



## **SCHEDA PROGETTO PER L'IMPIEGO DI VOLONTARI IN SERVIZIO CIVILE IN ITALIA**

### **ENTE**

1) *ENTE PROPONENTE IL PROGETTO: Arci Servizio Civile Nazionale*

Informazioni aggiuntive per i cittadini:

Sede centrale:

Indirizzo: Via Monti di Pietralata 16, 00157 Roma

Tel: 0641734392 Fax 0641796224

Email: [info@arciserviziocivile.it](mailto:info@arciserviziocivile.it)

Sito Internet: [www.arciserviziocivile.it](http://www.arciserviziocivile.it)

Associazione locale dell'ente accreditato a cui far pervenire la domanda: Arci Servizio Civile Torino

Indirizzo: Via Thouar, 8A 10149 Torino

Tel: 011/2215851

Email: [torino@arciserviziocivile.it](mailto:torino@arciserviziocivile.it)

Rappresentante legale Torino Arci servizio civile – Presidente- Maria Luigia Schellino

Responsabile dell'Associazione locale dell'ente accreditato: Maria Luigia Schellino

Responsabile informazione e selezione dell'Associazione Locale: Federico Vozza

2) *CODICE DI ACCREDITAMENTO: NZ00345*

3) *ALBO E CLASSE DI ISCRIZIONE: Albo Nazionale – Ente di I classe*

### **CARATTERISTICHE PROGETTO**

4) *TITOLO DEL PROGETTO:*

**SPORTELLO DI TORINO PER L'INFORMAZIONE E TUTELA DEL CONSUMATORE  
CONSAPEVOLE 2011**

5) *SETTORE ED AREA DI INTERVENTO DEL PROGETTO CON RELATIVA CODIFICA:*

*Settore:* educazione e promozione culturale

*Area di intervento:* educazione ai diritti del cittadino

*Codifica:* E06

6) DESCRIZIONE DELL'AREA DI INTERVENTO E DEL CONTESTO TERRITORIALE ENTRO IL QUALE SI REALIZZA IL PROGETTO CON RIFERIMENTO A SITUAZIONI DEFINITE, RAPPRESENTATE MEDIANTE INDICATORI MISURABILI; IDENTIFICAZIONE DEI DESTINATARI E DEI BENEFICIARI DEL PROGETTO:

#### *Territorio*

Il Progetto è rivolto ai consumatori residenti a Torino, nella fascia di età dai 16 anni in poi, per un totale di circa 800.000 persone, e nella provincia di Torino, per un totale di circa 2.000.000, che possono contattare via mail, telefonicamente e recarsi di persona lo Sportello del Consumatore presso la sede di Torino del Movimento Consumatori, collegato agli altri Sportelli del Consumatore

del Movimento Consumatori nella Provincia (Cirié, Rivoli e Santena) e agli sportelli regionali di Cuneo, Bra, Savigliano, Saluzzo, Novara, Biella e Gattinara.

### Settore di intervento

Il Settore di intervento è quello della Tutela dei Consumatori e degli Utenti di servizi pubblici, soggetti titolari dei diritti fondamentali descritti nell'art. 2 del Codice del Consumo (d.lgs 6 ottobre 2005 n. 206: "Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti: a) alla tutela della salute; b) alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi; c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità; c-bis) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà; d) all'educazione al consumo; e) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali; f) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti; g) all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza.").

In Piemonte l'art. 1 della Legge Regionale n. 24 del 26 ottobre 2009 prevede: "La Regione ispira e conferma la propria azione ai principi di tutela e di valorizzazione dei diritti fondamentali dei consumatori e degli utenti di cui all' articolo 2, comma 2 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 (Codice del consumo, a norma dell' articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229). Al fine di accrescere l'efficacia complessiva delle iniziative in ambito consumeristico, la Regione riconosce alle associazioni rappresentative degli interessi dei consumatori, una sede istituzionale dove poter esprimere, attraverso le loro rappresentanze, il contributo che ad esse compete nella definizione dei contenuti delle politiche di tutela."

L'Associazione Movimento Consumatori, componente del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti previsto dall'art. 136 del Codice del Consumo ed iscritta nell'elenco delle Associazioni dei consumatori e degli utenti maggiormente rappresentative in ambito regionale ai sensi dell'art. 6 L.R. 24/2009, presta la propria attività su due livelli (tutela individuale e collettiva).

### TUTELA INDIVIDUALE

L'attività di tutela individuale viene svolta mediante un servizio di informazione ed assistenza diretta presso lo Sportello del Consumatore di Torino, collegato con la rete degli sportelli regionali e nazionali dell'Associazione Movimento Consumatori (cfr. [www.movimentoconsumatori.it](http://www.movimentoconsumatori.it)).

Lo Sportello è gestito dal Movimento Consumatori prevalentemente mediante il contributo economico della Regione Piemonte ex art. 7 L.R. 26 ottobre 2009 n. 24, secondo il quale "La Giunta regionale, con appositi finanziamenti, favorisce la creazione di una rete di sportelli sul territorio gestiti, anche in forma associata, dalle associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 6, al fine di fornire al cittadino informazioni e consulenza su problemi specifici o su problematiche generali attinenti la tutela dei consumatori e degli utenti", tramite il Servizio Legale dell'Associazione (composto da 8 avvocati e praticanti avvocati specializzati nella materia della Tutela del Consumatore) che fornisce quotidianamente un'attività di consulenza giuridica (telefonica, di persona e via internet) ed assistenza stragiudiziale nelle materie previste dal Codice del Consumo e dalle normative a tutela del consumatore e utente.

I consumatori vengono infatti coinvolti quotidianamente nella stipulazione di contratti sempre più complessi, di cui normalmente hanno una conoscenza molto approssimativa, e necessitano frequentemente dell'assistenza delle Associazioni dei Consumatori per la risoluzione di piccole controversie con imprese, professionisti e la pubblica amministrazione.

Le richieste di consulenza ed assistenza si riferiscono a quasi tutto lo 'scibile' consumerista e sono in particolare relative a:

- utenze domestiche (gas ed energia elettrica)
- telefonia mobile e fissa
- trasporti aerei e ferroviari
- pacchetti turistici
- conti correnti, mutui e credito al consumo
- assicurazioni RC auto, polizze sanitarie, polizze RC civile
- operazioni di investimento, polizze vita index e unit linked
- acquisti di beni di consumo (automobili e motocicli, telefoni cellulari, mobili)

- compravendite on line
- controversie con artigiani
- responsabilità di professionisti (avvocati, medici, architetti)
- acquisti immobiliari sulla carta e di multiproprietà
- pratiche commerciali scorrette poste in essere da imprese e professionisti in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un bene o servizio ai consumatori
- violazioni del Codice della Strada.

Nell'attuale periodo di crisi economica l'alto costo della vita e l'abbattimento dei consumi di beni non alimentari hanno portato le aziende a cercare di sostenere le vendite con politiche di marketing sempre più aggressive e spregiudicate. Si pensi ad esempio al settore della telefonia, dove moltissimi servizi vengono erogati in seguito a un mero colloquio telefonico, *direct marketing*, effettuato da anonimi *call center*, oppure al settore delle utenze domestiche, nel quale, a seguito della liberalizzazione, completamente realizzata a partire dal 1° luglio 2007, è registrabile una crescita esponenziale delle controversie tra utenti e gestori, in particolare a causa dell'azione capillare svolta da promotori "porta a porta".

Altro settore in cui è aumentata la richiesta di informazione e di tutela in questa fase di recessione è quello del credito, in quanto il livello di indebitamento delle famiglie torinesi – a causa dell'allarmante aumento a Torino dello strumento della cassa integrazione e tasso di disoccupazione negli ultimi due anni (+22% dal 2007 al 2008<sup>1</sup>, + 40% dal 2008 al 2009<sup>2</sup>) e della diminuzione del potere d'acquisto – è in fase di crescita (dal 2008 al 2009, media nazionale, + 5,7%<sup>3</sup>). Per tale ragione molti consumatori non sono in condizione di pagare regolarmente le rate dei mutui immobiliari e dei finanziamenti per l'acquisto di beni di consumo (cd. "credito al consumo"). L'associazione presta in materia attività di consulenza ed assistenza a favore dei consumatori nei confronti dei creditori (banche e società finanziarie), in particolare concordando consolidamenti di debiti, rinegoziando rate e scadenze e verificando l'eventuale applicazione di tassi usurari.

Lo Sportello del Consumatore opera infine da anni nel settore della gestione dei servizi pubblici, recentemente anche tramite lo strumento previsto dall'art. 2 c. 461 l. 244/2007 (anche "Finanziaria 2008") che ha istituzionalizzato l'attività costante di monitoraggio da parte delle Associazioni dei Consumatori sull'adempimento da parte dei gestori di servizi pubblici di quanto previsto dai contratti di servizio. L'Associazione collabora con gli enti locali nella redazione della carte di qualità del servizio adottate dai gestori dei servizi pubblici, che devono prevedere standard minimi di qualità relativi alle prestazioni erogate, indennizzi forfettari in caso di inadempimenti dei gestori e procedure di conciliazione paritetiche per la soluzione in via stragiudiziale delle controversie. Lo Sportello del Consumatore riceve segnalazioni di disservizi da parte degli utenti, cura la redazione di reclami e interagisce con i gestori locali per la tutela del singolo e per il miglioramento della qualità dei servizi.

---

<sup>1</sup> Fonte: Ansa, 5 giugno 2009

<sup>2</sup> Fonte: <http://www.torinoggi.it/attualita/4058-in-piemonte-nel-2009-aumento-della-disoccupazione-40.html> - articolo 5 febbraio 2010

<sup>3</sup> Fonte: <http://www.lastampa.it/redazione/cmsSezioni/economia/201008articoli/57621girata.asp> - articolo 14 agosto 2010

## TUTELA COLLETTIVA

L'Associazione Movimento Consumatori è iscritta al Consiglio Nazionale Consumatori ed Utenti previsto dall'art. 136 del Codice del Consumo e opera anche nel settore della tutela collettiva legale dei consumatori e utenti, mediante tre strumenti:

