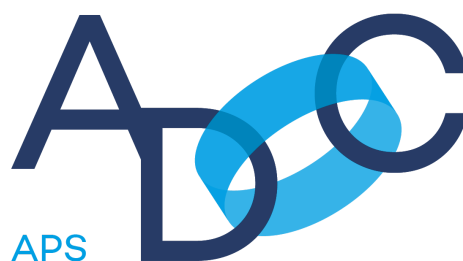




BILANCIO SOCIALE 2021

IL CONSUMATORE AL CENTRO.



PREDISPOSTO AI SENSI DELL'ART. 14
DEL DECRETO LEGISLATIVO N. 117/2017



INDICE

- 3 INFORMAZIONI GENERALI**
- 5 NOTA METODOLOGICA**
- 7 CHI SIAMO**
- 11 CHI OPERA IN ADOC**
- 13 FINALITÀ**
- 17 ORGANI SOCIALI**
- 23 ATTIVITÀ**
- 27 PROGETTI**
- 45 SPORTELLI DEDICATI**
- 54 COMUNICAZIONE**
- 57 SOSTENIBILITÀ**
- 61 SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA**
- 65 ATTESTAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO**

INFORMAZIONI **G**ENERALI

APS

NOME	ADOC Aps Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori
CODICE FISCALE	96112810583
FORMA GIURIDICA	Associazione di Promozione Sociale - Aps
SEDE LEGALE	Via Castelfidardo n. 43-45 - 00185 ROMA
SEDI OPERATIVE e AREE TERRITORIALI	20 sedi regionali e n. 179 sportelli territoriali

ADOC fa parte della Rete dei Servizi UIL (ADA e UNIAT) e collabora con ASVIS e NEXT.



ADOC E' MEMBRO:

- del Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU), organo rappresentativo delle Associazioni dei Consumatori a livello nazionale costituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico.
- del Forum Nazionale del Servizio Civile.



ADOC ADERISCE A:

- ECU, European Consumers Union, Associazione di Consumatori Europea
- SAFE, Safe Food Advocacy Europe
- CONSUMER'S FORUM



ANOTA
METODOLÓGICA
APS



Questo volume presenta il **secondo Bilancio Sociale dell'ADOC**.

Il documento è stato realizzato nel rispetto delle Linee Guida per la redazione del Bilancio Sociale degli Enti del Terzo Settore ai sensi dell'art.14 comma 1 del D.LGS. 117/2017, adottate con il decreto 4 luglio 2019 del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali (pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 9 agosto).

Il Bilancio Sociale 2021 di ADOC è l'opportunità per descrivere analiticamente le attività e le finalità perseguite dall'Associazione. Si tratta di un documento pubblico diretto a tutti gli stakeholder interessati ad avere informazioni sulle azioni realizzate da ADOC.

È un documento che contiene numerose informazioni qualitative, quantitative ed economiche che consentono di valutare la coerenza con le finalità etiche e no profit dell'Associazione. È un vero e proprio strumento di accountability che si pone l'obiettivo, esaustivo e comprensibile, di un corretto utilizzo delle risorse a disposizione.

Tutta la struttura nazionale ha contribuito, attraverso un gruppo di lavoro interno in rappresentanza di tutti i settori operativi, alla stesura del documento.

L'arco temporale di riferimento coincide con le scadenze del bilancio civilistico, pertanto le informazioni presenti riguardano il periodo di attività da gennaio a dicembre 2021.

Per redigere il Bilancio Sociale 2021 sono stati utilizzati documenti e report provenienti dai responsabili di servizio di ogni settore della sede nazionale, i quali si sono mossi a rilevare ed esaminare i dati a livello nazionale e territoriale. I contributi dei vari stakeholder sono stati ottenuti tramite sondaggi, confronti e tavole rotonde sia con i soggetti pubblici che privati.

Il Bilancio Sociale 2021 è stato progettato e realizzato non solo come una mera raccolta di fattori finalizzati all'ottenimento dei propri risultati istituzionali, ma anche valutando la coerenza degli obiettivi sociali con le esigenze del territorio e valorizzando le risorse locali, ai fini dello sviluppo umano e dell'integrazione delle minoranze.

Anche nel 2021, anno difficile, ancora contraddistinto dalla pandemia da Covid-19, l'ADOC ha dimostrato la capacità di intervenire nel contesto sociale e normativo, apportando cambiamenti e raggiungendo risultati concreti per la tutela dei diritti dei cittadini/consumatori.



CHI SIAMO

APS



L'ADOC, fondata il 13 aprile del 1988, nasce da una felice intuizione della UIL che, nel Congresso Nazionale di Firenze del 1985, decise di dare forma al Sindacato dei Cittadini, ripromettendosi di tutelare i lavoratori anche al di fuori dei luoghi di lavoro.

Un'idea già in embrione nel 1977, allorquando, in un documento dell'allora Segretario generale della UIL, **Giorgio Benvenuto**, si ribaltava la visione produttivistica di un mercato in cui gli unici protagonisti erano le aziende e i lavoratori, attribuendo, per la prima volta, all'interno del mondo del lavoro, anche ai consumatori e al consumo un ruolo strategico. Il 30 luglio 1998 con la legge n. 281 vengono disciplinati i diritti dei consumatori e degli utenti e viene costituito il Consiglio Nazionale degli Utenti e dei Consumatori, il CNCU che si insediò il 2 febbraio 1999. L'ADOC ne ha fatto parte fin dalla prima riunione.

Sempre nel 1999 l'ADOC contribuisce alla fondazione di Consumers' Forum, un'Associazione indipendente costituita dalle più importanti associazioni dei consumatori e da numerose imprese industriali e di servizio, con il contributo tecnico-scientifico del mondo universitario e della ricerca. Scopo dell'associazione è quello di migliorare la qualità della vita dei cittadini/consumatori attraverso il metodo del dialogo e del confronto.

Nel 2007 l'ADOC viene riconosciuta **Associazione di Promozione Sociale**, una scelta naturale vista la presenza maggioritaria, fin dalla sua costituzione, di volontari rispetto alle altre risorse umane che svolgono l'attività a titolo oneroso. Inoltre, questa scelta è coerente con il Dna dell'ADOC da sempre attenta alle attività di carattere sociale. Infatti, fin dalla sua costituzione, ha mostrato una peculiare **attenzione per le fasce più deboli della popolazione**, quelle che, troppo spesso, sono costrette a rinunciare alla tutela dei propri diritti. In tutti questi anni ADOC, con la propria attività, ha rappresentato un presidio di legalità, giustizia e certezza del diritto.

Altro elemento distintivo di ADOC è il sostegno a favore delle forme di risoluzione extragiudiziale delle controversie. In particolare della negoziazione paritetica. ADOC ha, infatti, sottoscritto tutti i protocolli di negoziazione paritetica, vigenti oggi nel nostro Paese, con le più importanti aziende di servizio italiane. Lo strumento della negoziazione paritetica consente di risolvere le cosiddette *small claims* in tempi rapidi, a costo zero e con una elevatissima percentuale di successo/soddisfazione per il consumatore. E, soprattutto, consente di decongestionare le aule dei tribunali.



Negli ultimi vent'anni ADOC è stata impegnata spesso in iniziative e battaglie con un forte connotato **sociale**. In particolare, si è battuta per il **contrasto alla violenza sulle donne** e al fenomeno dello **stalking**, per la lotta al **gioco d'azzardo patologico**, per la **tutela e difesa degli stranieri** presenti sul nostro territorio con numerose iniziative di inclusione, per la lotta al fenomeno del **caporalato**. Ha avviato e condotto progetti per migliorare gli stili di vita degli **anziani**, per favorire l'**alfabetizzazione digitale** della popolazione e si è attivata nel contrasto alla diffusione delle **fake news** per sostenere una corretta e trasparente informazione dei cittadini/consumatori. ADOC è protagonista anche nelle tematiche di carattere sociale muovendosi nell'educare al rispetto della **legalità e dei diritti e nella lotta a qualsiasi forma di discriminazione**.

Un altro elemento distintivo è stata la scelta dell'ADOC di avvalersi del **Servizio Civile**. Questo ha consentito di far conoscere il mondo consumerista a migliaia di giovani ed alcuni di loro oggi fanno parte del gruppo dirigente dell'Associazione ed hanno contribuito allo sviluppo e alla crescita qualitativa dell'Associazione.

Negli ultimi cinque anni l'ADOC si è mossa a favore della **sostenibilità integrale** per orientare i consumatori verso quei prodotti e servizi che rispettano la sostenibilità **ambientale, sociale, economica e consumeristica**. Si sta impegnando per delineare un nuovo modello di consumo che consenta l'affermazione di un nuovo modello di sviluppo economico. Per perseguire questi obiettivi l'ADOC ha aderito ad **ASVIS** (Alleanza per lo Sviluppo Sostenibile) e a **NEXT** (Nuova Economia per Tutti).

