

BILANCIO SOCIALE 2022



SOMMARIO

5	INFORMAZIONI GENERALI
7	NOTA METODOLOGICA
9	CHI SIAMO
13	CHI OPERA IN ADOC
15	FINALITÀ
19	ORGANI SOCIALI
25	ATTIVITÀ
34	PROGETTI
50	SPORTELLI DEDICATI
57	COMUNICAZIONE
67	SOSTENIBILITÀ
71	SITUAZIONE ECONOMICO-FINANZIARIA

INFORMAZIONI **G**ENERALI

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 È ISCRITTA AL RUNTS, IL REGISTRO UNICO NAZIONALE DEL TERZO SETTORE

ADOC FA PARTE DELLA RETE DEI SERVIZI UIL 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**
- **ASVIS**
- **NEXT NUOVA ECONOMIA PER TUTTI**

NOTA METODOLOGICA

APS



LA PERSONA AL CENTRO

QUESTO VOLUME PRESENTA IL TERZO 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 **2022** 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 COMPRESIBILE, 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 **2022**.

PER REDIGERE IL BILANCIO SOCIALE 2022 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 **2022** 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 2022, ANNO COMPLESSO, CARATTERIZZATO DALLA RIPRESA POST PANDEMIA, L'ADOC HA DIMOSTRATO LA CAPACITÀ DI INTERVENIRE NEL CONTESTO SOCIALE E NORMATIVO, APPORTANDO CAMBIAMENTI E RAGGIUNGENDO RISULTATI CONCRETI PER LA TUTELA DEI DIRITTI DELLE PERSONE/CONSUMATORI.

IL 2022 È STATO L'ANNO DEL IX CONGRESSO DELL'ADOC

**CHI
SIAMO**

APS



L'ADOC, fondata il 13 aprile del 1988,

DURANTE IL CONGRESSO NAZIONALE DELLA UIL DI FIRENZE DEL 1985, SI 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**.

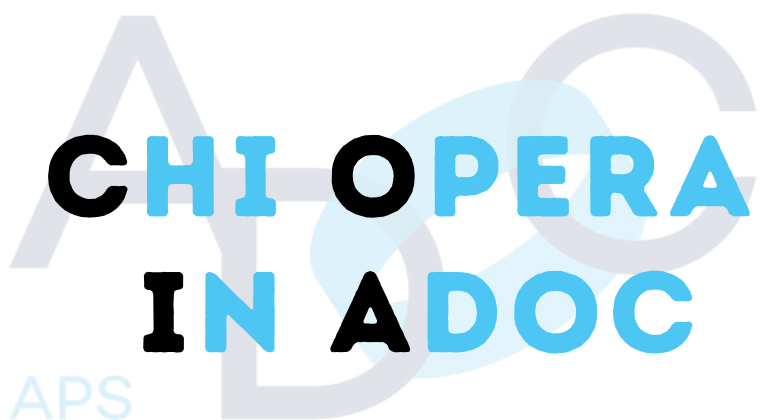
UN ALTRO ELEMENTO DISTINTIVO È STATA LA SCELTA DELL'ADOC DI AVVALERSI DEL **SERVIZIO CIVILE**. QUESTO HA CONSENTITO DI FAR CONOSCERE IL MONDO CONSUMERISTA A MIGLIAIA DI GIOVANI ED ALCUNI DI LORO OGGI FANNO PARTE DEL GRUPPO DIRIGENTE DELL'ASSOCIAZIONE ED HANNO CONTRIBUITO ALLO SVILUPPO E ALLA CRESCITA 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.

Dal 17 ottobre 2022 ADOC
è iscritta al RUNTS
(Registro Nazionale del Terzo
Settore)



**CHI OPERA
IN ADOC**

APS



VOLONTARI

Nelle sedi ADOC operano **144** volontari



SERVIZIO CIVILE

Nelle sedi ADOC sul territorio nazionale operano **201** ragazzi dai 18 ai 29 anni



ADOC nel tempo si è impegnata a stabilizzare i rapporti di lavoro in essere nel rispetto della normativa vigente



“

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

”





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

PRESIDENTE ONORARIO

CONSIGLIO NAZIONALE

DIREZIONE NAZIONALE

PRESIDENTE NAZIONALE

VICE PRESIDENTI

DIRETTORE

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

COLLEGIO DEI PROBIVIRI

L'ASSEMBLEA NAZIONALE

È COSTITUITA DAI DELEGATI ESPRESSI DALLE ASSEMBLEE REGIONALI. È IL PRESIDENTE DELL'ASSEMBLEA CHE CONSTATA LA REGOLARITÀ DELLE DELEGHE, DEFINISCE I SISTEMI DI VOTAZIONE E STABILISCE IL DIRITTO DI INTERVENTO.

IN VIA ORDINARIA SI RIUNISCE OGNI 4 ANNI PER IL RINNOVO DELLE CARICHE SOCIALI E PER LE EVENTUALI MODIFICHE DEGLI ARTICOLI DELLO STATUTO.

IN VIA STRAORDINARIA SI RIUNISCE QUANDO IL PRESIDENTE NAZIONALE O IL CONSIGLIO NAZIONALE LO RITENGA OPPORTUNO O QUANDO NE FACCIANO RICHIESTA SCRITTA E MOTIVATA LE STRUTTURE PROVINCIALI E REGIONALI CHE RAPPRESENTANO ALMENO IL 51% DEGLI ASSOCIATI OPPURE NE FACCIANO RICHIESTA IL COLLEGIO DEI SINDACI REVISORI-ORGANO DI CONTROLLO, LIMITATAMENTE A QUESTIONI CONNESSE CON L'ESERCIZIO DELLE FUNZIONI AD ESSO AFFIDATE.

LA CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA VIENE EFFETTUATA DAL PRESIDENTE NAZIONALE CON AVVISO SCRITTO DA INVIARE ALMENO 15 GIORNI PRIMA DI QUELLO FISSATO PER LA RIUNIONE. L'AVVISO DEVE CONTENERE LA DATA DELLA CONVOCAZIONE, L'ORARIO, IL LUOGO, L'ORDINE DEL GIORNO E L'EVENTUALE DATA DI SECONDA SEDUTA.

L'ASSEMBLEA NAZIONALE:

- DEFINISCE E APPROVA IL PROGRAMMA PLURIENNALE E GLI INDIRIZZI GENERALI DELL'ASSOCIAZIONE;
- ELEGGE I MEMBRI DEL CONSIGLIO NAZIONALE;
- APPROVA CON IL VOTO FAVOREVOLE DEI DUE TERZI DEI VOTANTI CHE RAPPRESENTINO ALMENO LA MAGGIORANZA DEGLI AVENTI DIRITTO AL VOTO LE PROPOSTE DI MODIFICA DELLO STATUTO NAZIONALE;
- DELIBERA LO SCIoglIMENTO E LA LIQUIDAZIONE DELL'ASSOCIAZIONE E LA DEVOLUZIONE DEL PATRIMONIO.