- 1) **AZIONE COLLETTIVA INIBITORIA EX ART. 140 CODICE DEL CONSUMO** (già contenuta nella l. 281/98): *“1. I soggetti di cui all'articolo 139 sono legittimati nei casi ivi previsti ad agire a tutela degli interessi collettivi dei consumatori e degli utenti richiedendo al tribunale: a) di inibire gli atti e i comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori e degli utenti; b) di adottare le misure idonee a correggere o eliminare gli effetti dannosi delle violazioni accertate; c) di ordinare la pubblicazione del provvedimento su uno o più quotidiani a diffusione nazionale oppure locale nei casi in cui la pubblicità del provvedimento può contribuire a correggere o eliminare gli effetti delle violazioni accertate.”* Nel corso degli ultimi anni, su impulso del Servizio Legale di Torino dell'Associazione (rif. Avv. Paolo Fiorio, Avv. Marco Gagliardi), sono state instaurate dal Movimento Consumatori numerose azioni inibitorie non solo nei confronti di società che operano in ambito nazionale, quali in particolare operatori telefonici (es. indebite richieste di pagamento di canoni Telefonici Telecom<sup>4</sup>), banche e assicurazioni (es. crac Lehman Brothers, mancata restituzione delle polizze collegate alle obbligazioni<sup>5</sup>) ed operatori televisivi (es. fornitura non richiesta del mensile Sky Life), ma anche in ambito locale, in particolare concessionari d'auto e mobilifici che utilizzano nella propria modulistica clausole vessatorie ai sensi dell'art. 33 del Codice del Consumo.
- 2) **AZIONE COLLETTIVA RISARCITORIA** (cd. *“class action”*) Dal 1° gennaio 2010, con l'entrata in vigore dell'art. 140 bis del Codice del Consumo, gli strumenti di tutela collettiva sono integrati dalla possibilità di esperire l'azione collettiva risarcitoria, meccanismo processuale che consente di estendere i rimedi concessi a chi abbia agito in giudizio ed abbia ottenuto riconoscimento delle proprie pretese a tutti gli appartenenti alla medesima categoria di soggetti che non si siano attivati. L'azione collettiva nasce dall'esigenza di consentire, per ragioni di giustizia, di economia processuale e di certezza del diritto, a chi si trovi in una determinata situazione di beneficiare dei rimedi che altri, avendo agito in giudizio ed essendo risultati vittoriosi, possono esercitare nei confronti del convenuto.
- 3) **SEGNALAZIONE ALL'ANTITRUST**. All'Associazione (locale e nazionale) compete infine un ruolo attivo di segnalazione a favore dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (di seguito anche *“Antitrust”*) in caso di pratiche commerciali scorrette, secondo quanto previsto dalla normativa contenuta nei decreti legislativi nn. 146 e 145 del 2 agosto 2007, entrati in vigore il 21 settembre 2007, attuativi della Direttiva 2005/29/CE e recepiti nel Codice del Consumo agli artt. 20 e ss. In caso di azione, omissione, condotta, o dichiarazione, comunicazione commerciale (compresa la pubblicità e la commercializzazione del prodotto), posta in essere da un professionista in relazione alla promozione, vendita o fornitura di un bene o servizio ai consumatori, l'Associazione mediante circostanziate segnalazioni può attivare la procedura amministrativa da parte dell'Antitrust che, nel caso in cui vengano ravvisate violazioni del Codice del Consumo, può inibire i comportamenti lesivi dei diritti ed interessi dei consumatori e sanzionare i soggetti responsabili.

<sup>4</sup> Cfr. <http://www.movimentoconsumatori.it/news.asp?id=3954> - comunicato stampa *“Azione collettiva MC. Wind condannata a risarcire 130.000 utenti per 50 milioni di euro”*

<sup>5</sup> Cfr. <http://www.movimentoconsumatori.it/news.asp?id=4184> - comunicato stampa *“Azione collettiva MC. CNP Unicredit dovrà restituire a 6500 clienti 182 milioni di euro investiti nelle polizze Lehman Brothers”*

L'Associazione invia infine segnalazioni anche all'AGCOM in caso di violazioni in materia di telecomunicazioni, all'ISVAP in caso di violazioni in materia di assicurazioni private, alla CONSOB in materia di tutela del risparmio ed alla BANCA D'ITALIA in materia di contratti bancari.

*Dati di contesto, in relazione al settore di intervento indicato*

In ambito regionale e in particolare nel contesto della Provincia di Torino (circa il 50% della popolazione piemontese è ivi residente), nell'ultimo decennio, le richieste di assistenza e informazione rivolte agli Sportelli dei consumatori sono state in costante aumento.

Dal 2002 al 2004 sono quasi raddoppiate, passando da 56.353 nel 2002 a quasi 100.000 nel 2004 (dati tratti dal Piano Triennale Regionale 2005-2007 in materia di difesa e tutela del consumatore).

Questo trend si è ulteriormente confermato negli anni seguenti: secondo il Piano Triennale Regionale 2008-2010 nel periodo tra il 1° luglio 2006 e il 31 dicembre 2007 gli sportelli del consumatore gestiti dalle associazioni dei consumatori hanno registrato 152.033 contatti.

Anche lo Sportello di Torino, che attualmente conta circa 2.600 iscritti, ha registrato negli ultimi cinque anni un notevole incremento di attività.

Nel 2005 sono state ricevute circa 2.000 richieste di chiarimenti o informazioni sulla possibilità di far valere i propri diritti. In circa 1400 casi su 2.000 è stato sufficiente un contatto o una consulenza telefonica qualificata. Per circa 600 persone è stato invece necessario fissare un appuntamento in sede con uno specialista negli ambiti classici del diritto del consumatore: contratti fuori dai locali commerciali, utenze (soprattutto telefonia fissa e mobile), turismo, tintorie, contratti d'opera, servizi bancari, servizi assicurativi, condominio e locazione, credito al consumo. In 300 casi, infine, si è ritenuto necessario aprire una pratica di tutela per la risoluzione stragiudiziale della controversia.

Nel 2007 lo stesso Sportello ha ricevuto circa 3.200 richieste di informazioni da primo impatto. Nel 2007 sono state rese inoltre 1.000 consulenze di persona. Sono state aperte 774 pratiche di pratiche di tutela stragiudiziale.

Nel 2008 è aumentata la richiesta di informazioni, pareri, chiarimenti. Anche le consulenze di persona hanno subito circa lo stesso aumento. Sono conseguentemente e proporzionalmente aumentate le pratiche di tutela extragiudiziale aperte, raggiungendo circa 900 casi.

Il trend positivo è confermato nel 2009, nel corso del quale sono stati aperte e trattate oltre 1000 pratiche di tutela, e nel 2010, nel corso del quale (dati primo semestre) si presume che venga raggiunto il totale di circa 1200 casi.

Complessivamente agli Sportelli del Consumatore del Piemonte, gestiti non solo dal Movimento Consumatori ma anche dalle altre Associazioni iscritte nell'elenco di cui all'art. 7 L.R. 26 ottobre 2009 n. 26, secondo i dati trasmessi dalla Regione, hanno trattato circa 11.000 pratiche di Tutela, di cui circa 6.000 nella sola provincia di Torino.

Le Associazioni hanno svolto e dovranno svolgere un importante ruolo di deflazione del contraddittorio mediante numerose procedure di conciliazione stipulate con società private (attualmente: Telecom, Fastweb, Vodafone, TeleTu, Enel e Poste Italiane) e tramite la procedura di conciliazione innanzi al Corecom Piemonte, organo competente in ambito di telefonia.

Tale ruolo potrebbe in futuro rivelarsi funzionale alla velocizzazione dei processi civili. Si consideri che in Italia crescono continuamente i ricorsi presentati dai cittadini ai sensi della legge 89/2001 (cd. Legge Pinto) che prevede risarcimenti in caso di durata eccessiva dei procedimenti giudiziari, in 960 giorni per quanto riguarda il primo grado (fonte [www.ilsole24ore.com](http://www.ilsole24ore.com) articolo del 1° giugno 2009). Le controversie trattate dell'Associazione si concludono in media in tre mesi dall'apertura. L'esigenza di deflazionare il sistema giudiziario italiano rispetto al carico degli arretrati e al rischio

di accumulare nuovo ritardo ha recentemente portato all'entrata in vigore dell'istituto della mediazione civile e commerciale, approvato con il decreto legislativo 4 marzo 2010 n. 28 (Gazzetta Ufficiale 5 marzo 2010 n. 53), attuativo della riforma del processo civile (legge 69/2009).

Altra forma di tutela offerta alle Associazioni è costituita da facoltà di segnalare alle Autorità di vigilanza le violazioni delle normative a tutela del consumatore e, in particolare, di pratiche commerciali scorrette, non solo tramite pubblicità ingannevole. Si consideri che nel 2008 sono state presentate complessivamente all'Autorità Garante della Concorrenza n. 2781 (1591 nel 2007) segnalazioni di comportamenti in materia di pratiche commerciali scorrette, di cui 48 presentate da Associazioni di Consumatori. Nel 2009 l'Antitrust ha ricevuto 8400 richieste di intervento (nelle telecomunicazioni, settore particolarmente connotato da pratiche commerciali scorrette, le tematiche maggiormente approfondite sono relative all'ostruzionismo al passaggio di altri operatori, teleselling e forniture non richieste, rimodulazioni tariffarie, riconoscimento del credito residuo nei processi di migrazione ad altro operatore di telefonia mobile; nel settore televisivo elementi di criticità si sono registrati in relazione alle pratiche commerciali concernenti al digitale terrestre e fenomeni di pubblicità occulta)<sup>6</sup>.

L'Associazione Movimento Consumatori di Torino nel periodo 2009 – ottobre 2010 ha inviato all'Antitrust esposti contenenti alle seguenti 10 segnalazioni che hanno portato finora alla condanna dei soggetti responsabili al pagamento della somma di € 710.000:

---

<sup>6</sup> Fonte: [www.agcm.it](http://www.agcm.it) – rapporto annuale 2009 Antitrust

6.2 Criticità e/o bisogni relativi agli indicatori riportati al 6.1

CRITICITA'/BISOGNI	INDICATORI MISURABILI
<p>TUTELA INDIVIDUALE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente necessità di assistenza e di punti di riferimento in grado di fornire una qualificata e imparziale informazione sui diritti dei consumatori e utenti nella gestione delle controversie quotidiane (utenze, contratti di assicurazione, locazione, bancari, compravendita)</li> <li>• Crescente richiesta di procedure alternative di risoluzione delle controversie, in considerazione dei costi e dell'eccessiva durata dei processi civili</li> </ul>	<p>N. contatti telefonici  N. contatti di persona  N. contatti internet (posta elettronica)  N. connessioni al sito internet  <a href="http://www.movimentoconsumatori.to.it">www.movimentoconsumatori.to.it</a>  N. contatti internet (tramite Facebook)  N. ore/settimana destinate al ricevimento di persona  N. ore/settimana dedicate al ricevimento telefonico e alla consulenza on-line  N. pratiche di tutela stragiudiziale trattate dal Servizio Legale  N. istanze di conciliazione presentate al Corecom Piemonte  N. conciliazioni ottenute con società private tramite procedure paritetiche  Durata media trattazione pratiche di tutela stragiudiziale (dall'apertura alla definizione)</p>
<p>TUTELA COLLETTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente adozione di pratiche commerciali scorrette da parte delle imprese</li> </ul>	<p>N. segnalazioni all'Antitrust di pratiche commerciali scorrette ai sensi degli art. 20 e s. del Codice del Consumo  N. lettere di diffida volte all'avvio di azioni inibitorie e risarcitorie (140 e 140 bis Codice del Consumo)  N. pratiche individuali gestite dallo Sportello in ambito di "class action" ai sensi dell'art. 140 bis Codice del Consumo</p>

6.3 Individuazione dei destinatari ed i beneficiari del progetto:

6.3.1 destinatari diretti (*soggetti o beni pubblici/collettivi favoriti dalla realizzazione del progetto, che costituiscono il target del progetto*)

Destinatari diretti del progetto sono i consumatori ed utenti che si rivolgono alla Sportello del Consumatore per ottenere informazioni sulla tutela del consumatore ed assistenza tramite l'apertura di pratiche di tutela individuale o collettiva mediante gli strumenti dell'azione inibitoria ex art. 140 Codice del Consumo, la class action ex art. 140 bis Codice del Consumo mediante l'adesione individuale all'azione e la segnalazione di pratiche commerciali scorrette all'Antitrust.

