, attinenti essenzialmente alla promozione della cittadinanza attiva sui contesti considerati, nonché il rispetto, la tutela e la valorizzazione dei diritti del consumatore, al fine di sensibilizzare il cittadino alla realizzazione e al consolidamento di buone prassi, attraverso la condivisione circolare delle informazioni.

Per raggiungere tale obiettivo risulta quindi opportuno costruire e/o migliorare il rapporto tra i servizi e i cittadini, in termini di domanda e offerta, ma soprattutto assicurare una maggiore accessibilità delle informazioni, attraverso la semplificazione e la razionalizzazione dei procedimenti formali, diffondendo una cultura orientata all'utente, alla comunicazione, alla trasparenza e alla collaborazione tra professionisti e consumatore, utilizzando modalità comunicative quanto più immediate e vicine ai bisogni eterogenei del consumatore, migliorandone la qualità di vita.

Obiettivi specifici

1° Obiettivo specifico:

***Migliorare la quantità e la qualità del flusso informativo,
di assistenza ed orientamento ai servizi al consumatore***

Come rilevato nell'analisi dei territori, uno dei bisogni riscontrati è rappresentato dalla richiesta di informazioni circa i diritti e i servizi di cui poter usufruire, nonché la circolazione delle stesse, al fine di soddisfare richieste ed esigenze di informazione, assistenza e consulenza per eventuali anomalie o problematiche riscontrate in ambito consumeristico, assumendo consapevolezza e coscienza circa i propri diritti.

Soddisfare il bisogno di informazione risulta essere uno degli elementi cardine da cui partire al fine di creare una solida rete territoriale di informazione, consulenza ed assistenza volta ad integrare ed accogliere il soggetto nella sua richiesta, in un contesto, quali quelli considerati, in cui si constata la scarsa rilevanza ed impatto di associazione e/o sportelli presenti sul territorio in grado di erogare i medesimi servizi di informazione, all'interno dei quali poter usufruire di assistenza logistica e pratica, in termine di fruizione di servizi e riconoscimento dei propri diritti da consumatore.

Tale intervento fa sì che il soggetto possa sentirsi accolto, supportato nei suoi interessi, e più integrato nel tessuto sociale. Quest'obiettivo mira a supportare, difatti, il sistema, di modo da accorciare la distanza tra la domanda e l'offerta effettiva, incrementando la qualità e la quantità del flusso informativo e di orientamento verso i servizi offerti, che garantiscono il soddisfacimento dei bisogni manifesti del consumatore, offrendo la possibilità non solo di informarsi adeguatamente, ma anche di essere assistito e supportato in termini pratici, espliciti e chiari.

A tal fine, saranno utilizzate le più moderne tecnologie nell'ambito della comunicazione, volte a diffondere informazioni adeguate, in maniera chiara ed immediata, relative non soltanto all'ambito consumeristico, ma anche ai servizi erogati al fine di determinare un incremento del flusso di utenza, ma anche una significativa crescita socio- culturale della popolazione locale, a partire da un'adeguata offerta di beni e servizi ad esso collegati.

Al fine di raggiungere l'obiettivo prefissato, sarà opportuno:

- implementare il numero di ore settimanali, estendendo l'orario di apertura delle sedi (n.40 ore settimanali), attraverso interventi volti a potenziare la qualità e la quantità del flusso informativo, mediante l'incremento di attività di back e front- office, incrementando la rete informativa usufruendo, gestendo ed aggiornando tempestivamente i canali comunicativi immediati già in uso.

In relazione agli obiettivi prefissati rispetto al miglioramento del flusso informativo, potenziato sia in termini qualitativi che quantitativi, è attesa la realizzazione dei seguenti servizi:

1. implementare il numero di ore settimanali, destinando l'incremento al soddisfacimento delle richieste, assicurando una maggiore assistenza logistica e/o pratica per il disbrigo di pratiche e documentazioni, fungendo nei casi richiesti da interfaccia con gli uffici e/o le istituzioni/ enti presenti sul territorio, indirizzando e smistando la richiesta ai servizi competenti in grado di soddisfarne il bisogno (con particolare attenzione alle fasce deboli), con:
 - ✓ incremento delle attività di back- office, mediante una più accurata raccolta e selezione delle informazioni e una migliore gestione delle informazioni online erogate, con una diffusione immediata e capillare realizzata attraverso la

gestione e l'aggiornamento costante della rete informativa, usufruendo di canali comunicativi immediati, quali profili web, pagine online, forum e diffusione sui principali social network;

- ✓ incremento delle attività di front - office, mediante una maggiore disposizione del materiale informativo ed un miglioramento delle relazioni col pubblico.