Nell'acronimo della nostra Associazione c'è un elemento distintivo che ci caratterizza: la **O** di Orientamento. Dietro quella O c'è l'ambizione di formare/educare ed informare i consumatori. Abbiamo l'ambizione di fornire ai cittadini/consumatori gli strumenti per effettuare le proprie scelte in piena libertà, con l'obiettivo di trasformare il cittadino/consumatore in un soggetto attivo del mercato in grado di riequilibrare il mercato e di contribuire alla democratizzazione del mercato stesso.

L'ADOC si pone l'obiettivo di una tutela esclusiva dei diritti e degli interessi dei consumatori, una tutela a 360 gradi essendo, per scelta maturata all'atto della fondazione, un'Associazione generalista che si occupa di tutti i settori del consumo. La nostra adesione al Terzo Settore è finalizzata a potenziare l'associazionismo come fattore di partecipazione attiva dei cittadini e di crescita democratica.





**CHI OPERA
IN ADOC**

APS



VOLONTARI

Nelle sedi ADOC operano **120** volontari

SERVIZIO CIVILE

Nelle sedi ADOC operano **181** ragazzi dai 18 ai 29 anni

COLLABORATORI

Nelle sedi ADOC operano **76** collaboratori

Nelle sedi ADOC operano **25** dipendenti, di cui:

11 a tempo determinato e

14 a tempo indeterminato

FINALITÀ

APS

“

La Mission

L'ADOC ha come scopo esclusivo
la tutela dei diritti e degli interessi dei consumatori
e degli utenti, in un'ottica di sostenibilità economica,
sociale, ambientale e consumerista
e di miglioramento della qualità della vita

”



MISSION

VISION



Avvalendosi prevalentemente dell'attività di volontariato dei propri associati, l'ADOC persegue i seguenti scopi e obiettivi

- **Promuovere** e **tutelare** i diritti umani, civili, sociali e politici, nonché i diritti dei consumatori e degli utenti delle attività di interesse generale di cui all'art. 5 lettera W del Codice del Terzo Settore, promuovere le pari opportunità di aiuto reciproco, incluse le Banche del Tempo e i gruppi di acquisto solidale.
- **Promuovere** tutte le forme di confronto tra le parti e la conciliazione come strumento di composizione delle controversie, attivare ogni eventuale forma giudiziaria, compresa la costituzione di parte civile e l'azione collettiva e di ogni altra iniziativa secondo quanto previsto dalla normativa vigente per la tutela dei diritti e degli interessi individuali e collettivi, patrimoniali e non patrimoniali e dei diritti omogenei individuali del cittadino consumatore, risparmiatore ed utente.
- **Promuovere** la pluralità, la trasparenza e la correttezza dell'informazione ai consumatori da parte degli attori economici, la corretta certificazione della qualità e della sicurezza dei beni e servizi offerti, la tutela della privacy e dei dati personali.
- **Promuovere** azioni preventive e giurisdizionali a tutela dei cittadini in ipotesi di reati commessi in ambito informatico e telematico, di cyberbullismo e/o azioni di contrasto nel gioco d'azzardo patologico.

- **Contrastare**, in attuazione dei diritti costituzionali concernenti l'uguaglianza di dignità e pari opportunità, ogni forma di discriminazione nei confronti dei consumatori e cittadini che, per cause di età, di difetti psichici, fisici o funzionali, religiosi, di appartenenza a gruppi etnici, orientamento sessuale e di identità di genere, di specifiche condizioni socio-economiche e reddituali, di cultura o di altra causa, siano in condizione di marginalità sociale.
- **Tutelare** il risparmio con riguardo all'offerta al pubblico da parte degli intermediari dei servizi bancari, finanziari e assicurativi. L'ADOC è orientata sul piano informativo, preventivo alla salvaguardia del superiore principio della trasparenza. Per raggiungere tale scopo, effettua monitoraggi sui predetti servizi al fine di informare i cittadini dell'eventuale esistenza di prodotti e servizi non adeguati a determinate fasce di clientela. Ricorre alla promozione di azioni all'Arbitrato Bancario e Finanziario per le controversie sui servizi bancari e all'Arbitrato delle Controversie Finanziarie per tutelare gli investitori.
- **Promuovere e diffondere** la cultura consumeristica, il consumo responsabile e lo sviluppo sostenibile, sia nei confronti delle imprese e istituzioni sia nei confronti dei consumatori e utenti, anche al fine di migliorare la qualità della vita e di tutelare, in ogni forma, il diritto alla salute dei cittadini.
- **Promuovere** sia la tutela dell'ambiente in un'ottica di prevenzione delle calamità naturali, che la sicurezza della viabilità e delle infrastrutture di trasporto, nei confronti di qualsiasi soggetto.
- **Promuovere e stipulare** accordi e convenzioni che consentano concreti risparmi o altre convenienze per gli associati e per i consumatori.
- **Patrocinare** la formazione delle proprie strutture territoriali e costituire una rete di assistenza e supporto ai consumatori, prevedendo anche la possibilità di partecipare in Istituti, Enti, Organizzazioni, Fondazioni, Associazioni e Comitati nazionali ed internazionali che abbiano scopi e obiettivi analoghi a quelli dell'Associazione.
- **Organizzare** studi, corsi di formazione, attività di ricerca, dibattiti, convegni e seminari ed editare pubblicazioni e ogni genere di attività di divulgazione finalizzati allo sviluppo delle competenze sociali, economiche e culturali dei consumatori.





**ORGANI
SOCIALI**

APS





ASSEMBLEA NAZIONALE

CONSIGLIO NAZIONALE

DIREZIONE NAZIONALE

PRESIDENTE NAZIONALE

VICE PRESIDENTI

DIRETTORE DELL'ASSOCIAZIONE

**COLLEGIO DEI SINDACI REVISORI -
ORGANO DI CONTROLLO**

COLLEGIO DEI PROBIVIRI

L'ASSEMBLEA NAZIONALE

E' il massimo organo elettivo dell'ADOC, espressione della democraticità dell'Associazione.

Costituita dai soci delegati espressi dalle Assemblee Regionali, si riunisce ogni 4 anni per il rinnovo delle cariche sociali e per le eventuali modifiche dello Statuto. E' competenza dell'Assemblea Nazionale, anche in deroga ai sensi dell'art.25 secondo comma del CTS:

- la definizione e l'approvazione del programma pluriennale e degli indirizzi generali dell'Associazione; l'elezione dei membri del Consiglio Nazionale nel rispetto di quanto previsto dall'art. 2382 del Codice civile;
- l'approvazione, con il voto favorevole dei 2/3 dei votanti che rappresentino almeno la maggioranza degli aventi diritto al voto, delle proposte di modifica allo Statuto nazionale, salvo quanto previsto all' art.26 dello Statuto;
- l'eventuale scioglimento e la liquidazione dell'Associazione e la devoluzione del patrimonio.

IL CONSIGLIO NAZIONALE

E' costituito da **99 consiglieri** eletti per la durata di 4 anni dall'Assemblea nazionale.

E' convocato dal Presidente almeno **una volta all'anno** o quando ne faccia richiesta motivata 1/3 dei Consiglieri.

In virtù della deroga di cui all'Art. 25 secondo comma del CTS sono competenze del Consiglio nazionale:

- definire gli **indirizzi di omogeneità** di azione tra le sedi territoriali e la sede nazionale;
- definire le **strategie generali** volte a realizzare i fini statuari;
- approvare le **modifiche allo Statuto** se rese necessarie da sopravvenute disposizioni legislative, da indicazioni della pubblica amministrazione, da scelte interne organizzative, amministrative o da finalità di più efficace raggiungimento degli obiettivi dell'Associazione.

Il Consiglio Nazionale elegge:

- Presidente, Vice Presidenti, Direttore, Tesoriere, Collegio dei Sindaci Revisori-Organo di Controllo, Collegio dei Probiviri e Direzione nazionale

LA DIREZIONE NAZIONALE

E' composta dal **Presidente**, dai **Vice Presidenti** e da **30 membri eletti dal Consiglio nazionale**.

Ha durata 4 anni e si riunisce almeno 2 volte l'anno.

E' l'organo amministrativo, applica le decisioni del Consiglio nazionale, e delibera sulle modalità di attuazione delle finalità statutarie, approva i bilanci consuntivo e preventivo, nel rispetto della normativa vigente e degli artt. 13 e 14 del CTS.



Il Presidente dell'ADOC Nazionale Aps
è **Roberto TASCINI**,
eletto il 29 novembre 2018



I Vice Presidenti
dell'ADOC Nazionale Aps sono:
Laura PULCINI e
Angelo GAROFALO



Il Tesoriere dell'ADOC Nazionale Aps è
Rosa CARRABETTA

Garante del controllo della compatibilità
tra mezzi disponibili e spese,
nonché della contabilità e
regolarità degli atti amministrativi

IL COMITATO DI PRESIDENZA

E' formato dal **Presidente e**
dai **Vice Presidenti**

IL COLLEGIO DEI SINDACI REVISORI ORGANO DI CONTROLLO

La gestione dell'Associazione è controllata dal Collegio dei Revisori-Organo di Controllo, nominato secondo le disposizioni previste dalla normativa vigente in materia ed è costituito da 3 membri eletti anche tra i non associati, dal Consiglio nazionale, per la durata di 4 anni.