6.3.2 beneficiari indiretti (*soggetti favoriti dall'impatto del progetto sulla realtà territoriale/area di intervento*)

Beneficiari indiretti sono tutti i consumatori ed utenti destinatari delle azioni collettive inibitorie (per le quali non è necessaria l'adesione individuale) ex art. 140 Codice del Consumo nonché i consumatori in genere per le segnalazioni alle autorità di vigilanza (Antitrust, AGCOM, ISVAP)

#### 6.4. Indicazione su altri attori e soggetti presenti ed operanti nel settore e sul territorio

Nella Provincia di Torino le Associazioni iscritte all'elenco Regionale di cui alla l. 24/2009 delle Associazioni dei Consumatori, i cui sportelli godono attualmente dei contributi della Regione Piemonte, sono le seguenti: ACU (Associazione Consumatori Utenti) ADICONSUM, ADOC PIEMONTE ASSOCIAZIONE CONSUMATORI PIEMONTE, CITTADINANZATTIVA, CODACONS, FEDERCONSUMATORI PIEMONTE (Sportelli di Torino e Pinerolo) e MOVIMENTO CONSUMATORI (Sportelli di Torino e Cirié) (cfr. <http://www.regione.piemonte.it/informaconsumatori/sportello/indirizzi.htm>).

Alcune associazioni (Federconsumatori, Adiconsum e Adoc) sono state costituite con il sostegno di sindacati dei lavoratori (rispettivamente CGIL, CISL e UIL) e hanno sede presso le strutture dei sindacati. Le altre (Movimento Consumatori, Cittadinanza Attiva, Codacons e ACU) sono autonome. Tutte hanno un livello regionale e nazionale e svolgono attività senza fine di lucro.

La Regione Piemonte, grazie al cofinanziamento del Ministero dello Sviluppo economico e con l'adesione al progetto di 10 associazioni regionali dei consumatori, tramite l'Assessorato al Commercio Direzione Commercio e Artigianato coordina gli Sportelli del Consumatore (nel 2010 in ambito regionale complessivamente 26), promuovendone e monitorandone l'attività, anche grazie al numero verde gratuito del Call Center Unico (n. 800333444<sup>7</sup>). - per info: Dirigente Dott. Roberto Corgnati - Tel. 011432.5468 – Dott. Roberto Casseti Tel. 011 - 432.5065).

L'attività degli Sportelli del Consumatore è sviluppata in virtù di quanto previsto dall'art. 7 L.R. 26 ottobre 2009 n. 24, secondo il quale *“La Giunta regionale, con appositi finanziamenti, favorisce la creazione di una rete di sportelli sul territorio gestiti, anche in forma associata, dalle associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 6, al fine di fornire al cittadino informazioni e consulenza su problemi specifici o su problematiche generali attinenti la tutela dei consumatori e degli utenti”*,

#### 6.5 Soggetto attuatore ed eventuali partners

*6.5.1 Il soggetto attuatore, socio di ASC, ha sviluppato nel settore di intervento del progetto le seguenti attività:*

Il Movimento Consumatori Torino, associazione iscritta all'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello regionale previsto dall'art. 6 L. R. 24 ottobre 2009 n. 24, è presente da oltre vent'anni nel territorio provinciale e dal 2004 è operativo nella nuova sede di Torino, in Via San Secondo 3.

L'attività dello Sportello di Torino è coordinata con quella di altri 3 Sportelli nella Provincia di Torino (Rivoli, Santena e Cirié), con gli Sportelli delle altre province piemontesi (Biella, Novara, Cuneo, Vercelli) e con gli Sportelli delle altre regioni italiane (v. <http://www.movimentoconsumatori.it/informations.asp?id=7#Le-Sedi-del-Movimento-Consumatori>).

*Il soggetto attuatore ha realizzato nel Servizio Civile Nazionale le seguenti attività*

Come risulta dai Bandi del 26 giugno 2009 e del 3 settembre 2010 emanati dall'Ufficio Servizio Civile della Presidenza del Consiglio dei Ministri e dalla graduatoria dei progetti da realizzarsi in Italia, il presente progetto è stato realizzato a partire dal novembre 2009 con l'entrata in servizio di

<sup>7</sup> Cfr. <http://www.regione.piemonte.it/informaconsumatori/sportello/index.htm>

n. 4 volontari del Servizio Civile che hanno operato a favore dello Sportello del Consumatore e verrà realizzato a partire dal febbraio 2010 con l'entrata in servizio di n. 6 volontari.  
La stesso progetto è stato realizzato dal Movimento Consumatori nel biennio 2006-2007 e 2007-2008.

L'Associazione collabora quotidianamente con altre realtà del terzo settore in ambito locale, tra cui in particolare le altre associazioni di consumatori (Federconsumatori, ACU ADOC, Associazione Consumatori Piemonte, Adiconsum e Codacons), Arci Torino e Banca Etica, nonché testate giornalistiche nazionali e locali.

6.5.2 PARTNER del progetto sono:

1. Associazione Consumatori Piemonte (ACP, cfr. [www.consumatoripiemonte.it](http://www.consumatoripiemonte.it)), associazione autonoma di promozione sociale, senza scopo di lucro, iscritta come il Movimento Consumatori all'elenco delle Associazioni previsto dall'art. 6 L.R. 24/2009. ACP gestisce in Piemonte gli Sportelli del Consumatore di Torino, Biella, Cossato e Vercelli.
2. Studio Legale Fiorio (specializzato nella tutela del consumatore e nella tutela del risparmio) di Torino, Corso Vittorio Emanuele II, 24
3. Studio Legale Avv. Galimberti (specializzato nella tutela del consumatore), di Torino, Corso Vittorio Emanuele II n. 172.

7) **OBIETTIVI DEL PROGETTO:**

7.1 *Gli obiettivi di cambiamento generati dalle criticità e bisogni indicati nel 6.2:*

<b>CRITICITA'/BISOGNI</b>	<b>OBIETTIVI</b>
<p>1. RICHIESTA DI TUTELA INDIVIDUALE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Crescente necessità di assistenza e di punti di riferimento in grado di fornire una qualificata e imparziale informazione sui diritti dei consumatori e utenti nella gestione delle controversie quotidiane (utenze, contratti di assicurazione, locazione, bancari, compravendita)</li> <li>• Crescente richiesta di procedure alternative di risoluzione delle controversie, in considerazione dei costi e dell'eccessiva durata dei processi civili</li> </ul>	<p>Obiettivo 1.1</p> <p><b>INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI</b></p> <p>Crescita nell'attività di informazione verso l'esterno circa i diritti dei consumatori tramite lo Sportello del Consumatore</p>
	<p>Obiettivo 1.2</p> <p><b>CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b></p> <p>Crescita nell'attività di tutela preventiva volta alla composizione delle liti in via extragiudiziale</p>
<p>2. TUTELA COLLETTIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crescente adozione di pratiche commerciali scorrette da parte delle imprese</li> </ul>	<p>Obiettivo 2.1</p> <p><b>SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b></p> <p>Crescita nell'attività di segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di comportamenti lesivi degli interessi collettivi dei consumatori</p>
	<p>Obiettivo 2.2</p> <p><b>AZIONI INIBITORIE E CLASS ACTION</b></p> <p>Ideazione ed avvio di azioni collettive inibitorie e risarcitorie ai sensi dell'art. 140 e 140 bis Codice del Consumo</p>

7.2 *Gli obiettivi sopra indicati con gli indicatori del 6.2 alla conclusione del progetto*

<b>OBIETTIVO</b>	<b>INDICATORI</b>
<p>Obiettivo 1.1</p> <p><b>INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI</b></p> <p>Crescita nell'attività di informazione verso l'esterno circa i diritti dei consumatori tramite lo Sportello del Consumatore</p>	<p>1.1.1.1 Totale contatti telefonici</p> <p>1.1.1.2 Totale contatti di persona</p> <p>1.1.1.3 Totale contatti internet (posta elettronica)</p> <p>1.1.1.4 Totale connessioni al sito internet <a href="http://www.movimentoconsumatori.to.it">www.movimentoconsumatori.to.it</a></p> <p>1.1.1.5 Totale contatti Facebook</p>

<p>Obiettivo 1.2  <b>CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b>  Crescita nell'attività di tutela preventiva volta alla composizione delle liti in via extragiudiziale</p>	<p>1.2.1.1 totale ore/settimana destinate al ricevimento di persona  1.2.1.2 totale ore/settimana dedicate al ricevimento telefonico ed alla consulenza on-line  1.2.1.3 totale pratiche di tutela stragiudiziale trattate dal Servizio Legale  1.2.1.4 totale istanze di conciliazione presentate al Corecom Piemonte  1.2.1.5 totale conciliazioni ottenute con società private tramite procedure paritetiche  1.2.1.6 durata media trattazione pratiche di tutela stragiudiziale (dall'apertura alla definizione)</p>
<p>Obiettivo 2.1  <b>SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b>  Crescita nell'attività di segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato di comportamenti lesivi degli interessi collettivi dei consumatori</p>	<p>2.1.1.1 totale segnalazioni all'Antitrust di pratiche commerciali scorrette ai sensi degli art. 20 e s. del Codice del Consumo</p>
<p>Obiettivo 2.2  <b>AZIONI INIBITORIE E CLASS ACTION</b>  Ideaione ed avvio di azioni collettive inibitorie e risarcitorie ai sensi dell'art. 140 e 140 bis Codice del Consumo</p>	<p>2.2.1.1 totale lettere di diffida volte all'avvio di azioni inibitorie e risarcitorie (140 e 140 bis Codice del Consumo)  2.2.1.2 totale pratiche individuali gestite dallo Sportello in ambito di "class action" ai sensi dell'art. 140 bis Codice del Consumo</p>

### 7.3 Il confronto fra situazione di partenza e obiettivi di arrivo stessi di pag 5

INDICATORI	ex ANTE	Ex POST
1.1.1.1 Totale contatti telefonici	600 mensili	800 mensili
1.1.1.2 Totale contatti di persona	120 mensili	150 mensili
1.1.1.3 Totale contatti internet (posta elettronica)	200 mensili	300 mensili
1.1.1.4 Totale connessioni al sito internet	5000 mensili	10000 mensili
1.1.1.5 Totali contatti Facebook	1.400	5000
1.2.1.1 totale ore/settimana destinate al ricevimento di persona	45	50
1.2.1.2 totale ore/settimana dedicate al ricevimento telefonico e alla consulenza on-line	45	50
1.2.1.3 totale pratiche tutela stragiudiziale	1000 pratiche	1300 pratiche
1.2.1.4 totale istanze di conciliazioni al Corecom	50 istanze	80 istanze
1.2.1.5 totale conciliazioni paritetiche	50 conciliazioni	75 conciliazioni