Benefici

Il principale beneficio ottenuto dalla messa in opera delle attività progettuali è da ricondurre al soddisfacimento del bisogno primario di informazione, e circolazione della stessa, circa i diritti e i servizi di cui poter usufruire in materia consumeristica, finalizzato alla sua conoscenza, puntando con primario interesse alla crescita della popolazione residente nei contesti considerati, con implicazioni sociali, oltre che culturali.

Ulteriore beneficio direttamente correlato alla realizzazione di tale obiettivo, è relativo alla possibilità di poter usufruire di specifici servizi di supporto al disbrigo di pratiche, consulenza circa la compilazione di modulistiche di interesse, nonché assistenza per il seguimento dell'iter da intraprendere per la risoluzione di problematiche comuni ed accoglimento di richieste/ reclami in ambito consumeristico, strettamente dipendenti ai diritti di cui poter godere in quanto consumatore.

Mediante l'attuazione di politiche di tutela, promozione e valorizzazione dei diritti del consumatore, l'impatto economico sullo sviluppo locale viene quindi amplificato, incentivando il tessuto imprenditoriale in grado di generare valore aggiunto, a partire da un'adeguata offerta di beni e servizi ad esso collegati, in termini di benefici, attraverso la diffusione di informazioni, chiare, precise ed immediate, anche nell'erogazione di risposte puntuali e facilmente reperibili.

2° Obiettivo specifico:

Migliorare la diffusione dei servizi erogati dallo Sportello al consumatore

Come rilevato dall'analisi precedentemente effettuata, appare evidente il bisogno di incrementare le attività di informazione in materia consumeristica rivolti al cittadino consumatore, circa i diritti di cui può avvalersi ed i servizi di cui poter usufruire presenti sul territorio in cui è inserito.

Ampliare tale area di intervento, determina la realizzazione di attività specifiche relative all'organizzazione di servizi ed eventi di sensibilizzazione territoriale, volti alla diffusione di materiale informativo, a livello territoriale, di natura culturale/ sociale, attività di formazione e sicurezza in ambito consumeristico, raccogliendo, diffondendo e valorizzando studi, ricerche, buone pratiche e in generale esperienze positive.

Elemento fondamentale per il successo di un'offerta di servizi e attività volti ad implemento della sensibilizzazione territoriale, è rappresentato dalla collaborazione fra istituti o associazioni culturali, esperte dei temi e dei territori specifici, gli operatori di eventi, in senso

ampio.

Tale obiettivo mira, pertanto, a determinare dinamiche di comunicazione, rispetto e considerazione circa l'importanza che tale aspetto assume nella gestione e promozione della cittadinanza attiva esercitata dalla comunità tutta.

A tal fine, sarà utile la pianificazione e realizzazione di interventi di animazione culturale volti a sensibilizzare la comunità tutta, residente e non, su tematiche di interesse comune dedicati alla tutela, valorizzazione e promozione dei diritti del cittadino in quanto fruitore di beni materiali e di servizi del territorio.

La realizzazione di tale obiettivo mira quindi, ed inoltre, a diffondere le attività erogate dagli Sportello di Federconsumatori sul territorio attraverso la realizzazione di uno Sportello Informa itinerante, con sede mobile nelle principali piazze delle città considerate.

Tale intervento muove dall'intento di generare una vera e propria capillarizzazione del flusso informativo, creando una solida rete, ampiamente condivisa, di informazioni e consulenza, che sia in grado di giungere non solo alla popolazione sita nelle aree centrali del territorio, ma anche in quelle periferiche, in funzione dei bisogni manifesti.

L'intervento intende, inoltre, dare spazio e accogliimento anche alle fasce più deboli della popolazione, spesso sita in area periferiche e colpita da disinformazione, tale da determinare dinamiche per le quali il cittadino risulta incapace di accedere all'informazione circa i servizi di cui poter usufruire e l'iter da dover intraprendere per la risoluzione e/o accogliimento del reclamo espresso.

Benefici

I benefici determinati dalla realizzazione di tale obiettivo, sono riconducibili alla promozione non soltanto culturale, ma anche e soprattutto sociale, della comunità locale, mirando ad un incremento del flusso di utenti che afferiscono agli Sportelli di Federconsumatori.

L'intervento sarà tale da attivare significative dinamiche di informazione, socializzazione ed integrazione tra i soggetti, facendo sì che il consumatore possa riconoscersi parte integrante di un territorio, nel quale potersi sentire accolto nel suo bisogno di informazione, assistenza e consulenza in materia consumeristica, sviluppando senso di appartenenza e alle risorse di cui poter usufruire.