IL PRESIDENTE ONORARIO

SU PROPOSTA DI UNO O PIÙ ASSOCIATI, IL CONSIGLIO NAZIONALE PUÒ PROCEDERE A MAGGIORANZA ALLA NOMINA DI UN PRESIDENTE CON FUNZIONI ONORARIE, DENOMINATO "PRESIDENTE ONORARIO", VIENE SCELTO TRA PERSONE CHE ABBIANO CONTRIBUITO ALL'AFFERMAZIONE E/O ALLO SVILUPPO DELL'ASSOCIAZIONE.

PUÒ ESSERE NOMINATO TRA I MEMBRI DELLO STESSO CONSIGLIO NAZIONALE OPPURE PUÒ ESSERE UNA PERSONA NON FACENTE PARTE DEL CONSIGLIO.

IL CONSIGLIO NAZIONALE

IL CONSIGLIO NAZIONALE, COMPOSTO DA UN MINIMO DI 30 AD UN MASSIMO DI 120 CONSIGLIERI ELETTI DALL'ASSEMBLEA NAZIONALE, HA UNA DURATA DI QUATTRO ANNI. È CONVOCATO DAL PRESIDENTE ORDINARIAMENTE ALMENO UNA VOLTA ALL'ANNO O QUANDO NE FACCIANO RICHIESTA MOTIVATA 1/3 DEI CONSIGLIERI.

L'ATTO DI CONVOCAZIONE DEVE ESSERE EFFETTUATO ALMENO 15 GIORNI PRIMA DELLA DATA PREVISTA PER LA RIUNIONE. DI SEGUITO LE COMPETENZE DEL CONSIGLIO NAZIONALE:

- **DEFINIRE GLI INDIRIZZI PER L'OMOGENEITÀ DI AZIONE TRA LE SEDI TERRITORIALI E LA SEDE NAZIONALE DELL'ASSOCIAZIONE**
- **DEFINIRE LE STRATEGIE GENERALI VOLTE A REALIZZARE I FINI STATUTARI**
- **CHIEDERE LA CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA STRAORDINARIA**
- **APPROVARE, CON IL VOTO FAVOREVOLE DEI DUE TERZI DEI VOTANTI CHE RAPPRESENTINO ALMENO LA MAGGIORANZA DEGLI AVENTI DIRITTO AL VOTO, LE MODIFICHE AL PRESENTE STATUTO CHE SIANO RESE NECESSARIE DA SOPRAVVENUTE DISPOSIZIONI LEGISLATIVE O REGOLAMENTARI, DA INDICAZIONE DI ORGANI DELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE, DA SCELTE INTERNE ORGANIZZATIVE O AMMINISTRATIVE, DA FINALITÀ DI PIÙ EFFICACE RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI DELL'ASSOCIAZIONE**
- **ELEGGERE IL PRESIDENTE NAZIONALE**
- **ELEGGERE I VICE PRESIDENTI**
- **ELEGGERE IL COLLEGIO DEI SINDACI**
- **ELEGGERE IL COLLEGIO DEI PROBIVIRI NAZIONALE**
- **ELEGGERE LA DIREZIONE NAZIONALE**
- **NOMINARE IL DIRETTORE**

LA DIREZIONE NAZIONALE

LA DIREZIONE NAZIONALE È COMPOSTA DAL PRESIDENTE NAZIONALE, DAI VICE-PRESIDENTI, DAL DIRETTORE E DA UN MINIMO DI 21 A UN MASSIMO DI 45 MEMBRI ELETTI DAL CONSIGLIO NAZIONALE PER LA DURATA DI 4 ANNI E VI PARTECIPANO DI DIRITTO I RESPONSABILI NAZIONALI DI SETTORE.

LA DIREZIONE NAZIONALE È ORGANO AMMINISTRATIVO E I CUI COMPITI SONO RICAVABILI DALLA LETTURA DELLO STATUTO ALL'ARTICOLO 29.

CONSULTA LO STATUTO QUI:

[HTTPS://ADOCNAZIONALE.IT/STATUTO/](https://adocnazionale.it/statuto/)

IL PRESIDENTE NAZIONALE

HA LA RAPPRESENTANZA LEGALE, PROCESSUALE E NEGOZIALE DELL'ASSOCIAZIONE. VIENE ELETTO DAL CONSIGLIO NAZIONALE SU PROPOSTA DI ALMENO UNO DEGLI ASSOCIATI AVENTI DIRITTO AL VOTO. DURA IN CARICA 4 ANNI ED È RIELEGGIBILE

COMPITI DEL PRESIDENTE

RAPPRESENTARE LEGALMENTE L'ASSOCIAZIONE, TANTO NEI RAPPORTI INTERNI QUANTO IN QUELLI ESTERNI, NEI CONFRONTI DI TERZI ED IN GIUDIZIO.

PUÒ, NEI CASI D'URGENZA, ESERCITARE I POTERI DELLA DIREZIONE NAZIONALE.

ACCETTARE DA SOGGETTI PUBBLICI E PRIVATI LASCITI, DONAZIONI, EREDITÀ, LEGATI, ATTI DI LIBERALITÀ, SOVVENZIONI E CONTRIBUTI NON IN CONTRASTO CON LE FINALITÀ DELL'ASSOCIAZIONE E CON LA NORMATIVA VIGENTE, PREVIA AUTORIZZAZIONE DEL COMITATO DI PRESIDENZA.

IL PRESIDENTE, INOLTRE, PUÒ DARE ESECUZIONE ALLE DELIBERAZIONI DEL CONSIGLIO NAZIONALE, DELLA DIREZIONE NAZIONALE E DEL COMITATO DI PRESIDENZA, VIGILARE E CURARE IL FUNZIONAMENTO DELL'ASSOCIAZIONE ED ADEMPIERE TUTTE LE ALTRE FUNZIONI CHE SIANO A LUI AFFIDATE DA STATUTO O CHE GLI SIANO DELEGATE DAI COMPETENTI ORGANI SOCIALI, PUÒ CONVOCARE GLI ORGANI DELL'ASSOCIAZIONE E ASSICURARNE IL REGOLARE FUNZIONAMENTO.

PUÒ COSTITUIRSI COME PARTE CIVILE NELLA TUTELA DEI DIRITTI E DEGLI INTERESSI INDIVIDUALI E COLLETTIVI DEI CONSUMATORI, RISPARMIATORI, PICCOLI AZIONISTI ED UTENTI, NEI CONFRONTI DI QUALSIASI SOGGETTO E, PROMUOVENDO AZIONI GIUDIZIARIE E/O AMMINISTRATIVE E/O INTERVENENDO IN GIUDIZI CIVILI E PENALI, PER IL RISARCIMENTO DEL DANNO DERIVANTE DALLA LESIONE DI INTERESSI COLLETTIVI CONCERNENTI LE FINALITÀ GENERALI PERSEGUITE DALL'ASSOCIAZIONE E IN GENERALE AGENDO PER LA DIFESA DEI DIRITTI RICONOSCIUTI DALLA LEGGE 281/1998 E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI

IL PRESIDENTE PUÒ DELEGARE ALCUNE FUNZIONI, IN VIA TEMPORANEA O PERMANENTE, AI VICE PRESIDENTI. IN CASO DI IMPEDIMENTO LE FUNZIONI DEL PRESIDENTE VENGONO ASSUNTE COME STABILITO NELL'ART. 31 DELLO STATUTO.