1.2.1.6 durata media trattazione pratica di tutela stragiudiziale	110 giorni	80 giorni
2.1.1.1 totale segnalazioni alle Antitrust	10 segnalazioni	20 segnalazioni
2.2.1.1 totale lettere di diffida volte all'avvio di azioni inibitorie e risarcitorie (140 e 140 bis Codice del Consumo)	10 diffide	15 diffide
2.2.1.2 totale pratiche individuali gestite dallo Sportello in ambito di "class action" ai sensi dell'art. 140 bis Codice del Consumo	0 pratiche individuali	200 pratiche individuali

#### 7.4 Obiettivi rivolti ai volontari:

- formazione ai valori dell'impegno civico, della pace e della nonviolenza dando attuazione alle linee guida della formazione generale al SCN (vedi box 34) e al Manifesto ASC 2007;
- apprendimento delle finalità, delle modalità e degli strumenti del lavoro di gruppo finalizzato alla acquisizione di capacità pratiche e di lettura della realtà, capacità necessarie alla realizzazione delle attività del progetto e successivamente all'inserimento attivo nel mondo del lavoro;
- fornire ai partecipanti strumenti idonei all'interpretazione dei fenomeni socio-culturali al fine di costruire percorsi di cittadinanza attiva e responsabile;
- crescita individuale dei partecipanti attraverso l'integrazione e l'interazione con la realtà territoriale;
- fornire ai volontari competenze operative di gestione di attività in ambito non-profit e di supporto informatico;
- crescita individuale dei partecipanti attraverso lo sviluppo di una consapevole integrazione ed interazione con il sistema sociale:
  - autostima,
  - capacità organizzativa,
  - capacità relazionali,
  - capacità di operare in gruppo,
  - confronto,
  - conoscenza approfondita delle realtà territoriali,
  - forme di auto imprenditorialità
- acquisizione di competenze tecnico-giuridiche e di una professionalità nell'ambito della Tutela del Consumatore.

## 8 DESCRIZIONE DEL PROGETTO E TIPOLOGIA DELL'INTERVENTO

### 8.1 Complesso delle attività previste per il raggiungimento degli obiettivi

#### ➤ *Elenco attività previste per il raggiungimento degli obiettivi del progetto*

Obiettivo 1.1: Crescita nell'attività di informazione circa i diritti dei consumatori tramite lo Sportello del Consumatore

#### Azione 1.1.1 **INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEI CONSUMATORI**

Attività 1.1.1.1: ricevimento di persona allo Sportello del Cons.
Attività 1.1.1.2: ricevimento telefonico e on line
Attività 1.1.1.3: redazione comunicati stampa

Attività 1.1.1.4: aggiornamento sito internet e profilo Facebook
Attività 1.1.1.5: organizzazione banchetti informativi
Attività 1.1.1.6: partecipazione a incontri con enti pubblici e società private
Attività 1.1.1.7: convocazioni e partecipazioni a riunioni del Servizio Legale

Obiettivo 1.2: Crescita nell'attività di tutela preventiva volta alla composizione delle liti in via extragiudiziale

Azione 1.1.2: **CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE**

Attività 1.1.2.1: apertura pratiche di tutela
Attività 1.1.2.2: studio disciplina giuridica di settore
Attività 1.1.2.3: approfondimento studio campi intervento
Attività 1.2.1.4: gestione file casi, telefonate

Obiettivo 2.1: Crescita nell'attività di segnalazione all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust) di comportamenti lesivi degli interessi collettivi dei consumatori

Azione 2.1.1 **SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST**

Attività 2.1.1.1: verifica pratiche commerciali scorrette
Attività 2.1.1.2: redazione segnalazione all'Antitrust

Obiettivo 2.2

Ideazione ed avvio di azioni collettive inibitorie e risarcitorie ai sensi dell'art. 140 e 140 bis Codice del Consumo

Azione 2.2.1 **AZIONI COLLETTIVE INIBITORIE E CLASS ACTION**

Attività 2.2.1.1: studio e redazione diffide inibitorie e risarcitorie
Attività 2.2.1.2: redazione comunicati stampa
Attività 2.2.1.3: aggiornamento sito internet e profilo Facebook
Attività 2.2.1.4: gestione pratiche "Class Action"

➤ *Descrizione attività previste per il raggiungimento degli obiettivi del progetto*

Nella finalità della crescita della formazione degli operatori dello Sportello del Consumatore dell'Associazione e nella conseguente maggiore informazione ed azione esterna nella tutela giuridica del consumatore costituiscono un'attività propedeutica e indispensabile:

- l'organizzazione e lo svolgimento di lezioni rivolte al personale destinato al Servizio Legale sul Codice del Consumo, Volontari del Servizio Civile compresi, con particolare attenzione alle

questioni attinenti alle segnalazioni alle Autorità Indipendenti di controllo, all'Azione Collettiva inibitoria (140 Cod. Cons.) e Risarcitoria (art. 140 bis Cod. Cons.);

- l'organizzazione di incontri con il personale relativamente ad aspetti gestionali dell'associazione (es. gestione banche dati, gestione archivio, gestione posta in entrata e in uscita, gestione contatti esterno – interno, gestione sito internet, gestione tesseramento, gestione cassa associazione);
- l'acquisizione materiale propedeutico allo svolgimento delle predette attività;
- Partecipazione a corsi di formazione e aggiornamento sull'evoluzione della normativa sulla tutela del consumatore;
- Lo studio dei nuovi campi di intervento attualmente non praticati.

Questa tipologia di attività continuerà costantemente nell'ambito del progetto.

Al fine dello svolgimento delle predette, nonché delle successive attività, è richiesto quanto segue:

- l'attivazione di contatti con soggetti esterni per collaborazione nello svolgimento delle attività attinenti al progetto
- la partecipazione ad incontri istituzionali (es. Consulta Regionale associazioni dei consumatori; Università di Torino, Regione Piemonte Assessorato Trasporti; Agenzia per la Mobilità Metropolitana; Provincia di Torino Divisione Trasporti);

<b>Obiettivo 1.1:</b>
<b>Azione INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEL CONSUMATORE</b>
Attività 1.1.1.1: ricevimento di persona allo Sportello del Consumatore
Attività 1.1.1.2: ricevimento telefonico e on line

Lo Sportello del Consumatore fornisce quotidianamente informazioni in materia di tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori e degli utenti, e raccoglie inoltre suggerimenti, segnalazioni e proteste dei cittadini su disservizi e inadempienze da parte di produttori e fornitori di beni e servizi. I principali settori di intervento dello sportello sono: Alimentazione e salute; Assicurazioni; Banche; Commercio (tradizionale e a distanza); Condominio, Consumo Critico, Contratti dei consumatori; Energia; Immobiliare; Locazioni ad uso privato; Rapporti cittadino/pubblica amministrazione; Sanità e diritti del malato; Servizi pubblici locali; Telefonia e Telecomunicazioni; Turismo; Tutela del Risparmio; Trasporti urbani e extraurbani su rotaia e su gomma.

Il consumatore può contattare lo Sportello sia telefonicamente (2 linee fisse e 1 linea mobile), che per posta ordinaria presso gli Sportelli del Consumatore od elettronica (mail [torino@movimentoconsumatori.it](mailto:torino@movimentoconsumatori.it) – via Facebook tramite il profilo "Movimento Consumatori Torino"), che di persona.

Attività 1.1.1.3: redazione comunicati stampa
Attività 1.1.1.4: aggiornamento sito internet
Attività 1.1.1.5: organizzazione banchetti informativi

Per favorire ed incrementare gli accessi allo Sportello del Consumatore, anche pubblicizzato dalla Regione Piemonte, l'Associazione si serve del proprio Ufficio Stampa che dirama comunicati a testate giornalistiche, televisive e radiofoniche locali, utilizza il proprio sito internet, le cui connessioni sono in costante aumento, il profilo Facebook dell'Associazione e organizza ed allestisce banchetti informativi sul territorio o all'interno di fiere.

Attività 1.1.1.6: partecipazione a incontri con enti pubblici e società private
Attività 1.1.1.7: convocazioni e partecipazioni a riunioni del Servizio Legale

Nel corso del Progetto è altresì prevista la partecipazione del personale dell'Associazione a tavoli con enti pubblici e società private (es. incontro annuale con responsabili Poste Italiane, SMAT

Gestore servizio distribuzione idrico, GTT Gruppo Torinese Trasporti) per la trattazione delle questioni maggiormente problematiche tra i consumatori, nonché la convocazione di riunioni periodiche del personale del Servizio Legale e dei collaboratori (Volontari del servizio civile) per la trattazione delle problematiche individuali.

<b>Obiettivo 1.2:</b>
<b>Azione CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b>
Attività 1.2.1.1: apertura pratiche di tutela
Attività 1.2.1.2: studio disciplina giuridica di settore
Attività 1.2.1.3: approfondimento studio campi intervento

Nei vari settori di intervento dello sportello, il servizio legale approfondisce i casi di contenzioso sorti con i fornitori di beni e servizi, distribuendo ai consumatori formulari pre-stampati da inviare alla controparte, o istruendo direttamente pratiche per la risoluzione transattiva delle vertenze.

Al fine di svolgere tale attività, lo sportello è dotato di un servizio di front-line, sia telefonico che di persona, che risponde adeguatamente alle chiamate dei consumatori che arrivano ai numeri telefonici dedicati dello sportello, soddisfa le richieste dei consumatori che si presentano presso la sede dello sportello stesso, nonché fornisce riscontro alle segnalazioni giunte via posta o via mail.

Il servizio di front-line e accoglimento di richieste ed istanze dei consumatori è attualmente attivo tutti i giorni per 45 ore settimanali (50 a partire dall'attivazione del presente progetto), e prevede inoltre lo svolgimento di un'attività amministrativa di gestione dello sportello (ad esempio, gestione della posta in entrata ed in uscita, tesseramento dei soci).

Attività 1.2.1.4: gestione file telefonate, casi
Attività 1.2.1.5: affiancamento componenti servizio legale

Nello svolgimento attività di Sportello (consulenze individuali, gestione casi, redazione diffide, approfondimento questioni giuridiche) i componenti del Servizio Legale (Avvocati e Praticanti iscritti all'Ordine Avvocati di Torino) – ciascuno specializzato in un settore specifico della tutela del consumatore (telefonia; contratti di utenze; credito e risparmio; assicurazioni; acquisto di beni del consumo; contratti di viaggio) si avvarranno della collaborazione dei Volontari del SC che svolgeranno attività di affiancamento diretto e collaborazione.

L'affiancamento avverrà mediante un sistema di "turnazione" dei volontari che ogni mese "seguiranno" un diverso consulente in ogni fase della consulenza e dell'assistenza al consumatore, in modo tale da acquisire, con esperienze pratiche ed un contatto diretto con il consulente affiancato mensilmente, tutte le nozioni necessarie per svolgere alla fine del Servizio Civile autonomamente le attività prestate dai consulenti del servizio legale.