Mediante la realizzazione di campagne di sensibilizzazione saranno garantite non solo concrete possibilità di accesso all'informazione, ma anche l'opportunità di usufruire di assistenza e consulenza in materia consumeristica, determinando una significativa crescita socio-culturale della popolazione, in termini di acquisizione di autonomia ed autodeterminazione per la tutela dei propri diritti.

In relazione all'obiettivo prefissato al fine di incrementare il flusso di utenti che afferiscono allo Sportello Informa, promuovendo le attività sul territorio, è attesa la realizzazione dei seguenti servizi:

2. sviluppare una rete informativa usufruendo di canali comunicativi immediati, quali profili web, pagine online, creazione di forum e diffusione sui principali social network;
3. ampliare il numero di attività, destinando l'incremento all'attivazione di interventi

volti alla promozione e diffusione dei servizi, attraverso la creazione di uno Sportello di Federconsumatori itinerante nell'adempimento dei suoi compiti, con sede mobile nelle principali piazze presenti, site non solo nell'area centrale ma anche nelle zone periferiche dei territori indicati (Interventi bimensili per 11 mesi, con un totale di n. 44 ore destinate, promosse dalle singole sedi considerate);

4. realizzare e promuovere interventi mensili di sensibilizzazione territoriale (n. 33 ore per 11 mesi promosse dalle singole sedi considerate), mediante attività di animazione, al fine di diffondere diritti e servizi di cui può usufruire il consumatore. Tali interventi saranno realizzati mediante una condivisa organizzazione e calendarizzazione, nonché attraverso il coinvolgimento della comunità tutta, con particolare attenzione ai giovani, considerati moltiplicatori di risultati a catena, con distribuzione ad ampio raggio di materiale informativo relativo non solo alle attività predisposte dallo Sportello, ma anche alle iniziative e manifestazioni previste in materia di tutela e valorizzazione del consumatore;

Attraverso l'implemento di tali attività, l'intervento progettuale mira all'incremento del numero di soggetti/ consumatori ai quali "arrivare" (+ 35%), creando una solida rete di condivisione di informazioni, che sia in grado di giungere non solo alla popolazione sita nelle aree centrali del territorio, ma anche in quelle periferiche.

Di seguito la sintesi dei risultati attesi, utilizzando i medesimi indicatori individuati per l'analisi del contesto:

Indicatore	Situazione di partenza	Situazione di arrivo
servizi dedicati all'assistenza e alla tutela dei diritti del consumatore	PRESENTI*	PRESENTI*
n. di soggetti che fanno richiesta di assistenza in front-office presso gli Sportelli di Federconsumatori	Cfr. Tabella n.83 per indicazioni rispetto alle singole sedi di attuazione del Progetto**	Cfr. Tabella n.84 per indicazioni rispetto alle singole sedi di attuazione del Progetto**
n. di soggetti che fanno richiesta di assistenza in via telematica/ telefonica presso gli Sportelli di Federconsumatori	Cfr. Tabella n.83 per indicazioni rispetto alle singole sedi di attuazione del Progetto**	Cfr. Tabella n.84 per indicazioni rispetto alle singole sedi di attuazione del Progetto**
n. di ore settimanali erogate	Cfr. Tabella n.82-83 per indicazioni rispetto alle singole sedi di attuazione del Progetto	40
n. di attività previste	4***	6

n. di interventi di promozione territoriale	0	2
n. di interventi di sensibilizzazione territoriale	0	3****

*Il valore indicato fa riferimento a monitoraggi effettuati, per i quali si rileva, sui territori indicati, la presenza di enti e/o sportelli che erogano medesimi servizi, di informazione, orientamento e consulenza in materia consumeristica al cittadino.

**Tale dato, riferito dagli Ente, risulta essere approssimativo e media del numero di consumatori assistiti a settimana che richiedono informazione e/o assistenza presso gli Sportelli indicati.

***Le attività previste rispondono ai bisogno di informazione, consulenza e assistenza per il disbrigo pratiche/ assistenza, anche nei termini di orientamento e/o smistamento presso le figure professionali preposte con cui tali Sportelli collaborano (es. consulenti legali).

****Gli interventi di sensibilizzazione comprendono la pianificazione di attività di animazione territoriale, attività di promozione territoriale degli Sportelli, attraverso la realizzazione di Sportelli itineranti.