I VICEPRESIDENTI NAZIONALI

I VICE PRESIDENTI AFFIANCANO IL PRESIDENTE NELL'ESERCIZIO DELLA SUA ATTIVITÀ, VENGONO ELETTI DAL CONSIGLIO NAZIONALE DURANO IN CARICA QUATTRO ANNI E SONO RIELEGGIBILI.

I VICE PRESIDENTI OPERANO SU DELEGA DEL PRESIDENTE IN COORDINAMENTO CON IL DIRETTORE.

IN CASO DI ASSENZA OD IMPEDIMENTO DEL PRESIDENTE LE FUNZIONI DELL'ART. 30 SPETTANO AL VICE PRESIDENTE PIÙ ANZIANO D'ETÀ O AD ALTRO VICE PRESIDENTE DELEGATO DAL PRESIDENTE.

CONSULTA LO STATUTO QUI:

[HTTPS://ADOCNAZIONALE.IT/STATUTO/](https://adocnazionale.it/statuto/)

IL DIRETTORE NAZIONALE

IL DIRETTORE DELL'ASSOCIAZIONE NAZIONALE ESERCITA TUTTI I POTERI LEGATI ALLA CONDUZIONE DI CARATTERE ORDINARIO E TECNICO DELL'ASSOCIAZIONE CHE NON SIANO RISERVATI, PER LEGGE O PER STATUTO, ALLA COMPETENZA DI ALTRI ORGANI ASSOCIATIVI.

COMPITI DEL DIRETTORE SONO

- PROMUOVERE E COORDINARE LE ATTIVITÀ RELATIVE ALLA REALIZZAZIONE DEI PROGETTI DELL'ASSOCIAZIONE NELL'AMBITO DELLE LINEE PROGRAMMATICHE DELL'ADOC APS NAZIONALE VERIFICANDONE L'ESECUZIONE OPERATIVA E FINANZIARIA SECONDO LE PROCEDURE E L'ITER STABILITO
- INDIVIDUARE LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DELL'ASSOCIAZIONE CURANDONE LO SVILUPPO
- CURARE I RAPPORTI CON GLI ENTI OPERANTI SUL TERRITORIO; IN PARTICOLARE CURA I RAPPORTI ESTERNI E LE ATTIVITÀ DI RETE CON REALTÀ PUBBLICHE E PRIVATE, PROMUOVE CONVENZIONI E PROTOCOLLI DI COLLABORAZIONE CON REALTÀ NAZIONALI ED EUROPEE AL FINE DEL CONSEGUIMENTO DEGLI OBIETTIVI POSTI
- È RESPONSABILE DEL PERSONALE OPERANTE IN SEDE NAZIONALE
- INDIVIDUARE LE LINEE DI SVILUPPO DELL'ASSOCIAZIONE SEGUENDONE L'ATTUAZIONE OPERATIVA NEI DIVERSI SETTORI DI CONSUMO ATTRAVERSO IL COORDINAMENTO DEGLI UFFICI E DELLE FUNZIONI AI DIVERSI LIVELLI ASSOCIATIVI
- DELIBERARE SULLE ASSUNZIONI E LICENZIAMENTI DI PERSONALE NELLA SEDE NAZIONALE
- VERIFICARE LA REGOLARITÀ E LA CORRISPONDENZA CONTABILE DEI RENDICONTI FINANZIARI DEI SINGOLI PROGETTI
- PARTECIPARE DI DIRITTO ALLE RIUNIONI DEGLI ORGANI DELL'ADOC APS NAZIONALE ED IN PARTICOLARE: DELL'ASSEMBLEA NAZIONALE; DEL CONSIGLIO NAZIONALE; DELLA DIREZIONE NAZIONALE; DEL COMITATO DI PRESIDENZA
- CURARE LA CONDUZIONE OPERATIVA DI TUTTI GLI AFFARI CORRENTI DELL'ASSOCIAZIONE.

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.

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.

ATTIVITÀ

APS

ADOC OFFRE AI CONSUMATORI ASSISTENZA E CONSULENZA IN TUTTE LE SEDI SUL TERRITORIO NAZIONALE.

TRA I SERVIZI OFFERTI C'È LA CONCILIAZIONE PARITETICA CHE RISULTA ESSERE QUELLA PIÙ APPREZZATA DAI CONSUMATORI.

ADOC È IMPEGNATA NELLA TUTELA INDIVIDUALE E COLLETTIVA DEI CONSUMATORI. HA RAPPORTI CON TUTTE LE MAGGIORI E PIÙ RAPPRESENTATIVE AZIENDE, CON LE AUTORITÀ DI REGOLAZIONE E CONTROLLO.

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,

COME OPERANO LE SEDI ADOC

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.

LA CONCILIAZIONE PARITETICA

TALE PROCEDURA È CARATTERIZZATA DALLA PRESENZA DI DUE CONCILIATORI: UN CONCILIATORE RAPPRESENTANTE DEL CONSUMATORE E UN SECOND 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.



NEL CASO IN CUI IL CONSUMATORE FOSSE SODDISFATTO DELLA SOLUZIONE PROPOSTA DAI CONCILIATORI, POTRÀ SOTTOSCRIVERE LA SUDETTA 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.



ATTIVITÀ	TIPO	RISULTATO
SPORTELLI FISICI OPPURE ON LINE	<ul style="list-style-type: none"> • 179 SPORTELLI • 260.000 CONTATTI • 142.000 PARERI E CONSULENZE 	110.000 CONSUMATORI ASSISTITI
AZIONI STRAGIUDIZIALI E NON	<ul style="list-style-type: none"> • 47 ACCORDI • 41 PROTOCOLLI D'INTESA • 15.500 RECLAMI • 1.976 AZIONI STRAGIUD. E NON DI CUI 1138 CONCILIAZIONI E 838 AZIONI STRAGIUD. 	57.500 CONSUMATORI ASSISTITI
INFORMAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> • 1.822 SITI O PAGINE WEB CREATE O AGGIORNATE; APP; POST SUI SOCIAL NETWORK • 194.273 VISUALIZZAZIONI E DOWNLOAD • 38 PUBBLICAZIONI, GUIDE, RIVISTE, NEWSLETTER, IN FORMATO DIGITALE • 135 INIZIATIVE PUBBLICHE DI INTERESSE PER I CONSUMATORI (CONVEGNI, SEMINARI, WEBINAR, ECC.,) 	1.617.991 CONSUMATORI INFORMATI
FORMAZIONE AGGIORNAMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • 60 INIZIATIVE DI FORMAZIONE ANCHE ON LINE • 2005 PARTECIPANTI 	





**NEL 2022 SONO STATI ATTIVATI
11 PROGETTI DI SERVIZIO CIVILE
AVVIANDO 201 VOLONTARI
IN 16 REGIONI ITALIANE**

I PROGETTI IMPIEGANO I VOLONTARI DEL SERVIZIO CIVILE NEL PERSEGUIMENTO E NEL 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.