<b>Obiettivo 2.1</b>
<b>Azione SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b>
Piano di attuazione 2.1.1
Attività 2.1.1.1: verifica pratiche commerciali scorrette
Attività 2.1.1.2: redazione segnalazione alle Autorità controllo
Attività 2.1.1.3: consultazione bollettino Antitrust

In ambito di tutela collettiva del consumatore l'Associazione utilizza abitualmente lo strumento della segnalazione di inadempimenti o violazioni delle normative a tutela del consumatore da parte di imprese, inviando esposti alle Autorità di vigilanza, in particolare all'Antitrust, ma anche all'AGCOM in caso di violazioni in materia di telecomunicazioni, all'ISVAP in caso di violazioni in materia di assicurazioni private, alla CONSOB in materia di tutela del risparmio ed alla BANCA D'ITALIA in materia di contratti bancari.

Il Servizio Legale dell'Associazione, con la collaborazione dei Volontari del Servizio Civile, verificherà – anche tramite le segnalazioni ricevute dallo Sportello – l'adozione di pratiche commerciali scorrette e curerà la redazione delle segnalazioni.

I volontari dell'Associazione, per affinare le conoscenze circa l'operato dell'Antitrust e meglio comprendere il concetto di “pratica commerciale scorretta”, consulteranno il bollettino settimanale dell'Antitrust, pubblicato sul sito [www.agcm.it](http://www.agcm.it), e la relazione annuale Antitrust.

<b>Obiettivo 2.2.</b>
<b>Azione CLASS ACTION</b>
Piano di attuazione 2.2.1
Attività 2.2.1.1: studio e redazione diffide inibitorie e risarcitorie
Attività 2.2.1.2: redazione comunicati stampa
Attività 2.2.1.3: aggiornamento sito internet e profilo Facebook
Attività 2.2.1.4: gestione pratiche “Class Action”

Nell'ambito del Progetto, anche e soprattutto in considerazione delle problematiche maggiormente avvertite sul territorio e acquisite mediante l'attività di front-line dello sportello, verranno ideate, sviluppate e gestite **azioni collettive inibitorie (art. 140 Codice del Consumo) e risarcitorie (art. 140 bis, in vigore dal 1° gennaio 2010)**, nell'ottica della tutela collettiva dei diritti polverizzati e diffusi nell'ambito della cittadinanza locale.

Questa forma di tutela è complementare alla tutela individuale.

La funzione del personale del Movimento Consumatori e dei volontari è particolarmente importante non solo nella fase di ideazione e lancio delle azioni (in particolare tramite internet e organi mediatici), bensì anche e soprattutto nella fase della raccolta delle adesioni e dell'assistenza ai consumatori coinvolti nelle varie azioni.

#### ➤ *Azioni trasversali*

Durante tutto il periodo di servizio civile, dalla formazione generale, (box 29/34) a quella specifica, (box 35/41), al monitoraggio (box 21 e 42), verranno inserite anche altre attività che permetteranno ai partecipanti al progetto di sviluppare le competenze poi certificate attraverso l'Ente ASVI (box 28). I volontari del SCN saranno altresì coinvolti nelle azioni di diffusione e sensibilizzazione previste dal progetto (box 17). Il complesso di tutte le attività previste dal progetto aiuteranno infine i giovani a realizzare la finalità di “contribuire alla formazione civica, sociale, culturale e professionale dei giovani” indicata all'articolo 1 della legge 64/2001 che ha istituito il Servizio Civile Nazionale.

➤ Cronogramma

	mesi												
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>Piani di attuazione</b>													
Ideazione sviluppo e avvio	X												
<b>Obiettivo 1.1:</b>													
<b>Azione: 1.1.1 INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEL CONSUMATORE</b>													
Attività 1.1.1.1: ricevimento di persona allo Sportello del Cons.		X	x	x	x	x	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.1.1.2: ricevimento telefonico e on line		X	x	x	x	x	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.1.1.3: redazione comunicati stampa		X	x	x	x	x	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.1.1.4: aggiornamento sito internet e profilo Facebook		X	x	x	x	x	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.1.1.5: organizzazione banchetti informativi		X				x				X			
Attività 1.1.1.6: partecipazione a incontri con enti pubblici e società private			x				X				X		
Attività 1.1.1.7: convocazioni e partecipazioni a riunioni del Servizio Legale		X		x		x		x		x		X	
<b>Obiettivo 1.2:</b>													
<b>Azione: 1.1.2 CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b>													
Attività 1.2.1.1: apertura pratiche di tutela		X	x	x	x	X	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.2.1.2: studio disciplina giuridica di settore	X	X	x	x	x	X	X	x	x	X	X	x	X
Attività 1.2.1.3: approfondimento studio campi intervento								x	x	X	X	x	X
Attività 1.2.1.4: gestione file casi, telefonate	X	X	x	x	x	X	X	x	x	x	x	x	x
Attività 1.2.1.5: affiancamento componenti servizio legale	x	x	x	x	x	X	x	x	x	x	x	x	x
<b>Obiettivo 2.1</b>													
<b>Azione: 2.1.1 SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b>													
Attività 2.1.1.1: verifica pratiche commerciali scorrette				X	x	X	X	x	x	x	X	X	X
Attività 2.1.1.2: redazione segnalazione alle Autorità controllo				x	x	X	X	x	x	x	X	x	X
Attività 2.1.1.3: consultazione bollettino Antitrust							x	x	x	x	x	x	X
<b>Obiettivo 2.2.</b>													
<b>Azione: 2.2.1 CLASS ACTION</b>													
Attività 2.2.1.1: studio e redazione diffide inibitorie e risarcitorie								x	x	x	X	X	X
Attività 2.2.1.2: redazione comunicati stampa								x	x	x	X	x	X
Attività 2.2.1.3: aggiornamento sito internet								x		x	X	X	
Attività 2.2.1.4: gestione pratiche "Class Action"								x	x	x	X	X	X

<b>Formazione Specifica</b>	x	x	x															
<b>Azioni trasversali per il SCN</b>																		
Accoglienza dei volontari in SCN		x																
Formazione Generale		x	x	x	x	X												
Informazione e sensibilizzazione				x	x	X	X	x	x	X								
Inserimento dei volontari in SCN		x	x															
Monitoraggio						X	X						X	X	X			

**8.2 Risorse umane complessive necessarie per l'espletamento delle attività previste, specificando se volontari o dipendenti a qualunque titolo dell'ente.**

<b>Attività del progetto</b>	<b>Professionalità</b>	<b>Ruolo nell'attività</b>	<b>Numero</b>
<b>INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEL CONSUMATORE</b>	Avvocato	-Coordinamento generale -Responsabile Legale	1 (dipendente)
<b>CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b>	Avvocato	-Coordinamento personale -Coordinamento Servizio Legale	1 (dipendente)
<b>SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b>	Avvocati e praticanti Avvocati	-Consulenza, formazione -coordinamento volontari	6 (dipendenti / volontari)
<b>AZIONI COLLETTIVE / CLASS ACTION</b>	Laureato in Scienze Politiche – esperto ufficio stampa	-Coordinamento Ufficio Stampa iniziative Sportello del Consumatore	1 (volontario)
	Ragioniere / Laureato in Economia e Commercio / Praticante Commercialista	-Gestione contabilità Sportello del Consumatore -Redazione bilancio dell'Associazione	1 (dipendente)
	Web master – diploma in informatica	-Gestione informatica rete e file Sportello Consumatore e sito internet	1 (dipendente)

**8.3 Ruolo ed attività previste per i volontari nell'ambito del progetto**

In relazione alle azioni descritte nel precedente punto 8.1 i volontari in SCN saranno impegnati nelle seguenti attività con il ruolo descritto:

Azioni	Attività	Ruolo
<p><b>INFORMAZIONE SUI DIRITTI DEL CONSUMATORE</b></p>	<p>Attività 1.1.1.1: ricevimento di persona allo sportello del consumatore</p> <p>Attività 1.1.1.2: ricevimento telefonico e <i>on line</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informazione al consumatore di persona in caso di questione giuridica di semplice e pronta soluzione</li> <li>• A seguito di richieste di consulenza, fissazione di appuntamento telefonico o di persona con componente del servizio legale competente nella specifica materia</li> <li>• Affiancamento del consulente nell'attività di ricevimento di persona del consumatore per fornire allo stesso informazioni in caso di questione giuridicamente complessa che non comporta l'apertura di una pratica di tutela stragiudiziale. L'attività consiste nel:               <ul style="list-style-type: none"> <li>• ricevimento congiunto</li> <li>• nell'eventuale approfondimento giuridico</li> </ul> </li> <li>• Studio questioni giuridiche per predisporre risposte on line a quesiti (di pronta soluzione) giunti alla mail <a href="mailto:torino@movimentoconsumatori.it">torino@movimentoconsumatori.it</a></li> </ul>
	<p>Attività 1.1.1.3: redazione comunicati stampa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione ed aggiornamento del "File contatti stampa", banca dati nella quale sono contenuti i nominativi e i recapiti dei giornalisti referenti dell'Associazione</li> <li>• Predisposizione materiali e ricerca dati / statistiche a favore dei consulenti del servizio legale e addetti all'ufficio stampa per la redazione di comunicati stampa, in particolare tramite la consultazione della newsletter giornaliera "helpconsumatori" e settimanale "Il Salvagente" (testate specializzate nella tutela del consumatore)</li> <li>• Collaborazione con addetti ufficio stampa nella rassegna stampa e nella gestione rapporti con le testate giornalistiche</li> <li>• Collaborazione nella redazione e invio di comunicati stampa</li> </ul>
	<p>Attività 1.1.1.4: aggiornamento sito internet e profilo Facebook</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In collaborazione con il web master, il Presidente e/o il Segretario, pubblicazione on line di materiali informativi sul sito internet <a href="http://www.movimentoconsumatori.to.it">www.movimentoconsumatori.to.it</a></li> <li>• Aggiornamento notizie e comunicazione sul profilo Facebook</li> </ul>

	<p>Attività 1.1.1.5: organizzazione banchetti informativi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Allestimento banchetti informativi – presidio</li> <li>• Distribuzione materiali informativi cartacei sulla tutela del consumatore</li> <li>• Distribuzione carte sulla qualità dei servizi pubblici</li> <li>• Informazione in caso di questione giuridica di pronta e semplice soluzione</li> </ul>
	<p>Attività 1.1.1.6: partecipazione a incontri tematici con enti pubblici e società private</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Affiancamento Presidente o Segretario Generale</li> <li>• Attività di studio propedeutica all'incontro</li> <li>• Studio carte di qualità dei servizi pubblici</li> </ul>
	<p>Attività 1.1.1.7: convocazioni e partecipazioni a riunioni del Servizio Legale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partecipazione alle riunioni</li> <li>• Attività di studio e predisposizione di materiali giuridici (es. giurisprudenza, articoli dottrina, notizie giornalistiche) a vantaggio dei consulenti del Servizio Legale</li> </ul>
<p><b>CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE</b></p>	<p>Attività 1.1.2.1: apertura pratiche di tutela</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consulenza in caso di questioni giuridiche di semplice e pronta soluzione che comportano l'apertura di pratiche di tutela stragiudiziale (gestite in collaborazione con consulenti del servizio legale)</li> <li>• Fissazione di appuntamenti telefonici o di persona con componente del servizio legale</li> <li>• Affiancamento nelle consulenze di persona del personale del servizio legale</li> <li>• Assistenza a favore del Servizio Legale nella redazione di lettere e diffide (studio giuridico a monte – prima stesura della lettera di diffida/reclamo)</li> <li>• Collaborazione nella gestione dei rapporti con i consumatori e controparti</li> <li>• Gestione e archiviazione pratiche di tutela stragiudiziale</li> </ul>
	<p>Attività 1.1.2.2: studio disciplina giuridica di settore</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studio e approfondimento dottrinale e giurisprudenziale in collaborazione con consulenti servizio legale, in particolare in caso di riforme legislative e tramite newsletter e pubblicazioni nel settore (es. "Il Salvagente")</li> </ul>