	SITUAZIONE DI PARTENZA		SITUAZIONE DI ARRIVO	
	Richieste In Front-Office ¹	Richieste In Via Telefonica/ Telematica ¹	Richieste In Front-Office ¹	Richieste In Via Telefonica/ Telematica ¹
BASILICATA	40	70	55	95
BERGAMO	50	200	68	270
BOLOGNA	35	120	48	160
CAGLIARI	40	120	55	160
CALABRIA	20	0 ²	28	0 ²
CAMPANIA	30	50	40	68
LAZIO	65	170	88	230
LIGURIA	45	70	60	95
LOMBARDIA	30	220	40	300
MODENA	30	130	40	175
MOLISE	20	45	28	60

NAZIONALE	0 ³	200	0 ³	270
PIACENZA	30	90	40	120
PIEMONTE ONLUS	60	230	80	310
UMBRIA	40	120	55	160

1. Il dato è relativo alla media settimanale rilevata.
2. L'Ente riceve solo su appuntamento in front-office.
3. L'Ente Nazionale non effettua servizio di sportello in front-office

Attività d'impiego dei volontari

Il ruolo dei volontari in servizio civile sarà quello di supportare, sia in termini di ore di servizi resi che di gamma di attività, le azioni descritte nel presente progetto, con particolare riguardo alla funzione di sostegno ed implementazione delle attività specifiche per ciascuna figura professionale impiegata.

Attività per l'attuazione dell'*Obiettivo Specifico 1*:

Migliorare la quantità e la qualità del flusso informativo, di assistenza ed orientamento ai servizi al consumatore

Azione A: Potenziamento delle attività erogate dallo Sportello al consumatore

Attività A 1: Incremento delle attività di back-office

- Supporto all'organizzazione logistica dell'espletamento delle attività
- Affiancamento per la raccolta documentazione per le procedure erogate dallo Sportello, con ricerca di aggiornamenti in materia di consumerismo, assistenza, sicurezza del consumatore
- Raccolta e selezione delle informazioni riguardanti risorse e servizi del territorio
- Ricerca di materiale informativo per la produzione di dati statistici relativi ai flussi di utenza in relazione ai bisogni/ reclami espressi

Attività A 2: Disposizione del materiale informativo di supporto

- Supporto per la predisposizione di schede informative sulle attività e sui servizi erogati dall'Associazione
- Creazione e gestione di una mailing list di persone interessate a ricevere ulteriori informazioni e aggiornamenti
- Creazione e gestione di una lista dei recapiti degli enti e strutture, con specifiche dei servizi offerti
- Supporto per la realizzazione di dossier ed opuscoli informativi in materia

consumeristica di risposta alle principali domande delle utente

- Creazione di un vademecum di informazione e sicurezza per evitare/contenere e denunciare eventuali violazioni delle norme vigenti in tale ambito

Attività A 3: Incremento delle attività di front-office

- Supporto per l'organizzazione dell'espletamento delle attività di front-office
- Affiancamento per la predisposizione, somministrazione e compilazione di schede per la raccolta di dati, esigenze ed esplicitazioni delle difficoltà del soggetto
- Affiancamento per l'accoglienza dell'utenza
- Supporto agli utenti in fase di compilazione di modulistiche e disbrigo di pratiche di interesse da intraprendere
- Affiancamento per la somministrazione all'utente di brevi e semplici questionari di valutazione e gradimento circa i servizi di cui ha usufruito presso lo Sportello al consumatore
- Accoglimento della richiesta, disservizi/ segnalazione di reclami del cittadino
- Assistenza logistica per la compilazione di modulistica e documentazione da produrre
- Distribuzione del materiale informativo prodotto in materia consumeristica

Attività per l'attuazione dell'*Obiettivo Specifico 2*:

Migliorare la diffusione dei servizi erogati dallo Sportello al consumatore

Azione B: Incrementare il flusso di utenti che afferiscono allo Sportello

Attività B 1: Diffusione delle informazioni in rete

- Supporto per la gestione della pagina web
- Supporto per la predisposizione dei materiali divulgativi in formato digitale
- Supporto per la realizzazione del Forum dello Sportello al consumatore online in grado di rispondere tempestivamente ai principali quesiti in materia consumeristica
- Collaborazione per la redazione e predisposizione dei materiali divulgativi in formato digitale
- Aggiornamento quotidiano circa le informazioni trasmesse
- Ricerca, selezione ed aggiornamento del materiale informativo sui principali motori di ricerca e canali comunicativi online
- Supporto per la pubblicizzazione degli eventi organizzati e relativa calendarizzazione
- Distribuzione del materiale informativo prodotto in formato digitale