TELECOMUNICAZIONI

IN QUESTO SPECIFICO AMBITO ADOC HA PROSEGUITO, ANCHE PER IL 2022, A CONSOLIDARE I RAPPORTI CON LE PRINCIPALI AZIENDE DEL SETTORE, OCCUPANDOSI DELLA GESTIONE DEI RECLAMI E DELLE CONCILIAZIONI TRA AZIENDE E CONSUMATORI CON FASTWEB, TIM, VODAFONE E WIND TRE. ADOC INOLTRE HA PARTECIPATO ALLE ATTIVITÀ DI CONSULTAZIONE CON LE COMPETENTI AUTORITÀ DI SETTORE, TRA CUI AGCOM.

IN PARTICOLARE CON **TIM**: È ATTIVO UN PROTOCOLLO DI INTESA, SIGLATO NEL 2020 DA ADOC CON ALTRE ASSOCIAZIONI CONSUMATORI, CHE PREVEDE, TRA L'ALTRO, UN POTENZIAMENTO DEL CANALE DI GESTIONE DEDICATO ALLA GESTIONE DEI RECLAMI ATTRAVERSO UNA SPERIMENTAZIONE, POI PRESENTATA ANCHE AL MIMIT, CON L'OBIETTIVO DI RIDURRE I TEMPI DI GESTIONE DEI RECLAMI ED I NUMERI DEI CONTENZIOSI. ADOC HA INOLTRE ADERITO IN QUALITÀ DI AMBASSADOR AL PROGETTO TIM "WOMEN PLUS" SUL TEMA DEL WOMEN EMPORMENT LA CUI VISION È COSTRUIRE UN PAESE FONDATA SULLE PARI OPPORTUNITÀ, SVILUPPARE I TALENTI, GENERARE SOLUZIONI FORMATIVE E PROFESSIONALI INCLUSIVE, ATTRAVERSO UNA SERIE DI SERVIZI OFFERTI IN RETE, TRAMITE APP, DAI DIVERSI SOGGETTI ADERENTI AL PROGETTO, CON IL FINE DI FAVORIRE LA PARITÀ DI GENERE NEL RISPETTO DEGLI IMPEGNI DELL'AGENDA 2030, RAFFORZARE L'UTILIZZO DI TECNOLOGIE ABILITANTI, IN PARTICOLARE LE TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE PER PROMUOVERE L'EMANCIPAZIONE DELLA DONNA.

NEL CORSO DELL'ANNO SI SONO TENUTI INCONTRI CON I VERTICI TIM E CON L'AD. INOLTRE ADOC HA PARTECIPATO ALLA SESSIONE DIDATTICA DEDICATA ALLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI PER MEGLIO RAPPRESENTARE LE ATTIVITÀ DI MESSA IN OPERA DEL PASSAGGIO ALLA FIBRA, VOLTA AD AGEVOLARE LE INFORMAZIONI CHE LE ASSOCIAZIONI SONO CHIAMATE A FORNIRE AI CONSUMATORI FINALI IN UN'OTTICA DI SEMPLIFICAZIONE DEGLI ARGOMENTI TECNICI E DI FAVORIRE L'INFORMAZIONE AI CONSUMATORI E LA DIFFUSIONE DI UNA CULTURA PIÙ DIGITALE E INNOVATIVA.

CON **VODAFONE** È IN ATTO IL PROTOCOLLO "INSIEME PER IL CONSUMATORE" ASSIEME AD ALTRE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI VOLTO A FAVORIRE IL DIALOGO AZIENDA MODO DEI CONSUMATORI, CON PARTICOLARE ATTENZIONE RIVOLTA AI TEMI DELLA TRASPARENZA, CYBESECURITY, INNOVAZIONE, RETI DI NUOVA GENERAZIONE. INOLTRE NEL CORSO DELL'ANNO SI SONO SVOLTI GLI INCONTRI DI CONSUMER DIALOGUES, FORMAT DI CONFRONTO APERTO VODAFONE-AACC, CON LA PARTECIPAZIONE DEL TOP MANAGEMENT AZIENDALE E DELL'AMMINISTRATORE DELEGATO, IN UNA LOGICA DI CONFRONTO APERTO SUI TEMI DI CONSUMO ED A QUESTI COLLEGATI.

CON **WIND TRE** È PROSEGUITO IL COSTANTE DIALOGO ANCHE IN FORZA DEL PROTOCOLLO DI COOPERAZIONE SOTTOSCRITTO NEL 2021 CON ADOC ED ALTRE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI. IN QUESTO CONTESTO È STATO SVILUPPATO UN PALINSESTO DI ATTIVITÀ CON MOMENTI DI INCONTRI CONDIVISIONE INERENTI LE TEMATICHE DI SETTORE E L'APPROFONDIMENTO DI 4 AREE DI INTERESSE: WELCOME TO WIND TRE, SUSTAINABILITY, TRANSPARENCY, DISSEMINATION. IL CONFRONTO HA POI DATO VITA ALL'IDEA DEL PROGETTO "5G E CULTURA DIGITALE" AD OGGETTO UNA CONSULTAZIONE CIVICA INDIPENDENTE, SVOLTA DALLE ASSOCIAZIONI CONSUMATORI TRA CUI ADOC, PER INTERCETTARE IL "SENTIMENT" DEI CONSUMATORI SUL 5G, PERCEZIONI E PREGIUDIZI COLLEGATI ALLE NUOVE TECNOLOGIE, AVVIATO E PROSEGUITO NEL 2023, VOLTO A PROMUOVERE LE OPPORTUNITÀ LEGATE ALLE NUOVE TECNOLOGIE ED IL SUPERAMENTO DEL DIGITAL DIVIDE.

ALTRA ATTIVITÀ SVILUPPATA CON WIND TRE HA RIGUARDATO IL PERCORSO DI CONCILIAZIONE PER LA TUTELA DELLE ISTANZE DEI CONSUMATORI, CON INCONTRI DEDICATI AI CONCILIATORI AL FINE DI OTTIMIZZARE LA GESTIONE OPERATIVA DELLE SEGNALAZIONI.

ASSISTENZA E CONSULENZA LEGALE

L' ATTIVITÀ È STATA PRESTATA IN FAVORE DELL' ADOC NAZIONALE, DELLE ARTICOLAZIONI TERRITORIALI ADOC E DEI CONSUMATORI.

L' ADOC CON I PROPRI LEGALI HA PARTECIPATO A VARI TAVOLI DI LAVORO COLLABORANDO CON IL CONSIGLIO NAZIONALE DEL NOTARIATO E CON LE PRINCIPALI ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI PER LA REALIZZAZIONE DI "GUIDE PER IL CITTADINO".

HA PARTECIPATO A TAVOLI TECNICI ARERA - ASSOCIAZIONE CONSUMATORI PER L'AGGIORNAMENTO E MODIFICA BOLLETTA 2.0, ONERI GENERALI DI SISTEMA E INCONTRI PERIODICI AGGIORNAMENTI TARIFFARI.