<p>Attività 1.1.2.3: approfondimento studio campi intervento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studio e approfondimento dottrinale, giurisprudenziale e normativo in collaborazione con consulenti servizio legale</li> </ul>
<p>Attività 1.2.1.4: gestione file casi, telefonate e tesseramento</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In collaborazione con il web master gestione e aggiornamento delle seguenti banche dati dell'associazione:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• file casi aperti/chiusi</li> <li>• file associati MC Torino</li> <li>• file richieste consulenza telefonica</li> </ul> </li> </ul>
<p>Attività 1.2.1.5: affiancamento componenti servizio legale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nello svolgimento di tutte le attività di Sportello (consulenze individuali, gestione casi, redazione diffide, approfondimento questioni giuridiche) i componenti del Servizio Legale (Avvocati e Praticanti iscritti all'Ordine Avvocati di Torino) – ciascuno specializzato in un settore specifico della tutela del consumatore (telefonia; contratti di utenze; credito e risparmio; assicurazioni; acquisto di beni del consumo; contratti di viaggio) si avvarranno della collaborazione “a 360 gradi” dei Volontari del SC che svolgeranno attività di affiancamento diretto, non solo con riferimento alle attività di cui al punto 1.1.2.1. ma anche relativamente:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ad attività extra sportello (prestate dal consulente del Servizio Legale), grazie ad un confronto quotidiano con ogni singolo consulente in affiancamento, tenuto ad informare il volontario di eventuali prosecuzioni in via giudiziaria delle controversie già gestite presso lo Sportello del Consumatore e non risolte in via stragiudiziale</li> <li>- a novità legislative in ambito di tutela del consumatore in ciascuna materia, anche con riferimento a riforme del Codice di Procedura Civile e all'introduzione di procedure di conciliazione.</li> </ul> <p>L'affiancamento avverrà mediante un sistema di “turnazione” dei volontari che per periodi prestabili “seguiranno” un diverso consulente in ogni fase della consulenza e dell'assistenza al consumatore presso il Movimento Consumatori, in modo tale da acquisire, con esperienze pratiche ed un contatto diretto con il consulente affiancato mensilmente, tutte le nozioni necessarie per svolgere alla fine del Servizio Civile autonomamente le attività prestate dai consulenti del servizio legale.</p> </li> </ul>

<b>SEGNALAZIONI ALL'ANTITRUST</b>	Attività 2.1.1.1: verifica pratiche commerciali scorrette	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studio e confronto giuridico sui provvedimenti delle Autorità di controllo mediante consultazione bollettini settimanali Antitrust (cfr. <a href="http://www.agcm.it">www.agcm.it</a>), Consob (<a href="http://www.consob.it">www.consob.it</a>) e Banca d'Italia (<a href="http://www.bancaditalia.it">www.bancaditalia.it</a>)</li> <li>• Verifica offerte promozionali in materia di telefonia – pubblicità ingannevole sulla rete internet, sulla carta stampata e a seguito di acquisizione di materiali pubblicitari presso esercizi commerciali</li> <li>• Verifica presenza clausole vessatorie/illecite nelle condizioni generali di contratto, tramite acquisizione sulla rete internet dei maggiori operatori commerciali</li> <li>• Verifica di segnalazioni da parte dei consumatori per via telefonica e via mail all'indirizzo <a href="mailto:torino@movimentoconsumatori.it">torino@movimentoconsumatori.it</a></li> </ul>
	Attività 2.1.1.2: redazione segnalazioni Antitrust	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studio normative applicabili in caso di pratiche commerciali scorrette</li> <li>• Studio bollettini Antitrust per cercare casi analoghi alla pratica commerciale scorretta riscontrata</li> <li>• Assistenza Servizio Legale nella redazione delle segnalazioni all'Antitrust</li> </ul>
	Attività 2.1.1.3: consultazione bollettino Antitrust	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verifica c/o Antitrust stato del procedimento aperto a seguito della segnalazione, tramite internet o mediante i bollettini pubblicati sul sito <a href="http://www.agcm.it">www.agcm.it</a></li> <li>• Consultazione bollettini per ricerca delle pratiche commerciali maggiormente ricorrenti</li> </ul>
<b>AZIONI COLLETTIVE - CLASS ACTION</b>	Attività 2.2.1.1: studio e redazione diffide inibitorie e risarcitorie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In collaborazione con il Presidente, Segretario e Servizio Legale, studio normativa vigente e applicazioni giurisprudenziali</li> <li>• Assistenza a favore del Servizio Legale nella redazione di diffide inibitorie e risarcitorie</li> </ul>

	<p>Attività 2.2.1.2: redazione comunicati stampa</p> <p>(attività specifica per rendere possibile massima estensione “class action”)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione ed aggiornamento del “File contatti stampa”</li> <li>• Predisposizione materiali e ricerche dati / statistiche a favore degli addetti all'ufficio stampa per la redazione di comunicati stampa</li> <li>• Collaborazione con addetti ufficio stampa nella rassegna stampa e nei rapporti con le testate giornalistiche</li> </ul>
	<p>Attività 2.2.1.3: aggiornamento sito internet</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In collaborazione con il web master, il Presidente e/o il Segretario, pubblicazione on line materiali informativi sul sito internet</li> <li>• Aggiornamento notizie e comunicazione sul profilo Facebook</li> </ul>
	<p>Attività 2.2.1.4: gestione pratiche “Class Action”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività di segreteria nella gestione dei rapporti con gli appartenenti alla “classe”</li> <li>• Gestione della corrispondenza, mail e telefonate</li> <li>• Archiviazione pratiche e documentazione</li> </ul>

Infine i volontari selezionati per questo progetto parteciperanno attivamente alla presa di coscienza delle competenze che acquisiscono nei campi di cittadinanza attiva e di lavoro di gruppo, finalizzato a realizzare gli obiettivi di cui al box 7 attraverso specifiche attività individuali e collettive. In particolare questa loro partecipazione è funzionale alla realizzazione dell'obiettivo indicato al box 7, sezione “obiettivi dei volontari” che viene qui riportato:

- formazione ai valori dell'impegno civico, della pace e della nonviolenza dando attuazione alle linee guida della formazione generale al SCN e al Manifesto ASC 2007;
- apprendimento delle modalità e degli strumenti del lavoro di gruppo finalizzato alla acquisizione di capacità pratiche e di lettura della realtà, capacità necessarie alla realizzazione delle attività del progetto e successivamente all'inserimento attivo nel mondo del lavoro;
- partecipazione alle attività di promozione e sensibilizzazione al servizio civile nazionale di cui al successivo box 17.

9) *NUMERO DEI VOLONTARI DA IMPIEGARE NEL PROGETTO: 6*

10) *NUMERO POSTI CON VITTO E ALLOGGIO: 0*

11) *NUMERO POSTI SENZA VITTO E ALLOGGIO: 6*

12) *NUMERO POSTI CON SOLO VITTO: 0*

13) *NUMERO ORE DI SERVIZIO SETTIMANALI DEI VOLONTARI, OVVERO MONTE ORE ANNUO: 1.400*

**14) GIORNI DI SERVIZIO A SETTIMANA DEI VOLONTARI (MINIMO 5, MASSIMO 6):**

5 giorni alla settimana (da lunedì a venerdì), oltre ad un sabato mattina al mese

**15) EVENTUALI PARTICOLARI OBBLIGHI DEI VOLONTARI DURANTE IL PERIODO DI SERVIZIO:**

Le giornate di formazione potrebbero essere svolte anche nella giornate del sabato.

**CARATTERISTICHE ORGANIZZATIVE**

**16) SEDE/I DI ATTUAZIONE DEL PROGETTO, OPERATORI LOCALI DI PROGETTO E RESPONSABILI LOCALI DI ENTE ACCREDITATO:**

Allegato 01

**17) EVENTUALI ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E SENSIBILIZZAZIONE DEL SERVIZIO CIVILE NAZIONALE:**

Complessivamente, le/i volontarie/i del SCN saranno impegnati nelle azioni di diffusione del Servizio Civile per un minimo di 25 ore ciascuno, come di seguito articolato.

I volontari del SCN partecipanti al progetto, nell'ambito del monte ore annuo, saranno direttamente coinvolti nelle attività di promozione e sensibilizzazione del servizio civile nazionale che l'Ente intende attuare almeno tramite incontri presso:

- associazioni, precipuamente giovanili con cui la sede Arci Servizio Civile locale organizza attività di informazione e promozione
- luoghi, formali ed informali, di incontro per i giovani (scuole, università, centri aggregativi, etc.) con cui la sede di attuazione intrattiene rapporti nell'ambito della propria attività istituzionale.

Verranno programmati un minimo di 3 incontri di 3 ore cadauno, durante i quali i volontari in SCN potranno fornire informazioni sul Servizio Civile Nazionale, grazie alle conoscenze acquisite durante la formazione generale.

Inoltre un giorno al mese, nei 6 mesi centrali del progetto, presso la sede di attuazione o presso la sede locale di Arci Servizio Civile, i volontari in SCN saranno direttamente coinvolti nell'attività degli sportelli informativi sul servizio civile, propri delle nostre associazioni Arci Servizio Civile, che da anni forniscono informazioni e promuovono il SCN nel territorio, per complessive 16 ore.

Le azioni sopra descritte tendono a collegare il progetto stesso alla comunità locale dove i volontari del SCN prestano servizio, portando alla luce (tramite la loro testimonianza diretta) le positive ricadute del progetto nel contesto in cui esso interviene.

L'azione informativa, di promozione e sensibilizzazione viene intesa quale attività continuativa che tende a coinvolgere attivamente i volontari in SCN e si esplica in 3 differenti fasi:

- informazione sulle opportunità di servizio civile (da effettuare ex ante, precipuamente nel periodo di vigenza del bando tramite le sotto indicate modalità di comunicazione sociale)
- sensibilizzazione alla pratica del SCN (effettuata in itinere, con i succitati interventi presso i "luoghi aggregativi" e coinvolgendo in modo attivo i giovani tramite le associazioni suddette)
- diffusione dei risultati del progetto (da effettuare ex post, anche grazie alla partecipazione dei giovani in SCN alle attività promozionali dell'associazione)

Comunicazione sociale: il testo del progetto e le modalità di partecipazione verranno pubblicati sul sito internet dell'ente per l'intera durata del bando ([www.arciserviziocivile.it](http://www.arciserviziocivile.it)). Verrà diffuso materiale informativo presso le sedi di attuazione di Arci Servizio Civile interessate, con particolare attenzione agli sportelli informativi che le nostre sedi di assegnazione organizzano nel proprio territorio. La sede locale di Arci Servizio Civile curerà la possibile diffusione del progetto sui media locali, regionali e nazionali presenti nel proprio territorio.