Il Collegio vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto e sul rispetto dei principi di corretta amministrazione, anche con riferimento alle disposizioni del D.lgs 8 giugno 2001, n.231, qualora applicabili, nonché sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo amministrativo e contabile e del suo concreto funzionamento.

Membri del Collegio dei Sindaci Revisori-Organo di Controllo sono:

Maria Tarantino (Presidente),

Silvia Perris e **Luigi Soldavini** (Sindaci).

IL COLLEGIO DEI PROBIVIRI

E' l'organo di giurisdizione interna dell'Associazione.

Ha la funzione arbitraria delle decisioni, in unica istanza e in via equitativa, sui ricorsi dei soci contro le decisioni degli organi di giurisdizione interna territoriale, nonché in unica istanza sui ricorsi contro decisioni degli organi nazionali e sulle controversie tra strutture territoriali.

Membri del Collegio dei Probiviri sono:

Salvatore Pasqualetto (Presidente),

Marco Zeppieri e **Luigi Gatti**.



A **ATTIVITÀ** **C**

APS

LA CONCILIAZIONE PARITETICA

Tra i servizi offerti dall'ADOC, nelle sue sedi di assistenza e consulenza sparse su tutto il territorio nazionale, la conciliazione paritetica è tra quelli più apprezzati dai consumatori.

Il cittadino che si rivolge ad uno degli sportelli dell'associazione, riceve dai nostri volontari suggerimenti per la risoluzione di contestazioni e problemi legati a vari settori di consumo, ottenendo spesso un decisivo orientamento in complicate questioni tecniche ed amministrativo-legali. Sulla base delle azioni più utili da intraprendere, infatti, l'ADOC valuta l'invio di una segnalazione all'azienda, l'avvio di un primo reclamo oppure la presa in carico di una procedura di conciliazione paritetica.

Tale procedura è caratterizzata dalla presenza di due conciliatori: un conciliatore rappresentante del consumatore e un secondo conciliatore, rappresentante dell'azienda in questione. Il ruolo dei conciliatori non consiste nel determinare la ragione oppure il torto delle parti, ma nel cercare di aiutarle nella composizione del conflitto, suggerendo una soluzione condivisa.

La rapidità, l'economicità del servizio, la semplicità, la riservatezza della procedura, caratterizzano l'iter della conciliazione.



LA CONCILIAZIONE PARITETICA

Nel caso in cui il consumatore fosse soddisfatto della soluzione proposta dai conciliatori, potrà sottoscrivere la suddetta proposta che, da quel momento in poi, diventerà vincolante per lui e per l'azienda. Nel caso in cui, al contrario non si riesca ad addivenire ad un accordo, il consumatore potrà, una volta conclusa la conciliazione, ricorrere in giudizio ed affrontare il normale processo giudiziario.

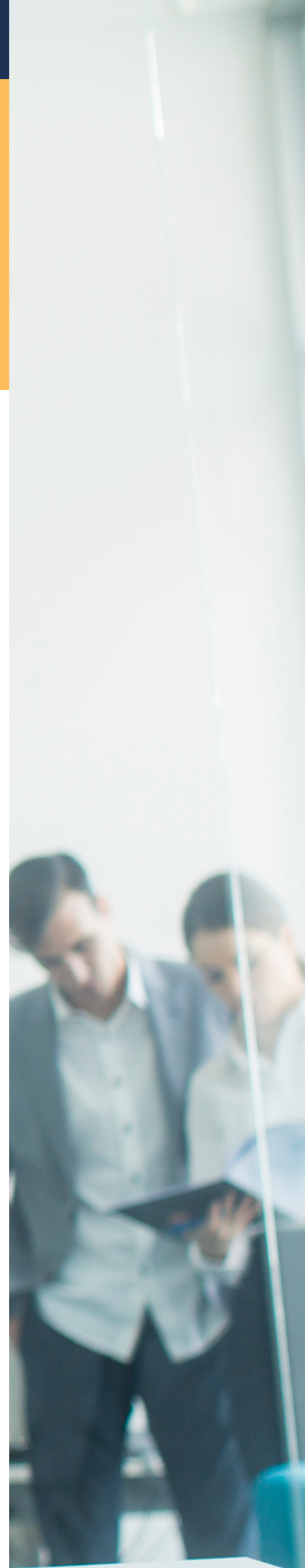
In alcuni settori, come ad esempio quello delle telecomunicazioni, la procedura di conciliazione è obbligatoria per legge, ovvero va esperita prima di adire il giudizio ordinario.

Dal 2017 - a seguito dell'entrata in vigore del Decreto legislativo 6 agosto 2015, n. 130, recante modifiche al Codice del consumo in attuazione della direttiva 2013/11/UE sulla risoluzione alternativa delle controversie dei consumatori - le Associazioni dei Consumatori iscritte al CNCU hanno provveduto all'accreditamento di numerosi Organismi ADR con le principali aziende italiane.

Sono Organismi attualmente riconosciuti dalle Autorità competenti quelli costituiti dalle AACC e ENI, EDISON, A2A, ENEL, IREN, E.ON, ACEA, WINDTRE, VODAFONE, TIM, FASTWEB, POSTE ITALIANE, NETCOMM, TRENITALIA, TRENORD, ARETI, TELETU, POSTE MOBILE.

L'ADOC ha, inoltre, sottoscritto protocolli per la risoluzione stragiudiziale delle controversie con:

AUTOSTRADE PER L'ITALIA, ANIA, ASTOI, AIAV, UNIREC. BANCOPOSTA, UNICREDIT, INTESA S. PAOLO, AGOS DUCATO e PRODOTTI BANCARI.





PROGETTI

APS



“

La LEGALITÀ
ti rende
LIBERO



IO SONO
Originale



ENERGIA DIRITTI
A VIVA VOCE



Progetto
Supporto Sicuro

Sportello telefonico
06 86 508 777

Da Lunedì al Venerdì - 09:00 - 11:00 / 17:00 - 20:00

Un aiuto psicologico
Veloce e Gratuito
comodamente da casa



”

La LEGALITÀ
ti rende
LIBERO

In continuità con il progetto Allora, legale! Iniziato nel 2019, sviluppato nel 2020, il progetto **La Legalità ti rende Libero** ha visto la sua fase risolutiva nel 2021.

ADOC ha realizzato sportelli informativi su tutto il territorio nazionale per incrementare le attività di tutela ed informazione ai lavoratori stranieri e non e, attraverso la collaborazione con gli enti pubblici (prefetture, enti locali e Centri per l'Impiego), per indirizzare i lavoratori verso le liste di prenotazione già introdotte da alcune regioni per accedere al lavoro regolare.

Sempre al fine di promuovere la legalità e la tutela dei diritti dei lavoratori, durante l'intero svolgimento delle attività progettuali abbiamo realizzato eventi, incontri e dibattiti rivolti a tutti i cittadini delle province interessate.

Il tema principale è stato il **lavoro irregolare** e tutto ciò che esso comporta, non solo la discriminazione e lo sfruttamento dei lavoratori, ma anche i danni per l'intera comunità (cittadini e aziende). Con il progetto abbiamo collaborato all'organizzazione per i lavoratori stagionali di un sistema di trasporti "sicuro" da e per i luoghi di lavoro. Abbiamo promosso, nei comuni maggiormente interessati, tavoli con le istituzioni e le parti datoriali del territorio con l'intento di avviare linee dedicate per sottrarre lavoratori e lavoratrici, italiani e stranieri, al ricatto dei caporali. E' stata anche realizzata una campagna sulla sicurezza stradale per i lavoratori che, spesso, percorrono l'itinerario lavoro/alloggio con mezzi fatiscenti, a piedi o in bicicletta.

Nella fase finale, in collaborazione con i Centri di accoglienza già esistenti, abbiamo avviato percorsi di inclusione, formazione professionale ed integrazione rivolti ai lavoratori extracomunitari in condizioni di sfruttamento e marginalità: corsi di lingua italiana, di informatica di base, di orientamento e accesso ai servizi del territorio, di formazione e riqualificazione professionale, di orientamento e accompagnamento all'inserimento lavorativo, all'inserimento abitativo e sociale, tutela legale e tutela psico-socio-sanitaria. Durante tutto il periodo progettuale è stata sviluppata una campagna per promuovere la c.d. filiera etica.



Il Progetto **SusPack**, finanziato dal programma Erasmus+ è volto a promuovere nei cittadini una maggiore consapevolezza ed una più forte propensione verso il *packaging* sostenibile per il cibo fresco e l'asporto.

Il progetto è realizzato da ADOC Aps – Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori, in collaborazione con due organizzazioni finlandesi, **Package Testing & Research (PTR)** un'agenzia di consulenza e ricerca e **Martha**, specializzata in economia domestica.

L'obiettivo è quello di migliorare la conoscenza dei consumatori sulla sostenibilità e nello specifico sull'*eco-design* e gli imballaggi "sostenibili" soprattutto nell'ambito del *takeaway*, incentivando così cambiamenti comportamentali, volti ad introdurre, nello stile di vita quotidiano, abitudini di consumo *green*.