L'ATTIVITÀ NEI CONFRONTI DEGLI ASSOCIATI ADOC È STATA GARANTITA DA LEGALI ABILITATI ANCHE ALLE PROCEDURE DI CONCILIAZIONE IN GRADO DI DARE INFORMAZIONI, CONSULENZA ED ASSISTENZA AI CITTADINI, SEGNALANDO VIOLAZIONI DELLA NORMATIVA DI SETTORE DA PARTE DEGLI OPERATORI ALL' AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO, ALL'AUTORITÀ DI REGOLAZIONE PER L'ENERGIA, RETI E AMBIENTE E ALL'ENTE NAZIONALE PER L'AVIAZIONE CIVILE PRESTANDO ANCHE DIFESA DAVANTI AL GIUDICE ORDINARIO. DAL SETTORE TURISMO, VIAGGI E TRASPORTI AL SETTORE ENERGETICO; DALLA CONTRATTUALISTICA IN GENERE ALL' E-COMMERCE (PRODOTTI NON RICHIESTI, RESI, GARANZIE, ETC.); DAL CONDOMINIO AL SETTORE SPETTACOLI; DAL RISARCIMENTO PER INADEMPIMENTO CONTRATTUALE AL SETTORE ASSICURATIVO FINO AL SOCIALE PRONTI AD ASSISTERE E A DIFENDERE I DIRITTI E DEI CONSUMATORI. LO STUDIO E L'APPROFONDIMENTO TECNICO-GIURIDICO DELLE DIVERSE QUESTIONI, IN TUTTI GLI AMBITI DEL CONSUMO, RAPPRESENTANO UN IMPORTANTE IMPEGNO DI ADOC CHE CONIUGA LA TUTELA INDIVIDUALE ALLA TUTELA COLLETTIVA, DERIVANTE DALLA GESTIONI DEI NUMEROSI CASI GESTITI NELLA DIREZIONE DI INDIVIDUARE CRITICITÀ DI SISTEMA DA RISOLVERE.

ENERGIA - GAS - IDRICO

L'ATTIVITÀ SVOLTA DALLA STRUTTURA NAZIONALE E TERRITORIALE È STATA DI **ORIENTAMENTO** AI CONSUMATORI, **CONSULENZA**, **GESTIONE RECLAMI** E **CONCILIAZIONI**.

LE PRINCIPALI SOCIETÀ CON CUI ADOC HA RAPPORTI SONO: GRUPPO ENEL, ENI, EDISON, ACEA, A2A, IREN, HERRACOMM, SINERGY, IBEDROLA, SORGENIA FACILIENERGYCAM, ATO2, ATO5, GORI, OLIMPIA, VIVIGAS, G.S.E.

ADOC HA, INOLTRE, EFFETTUATO CONSULENZE E CORSI ON LINE COINVOLGENDO TUTTE LE SEDI DELL'ASSOCIAZIONE IN ITALIA, PARTECIPANDO AD EVENTI NAZIONALI LEGATI ALL'ENERGIA.

COME ADOC ABBIAMO PARTECIPATO A TAVOLI TECNICI CON AZIENDE ED AUTORITÀ DEI SETTORE. ADOC HA INOLTRE PRESENZIATO A CONVEGNI, WEBINAR E CORSI DI FORMAZIONE DEL SETTORE.

I NUMERI DELLE CONCILIAZIONI 2022

TOTALE AU (ACQUIRENTE UNICO) E
TOTALE ADR (ALTERNATIVE DISPUTE RESOLUTION - RISOLUZIONE
ALTERNATIVA DELLE CONTROVERSIE)

550

BANCARIO-FINANZIARIO- ASSICURAZIONI

L'ATTIVITÀ È STATA CONTINUA E COSTANTE. ADOC HA PARTECIPATO A TUTTI I TAVOLI DI LAVORO DOVE HA PORTATO LE ISTANZE E I BISOGNI DEI CONSUMATORI NEL SETTORE BANCARIO CON LAVORI CONGIUNTI CON LE AUTHORITY DI CONSOB E BANCA D'ITALIA.

HA PARTECIPATO AI TAVOLI DI LAVORO CON LE BANCHE. PARTNER DEL LAVORO CONGIUNTO SONO ABI, INTESASANPAOLO, UNICREDIT, MEDIOLANUM, POSTE ITALIANE, FEDUF OLTRE CHE LE AACC RICONOSCIUTE DAL CNCU.

CON ABI ADOC HA SOTTOSCRITTO DEGLI IMPORTANTI PROTOCOLLI PER L'ACCESSO AL CREDITO, AL FONDO DI GARANZIA PER L'ACQUISTO DELLA PRIMA CASA, PER LA SOSPENSIONE DELLE RATE DEI MUTUI PER LE FAMIGLIE IN TEMPORANEA DIFFICOLTÀ.

ADOC HA, INOLTRE, PARTECIPATO A TUTTE LE INIZIATIVE PUBBLICHE E FORMATIVE DELLE PIÙ IMPORTANTI ORGANIZZAZIONI PUBBLICHE E PRIVATE ITALIANE DEL SETTORE BANCARIO. NELL'AMBITO DELL'EDUCAZIONE FINANZIARIA ADOC HA REALIZZATO CON FEDUF UN PROGETTO DAL TITOLO **"INVESTIRE I PROPRI RISPARMI IN MODO SOSTENIBILE ED INCLUSIVO"** RIVOLTO ALLA CITTADINANZA. HA INOLTRE CONTRIBUITO A REALIZZARE INTERVENTI FORMATIVI ED INFORMATIVI RIVOLTI ALLE CATEGORIE PIÙ FRAGILI DELLA POPOLAZIONE PER PREVENIRE IL PROBLEMA DELLE TRUFFE, INCLUSE QUELLE ON LINE: SI CONTINUA A REGISTRARE UN'IMPENNATA DI QUESTO FENOMENO CHE COLPISCE PRINCIPALMENTE GIOVANI E ANZIANI. A TAL PROPOSITO ADOC HA FORNITO CONSULENZA ED ASSISTENZA (SPESSO CON RISULTATI POSITIVI A FAVORE DEI CONSUMATORI) PER IL RECUPERO DELLE SOMME SOTTRATTE, ATTRAVERSO CONCILIAZIONI E RICORSI ALL'ABF.

L'ASSOCIAZIONE HA DATO ASSISTENZA AI CONSUMATORI PER OTTENERE LA SOSPENSIONE DEI PAGAMENTI DELLE RATE DEI MUTUI, DEI FINANZIAMENTI IN CASO DI SOPRAVVENUTE DIFFICOLTÀ ECONOMICHE A SEGUITO DELL'AUMENTO DEI TASSI DELLA BCE.

CICLI DI WEBINAR SONO STATI RIVOLTI AGLI ASSOCIATI PER ACCRESCERE LA CONSAPEVOLEZZA SUI SEGUENTI TEMI: EDUCAZIONE FINANZIARIA SULLA GESTIONE DEI RISPARMI, COME UTILIZZARE GLI STRUMENTI DIGITALI PER ESEGUIRE LE OPERAZIONI BANCARIE IN SICUREZZA, SULLA PREVIDENZA INTEGRATIVA LEGATA ALLA NECESSITÀ DI DIFFONDERE LA CULTURA DELL'INVESTIMENTO DI PARTE DEI PROPRI RISPARMI SU FONDI PREVIDENZIALI E SOSTENIBILI.