Attività B 2: Creazione di Sportello Informa itinerante

- Supporto per l'organizzazione logistica dell'espletamento delle attività
- Collaborazione per l'allestimento del Gazebo preposto
- Supporto per la predisposizione, somministrazione e compilazione di schede per la raccolta di dati, esigenze ed esplicitazioni delle difficoltà del soggetto

- Affiancamento per l'accoglienza dell'utenza
- Supporto agli utenti nell'individuazione risorse e servizi presenti sul territorio di cui usufruire
- Supporto agli utenti in fase di compilazione di modulistiche e disbrigo di pratiche di interesse da intraprendere
- Raccolta di segnalazioni, reclami e richieste di assistenza da parte del consumatore
- Mappare/ informare i soggetti circa i servizi presenti sul territorio e le relative modalità di accesso
- Organizzazione logistica dell'attività di front-office in funzione delle richieste presentate
- Distribuzione del materiale informativo prodotto in materia consumeristica

Azione C: Sensibilizzazione territoriale

Attività C 1: Interventi mensili di animazione di strada

- Supporto per la pianificazione, organizzazione logistica e calendarizzazione degli eventi
- Supporto alla realizzazione degli interventi di animazione di strada
- Supporto per l'allestimento dello stand
- Supporto alla redazione, predisposizione e distribuzione dei materiali divulgativi (materiali stampa, opuscoli informativi, manifesti, presentazioni, ecc.)
- Erogazione di informazione e diffusione di materiali circa le attività erogate dall'Associazione Federconsumatori
- Supporto per la pubblicizzazione territoriale degli eventi, anche mediante mezzi online
- Coinvolgimento della comunità locale agli eventi

Criteri di selezione

Sistema Certificato UNI EN ISO 9001:2008

Cert. N. 008b/12

Di seguito si riporta uno estratto del 'Sistema di Reclutamento e Selezione' adeguato ad Ottobre 2015 e approvato dall'UNSC con decreto n.576/2015 cui per ogni eventuale approfondimento si rimanda alla consultazione sul sito www.amesci.org

CONVOCAZIONE

La convocazione avviene attraverso il sito internet dell'ente con pagina dedicata contenente il calendario dei colloqui nonché il materiale utile per gli stessi (bando integrale; progetto; procedure selettive, etc.);

Presso le sedi territoriali di AMESCI è attivato un front office finalizzato alle informazioni specifiche ed alla consegna di modulistica, anche attraverso servizio telefonico e telematico.

SELEZIONE

Controllo e verifica formale dei documenti;

Esame delle domande e valutazione dei titoli con le modalità di seguito indicate e con i seguenti criteri di selezione che valorizzano in generale:

- le esperienze di volontariato;
- le esperienze di crescita formative
- le capacità relazionali;
- l'interesse del candidato.

Valutazione dei titoli massimo	MAX 50 PUNTI
Precedenti esperienze	MAX 30 PUNTI
Titoli di studio, esperienze aggiuntive e altre conoscenze	MAX 20 PUNTI

ESPERIENZE
Precedenti esperienze di volontariato max 30 punti

L'esperienza di attività di volontariato costituisce un titolo di valutazione.

Sono valutate le esperienze per mese o frazione di mese superiore o uguale a 15 gg; il periodo massimo valutabile è di 12 mesi *per ogni singola tipologia di esperienza svolta*.

Le esperienze sono cumulabili fino al raggiungimento del punteggio massimo previsto.

ITEM	PUNTEGGIO
Precedenti esperienze di volontariato presso lo stesso Ente che realizza il progetto <i>nello stesso settore</i>	<i>1 punto</i> <i>(per mese o fraz. ≥15gg)</i>
Precedenti esperienze di volontariato nello stesso settore del progetto presso Ente diverso da quello che realizza il progetto	<i>0,75 punti</i> <i>(per mese o fraz. ≥15gg)</i>
Precedenti esperienze di volontariato presso lo stesso Ente che realizza il progetto ma in settore diverso	<i>0,50 punti</i> <i>(per mese o fraz. ≥15gg)</i>
Precedenti esperienze di volontariato presso Enti	<i>0,25 punti</i>