18) CRITERI E MODALITÀ DI SELEZIONE DEI VOLONTARI:

Ricorso a sistema selezione depositato presso l'UNSC descritto nel modello:

- Mod. S/REC/SEL: Sistema di Reclutamento e Selezione

19) RICORSO A SISTEMI DI SELEZIONE VERIFICATI IN SEDE DI ACCREDITAMENTO (EVENTUALE INDICAZIONE DELL'ENTE DI 1^ CLASSE DAL QUALE È STATO ACQUISITO IL SERVIZIO):

**Si**

20) PIANO DI MONITORAGGIO INTERNO PER LA VALUTAZIONE DELL'ANDAMENTO DELLE ATTIVITÀ DEL PROGETTO:

Ricorso al sistema di monitoraggio e valutazione, depositato presso l'UNSC descritto nel modello:

Mod. S/MON: Sistema di monitoraggio e valutazione

21) RICORSO A SISTEMI DI MONITORAGGIO VERIFICATI IN SEDE DI ACCREDITAMENTO (EVENTUALE INDICAZIONE DELL'ENTE DI 1^ CLASSE DAL QUALE È STATO ACQUISITO IL SERVIZIO):

**Si**

22) EVENTUALI REQUISITI RICHIESTI AI CANDIDATI PER LA PARTECIPAZIONE AL PROGETTO OLTRE QUELLI RICHIESTI DALLA LEGGE 6 MARZO 2001, N. 64:

I candidati dovranno predisporre, come indicato negli allegati alla domanda di partecipazione, il proprio curriculum vitae, con formati standardizzati tipo Modello europeo di Curriculum Vitae, evidenziando in esso eventuali pregresse esperienze nel settore.  
(<http://europass.cedefop.europa.eu>)

23) EVENTUALI RISORSE FINANZIARIE AGGIUNTIVE DESTINATE IN MODO SPECIFICO ALLA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO:

Personale specifico coinvolto nel progetto e non attinente all'accREDITamento (box 8.2)	10000
Sedi ed attrezzature specifiche (box 25)66	6000
Utenze dedicate	3000
Materiali informativi	4000
Pubblicizzazione SCN (box 17)	500
Formazione specifica-Docenti	2500
Formazione specifica-Materiali	500
Spese viaggio	500
Materiale di consumo finalizzati al progetto	2000
<b>TOTALE</b>	<b>29000</b>

## 24) EVENTUALI RETI A SOSTEGNO DEL PROGETTO (COPROMOTORI E/O PARTNERS):

<b>Nominativo Copromotori e/o Partner</b>	<b>Tipologia</b> (no profit, profit, università)	<b>Attività Sostenute</b> (in riferimento al punto 8.1)
<b>Associazione Consumatori Piemonte C.F. 97541120016</b>	No profit	Collabora nelle attività statutarie e per una migliore preparazione presta attività di consulenza e assistenza a favore degli operatori e dei volontari dello Sportello del Consumatore dell'Associazione, con particolare attenzione alle questioni dove l'Associazione è maggiormente specializzata, attinenti: <ol style="list-style-type: none"> <li>1) alla tutela della salute;</li> <li>2) alla sicurezza ed alla qualità dei prodotti e dei servizi</li> <li>3) ad un'adeguata informazione e ad una corretta pubblicità</li> <li>4) all'educazione al consumo</li> <li>5) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali</li> </ol>
<b>Studio Legale Fiorio P.IVA 08041540017</b>	Profit	Specializzato nella <u>tutela collettiva</u> del consumatore, offre a vantaggio del Servizio Legale dell'Associazione torinese e dei Volontari del Servizio Civile attività di consulenza con riferimento alle attività propedeutiche e successive all'avvio delle azioni collettive inibitorie promosse dal Movimento Consumatori ex art. 140 e 140 bis (cd. Class Action) del Codice del Consumo
<b>Studio Legale Galimberti P.IVA 04709170965</b>	Profit	Specializzato nella <u>tutela individuale</u> del consumatore, offre a vantaggio del Servizio Legale dell'Associazione torinese e dei Volontari del Servizio Civile attività di consulenza con riferimento alle prospettive di azioni giudiziarie individuali relativamente a casi trattati in via extragiudiziale dal Servizio Legale dell'Associazione

## 25) RISORSE TECNICHE E STRUMENTALI NECESSARIE PER L'ATTUAZIONE DEL PROGETTO:

I volontari in SCN saranno integrati nei processi della quotidiana attività istituzionale dell'ente, ed avranno a disposizione tutti gli impianti tecnologici e logistici presenti nelle sedi di attuazione. In coerenza con gli obiettivi (box 7) e le modalità di attuazione (box 8) del progetto, si indicano di seguito le risorse tecniche e strumentali ritenute necessarie ed adeguate per l'attuazione del progetto e fornite dal soggetto attuatore:

<p>Obiettivo 1.1: Crescita dell'attività di informazione verso l'esterno circa i diritti dei consumatori tramite lo Sportello del Consumatore</p> <p>Obiettivo 1.2: Crescita nell'attività di tutela preventiva ed assistenza extragiudiziale tramite lo Sportello del Consumatore</p> <p>Obiettivo 2.1: Crescita nell'attività di tutela collettiva, mediante segnalazione all'Antitrust di comportamenti lesivi degli interessi collettivi dei consumatori</p> <p>Obiettivo 2.2: Ideazione ed avvio di azioni collettive inibitorie e risarcitorie ai sensi dell'art. 140 e 140 bis Codice del Consumo</p>			
<p>Azione: INFORMAZIONE ED ASSISTENZA GIURIDICA                  Azione: CONSULENZA ED ASSISTENZA GIURIDICA EXTRAGIUDIZIALE                  Azione: SEGNALAZIONI ALLE AUTORITA' DI CONTROLLO                  Azione: AZIONI COLLETTIVE - CLASS ACTION</p>			
Risorsa 1	<p>Banca dati "Iuris data" contenente giurisprudenza e normative                      n. 5 Codici Civili                      n. 2 Codici Penali                      n. 2 Codici Procedura Civile                      Abbonamento alla rivista "Il Salvagente" (mensile sulla tutela del consumatore)                      Biblioteca testi sulla tutela del consumatore                      Newsletter quotidiana "help consumatori"</p>	<p>Adeguatezza con gli obiettivi in quanto finalizzata a:</p>	<p>Agevolare la formazione giuridica dei volontari e il loro aggiornamento sulle tematiche relative alla tutela del consumatore</p>
Risorsa 2	<p>n. 3 linee telefoniche (2 fisse + 1 mobile)</p>	<p>Adeguatezza con gli obiettivi in quanto finalizzata a:</p>	<p>Informare i consumatori sui loro diritti                      Comunicare con controparti per la soluzione stragiudiziale delle vertenze</p>
Risorsa 3	<p>n. 3 postazioni "SKYPE" (attrezzate per videochiamate)</p>	<p>Adeguatezza con gli obiettivi in quanto finalizzata a:</p>	<p>Agevolare le comunicazioni dirette tra i componenti del servizio legale ed i volontari</p>
Risorsa 4	<p>n. 1 linea fax</p>	<p>Adeguatezza con gli obiettivi in quanto finalizzata a:</p>	<p>Comunicare con controparti/partners/collaboratori esterni</p>
<p>Risorsa 5                      Risorsa 6                      Risorsa 7                      Risorsa 8                      Risorsa 9                      Risorsa 10</p>	<p>5 stanze                      6 Postazioni lavoro                      6 Computer in rete, dotati di internet                      4 fotocopiatrici/stampanti                      1 scanner                      Materiale promozionale e facile consumo</p>	<p>Adeguatezza con gli obiettivi in quanto finalizzata a:</p>	<p>Ricevere gli utenti che si rivolgono allo Sportello del consumatore                      Svolgere le attività di formazione del personale                      Redigere i materiali a disposizione dell'utenza                      Redigere diffide e lettere strumentali all'esercizio delle attività di Sportello                      Svolgere le attività di segreteria e di archivio                      Svolgere attività di segnalazione alle Autorità di controllo                      Svolgere attività dell'ufficio stampa dell'Associazione</p>

## **CARATTERISTICHE DELLE CONOSCENZE ACQUISIBILI**

26) *EVENTUALI CREDITI FORMATIVI RICONOSCIUTI: NO*

27) *EVENTUALI TIROCINI RICONOSCIUTI: NO*

28) *COMPETENZE E PROFESSIONALITÀ ACQUISIBILI DAI VOLONTARI DURANTE L'ESPLETAMENTO DEL SERVIZIO, CERTIFICABILI E VALIDI AI FINI DEL CURRICULUM VITAE:*

La certificazione delle competenze per i giovani partecipanti al progetto verrà rilasciata, su richiesta degli interessati, da ASVI - School for Management S.r.l. (P. Iva 10587661009)

## **FORMAZIONE GENERALE DEI VOLONTARI**

29) *SEDE DI REALIZZAZIONE:*

La formazione generale dei volontari viene effettuata direttamente da Arci Servizio Civile Nazionale, attraverso il proprio staff nazionale di formazione, con svolgimento nel territorio di realizzazione del progetto.

30) *MODALITÀ DI ATTUAZIONE:*

In proprio presso l'ente con formatori dello staff nazionale con mobilità sull'intero territorio nazionale con esperienza pluriennale dichiarata all'atto dell'accreditamento attraverso i modelli:

- Mod. FORM
- Mod. S/FORM

31) *RICORSO A SISTEMI DI FORMAZIONE VERIFICATI IN SEDE DI ACCREDITAMENTO ED EVENTUALE INDICAZIONE DELL'ENTE DI 1^ CLASSE DAL QUALE È STATO ACQUISITO IL SERVIZIO:*

**Si**

32) *TECNICHE E METODOLOGIE DI REALIZZAZIONE PREVISTE:*

I corsi di formazione tenuti dalla nostra associazione prevedono:

- lezioni frontali, letture, proiezione video e schede informative;
- formazione a distanza
- dinamiche non formali: incontri interattivi con coinvolgimento diretto dei partecipanti, training, giochi di ruolo, di cooperazione e di simulazione, giochi di conoscenza e di valutazione.

La metodologia didattica utilizzata è sempre finalizzata al coinvolgimento attivo dei partecipanti attraverso l'utilizzazione di tecniche di simulazione comportamentale.

33) *CONTENUTI DELLA FORMAZIONE:*

La formazione dei volontari ha come obiettivi il raggiungimento delle finalità di cui all'art. 1 della legge 64/2001: la formazione civica, sociale culturale e professionale dei volontari. Essa intende fornire ai partecipanti strumenti idonei all'interpretazione dei fenomeni storici e sociali al fine di costruire percorsi di cittadinanza attiva e responsabile. Attraverso i corsi di formazione si intende altresì fornire ai volontari competenze operative di gestione di attività in ambito no-profit.