SI È REALIZZATA UNA FORMAZIONE RIVOLTA AGLI SPORTELLI ADOC COLLOCATI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE PER FORNIRE L'ASSISTENZA SULLE VARIE ATTIVITÀ DESCRITTE.

PER QUANTO RIGUARDA IL SETTORE ASSICURATIVO IL CONFRONTO CON L'AUTHORITY IVASS È STATO COSTANTE OLTRE CHE CON L'ANIA CHE RAPPRESENTA LE IMPRESE DI SETTORE, AL FINE DI DIFFONDERE L'EDUCAZIONE ASSICURATIVA PER ORIENTARE I CONSUMATORI ED ACCRESCERE LA CONSAPEVOLEZZA SULLA NECESSITÀ DI ASSICURARSI CONTRO I PRINCIPALI RISCHI DELLA VITA QUOTIDIANA E COME EVITARE LE TRUFFE IN QUESTO AMBITO. ADOC HA ORGANIZZATO EVENTI PUBBLICI PER LA CITTADINANZA.

INOLTRE L'ASSOCIAZIONE HA PARTECIPATO AL FORUM UNIREC, CHE RAPPRESENTA LE IMPRESE DI RECUPERO CREDITI, CON LA QUALE ADOC HA SIGLATO ACCORDI DI CONCILIAZIONE PER GARANTIRE AI CONSUMATORI UNA CORRETTA E TRASPARENTE AZIONE DI RECUPERO CREDITI NEL RISPETTO DEL CODICE DEONTOLOGICO DI CUI SI SONO DOTATE LE AZIENDE ASSOCIATE.



ASDC
PROGETTI
APS

“



”

5G E CULTURA DIGITALE

NELL'AMBITO DEL PROGETTO 5G E CULTURA DIGITALE LE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI ADICONSUM, ADOC, ALTROCONSUMO, CITTADINANZATTIVA, FEDERCONSUMATORI E U.DI.CON HANNO LANCIATO UN'INDAGINE PER CONOSCERE PERCEZIONI E ASPETTATIVE DEI CONSUMATORI RELATIVAMENTE ALLA TECNOLOGIA 5G.



L'OBIETTIVO DEL PROGETTO È IL RAFFORZAMENTO DELLE RECIPROCHE RELAZIONI PONENDOSI COME SCOPO PRINCIPALE QUELLO DI RIDURRE IL DIGITAL DIVIDE, INTESO NELLA SUA DIMENSIONE SOCIO-CULTURALE, COMBATTENDO LA DISINFORMAZIONE DIGITALE ATTRAVERSO ATTIVITÀ INFORMATIVE PER RENDERE I CONSUMATORI PIÙ CONSAPEVOLI E FORNIRE UNA FORMAZIONE SCIENTIFICA E IMPARZIALE A PROPOSITO DELLA CONNESSIONE 5G, AL FINE DI SENSIBILIZZARE E ACCOMPAGNARE I CONSUMATORI VERSO LA TRASFORMAZIONE DIGITALE.

IL 5G È UNA TECNOLOGIA CHE APRE A NUOVE PROSPETTIVE E OPPORTUNITÀ, SOPRATTUTTO IN TERMINI DI SVILUPPO E RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE, MA ALLO STESSO TEMPO GENERA ANCORA ALCUNE DIFFIDENZE E PERPLESSITÀ DA PARTE DEI CITTADINI CHE CHIEDONO, QUINDI, INFORMAZIONI CORRETTE E AUTOREVOLI.

L'INDAGINE SULLA CONOSCENZA DEL 5G DA PARTE DEGLI ITALIANI

UN'INDAGINE SUL LIVELLO DI CONOSCENZA CHE GLI ITALIANI HANNO DELLA CONNESSIONE 5G, REALIZZATA DALLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI FACENTI PARTE DEL PROGETTO CON IL SOSTEGNO NON CONDIZIONANTE DI WINDTRE È STATA PRESENTATA A ROMA PRESSO L'ASSOCIAZIONE CIVITA. **UNA TECNOLOGIA ANCORA POCO DIFFUSA, SOPRATTUTTO TRA GLI ANZIANI.**

SOLO IL 21,4% DEI RISPONDENTI UTILIZZA UNA CONNESSIONE MOBILE 5G. ANCHE SE NON EMERGONO DIFFERENZE SIGNIFICATIVE TRA LE CLASSI DI ETÀ, SI NOTA UN MAGGIOR UTILIZZO DELLA CONNESSIONE NEI PIÙ GIOVANI, NEI SOGGETTI CON UN TITOLO DI STUDIO PIÙ ELEVATO E NEI NUCLEI FAMILIARI CHE COMPRENDONO MINORI.

LA CLASSE D'ETÀ CHE NON APPARTIENE ALLE GENERAZIONI DEI "NATIVI DIGITALI" (44-58) HA UN APPROCCIO AMBIVALENTE VERSO LA TECNOLOGIA.

DA UN LATO, VUOLE ACQUISIRE FAMILIARITÀ CON L'INNOVAZIONE RAPPRESENTATA DAL 5G, DALL'ALTRO RIMANE PRUDENTE SULLE CONSEGUENZE E GLI IPOTETICI EFFETTI DANNOSI CHE LO SVILUPPO DI QUESTA TECNOLOGIA POTREBBE COMPORTARE PER LA SALUTE. IL 54% DI CHI NON UTILIZZA IL 5G DICHIARA DI NON AVERE ANCORA UN CELLULARE IDONEO, MENTRE IL 18% NON NE CONOSCE I VANTAGGI O NON È INTERESSATO A CONOSCKERLI, DISINTERESSE MAGGIORMENTE DIFFUSO NELLE AREE DEL NORD ITALIA.

IL 32,5% DEI RISPONDENTI CHE NON USA ANCORA IL 5G, RILEVA L'INDAGINE, DICE DI NON ESSERE INTENZIONATO A PASSARE AL NUOVO SISTEMA, MENTRE IL 49,5% AFFERMA CHE LO FARÀ NEL LUNGO PERIODO, CON L'OBIETTIVO DI ACQUISIRE MAGGIORI INFORMAZIONI E VERIFICARE GLI SVILUPPI FUTURI DELLA TECNOLOGIA. SI EVIDENZIA, INFINE, CHE IL 44,6% DI CHI ATTUALMENTE NON UTILIZZA IL 5G NON SA SE TALE TECNOLOGIA SIA DISPONIBILE O MENO NELLA PROPRIA CITTÀ.



IN PARTICOLARE, LA PERCENTUALE PIÙ ELEVATA DI RISPOSTE NEGATIVE È REGISTRATA AL SUD (24%). **LA RICERCA DI UNA INFORMAZIONE CORRETTA E UNA DIFFIDENZA MATURATA A CAUSA DELLE FALSE INFORMAZIONI.** LA MAGGIOR PARTE DELLE PERSONE INTERVISTATE NON HA CONOSCENZE SPECIFICHE SULLA TECNOLOGIA E SUI DISPOSITIVI 5G. OLTRE LA METÀ (56%) NE HA INFATTI UNA CONOSCENZA MINIMA O NULLA: MAGGIORE È LA FASCIA D'ETÀ, MINORE È LA CONOSCENZA.