diversi da quello che realizza il progetto <i>ed in settori (per mese o fraz. diversi ≥15gg)</i>	
Esperienze aggiuntive non valutate in precedenza: max 4 punti	
Si tratta di esperienze diverse da quelle valutate al punto precedente (per esempio: stage lavorativo, animatore di villaggi turistici, attività di assistenza ai bambini durante il periodo estivo, etc.).	
L'esperienze sono cumulabili fino al raggiungimento del punteggio massimo previsto.	
ITEM	PUNTEGGIO
Esperienze di durata superiore od uguale a 12 mesi	4 punti
Esperienze di durata inferiore ad un anno	2 punti
TITOLI DI STUDIO	
Titoli di studio: max 8 punti	
Sono valutabili i titoli rilasciati da scuole, istituti, università dello Stato o da esso legalmente riconosciuti. <u>Viene valutato solo il titolo più elevato.</u>	
ITEM	PUNTEGGIO
Laurea (magistrale, specialistica, vecchio ordinamento)	8 punti
Laurea triennale	7 punti
Diploma scuola superiore	6 punti
Per ogni anno di scuola media superiore concluso (max 4 punti)	1 punto/anno
Titoli di studio max 4 punti professionali:	
I titoli professionali sono quelli rilasciati da Enti pubblici o Enti accreditati (valutare solo il titolo più elevato).	
ITEM	PUNTEGGIO

Titolo completo	4 punti
-----------------	---------

Titolo non completo	2 punti
---------------------	---------

N.B.: in caso di qualifica professionale afferente il triennio della scuola media superiore, essa non verrà valutata se è presente il diploma; in caso contrario il titolo viene riportato solo in questa sezione e non anche nella precedente

ALTRE CONOSCENZE

Altre conoscenze in possesso del max 4 punti giovane

Si valutano le conoscenze dichiarate e/o certificate riportate dal giovane (es. specializzazioni universitarie, master, conoscenza di una lingua straniera, conoscenza del computer). Per ogni conoscenza riportata è attribuito 1 punto fino ad un massimo di 4 punti

ITEM	PUNTEGGIO
Attestato o autocertificati	1 punto/conoscenza

I candidati effettueranno, secondo apposito calendario pubblicato sul sito web dell'ente, un colloquio approfondito sui seguenti argomenti:

1. Il servizio civile nazionale
2. Il progetto
3. Le pregresse esperienze sotto l'aspetto qualitativo (con particolare riguardo alle precedenti esperienze di volontariato e lavorative nel settore specifico del progetto e non)
4. La motivazione e l'idoneità del candidato al fine di avere un quadro completo e complessivo del profilo del candidato, delle sue potenzialità, delle sue qualità e delle sue attitudini.

COLLOQUIO	MAX 60 PUNTI
------------------	---------------------

La somma di tutti i punteggi assegnati al set di domande diviso il numero delle domande dà come esito il punteggio finale del colloquio.

L'idoneità a partecipare al progetto di servizio civile nazionale viene raggiunta con un minimo di 36 PUNTI al colloquio

REDAZIONE E PUBBLICAZIONE DELLA GRADUATORIA FINALE

Al termine delle selezioni si procederà alla pubblicazione on-line della graduatoria.

Condizioni di servizio ed aspetti organizzativi

Numero ore di servizio settimanali dei volontari, ovvero monte ore annuo:

30

Giorni di servizio a settimana dei volontari (minimo 5, massimo 6) :

5

Eventuali particolari obblighi dei volontari durante il periodo di servizio:

- Realizzazione (eventuale) delle attività previste dal progetto anche in giorni festivi e prefestivi, coerentemente con le necessità progettuali
- Flessibilità oraria in caso di esigenze particolari
- Disponibilità alla fruizione dei giorni di permesso previsti in concomitanza della chiusura della sede di servizio (chiusure estive e festive)
- Partecipazione a momenti di verifica e monitoraggio
- Frequenza di corsi, di seminari e ogni altro momento di incontro e confronto utile ai fini del progetto e della formazione dei volontari coinvolti, anche nei giorni festivi, organizzati anche dagli enti partner del progetto
- Disponibilità ad effettuare il servizio al di fuori della sede entro il massimo di 30 gg previsti
- Osservanza della riservatezza dell'ente e della privacy di tutte le figure coinvolte nella realizzazione del progetto
- Disponibilità ad utilizzare i veicoli messi a disposizione dell'Ente.

Eventuali requisiti richiesti ai candidati per la partecipazione al progetto oltre quelli richiesti dalla legge 6 marzo 2001, n. 64:

Cultura media; buone conoscenze informatiche; buone capacità relazionali.

E' titolo di maggior gradimento:

- diploma di scuola media superiore;
- pregressa esperienza nel settore specifico del progetto;
- pregressa esperienza presso organizzazioni di volontariato;
- buona conoscenza di una lingua straniera;
- spiccata disposizione alle relazioni interpersonali e di gruppo;
- capacità relazionali e dialogiche;
- studi universitari attinenti;
- buone capacità di analisi.