Dal momento che il consumo di cibo da asporto è in aumento, molti consumatori si interrogano sulle crescenti quantità di materiale da imballaggio. Le attività progettuali, infatti, hanno come obiettivo specifico di informare i consumatori e migliorare la loro propensione alla sostenibilità degli imballaggi destinati ai prodotti freschi e alimentari da asporto.



Il progetto prevede un corso di formazione che ha coinvolto e continua a coinvolgere 20 consumatori finlandesi e italiani tenuto da ricercatori ed esperti nel campo del *packaging*.

La formazione è in materia di confezionamento di prodotti freschi e cibo da asporto e il ciclo di vita della confezione dopo l'uso. Tra i temi, inoltre, i tratti fondamentali dell'economia circolare e della sostenibilità degli imballaggi.

Le attività progettuali coinvolgono un *target group* di 20 consumatori (10 in Italia e 10 in Finlandia), che partecipano ad un percorso formativo specifico. Previsto anche un *handbook* sul tema del *packaging* sostenibile e al termine del progetto una conferenza finale.

Lavorando insieme, le tre organizzazioni promuovono lo scambio di idee e trasferiscono tra loro conoscenze e informazioni utili sulla sostenibilità del *packaging*, tema di grande attualità: durante la pandemia, infatti, le richieste di *takeaway* e il *food delivery* sono aumentate ed è molto probabile che la situazione rimanga la stessa anche in futuro. Da qui, l'importanza di iniziative (in)formative come queste.

Per visualizzare il progetto è stato anche realizzato un sito ad hoc:
www.sus-pack.eu



Il recente movimento globale del *Fridays for future* ha avuto il merito di riportare al centro dell'attenzione mediatica a livello globale il problema dell'emergenza climatica.

Più in generale, il tema della salvaguardia e del miglioramento delle condizioni dell'ambiente è stato posto al centro dell'Agenda ONU 2030 attraverso la definizione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, uno dei quali verte sulla capacità di garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo, promuovendo le famose 5 "R" dei rifiuti - Riduzione, Riutilizzo, Riciclo, Raccolta, Recupero - nonché pratiche di economia circolare e di consumo responsabile che favoriscano da parte della popolazione un utilizzo accorto e razionale delle risorse naturali e riducano gli sprechi anche nella logica di ridurre le disuguaglianze esistenti (altro obiettivo della Agenda ONU 2030).

Il progetto **GenerAzioni Sostenibili** agisce all'interno di questo scenario di riferimento promuovendo innanzitutto la formazione di una cultura della sostenibilità attraverso una preliminare fase di sensibilizzazione sul corretto utilizzo delle risorse naturali e alimentari realizzate tramite laboratori didattici nelle scuole con i giovani e incontri nei centri sociali con gli anziani con l'obiettivo di promuovere un consumo sostenibile e responsabile in chiave inter-generazionale.



Per capitalizzare appieno l'attività di sensibilizzazione svolta, il progetto ha previsto la successiva implementazione di una serie di interventi di attivazione della comunità (in una logica di welfare di comunità) che permettano di favorire i processi di scambio all'interno delle reti comunitarie su vari fronti – alimentare, tecnologico, abitativo – riducendo le disuguaglianze esistenti.

In questa logica, previa un'adeguata azione di formazione di vecchi e nuovi volontari, saranno sviluppati interventi per:

- ridurre lo spreco attraverso percorsi di educazione alimentare che possano altresì promuovere una corretta alimentazione e stili di vita funzionali all'invecchiamento attivo della popolazione;
- favorire il recupero e la distribuzione delle eccedenze alimentari, attraverso l'esperienza del "magazzino solidale";
- favorire la riduzione degli sprechi e le relazioni sociali nell'ambito dei complessi condominiali attraverso la promozione del ruolo del facilitatore di condominio;
- promuovere la realizzazione di attività di orticoltura a beneficio di situazioni di svantaggio sociale, attraverso l'esperienza dell'orto solidale;
- ridurre il divario digitale degli anziani attraverso percorsi di solidarietà digitale nei quali i giovani potranno formare e supportare gli anziani nell'utilizzo delle nuove tecnologie.

Le Associazioni ADA, ADOC e UNIAT, con il progetto, intendono concorrere al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile favorendo un processo di attivazione inter-generazionale che prevede un ruolo attivo sia da parte della popolazione anziana che delle giovani generazioni in un interessante processo di "co-generazione" di azioni sostenibili.



IO SONO
Originale

Io Sono Originale è l'iniziativa del Ministero dello Sviluppo economico promossa dalla Direzione Generale per la Lotta alla **Contraffazione** Ufficio Italiano Brevetti e Marchi in collaborazione con le associazioni dei consumatori che, in continuità con le precedenti edizioni, promuove una campagna di educazione e sensibilizzazione per coltivare la cultura della legalità, contribuire alla lotta al falso e informare i consumatori in merito ai rischi collegati alla contraffazione.

Si rinnova anche l'impegno mirato alla Terra dei Fuochi nell'ambito del "Piano di azione per il contrasto dei roghi dei rifiuti" e di cui ai protocolli siglati dalla presidenza del Consiglio dei Ministri con una particolare attenzione al territorio campano.

L'acquisto di beni contraffatti è un atteggiamento di consumo che coinvolge livelli diversi (economico, sociale, psicologico, comunicativo) e che richiede strategie coordinate di informazione, sensibilizzazione e contrasto. Può avere effetti negativi diretti e indiretti sulla salute e sulla sicurezza dei consumatori, oltre che incidere negativamente sull'ambiente, ma tali rischi, connessi ad un'abitudine di acquisto e di consumo sbagliata oltre che illegale, non sono, tuttavia, chiaramente e adeguatamente percepiti dal consumatore e pertanto diventa determinante intervenire attraverso un **piano mirato di attività informative e divulgative che** contribuisca al miglioramento della "percezione sociale" di tali fenomeni.

Il programma si è concretizzato in un piano di iniziative differenziato per target di riferimento:

- **Focus giovani in età scolare**
- **Focus studenti universitari**



I punti strategici del Piano riguardano la prevenzione, la vigilanza e il contrasto al fenomeno del **caporalato** insieme all'assistenza e all'inserimento socio-lavorativo per i lavoratori "attuando una procedura che disinnesci totalmente il ruolo del caporale".

Adoc e NeXt con questo progetto, anche grazie alle esperienze maturate negli anni, hanno ritenuto che la repressione nei confronti di chi sfrutta i lavoratori da sola non possa bastare a risolvere il problema ma che ci sia la necessità, da una parte, di affiancare i lavoratori e assisterli in tutte quelle situazioni che li rendono più deboli e quindi facili prede dei caporali, dall'altra sono convinte che sia fondamentale il ruolo del consumatore nella scelta dei prodotti che acquista.

Con il progetto sono state sviluppate due principali linee di attività:

- la prima linea ha visto **affiancamento e assistenza per i lavoratori** attraverso **sportelli informativi** per ottenere informazioni, consulenza e assistenza sui regolari canali lavorativi, sui propri diritti, sulle diverse forme contrattuali e sulla regolarità retributiva e contributiva, assistenza socio-sanitaria, su come ottenere visti e permessi di soggiorno e nella compilazione delle varie pratiche; **una rete agricola di qualità** (con una mappatura e selezione delle aziende agricole ritenute virtuose dal punto di vista del rispetto dei lavoratori, delle norme e dell'ambiente; **formazione e percorsi di inclusione; sicurezza nei trasporti**
- la seconda linea è di **attività di sensibilizzazione dei consumatori** andando a valorizzare la filiera produttiva etica. Sono state coinvolte nel progetto imprese virtuose a livello etico e ambientale aderenti al progetto e alla rete agricola di qualità, nel cui ciclo di produzione, oltre al principale criterio dell'etica del lavoro, da rispettarsi pienamente, abbiano anche altri aspetti aziendali: 'Filiera corta', 'Basso impatto ambientale' e 'Valore aggiunto del prodotto'.

Abbiamo visto che tra i punti di strategia del progetto #Caporalt rientrano corsi di formazione e percorsi di inclusione.



Per fare questo ADOC si è avvalsa di:



ADOC ha dedicato e dedica una particolare attenzione alle comunità straniere residenti in Italia che hanno dimostrato di essere una componente rilevante nell'ambito dei consumi, apportando così all'economia di questo paese un valore aggiunto.

Il consumo è un importante fattore di integrazione sociale e culturale. Le comunità migranti in Italia sono composte da cittadini che, nella loro quotidianità, utilizzano servizi, utenze, attivano mutui e pagano bollette e, per farlo, devono affrontare ostacoli come la non padronanza della lingua italiana, le difficoltà nello sbrogliare pratiche burocratiche e la complessità delle normative.

ADOC Ac@demy ha realizzato percorsi formativi di lingua italiana come strumento fondamentale per l'integrazione sociale e culturale delle persone straniere.

I corsi messi in opera hanno dotato gli allievi di strumenti utili in diversi ambiti quali la salute, l'istruzione e la partecipazione alla vita sociale, il mondo del consumo responsabile e lo sviluppo sostenibile.