SEMPRE NELL'INDAGINE RISULTA CHE LA **PRINCIPALE FONTE DI INFORMAZIONE** PER GLI ITALIANI SEMBREREBBE ESSERE RAPPRESENTATA DAGLI ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO (42%) E DAI CANALI SOCIAL (32,5%). IL DATO PERÒ CAMBIA SE SI TIENE CONTO DEL LIVELLO DI CONOSCENZA CHE SI HA DELL'ARGOMENTO: NEI CASI IN CUI È DI LIVELLO MEDIO/ALTO, LE PRINCIPALI FONTI DI INFORMAZIONI SONO GLI ARTICOLI DI APPROFONDIMENTO (CIRCA 60%). DIVERSAMENTE, CHI INVECE HA UNA CONOSCENZA MINIMA O NULLA, INDICA COME FONTE PRINCIPALE IL PASSAPAROLA DI AMICI E CONOSCENTI (36%), LA TV (35%) E I CANALI SOCIAL (30%). ECCO PERCHÉ TRA L'82,5% DEI RISPONDENTI SI EVIDENZIA LA NECESSITÀ DI RICEVERE INFORMAZIONI PIÙ CONCRETE, AFFIDABILI E DETTAGLIATE SUL 5G, SOPRATTUTTO IN RELAZIONE ALLA SALUTE, ALLA CYBER SECURITY E ALLA PRIVACY. INOLTRE, CIRCA IL 60% RITIENE CHE TALI INFORMAZIONI DOVREBBERO PROVENIRE DALLE ASSOCIAZIONI DEI CONSUMATORI.

LE SFIDE DEL 5G: GARANTIRE LA SICUREZZA INFORMATICA E RISPETTARE I DIRITTI DEI CONSUMATORI.

IN PARTICOLARE, GLI UTENTI CREDONO CHE LA TECNOLOGIA 5G AVRÀ UN IMPATTO POSITIVO SU MOLTI SETTORI ECONOMICI E POTREBBE STIMOLARE LA NASCITA DI NUOVE APPLICAZIONI E UN AVANZAMENTO DEI PROCESSI PRODUTTIVI E DEI SERVIZI VERSO GLI UTENTI FINALI. SOLO IL 14% DEGLI INTERVISTATI SI DICHIARA PREOCCUPATO PER I POSSIBILI EFFETTI SULLA SALUTE ANCHE SE, PIÙ IN GENERALE, IL 32% DEI RISPONDENTI DICHIARA DI CONDIVIDERE ALMENO UNA DELLE FALSE INFORMAZIONI CHE NEL CORSO DEGLI ANNI HANNO TROVATO DIFFUSIONE SU ALCUNI CANALI DI COMUNICAZIONE. TRA I VANTAGGI: SVILUPPO, MIGLIORAMENTO DEI SERVIZI E RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE.

IL 70% DEI RISPONDENTI RITIENE LA DIFFUSIONE DEL 5G UTILE O IMPORTANTE, IN MISURA MAGGIORE PER CHI HA UN TITOLO DI STUDIO PIÙ ALTO E PER CHI ABITA AL SUD E NELLE ISOLE. GLI ESITI DELL'INDAGINE MOSTRANO CHE I CONSUMATORI RICONOSCONO I POTENZIALI VANTAGGI CHE POTREBBE COMPORTARE LA DI USIONE DEL 5G. TRA QUESTI, GLI INTERVISTATI INDICANO PRINCIPALMENTE IL MIGLIORAMENTO DELLE PERFORMANCE DELLE COMUNICAZIONI TELEFONICHE E DELLE CONNESSIONI INTERNET (79,6%), LO SVILUPPO DI INNOVAZIONI TECNOLOGICHE (50,9%) IN TERMINI DI ROBOTICA E DI ORGANIZZAZIONE DELLE CITTÀ VERSO IL MODELLO SMART CITY.

INOLTRE, GLI UTENTI CREDONO CHE POSSA DETERMINARE PROGRESSI IN ALTRI SETTORI, COME LA FORMAZIONE, LA SANITÀ, L'ECONOMIA E I TRASPORTI. PER IL 58% DEI RISPONDENTI LO SVILUPPO DEL 5G E DEI SERVIZI ASSOCIATI RAPPRESENTA UN'OPPORTUNITÀ IN TERMINI DI RIDUZIONE DELLE DISUGUAGLIANZE SOCIALI.

ASPETTATIVA CONDIVISA SOPRATTUTTO DAI PIÙ GIOVANI E DAI CITTADINI DEL SUD E DELLE ISOLE.



IN CONCLUSIONE, L'INDAGINE HA RILEVATO CHE I CONSUMATORI SONO INTERESSATI A QUESTA TECNOLOGIA E RICONOSCONO I POTENZIALI VANTAGGI CHE POTREBBERO DERIVARE.

PER PROMUOVERNE LA DIFFUSIONE, SARÀ IMPORTANTE FORNIRE INFORMAZIONI PIÙ DETTAGLIATE ED ESAURIENTI SULLA TECNOLOGIA E SULLE SUE CARATTERISTICHE PER TRANQUILLIZZARE GLI UTENTI, SODDISFARE LE LORO ESIGENZE E TUTELARE I LORO DIRITTI DI CONSUMATORI.



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



OBIETTIVO PRINCIPALE DEL PROGETTO TAKE GREEN AWAY, CHE RICORDIAMO È FINANZIATO DAL MISE, LEGGE 388/2000 ANNO 2021 - È QUELLO DI CONSENTIRE AI CITTADINI CONSUMATORI DI SVILUPPARE CONOSCENZE E COMPETENZE SUL CONCETTO GENERALE DI SOSTENIBILITÀ ED INCENTIVARE CAMBIAMENTI COMPORTAMENTALI, VOLTI AD INTRODURRE, NELLO STILE DI VITA QUOTIDIANO, ABITUDINI DI CONSUMO GREEN.

PER IL RAGGIUNGIMENTO DI QUESTI OBIETTIVI, ADOC CON IL PROGETTO TAKE GREEN AWAY HA REALIZZATO UNA SERIE DI ATTIVITÀ DIVERSIFICATE INCENTRATE SUL TEMA DELL'ECONOMIA CIRCOLARE IN SENSO AMPIO (COS'È E QUALI SONO I PRINCIPI CARDINI DI QUEST'ULTIMA) E NELLO SPECIFICO SOFFERMANDOSI SU UN PARTICOLARE ASPETTO CHE È QUELLO DELL'ECO-DESIGN E DEGLI IMBALLAGGI SOSTENIBILI SOPRATTUTTO NELL'AMBITO DEL TAKE AWAY.