Sedi di svolgimento e posti disponibili

Numero dei volontari da impiegare nel progetto:

49

Numero posti con vitto e alloggio:

0

Numero posti senza vitto e alloggio:

49

Numero posti con solo vitto:

0

N.	Sede di attuazione del Progetto	Comune	Indirizzo	Cod. ident. sede	N. vol. per sede
1	Federconsumatori Basilicata	MATERA (MT)	VIA LUCANA 184 75100 (INTERNO:7)	115189	3
2	Federconsumatori Bergamo	BERGAMO (BG)	VIA GIUSEPPE GARIBALDI 3 24122	115107	4
3	Federconsumatori Bologna	BOLOGNA (BO)	VIA DEL PORTO 16 40122	115062	1
4	Federconsumatori Cagliari	CAGLIARI (CA)	Viale Monastir 15 09122 (PIANO:1)	115038	6
5	Federconsumatori Calabria	CATANZARO (CZ)	VIA FRANCESCO MASSARA 22 88100	126358	4
6	Federconsumatori Campania	NAPOLI (NA)	Corso Umberto I 381 80138 (SCALA-C, PIANO:3, INTERNO:26)	115105	6
7	Federconsumatori Lazio	ROMA (RM)	VIA CERNAIA 47 00185 (SCALA-B, PIANO:1, INTERNO:2)	114927	4
8	Federconsumatori Liguria	GENOVA (GE)	VIA BALBI 29 16126 (PIANO:2, INTERNO:3)	115175	4
9	Federconsumatori Lombardia	MILANO (MI)	CORSO SAN GOTTARDO 5 20136	115050	5
10	Federconsumatori Modena	MODENA (MO)	Via Mar Ionio 23 41122	115042	1
11	Federconsumatori Molise	CAMPOBASSO (CB)	VIA TOMMASO MOSCA 11 86100	115181	2
12	Federconsumatori Nazionale	ROMA (RM)	Via Palestro 11 00185 (PIANO:2, INTERNO:7)	114917	4
13	Federconsumatori Piacenza	PIACENZA (PC)	Via Ventiquattro Maggio 18 29121	115046	1
14	Federconsumatori Piemonte Onlus	TORINO (TO)	Via Carlo Pedrotti 25 10152	115076	2
15	Federconsumatori Umbria	PERUGIA (PG)	VIA GAETANO DONIZETTI 59 06132	115183	2

Caratteristiche conoscenze acquisibili

Eventuali crediti formativi riconosciuti: NO

Eventuali tirocini riconosciuti: NO

Attestazione delle conoscenze acquisite in relazione alle attività svolte durante l'espletamento del servizio utili ai fini del curriculum vitae:

Durante l'espletamento del servizio, i volontari che parteciperanno alla realizzazione di questo progetto acquisiranno le seguenti competenze utili alla propria crescita professionale:

- **competenze tecniche** (specifiche dell'esperienza vissuta nel progetto, acquisite in particolare attraverso il *learning by doing* accanto agli Olp e al personale professionale): supporto alle relazioni sociali, organizzazione logistica, segreteria tecnica, ideazione e realizzazione grafica e testuale di volantini informativi, valutazioni tecniche, uso di strumentazione tecnica.
- **competenze cognitive** (funzionali ad una maggiore efficienza lavorativa e organizzativa): capacità di analisi, ampliamento delle conoscenze, capacità decisionale e di iniziativa nella soluzione dei problemi (problem solving), team working;
- **competenze sociali e di sviluppo** (utili alla promozione dell'organizzazione che realizza il progetto ma anche di se stessi): capacità nella ricerca di relazioni sinergiche e propositive, creazione di reti di rapporti all'esterno, lavoro all'interno di un gruppo, capacità di mirare e mantenere gli obiettivi con una buona dose di creatività;
- **competenze dinamiche** (importanti per muoversi verso il miglioramento e l'accrescimento della propria professionalità): competitività come forza di stimolo al saper fare di più e meglio, gestione e valorizzazione del tempo di lavoro, ottimizzazione delle proprie risorse.