I contenuti della formazione generale, in coerenza con le "Linee guida per la formazione generale dei giovani in servizio civile nazionale", (determina Direttore UNSC del 4 aprile 2006) prevedono:

*Identità e finalità del SCN*

- la storia dell'obiezione di coscienza;
- dal servizio civile alternativo al servizio militare al SCN;
- identità del SCN.

#### *SCN e promozione della Pace*

- la nozione di difesa della Patria secondo la nostra Costituzione e la giurisprudenza costituzionale in materia di difesa della Patria e di SCN;
- la difesa civile non armata e nonviolenta;
- mediazione e gestione nonviolenta dei conflitti;
- la nonviolenza;
- l'educazione alla pace.

#### *La solidarietà e le forme di cittadinanza*

- il SCN, terzo settore e sussidiarietà;
- il volontariato e l'associazionismo;
- democrazia possibile e partecipata;
- disagio e diversità;
- meccanismi di marginalizzazione e identità attribuite.

#### *La protezione civile*

- prevenzione, conoscenza e difesa del territorio.

#### *La legge 64/01 e le normative di attuazione*

- normativa vigente e carta di impegno etico;
- diritti e doveri del volontario e dell'ente accreditato;
- presentazione dell'ente accreditato;
- lavoro per progetti.

#### *Identità del gruppo*

- le relazioni di gruppo e nel gruppo;
- la comunicazione violenta e la comunicazione ecologica;
- la cooperazione nei gruppi.

#### *Presentazione di Arci Servizio Civile*

- Le finalità e il modello organizzativo di Arci Servizio Civile.

Ai fini della rendicontazione, richiesta dalle citate linee guida, verranno tenute 32 ore di formazione attraverso metodologie frontali e dinamiche non formali e ulteriori 10 ore attraverso formazione a distanza.

#### **34) DURATA:**

La durata complessiva della formazione generale è di 42 ore, questa è parte integrante dei progetti ed è conteggiata a tutti gli effetti ai fini del monte ore.

### **FORMAZIONE SPECIFICA (RELATIVA AL SINGOLO PROGETTO) DEI VOLONTARI**

#### **35) SEDE DI REALIZZAZIONE:**

Presso sede di attuazione di cui al punto 16.

#### **36) MODALITÀ DI ATTUAZIONE:**

In proprio presso l'ente, con formatori dell'ente.

#### **37) NOMINATIVO/I E DATI ANAGRAFICI DEL/I FORMATORE/I:**

##### Formatore A:

*cognome e nome:* GAGLIARDI MARCO

*nato il:* 27.12.1974

*luogo di nascita:* TORINO

*codice fiscale:* GGLMRC74T27L219J

Formatore B:

*cognome e nome:* MOSTACCIO ALESSANDRO

*nato il:* 13.9.1971

*luogo di nascita:* TORINO

*codice fiscale:* MSTLSN71P13L219X

**38) COMPETENZE SPECIFICHE DEL/I FORMATORE/I:**

In coerenza con i contenuti della formazione specifica, si indicano di seguito le competenze dei singoli formatori ritenute adeguate al progetto:

In coerenza con i contenuti della formazione specifica, si indicano di seguito le competenze dei singoli formatori ritenute adeguate al progetto:

Formatore A:

Dott. Avv. Marco Gagliardi: (laurea in Giurisprudenza)

Segretario Provinciale MC Torino.

Segretario Regionale MC Piemonte

Consigliere direttivo nazionale del MC.

Consigliere direttivo regionale del MC;

Responsabile del Servizio Legale dello Sportello del Consumatore

Coordinatore Ufficio Stampa

Responsabile del progetto "Sportello di Torino per l'informazione e la tutela del consumatore consapevole 2011", con mansioni di:

- gestione delle risorse umane (selezione, formazione, valutazione del personale)
- gestione amministrativa e contabile del progetto (tesseramento, pratiche amministrative, rendicontazioni contabili)
- promozione e coordinamento dell'attività di front-line informativo dello sportello (formazione degli operatori e attività di supporto e supervisione)
- coordinamento dell'attività di tutela ed assistenza legale dello sportello (formazione dei consulenti e attività di supporto e supervisione)
- coordinamento attività tutela collettiva tramite azioni ex art. 140 e 140bis del Codice del Consumo
- coordinamento e supervisione segnalazioni pratiche commerciali scorrette Antitrust

Formatore B:

Dott. Avv. Alessandro Mostaccio: (laurea in Giurisprudenza)

Presidente del Movimento Consumatori Comitato Provinciale di Torino

Consigliere direttivo nazionale MC

Componente della segreteria nazionale MC

Presidente Regionale MC

Procuratore speciale MC Nazionale

Coordinatore Ufficio Stampa

Referente per enti ed istituzioni esterne (es. Regione, Provincia, Comune)

Vice Procuratore Onorario presso la Procura della Repubblica del Tribunale di Torino

**39) TECNICHE E METODOLOGIE DI REALIZZAZIONE PREVISTE:**

Per conseguire gli obiettivi formativi verranno privilegiate le metodologie didattiche attive che favoriscano la partecipazione dei giovani, basate sul presupposto che l'apprendimento effettivo sia soprattutto apprendimento dall'esperienza.

Le metodologie utilizzate saranno:

- Lezione partecipata – consente di trasmettere elementi conoscitivi e di omogeneizzare le disparità di conoscenze teoriche;
- Lezione frontale – finalizzata alla trasmissione diretta delle informazioni di base;
- Il lavoro di gruppo – permette di suddividere il gruppo in sottogruppi, di operare in autonomia su aspetti che prevedono la partecipazione attiva dei partecipanti, permette lo scambio delle reciproche conoscenze ed esperienze, fa crescere l'autostima e la consapevolezza delle proprie capacità, stimola e crea lo "spirito di gruppo"
- Learning by doing – apprendere attraverso l'esecuzione dei compiti così come si presentano in una giornata di servizio. Si tratta di Role Playing individuale in cui si simulano in modo realistico una serie di problemi decisionali ed operativi.
- Casi di studio – finalizzati a esemplificare le buone prassi.

Alla teoria, esposta nel box 41, farà seguito un periodo di applicazione pratica con esercitazioni di gruppo tendenti alla condivisione della conoscenza, in modo tale che questa venga condivisa da tutti e, le novità apprese, interiorizzate e metabolizzate, entrino a far parte del bagaglio culturale di ognuno.

**40) CONTENUTI DELLA FORMAZIONE:**

I due formatori saranno piuttosto interscambiabili nei contenuti della formazione.

Marco Gagliardi si occuperà soprattutto delle tecniche di front-line (modalità di approccio telefonico e nel contatto di persona), elementi di diritto civile, diritto dei consumi e prassi consumeristiche, diritti del consumatore-utente nell'ambito dei rapporti dei gestori del servizio pubblico locale.

Alessandro Mostaccio invece si dedicherà alla formazione dei volontari sulle Tecniche conciliative e di risoluzione stragiudiziale delle vertenze, della gestione quotidiana delle attività di sportello (utilizzo di apparecchiature informatiche, archiviazione dati, gestione tesseramento, eccetera). Si dedicherà inoltre all'inserimento dell'esperienza dell'attività di Sportello in un contesto più ampio quale quello della finanza etica, consumo critico, risparmio energetico. Fornirà inoltre le basi del diritto dell'alimentazione.

In particolare la formazione specifica sarà articolata in 16 ore mensili per 5 mesi per un totale di 80 ore.

<b>1. MODULO A BASE</b>	
Titolo	Il consumerismo in Italia: quadro sistematico
Durata	8 ore
Contenuti	storia e evoluzione normativa
Formatore	B) Mostaccio Alessandro

<b>2. MODULO A-BIS ESPERTO</b>	
Titolo	Prospettive del consumerismo in Europa: le nuove direttive comunitarie
Durata	8 ore
Contenuti	storia e evoluzione normativa
Formatore	A) Gagliardi Marco

<b>3. MODULO B BASE</b>	
Titolo	Le pratiche commerciali scorrette sulla base della disciplina di cui ai decreti legislativi nn. 146 e 145 del 2/8/2007, attuativi della Direttiva 2005/29/CE e recepiti nel Codice del Consumo agli artt. 20 e ss.
Durata	8 ore
Contenuti	Storia e evoluzione normativa e giurisprudenziale, esame di 5 pratiche commerciali scorrette
Formatore	A) Gagliardi Marco

<b>4. MODULO B BIS ESPERTO</b>	
Titolo	Le pratiche commerciali scorrette – la pubblicità ingannevole
Durata	8 ore
Contenuti	Storia e evoluzione normativa e giurisprudenziale, esame di 5 casi di pubblicità ingannevole
Formatore	B) Alessandro Mostaccio

<b>5. MODULO C BASE</b>	
Titolo	I contratti del consumatore
Durata	8 ore
Contenuti	Vendita, contratto d'opera, somministrazione, credito al consumo (attuazione con d.lgs. 13.08.2010 n. 141 della direttiva 2008/48/CR relativa ai contratti di credito ai consumatori)
Formatore	A) Marco Gagliardi

<b>6. MODULO C BIS ESPERTO</b>	
Titolo	I contratti del consumatore 2
Durata	8 ore
Contenuti	vendite a distanza, vendite fuori dai locali commerciali, vendite tramite distributori automatici, multiproprietà, pacchetti turistici tutto compreso
Formatore	B) Alessandro Mostaccio

<b>7. MODULO D BASE</b>	
Titolo	I contratti di servizio e le carte di servizio
Durata	8 ore
Contenuti	Disciplina giuridica dei contratti di servizio nella normativa italiana
Formatore	B) Alessandro Mostaccio

<b>8. MODULO D-BIS ESPERTO</b>	
Titolo	I contratti di servizio e le carte di servizio 2
Durata	8 ore
Contenuti	Prospettive di tutela del consumatore/utente nella normativa europea – prospettive di miglioramento degli strumenti di tutela
Formatore	A) Marco Gagliardi

<b>9. MODULO E-BASE</b>	
Titolo	I servizi di pubblici locali

Durata	8 ore
Contenuti	Trasporti pubblici, forniture di acqua, gas e energia, raccolta dei rifiuti. Gestione del contenzioso
Formatore	A. Marco Gagliardi

#### 41) DURATA.

La durata complessiva della formazione specifica è di 80 ore, con un piano formativo di 16 giornate di 4 ore ciascuna, anche questa è parte integrante dei progetti ed è conteggiata a tutti gli effetti ai fini del monte ore

#### 42) MODALITÀ DI MONITORAGGIO DEL PIANO DI FORMAZIONE (GENERALE E SPECIFICA) PREDISPOSTO:

##### Formazione Generale

Ricorso a sistema monitoraggio depositato presso l'UNSC descritto nei modelli:

- Mod. PR/MON
- Mod. S/MON

##### Formazione Specifica

Localmente il monitoraggio del piano di formazione specifica prevede:

- momenti di "restituzione" verbale immediatamente successivi all'esperienza di formazione e follow-up con gli OLP
- note periodiche su quanto sperimentato durante i percorsi di formazione, redatti sulle schede pre-strutturate allegate al rilevamento mensile delle presenze dei volontari in SCN

Data,

Il Responsabile Legale dell'Ente/  
Il Responsabile del Servizio Civile Nazionale