La lingua resta un aspetto cruciale nello sforzo comune o collettivo per la costruzione di un processo di integrazione virtuoso, basato sull'impegno della comunità straniera nell'apprendimento della lingua italiana. Questi corsi sono stati finalizzati al superamento dei sentimenti di frustrazione o incapacità di esprimersi che le persone straniere provano nel momento in cui devono parlare o scrivere in lingua italiana.

ADOC Ac@demy ha come scopo la trasversalità, per questo, per realizzare le attività ADOCha coinvolto anche gli uffici dei servizi alla persona UIL, come il patronato ITAL, il CAF UIL e tutte le aree dedicate.



Energia diritti a Viva Voce è un progetto il cui obiettivo è rendere i consumatori più informati e più consapevoli in materia di energia e gas.

Sono 18 le Associazioni dei consumatori che hanno promosso il progetto, finanziato dalla Cassa conguglio per il settore elettrico su disposizione dell'Autorità per l'energia elettrica e il gas: Adiconsum, ADOC, Adusbef, Associazione Utenti dei Servizi Radiotelevisivi, Assoconsum, Assoutenti, Casa del Consumatore, Centro Tutela Consumatori e Utenti, Cittadinanzattiva, Codacons, Codici, Confconsumatori, Federconsumatori, Lega consumatori, Movimento Consumatori, Movimento difesa del Cittadino, Udicon e Unione Nazionale Consumatori.

Per fornire un servizio il più possibile efficiente e completo, è stato istituito un network di sportelli su tutto il territorio nazionale. Gli operatori danno risposte e soluzioni sul servizio elettrico, gas e idrico integrato e svolgono attività di assistenza per numerosi aspetti.

Ad esempio:

- fornendo strumenti per potersi orientare tra le diverse offerte commerciali
- aiutando a comprendere la struttura tariffaria e degli importi fatturati
- supportando in azioni e iniziative nei confronti dei fornitori del servizio per la risoluzione di eventuali problemi e disagi
- consentendo di avere informazioni sull'accesso ai bonus
- informando su come controllare i consumi quotidiani
- promuovendo un consumo consapevole



VERSO UN APPROCCIO ARMONIZZATO PER AFFRONTARE IL PROBLEMA DELLA DUAL QUALITY NEI PRODOTTI ALIMENTARI

I consumatori in diversi paesi dell'UE hanno affermato che la qualità di alcuni prodotti è inferiore nel loro paese d'origine rispetto ai prodotti dello stesso produttore venduti con lo stesso marchio all'estero.

L'intento del progetto è stato di informare i consumatori, poiché devono essere in grado di comprendere le principali caratteristiche del prodotto che acquistano ed essere, quindi, una guida per fornire linee generali comuni per assistere le forze dell'ordine e per valutare pratiche commerciali potenzialmente sleali.

Gli **obiettivi** del progetto:

- sviluppare una guida per i prodotti testati
- potenziare il ruolo delle organizzazioni dei consumatori
- favorire la cooperazione transnazionale
- potenziare la difesa delle organizzazioni dei lavoratori

In che modo sono stati realizzati?

- Creando una guida solida e armonizzata per identificare i prodotti potenzialmente fuorvianti
- Fornendo materiali per la formazione delle organizzazioni dei consumatori
- Creando e sostenendo una piattaforma online per segnalare strategie fuorvianti
- Rafforzando la difesa a livello europeo





OPERAZIONE RISORGIMENTO DIGITALE | TIM

Educare i cittadini e i consumatori all'uso consapevole e sicuro di Internet per cogliere tutte le opportunità e i vantaggi della vita digitale prevenendo i principali rischi *online*: dall'uso corretto degli strumenti digitali per la gestione del denaro agli acquisti *online*, alle nuove modalità di accesso a informazioni, prodotti e servizi. Con questo obiettivo hanno avuto luogo, grazie al supporto delle Associazioni dei consumatori, i corsi di formazione gratuita legati a **Operazione Risorgimento Digitale**, l'alleanza promossa da TIM e oltre 30 partner di eccellenza del settore pubblico, privato e del no profit per chiudere il *digital divide* culturale nel Paese.

In collaborazione con Adiconsum, ADOC, Altroconsumo, Cittadinanzattiva, Codacons, Federconsumatori e U.Di.Con., si è svolto il percorso formativo 'Consumatori digitali, consapevoli e sicuri', con contenuti e *webinar* gratuiti rivolti a cittadini e consumatori per favorire l'utilizzo intelligente, sicuro e consapevole della tecnologia.

Sono stati organizzati molti *webinar* e un'ampia sezione è stata dedicata a come fare per accedere *online* ai servizi della Pubblica Amministrazione, fruendo di diritti e servizi in formato digitale per pratiche sanitarie, previdenziali o contributive, a partire dai servizi messi a disposizione dall'Agenzia per l'Italia Digitale, da SPID e PagoPA. E' stata data molta attenzione anche al ruolo della famiglia, grazie a *webinar* rivolti ai genitori che si sono indirizzati alla promozione dell'uso consapevole di internet e dei *device* da parte dei figli.

Si è svolto anche un focus per contrastare le *fake news*, una delle maggiori insidie su internet in particolare nei momenti di emergenza collettiva dove la paura può alimentare la circolazione di notizie infondate diffuse senza controllo.



Il progetto **Supporto Sicuro** è nato dall'evidenza che la pandemia COVID-19 e le relative misure di contenimento attuate, in primis allontanamento e isolamento fisico, hanno prodotto conseguenze dannose sulla salute mentale della popolazione generale in tutta Italia, compresi gli operatori sanitari.

In particolare, la frustrazione, la solitudine e le preoccupazioni per il futuro sono reazioni comuni e rappresentano fattori di rischio ben noti per diversi disturbi, tra cui ansia, disturbi affettivi, da *stress* post-traumatico e *burnout*.

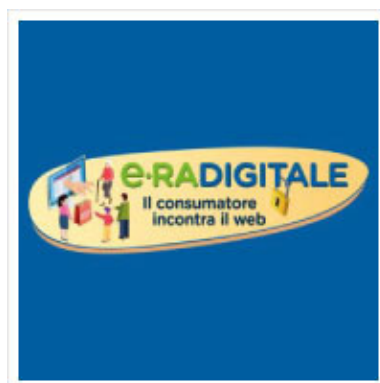
Il progetto ha previsto attività di supporto e assistenza psicologica rivolte in particolare alle categorie fragili della popolazione (persone con problemi psicofisici e disabilità, loro familiari, anziani, ecc. ...).

È stato creato un *team* di psicologi che hanno gestito uno sportello telefonico di supporto psicologico cui si sono rivolte le persone che hanno sofferto maggiormente il periodo di distanziamento sociale, ma anche hanno fornito consigli sui servizi del territorio offerti e le strutture a cui ci si può rivolgere in caso di necessità a tutti coloro che hanno necessitato di una consulenza urgente ed immediata.

Gli psicologi dell'ADOC hanno inoltre organizzato e realizzato diversi *webinar* formativi

- Come gestire ansia e stress da Covid - 19
- Gestione dello *smartworking*
- L'immagine dell'eroe (per operatori sanitari e comunitari)
- Isolamento, quarantena, *compassion fatigue* e trauma (per operatori sanitari e comunitari)
- Il *burnout* (per operatori sanitari e comunitari)

Altra attività realizzata dal *team* di psicologi è stata quella di costituire dei gruppi di auto mutuo aiuto. I gruppi sono stati caratterizzati dallo scambio costante tra persone accomunate dallo stesso disagio per assicurare un sostegno emotivo grazie al confronto, all'aiuto, all'ascolto e al raggiungimento di determinati scopi attraverso il sostegno emotivo.



La digitalizzazione è la protagonista della nostra era, l'era digitale: le tecnologie dell'informazione e della comunicazione non sono più un settore autonomo, bensì rappresentano il fondamento stesso di tutti i sistemi economici moderni.

Possedere e gestire *big data* offre la possibilità di connettere e far interagire i settori della nostra economia e società, internet e le tecnologie digitali di fatto hanno progressivamente modificando lo stile di vita dei cittadini, trasformando i comportamenti ripetitivi sui consumi, sul modo di lavorare, nella sfera tanto personale quanto professionale e collettiva.

Con il progetto **e-Ra Digitale** il consumatore ha incontrato il *web*. L'intento è stato tutelare gli utenti, intesi come consumatori, dai rischi derivanti dall'utilizzo improprio delle tecnologie digitali e dalle transazioni economiche effettuate *online*.

L'idea nasce dalla necessità di predisporre strumenti utili al cittadino, al fine di:

- accedere al mercato digitale, abbattendo le barriere tecnologiche e conoscitive esistenti;
- sensibilizzare i cittadini con riferimento all'esercizio dei diritti e delle forme di tutela determinate dallo sviluppo e dalla diffusione dell'e-commerce;
- educare i consumatori ad un utilizzo consapevole ed informato delle piattaforme digitali.