FEDERCONSUMATORI, nell'ambito del comune impegno a far interagire l'impresa e la "Business Excellence" con il mondo del volontariato e della solidarietà, s'impegna a implementare, nell'ambito dell'elaborazione e dell'attuazione dei propri progetti di Servizio Civile, gli *skills* relativi alla professionalizzazione dei volontari, mediante la condivisione con **CASBA SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE** del disegno del percorso formativo e professionalizzante contenuto nel presente progetto. **CASBA SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE** riconosce la validità formativa ed esperienziale che deriva ai giovani dalla partecipazione al presente progetto, in particolare impegnandosi a certificare le competenze e le professionalità sopra esplicitate e a partecipare alla valorizzazione delle stesse, anche attraverso la realizzazione di una apposita banca dati contenente i curricula vitae dei giovani da mettere a disposizione dei propri aderenti.

Formazione specifica dei volontari

In aula:

I APPROFONDIMENTO:

Modulo I. La popolazione e l'accesso garantito alle informazioni: Gli sportelli informa. L'importanza di diffondere notizie utili all'orientamento dei soggetti in condizioni di difficoltà.

Modulo II. Promuovere la cultura della comunicazione, non solo trasmettendo informazioni chiare e puntuali, ma anche adottando una metodologia di gestione del servizio che educi all'autonomia culturale, al pluralismo dell'informazione e alla capacità di analizzare i dati della realtà in modo disincantato e pragmatico.

II APPROFONDIMENTO:

Modulo III. Informazione ai volontari (conforme al D.Lgs 81/08 art. 36).

- Rischi per la salute e sicurezza sul lavoro
- Procedure di primo soccorso, lotta antincendio, procedure di emergenza
- Organigramma della sicurezza
- Misure di prevenzione adottate

Modulo IV. Formazione sui rischi specifici (conforme al D.Lgs 81/08 art. 37, comma 1, lett.b e accordo Stato/Regioni del 21 Dicembre 2011).

- Rischi derivanti dall'ambiente di lavoro
- Rischi meccanici ed elettrici generali
- Rischio biologico
- Rischio chimico
- Rischio fisico
- Rischio videoterminale
- Movimentazione manuale dei carichi
- Altri Rischi
- Dispositivi di Protezione Individuale
- Stress lavoro correlato
- Segnaletica di emergenza
- Incidenti ed infortuni mancati

Corso e-learning:

I Modulo: Evoluzioni ed articolazione dei servizi sociali

- Gli attori del Sistema Integrato degli Interventi e dei Servizi del Terzo Settore, le risorse della rete informale, la sussidiarietà nel sistema sociale
- Natura e caratteristica dei servizi
- Il Terzo Settore e il principio di sussidiarietà
- Requisiti legali (legge 150/2000; d.lgs 196/2003)
- Leggi e normative di riferimento in materia di assistenza, integrazione, pari opportunità
- Leggi e normative di riferimento in ambito consumeristico per la tutela dei diritti e gli interessi del consumatore
- Educare ai diritti
- Il diritto del consumatore
- Il diritto all'informazione

II Modulo: Educazione e promozione culturale

- Gli sportelli Informa: requisiti, funzioni ed obiettivi
- L'integrazione interculturale
- La condizione del cittadino
- I nuovi analfabetismi
- Relazioni con l'utenza
- Composizione dei servizi
- Il sistema di erogazione
- L'ambiente di erogazione
- Approfondimento sugli strumenti giuridici di tutela dei diritti del consumatore
- La ricerca in campo socio- assistenziale
- La valutazione della qualità dei servizi
- Comunicazione interpersonale
- Ascolto attivo
- Gestione dei conflitti
- Le relazioni interpersonali: accoglienza dell'utenza e del bisogno espresso

III Modulo: Modalità di comunicazione

- Tecniche di trasmissione formativa di base
- Realizzare e gestire un sito Web: aspetti di progettazione
- Progettazione delle pagine: i tempi di risposta, metodi di ottimizzazione, i link, strumenti di controllo
- Progettazione dei contenuti: il linguaggio, le modalità di lettura delle pagine web, organizzazione dei contenuti, il valore, visibilità del sito, motori di ricerca e web marketing
- Design del sito: la home page, metafore, navigazione, la struttura del sito, coerenza interna e aderenza agli standard, aiutare gli utenti, funzionalità di ricerca

Contenuti della metaformazione

Il modello formativo proposto, caratterizzato da un approccio didattico di tipo costruttivista in cui il discente “costruisce” il proprio sapere, permette di acquisire un set di meta-competenze quali:

- capacità di analisi e sintesi
- abilità comunicative legate alla comunicazione on line
- abitudine al confronto e alla discussione

L'uso di una piattaforma FAD inoltre consente inoltre, indipendentemente dagli argomenti della formazione specifica, l'acquisizione di una serie di competenze informatiche di base legate all'uso delle TIC e di Internet.