Per la realizzazione di questi obiettivi sono stati realizzati incontri con i cittadini, incontri nelle scuole medie di primo e secondo grado, video volti a sensibilizzare i giovani e gli adulti e punti di accesso assistiti ai servizi offerti su internet.



Nel 2021 sono stati attivati
11 progetti di servizio civile con l'avvio di
180 volontari in **15** regioni italiane

Tali progetti impiegano i volontari del Servizio civile nel perseguimento di attività volte al potenziamento delle attività degli sportelli, finalizzate al sostegno della collettività; supporto ai cittadini attraverso assistenza e informazione riguardo tematiche di tutela del consumatore, prevenzione e supporto per le truffe, difesa contro i disservizi.

Nei progetti sono state affrontate e seguite anche tematiche più ampie come la salute personale e ambientale, con particolare attenzione alle categorie fragili e agli anziani.



SPORTELLI **D**EDICATI

APS

SPORTELLO INTERNAZIONALE

ADOC ha promosso lo **Sportello Internazionale**, un'iniziativa che dedica particolare attenzione alle **comunità straniere residenti in Italia**, le quali hanno dimostrato di rappresentare una componente rilevante nell'ambito dei consumi, apportando così all'economia di questo paese un valore aggiunto. Il consumo è un fattore di integrazione sociale e culturale. Le comunità migranti in Italia risultano essere costituite da più di **5 milioni** di cittadini, persone che nella quotidianità utilizzano servizi, utenze, accendono mutui e pagano bollette e, per farlo, devono affrontare fattori quali la non padronanza della lingua italiana, la difficoltà nel comprendere le complicate pratiche burocratiche e la complessità delle normative.

Con lo scopo di facilitare l'approccio dei cittadini stranieri con i propri diritti come consumatori e favorire il processo di integrazione, lo Sportello ADOC Internazionale ha focalizzato il suo lavoro attraverso il servizio personalizzato con operatori esperti in grado di fornire informazione e attivare le procedure di conciliazione; e, inoltre, lo sviluppo di numerosi progetti di formazione, volti all'organizzazione di un sistema di tutela e orientamento specifico.

ADOC ha delegato l'organizzazione dello Sportello Internazionale ad un'esperta nell'area di tutela, con un importante percorso lavorativo nel settore, come responsabile dell'ufficio in Italia della *Defensoría del Pueblo dell'Ecuador*, l'Istituzione nazionale per i Diritti Umani, diritti del Consumatore e della Natura.



SPORTELLLO INTERNAZIONALE

Lo Sportello Internazionale **assiste** le comunità di cittadini provenienti da **26 paesi d'origine**, per cui l'attività di tutela si svolge in una dimensione multiculturale e diversificata delle problematiche che gli stranieri affrontano. L'esperienza maturata nel 2021 si può riassumere nei seguenti settori trattati: il **36%** settore **energia, gas** e servizio **idrico**, **44% telefonia** fissa, cellulare e collegamento a internet e **20% servizi bancari**.

Le problematiche più comuni hanno riguardato i contratti telefonici di fornitura di servizi, nei quali si vedono attivati dei servizi non richiesti e dei costi di fatturazione non spiegati esaurientemente per quanto riguarda la telefonia. Nell'ambito dei servizi finanziari, abbiamo assistito i cittadini stranieri per prestiti non pagati e situazioni di sovraindebitamento. Un altro problema comune riguarda i contatori guasti di luce o gas o comunicazioni non ricevute, dovuto a cambi di residenza, fattore molto frequente nella comunità di persone straniere. Inoltre, si è registrata una particolare difficoltà nella lettura delle fatture dei servizi di energia, gas e telefonia, dovuta alla non padronanza della lingua italiana, per il 55% degli stranieri e per il restante 45% dovuta alla complessità delle normative. Questo problema si estende alle comunicazioni dell'Agenzia delle entrate, dove i cittadini stranieri non riescono a capire il linguaggio utilizzato nelle cartelle esattoriali.

Vista la poca o scarsa padronanza della lingua italiana, in quanto fattore che ostacola l'approccio delle persone verso i propri diritti, lo Sportello Internazionale ha sviluppato un programma di formazione attraverso le attività di Adoc Ac@demy all'interno del progetto #CaporAlt, finanziato dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali, il quale consiste nell'organizzazione di tre corsi di lingua italiana e sviluppo sostenibile.

Abbiamo organizzato tre classi con 20 iscritti ognuna, in totale 60 partecipanti provenienti da diversi paesi di origine, le lezioni hanno avuto luogo in remoto. Il corso è consistito nella preparazione per sostenere il test della lingua italiana, requisito per la richiesta di cittadinanza.



SPORTELLO INTERNAZIONALE

Il programma formativo ha visto una sezione di educazione civica, dedicata ad affrontare ed approfondire diversi argomenti come il Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID), evidenziando l'importanza dell'utilizzo di questi strumenti e altri argomenti non meno importanti come il Contratto nazionale del lavoro, la richiesta della cittadinanza italiana, il ricongiungimento familiare, l'educazione finanziaria, i diritti delle persone che viaggiano, l'infortunistica ed altri.

ADOC ha programmato l'apertura di 6 sportelli dedicati all'assistenza delle persone d'origine straniera in altre regioni italiane come **Liguria, Marche, Lazio, Sicilia** e un secondo sportello in **Toscana**. Il primo Sportello Internazionale in Toscana ha iniziato la sua attività nel 2021, con l'obiettivo di garantire l'integrazione offrendo servizi per superare le difficoltà linguistiche e culturali nei rapporti con i soggetti pubblici e privati che erogano servizi.

Lo Sportello Internazionale a Firenze ha focalizzato la sua attività nell'assistenza per l'apertura di SPID e ha integrato la sua attività di tutela nei servizi di telefonia cellulare, acqua ed energia elettrica, contratti con le palestre e rimborsi di biglietti aerei, infine con il Patronato ITAL ha coordinato l'assistenza per i temi migratori come la richiesta di cittadinanza, il rinnovo permesso di soggiorno e altri.

Per strutturare il potenziamento sociale come azione di promozione della cittadinanza attiva, lo Sportello Internazionale ha svolto, e svolge, la sua attività con competenza trasversale, intesa come l'insieme di azioni essenziali per raggiungere una integrazione concreta, nella quale i diritti e i doveri costruiscono un legame sociale equilibrato e affidabile. Per raggiungere questo ambizioso obiettivo, si conta con un'ampia rete di collaborazione con le Ambasciate e Consolati dei paesi di origine delle diverse comunità, e una rete di assistenza con altre organizzazioni con scopi analoghi ed integra la sua attività assistenziale con i servizi previdenziali offerti dal patronato ITAL UIL e dal CAF UIL, per quanto riguarda l'assistenza fiscale. Attraverso gli esperti nei diversi settori e la rete di traduttori volontari dello Sportello internazionale, offre supporto e assistenza ai cittadini che si trovano all'estero e che si rivolgono all'associazione per chiedere assistenza negli acquisti di beni e servizi per il settore turistico e ai cittadini che acquistano beni e servizi all'estero nel settore dell'e-commerce.

SPORTELLO WELFARE & IMMIGRAZIONE

Un impegno al servizio del territorio e dei suoi cittadini più fragili e in difficoltà ha portato l'ADOC di **Brindisi** all'attivazione dello Sportello Welfare&Immigrazione con l'intento precipuo di offrire informazione, orientamento e assistenza legale sui temi dell'accesso ai servizi di *welfare*, del lavoro, della famiglia, della casa, delle pari opportunità. Per favorire la reale integrazione e partecipazione di tutti alla vita cittadina, pari opportunità di accesso ai servizi e strumenti già disponibili sul territorio, coesione sociale e maggiori condizioni di equità.

ADOC Associazione
Difesa
Orientamento
Consumatori

**SPORTELLO
WELFARE &
IMMIGRAZIONE**

#FAMIGLIA #IMMIGRATI #DONNE
#MINORI

**ORARIO DI APERTURA
MARTEDÌ DALLE 17.00 ALLE 19.00**

PER INFO E CONTATTI
✉ ANTONELLADALICANDRO@GMAIL.COM
☎ 3286674329

CORSO UMBERTO I, 85 - 72100 BRINDISI

SPORTELLLO ADOC LAMPEDUSA



Nell'ambito della Rete dei Servizi UIL, ADOC ha aperto uno sportello a **Lampedusa**, zona di confine fra l'Europa e l'Africa.

Una scelta strategica per essere sempre più vicini ai consumatori di un'isola che oltre alle difficoltà di comunicazione e collegamento con il continente, vive continuamente le problematiche legate all'immigrazione.



La scelta di aprire tale sportello durante la pandemia legata al Covid-19 ha fatto sì che ADOC potesse aiutare i cittadini lampedusani ad affrontare le difficoltà quotidiane e offrire dei servizi indispensabili alla cittadinanza.

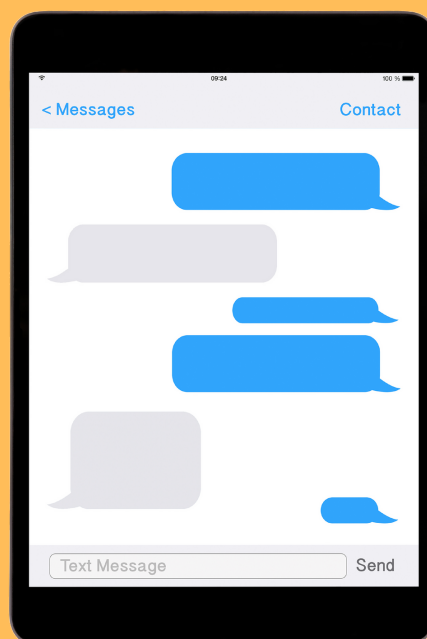
Lo sportello ha funzionato a pieno regime con una risposta positiva da parte degli abitanti dell'isola.

CHAT ON LINE

ADOC ha avviato un nuovo canale di assistenza ai consumatori attraverso l'apertura di un ulteriore strumento di carattere digitale, la **chat on line**. Attraverso il canale *live* gli operatori dell'associazione rispondono in tempo reale alle richieste di informazioni, di assistenza e di consulenza su tutte le tematiche relative alla tutela del consumatore. Qualora sia necessaria un'assistenza su problematiche che richiedono un maggior approfondimento, il consumatore viene messo in contatto con i consulenti delle diverse sedi territoriali per ottenere assistenza o consulenza e risolvere il problema indicato.

L'acquisizione da remoto della pratica accorcia la distanza associazione/consumatori. La pratica gestita da un operatore che ricontatta in tempi brevi il consumatore consente l'approfondimento delle singole questioni poste e l'acquisizione della documentazione eventualmente necessaria alla gestione dell'attività da svolgere (reclami, conciliazioni, ecc.).

Questo canale *on line* assicura pertanto sia la tutela individuale che quella collettiva dal momento che il punto di contatto è unico e consente archiviazione e schedatura dei dati ricevuti; estremamente utile ai fini delle diverse attività in cui ADOC è impegnata presso i tavoli istituzionali e non, presso i comitati ed i confronti continui che l'associazione svolge con continuità con le maggiori aziende, associazioni di categoria e di imprese del Paese e con Enti e soggetti pubblici e privati.



SPORTELLO LUDOPATIA



ADOC ha attivato in **Sicilia** e nelle **Marche** una rete di 10 sportelli di sostegno psicologico, assistenza legale e di esperti finanziari per le persone dipendenti dal gioco d'azzardo. Gli sportelli forniscono consulenza, in forma gratuita e anonima, alle persone con problemi legati al gioco d'azzardo, ma anche sostegno e consigli ai familiari.

E' per questo che abbiamo pensato di offrire sia il **sostegno psicologico**, attraverso una prima consulenza che può orientare il soggetto ad avviare un percorso di recupero presso le strutture specializzate del servizio sanitario, come i Dipartimenti per le dipendenze, sia il **sostegno legale e finanziario** che può invece aiutare il soggetto stesso o i propri familiari ad individuare delle soluzioni ai problemi di indebitamento o altre problematiche ad esso connesse.



COMUNICAZIONE

APS



1100 COMUNICATI STAMPA

12 NUMERI ADOCCHIATUTTO

500 INTERVENTI SU RADIO E TV

50 CONFERENZE STAMPA

AdocChiatutto

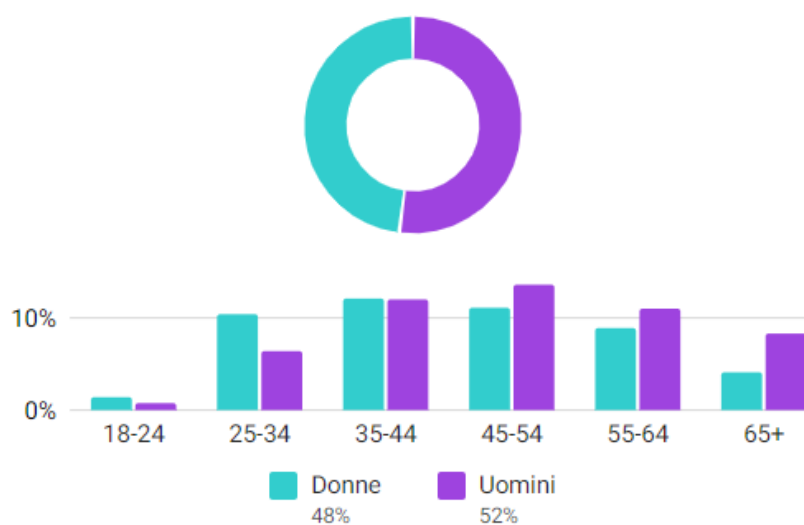


L'AdocChiatutto è il mensile edito da ADOC con il quale l'Associazione approfondisce i temi di maggiore attualità per i consumatori, pubblica guide relative sia alla tutela dei diritti e degli interessi sia per l'acquisto di determinati prodotti e offre consigli e soluzioni ai problemi più sentiti dai consumatori.

In ogni numero, inoltre, viene evidenziato il calendario di stagione di frutta e verdura, le modalità per accedere alla conciliazione paritetica e l'elenco di tutte le sedi Regionali dell'ADOC.

Social Media

Età e genere ⓘ



ADOC è presente massicciamente sui social: Facebook, Twitter e Instagram.

Conta una una platea di followers, che tra i vari social arriva a superare 5000 unità.

A fianco la tabella di distribuzione su Fb per età e genere dei like messi sulla pagina dedicata.



@adocnaz



@adocnazionale



adocnazionale

TESSERAMENTO 2021



CAMPAGNA 5 X 1000



SOSTENIBILITÀ

APS

L'impegno di ADOC per la promozione della sostenibilità è costante

Da anni ADOC pone attenzione al tema della salvaguardia e del miglioramento delle condizioni dell'ambiente, posto al centro dell'Agenda ONU 2030 attraverso la definizione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. L'obiettivo 12 verte proprio sulla capacità di garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo responsabile attraverso le 5 "R" dei rifiuti – Riduzione, Riutilizzo, Riciclo, Raccolta, Recupero – nonché favorire pratiche di economia circolare e un utilizzo accorto e razionale delle risorse naturali. Tutto ciò al fine di diminuire gli sprechi e ridurre le disuguaglianze esistenti (obiettivo 10). È da queste basi che ADOC ha portato avanti iniziative con l'obiettivo di promuovere consumi sostenibili e responsabili e stimolare i consumatori alla cultura della sostenibilità sui conseguenti vantaggi sociali, ambientali ed economici e invitando a comportamenti virtuosi, riducendo gli sprechi.

L'intento del progetto **GenerAzioni Sostenibili** è la promozione della formazione di una cultura della sostenibilità attraverso una fase di sensibilizzazione sul corretto utilizzo delle risorse naturali e alimentari da realizzarsi tramite laboratori didattici nelle scuole con i giovani e incontri nei centri sociali con gli anziani.

Nell'ambito del progetto ADOC ha realizzato due opuscoli contenenti pochi e semplici consigli per l'alimentazione sana e sostenibile:

- per gli **adolescenti**, per avvicinarli ad abitudini alimentari salutari e comportamenti legati alla sedentarietà forzata durante il periodo della pandemia
- per gli **over 65** per l'adozione di uno stile di vita corretto, fondamentale con l'avanzare del tempo



Nell'ambito del progetto **SusPack** è stata prevista la realizzazione di attività formative dirette a consumatori italiani e finlandesi con l'obiettivo di migliorare la conoscenza dei consumatori sulla sostenibilità e nello specifico sull'eco-design e gli imballaggi "sostenibili" soprattutto nell'ambito del *takeaway*, incentivando così cambiamenti comportamentali, volti ad introdurre, nello stile di vita quotidiano, abitudini di consumo green.



Anche per quanto riguarda il **Servizio Civile** nel 2021 la sostenibilità ha avuto un progetto dedicato. Il progetto della **Regione Puglia**, denominato **Foody Zero Sprechi** ha avuto l'intento, attraverso i giovani che vi hanno partecipato, di informare e sensibilizzare la popolazione dei territori coinvolti sulle tematiche legate alla prevenzione e gestione dello spreco alimentare ponendo anche l'accento sulla corretta alimentazione e sull'importanza di tutelare l'ambiente e le risorse naturali attraverso una serie di attività e campagne informative.



**FOODY ZERO
SPRECHI!**

SITUAZIONE **E**CONOMICO **F**INANZIARIA

I PROVENTI

I proventi dell'ADOC Nazionale sono esclusivamente finalizzati allo svolgimento delle attività statutarie. Sono utilizzati per il sostentamento della struttura operativa dell'ADOC, per lo svolgimento di campagne informative, e per la realizzazione di progetti, al fine di dare assistenza e capacità di orientamento nel mondo consumeristico ai cittadini consumatori.

In osservanza alle norme sulla trasparenza, l'ADOC pubblica ogni anno sul proprio sito il Bilancio Consuntivo, dal quale si evincono i proventi di competenza dell'esercizio e l'Elenco dei Contributi ricevuti da Enti Pubblici, nel quale si evidenziano i proventi imputati secondo il principio di cassa.

Infatti, molto spesso i progetti finanziati dagli Enti Pubblici hanno durata pluriennale.

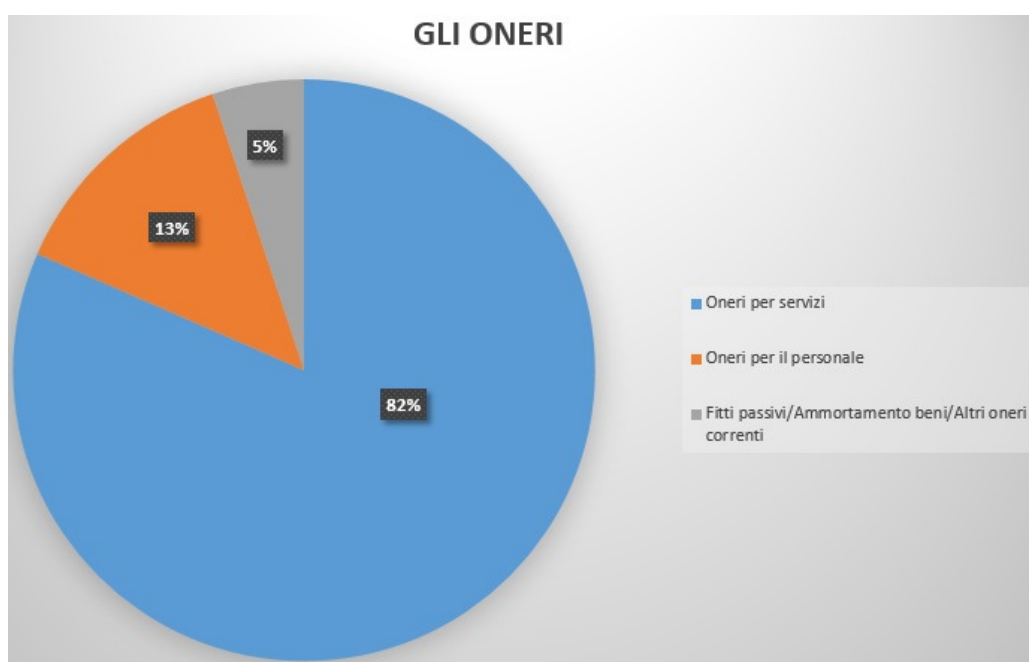


Il grafico mette in evidenza in percentuale i proventi dell'ADOC che, nel dettaglio, sono costituiti da:

Quote associative dell'anno 2021 per n. 38.230 tessere	€ 38.230
Contributi statali di competenza 2021	€ 1.591.015
Cinque per mille (annualità 2020)	€ 577.762
Altri contributi di competenza 2021	€ 63.844

GLI ONERI

Gli oneri dell'ADOC sono attribuiti alle attività tipiche statutarie



Il grafico mette in evidenza in percentuale gli oneri dell'Associazione che, nel dettaglio, sono costituiti da:

Oneri per servizi	€1.865.706
Oneri per il personale	€305.703
Fitti passivi	€31.330
Ammortamento beni	€5.057
Altri oneri correnti	€80.191

A carico della sede nazionale dell'Adoc risultano:

- 25 sportellisti a tempo determinato
- 9 dipendenti a tempo indeterminato, di cui:
 - 5 a tempo pieno
 - 3 a tempo parziale
 - 1 apprendista
- 1 dipendente a tempo determinato, tempo parziale



IL RISULTATO ECONOMICO

Il Bilancio Consuntivo 2021 si chiude con un **avanzo di € 31.516**
Tutti i dati ad esso relativi sono consultabili sul sito dell'Adoc Nazionale



www.adocnazionale.it/Trasparenza

ATTESTAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO

ADOC APS

ASSOCIAZIONE PER LA DIFESA E L'ORIENTAMENTO DEI CONSUMATORI

Sede sociale: Roma - Via Castelfidardo 43/45
Cod. Fiscale 96112810583

RELAZIONE DEL COLLEGIO DEI SINDACI REVISORI-ORGANO DI CONTROLLO

SUL BILANCIO SOCIALE AL 31 DICEMBRE 2021

Alla Direzione Nazionale

Rendicontazione della attività di monitoraggio e dei suoi esiti

Il Collegio, ai sensi dall'art. 30, comma 7 del Codice del Terzo Settore, ha svolto nel corso dell'esercizio 2021 l'attività di monitoraggio dell'osservanza delle finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale da parte dell'Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori ADOC APS, con particolare riguardo alle disposizioni di cui agli artt. 5, 6, 7 e 8 dello stesso Codice del Terzo Settore.

Tale monitoraggio, eseguito compatibilmente con il quadro normativo attuale, ha avuto ad oggetto, in particolare, quanto segue:

- la verifica dell'esercizio in via esclusiva o principale di una o più attività di interesse generale di cui all'art. 5, comma 1, per finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale, in conformità con le norme particolari che ne disciplinano l'esercizio, nonché, eventualmente, di attività diverse da quelle indicate nell'art. 5, comma 1, del Codice del Terzo Settore, purché nei limiti delle previsioni statutarie e in base a criteri di secondarietà e strumentalità stabiliti con D.M. 19.5.2021, n. 107;
- la verifica che nell'esercizio 2021 l'associazione ADOC APS non ha effettuato attività di raccolta fondi;
- il perseguimento dell'assenza dello scopo di lucro, attraverso la destinazione del patrimonio, comprensivo di tutte le sue componenti (ricavi, rendite, proventi, entrate comunque denominate) per lo svolgimento dell'attività statutaria;
- l'osservanza del divieto di distribuzione anche indiretta di utili, avanzi di gestione, fondi e riserve a fondatori, associati, lavoratori e collaboratori, amministratori ed altri componenti



ATTESTAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO

degli organi sociali, tenendo conto degli indici di cui all'art. 8, comma 3, lett. da a) a e), del Codice del Terzo Settore.

Attestazione di conformità del bilancio sociale alle Linee guida di cui al decreto 4 luglio 2019 del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Il Collegio, ai sensi dall'art. 30, comma 7, del Codice del Terzo Settore, ha svolto nel corso dell'esercizio 2021 l'attività di verifica della conformità del bilancio sociale, predisposto dalla "Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori ADOC APS", alle Linee guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del Terzo settore, emanate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali con D.M. 4.7.2019, secondo quanto previsto dall'art. 14 del Codice del Terzo Settore.

L' "Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori ADOC APS" ha dichiarato di predisporre il proprio bilancio sociale per l'esercizio 2021 in conformità alle suddette Linee guida.

Ferma restando la responsabilità dell'organo di amministrazione per la predisposizione del bilancio sociale secondo le modalità e le tempistiche previste nelle norme che ne disciplinano la redazione, l'organo di controllo ha la responsabilità di attestare, come previsto dall'ordinamento, la conformità del bilancio sociale alle Linee guida del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

All'organo di controllo compete inoltre di rilevare se il contenuto del bilancio sociale risulti manifestamente incoerente con i dati riportati nel bilancio d'esercizio e/o con le informazioni e i dati in suo possesso.

A tale fine, il Collegio:

- ha verificato che le informazioni contenute nel bilancio sociale rappresentino fedelmente l'attività svolta dall'ente e che siano coerenti con le richieste informative previste dalle Linee guida ministeriali di riferimento;
- ha svolto la propria attività in conformità a quanto previsto dalle Norme di comportamento dell'organo di controllo degli enti del Terzo settore, pubblicate dal CNDCEC nel dicembre 2020. In questo senso, ha verificato anche i seguenti aspetti:
 - conformità della struttura del bilancio sociale rispetto all'articolazione per sezioni di cui al paragrafo 6 delle Linee guida;
 - presenza nel bilancio sociale delle informazioni di cui alle specifiche sotto-sezioni esplicitamente previste al paragrafo 6 delle Linee guida, salvo adeguata

ATTESTAZIONE DELL'ORGANO DI CONTROLLO

illustrazione delle ragioni che abbiano portato alla mancata esposizione di specifiche informazioni;

- rispetto dei principi di redazione del bilancio sociale di cui al paragrafo 5 delle Linee guida, tra i quali i principi di rilevanza e di completezza che possono comportare la necessità di integrare le informazioni richieste esplicitamente dalle linee guida.

Il Collegio, sulla base del lavoro svolto, attesta che il bilancio sociale della "Associazione per la Difesa e l'Orientamento dei Consumatori ADOC APS", è stato redatto in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle previsioni delle "Linee Guida per la redazione del bilancio sociale degli enti del terzo settore" emanate, con Decreto del 4 luglio 2019 dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.

Roma, 16 giugno 2022

Collegio dei Sindaci Revisori-Organo di Controllo

- Dott.ssa Maria Tarantino Presidente
- Dott.ssa Silvia Perris Revisore
- Dott. Luigi Soldavini Revisore

CONTATTI SEDE CENTRALE

Via Castelfidardo 43/45
00185 ROMA



06 45420928 / 06 86327211 / 06 86368975



info@adocnazionale.it

**B
S
20
21**



www.adocnazionale.it