ABBIAMO RITENUTO TALE ASPETTO DI FONDAMENTALE IMPORTANZA SOPRATTUTTO IN CONSIDERAZIONE DEL FATTO CHE A CAUSA DELLA PANDEMIA DA COVID-19 SIAMO STATI COSTRETTI A RIMANERE IN CASA, SECONDO QUANTO IMPOSTO DALLE NORMATIVE DI CONTRASTO ALLA DIFFUSIONE DELLA PANDEMIA, E CIÒ HA INDOTTO, CHI PIÙ CHI MENO, AD UTILIZZARE I SERVIZI DI ASPORTO RESI DISPONIBILI ORMAI DALLA MAGGIOR PARTE DEGLI ESERCIZI DI RISTORAZIONE DELLE NOSTRE CITTÀ.

QUESTO HA PORTATO I CONSUMATORI A PORRE UN'ATTENZIONE MAGGIORE AGLI ASPETTI DELLA RESPONSABILITÀ SOCIALE, DELL'INCLUSIONE E DELL'IMPATTO AMBIENTALE ANCHE NEL SETTORE DEL TAKE AWAY E DEL FOOD DELIVERY.



LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL PACKAGING

Parte il percorso formativo nell'ambito del progetto **Take Green Away** - Finanziato dal MISE, Legge 388/2000 Anno 2021 - per sviluppare nelle persone/consumatori conoscenze e competenze sul concetto generale di sostenibilità ed incentivare cambiamenti comportamentali volti ad introdurre, nello stile di vita quotidiano, abitudini di consumo green




- mercoledì 28 settembre 2022 - ore 16:00**
Economia circolare ed esperienza utente nel confezionamento del cibo
- lunedì 10 ottobre 2022 - ore 10:00**
Packaging sostenibile
Scenari di fine vita del packaging
- venerdì 21 ottobre 2022**
Eco design
Progettazione di imballaggi ecosostenibili

LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL PACKAGING

28 SETTEMBRE 2022 - ore 16:00

Economia circolare ed esperienza utente nel confezionamento del cibo

- MANUELA INVIADIATO: introduzione - analisi sondaggio
- CATERINA CALEFATO: PhD, UX architect

Concetti in pillole: differenza tra greenwashing, sostenibilità e circolarità
Concetti in pillole: la tracciabilità, lo storytelling e l'emotional design
La user experience del packaging food
polling di valutazione




link alla riunione
<https://us06web.zoom.us/j/84599430994?pwd=ZUR3NFYkdj1YmplNUplNUpkckZUcy9tQ109>



scansionare il QR code per collegarsi al corso

Progetto Take Green Away - Finanziato dal MISE, Legge 388/2000 Anno 2021

LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL PACKAGING

VENERDÌ 21 OTTOBRE 2022 - ORE 14:30

IMBALLAGGI E SOSTENIBILITÀ: INCONTRIAMO LE AZIENDE

- MANUELA INVIADIATO: introduce la giornata formativa
- C'è vita dopo ... il packaging?
 - ARIANNA MADESANI: Tecnico/Commerciale Arti Grafiche Castello S.p.A.
 - ELISABETTA ZANGELMI: Responsible Marketing Arti Grafiche Castello S.p.A.
- Le 5 R dell'imballaggio
 - ALBERTO VENTURA: Product Marketing Manager - Raja Italia
 - SAMANTA GUARNIERI: Digital Marketing Specialist - Raja Italia




Progetto Take Green Away - Finanziato dal MISE, Legge 388/2000 Anno 2021

LA SOSTENIBILE LEGGEREZZA DEL PACKAGING

LUNEDÌ 10 OTTOBRE 2022 - ORE 10:00

PACKAGING SOSTENIBILE

SCENARI DI FINE VITA DEL PACKAGING

- MANUELA INVIADIATO
- MICHELE DEL GROSSO ecologo industriale

- Riciclo degli imballaggi in plastica: nuove sfide tecnologiche
- Etichette e classificazione delle materie plastiche sul packaging
- Riciclabilità

link per partecipare
<https://us06web.zoom.us/j/81809364124?pwd=V2FmNDk0WVgrMDkrZXBsV080QnV4Zz09>




Progetto Take Green Away - Finanziato dal MISE, Legge 388/2000 Anno 2021

AL FINE DI GIUNGERE A QUESTO OBIETTIVO ADOC, CON IL PROGETTO TAKE GREEN AWAY, HA REALIZZATO UN CORSO DI FORMAZIONE PER I CONSUMATORI SUI VANTAGGI CHE DERIVANO DALL'UTILIZZO DI IMBALLAGGI ECOSOSTENIBILI E SU COME RICONOSCERLI. IL CORSO È STATO STRUTTURATO SU TRE INCONTRI



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, RIUSO, RICICLO, RACCOLTA, RECUPERO - NONCHÉ PRATICHE DI ECONOMIA CIRCOLARE E DI CONSUMO RESPONSABILE CHE FAVORISANO 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 ECCELENZE 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

SPAZIO INFORMATIVO
**FIERA DEL
LEVANTE 2022 -
BARI**

IO SONO
-Original-



#CAPORALT

IL CAPORALATO È MAFIA



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 DISINNESCHI 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'.

#CAPORALT

IL CAPORALATO È MAFIA



- 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'.

LA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE, SVOLTA ESSENZIALMENTE SUI SOCIAL, HA EVIDENZIATO ASPETTI DELLA QUOTIDIANITÀ DEL CAPORALATO.



È STATO INOLTRE REALIZZATO UN SITO DEDICATO:
[HTTP://HASHTAGCAPORALT.JIMDOSITE.COM](http://hashtagcaporalt.jimdosite.com)



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 CONGUAGLIO 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 DISGUIDI**
- **CONSENTENDO DI AVERE INFORMAZIONI SULL'ACCESSO AI BONUS**
- **INFORMANDO SU COME CONTROLLARE I CONSUMI QUOTIDIANI**
- **PROMUOVENDO UN CONSUMO CONSAPEVOLE**



**SPORTELLI
DEDICATI**

APS

SPORTELLO INTERNAZIONALE

ADOC HA PROMOSSO LO **SPORTELLO INTERNAZIONALE**, 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 DEFENSORIA DEL PUEBLO DELL'ECUADOR, L'ISTITUZIONE NAZIONALE PER I DIRITTI UMANI, DIRITTI DEL CONSUMATORE E DELLA NATURA.



SPORTELLO 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

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 ESAUSTIVAMENTE 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 SUL LAVORO E SULLE POLITICHE SOCIALI, IL QUALE CONSISTE NELL'ORGANIZZAZIONE DI TRE CORSI DI LINGUA ITALIANA E SVILUPPO SOSTENIBILE.

ADOC HA ORGANIZZATO TRE CLASSI CON 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 ADOC LAMPEDUSA



NELL'AMBITO DELLA RETE DEI SERVIZI UIL, ABBIAMO RICONFERMATO, PER IL 2022, LO 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 MANTENERE UN PRESIDIO IN QUESTO TERRITORIO, PRESIDIO NATO DURANTE LA PANDEMIA LEGATA AL COVID-19, HA FATTO SÌ CHE ADOC POTESSE CONTINUARE AD 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, ANCHE NEL CORSO DEL 2022 HA PROSEGUITO CON L'ATTIVITÀ DEL CANALE DI ASSISTENZA AI CONSUMATORI, OVVERO CON 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.



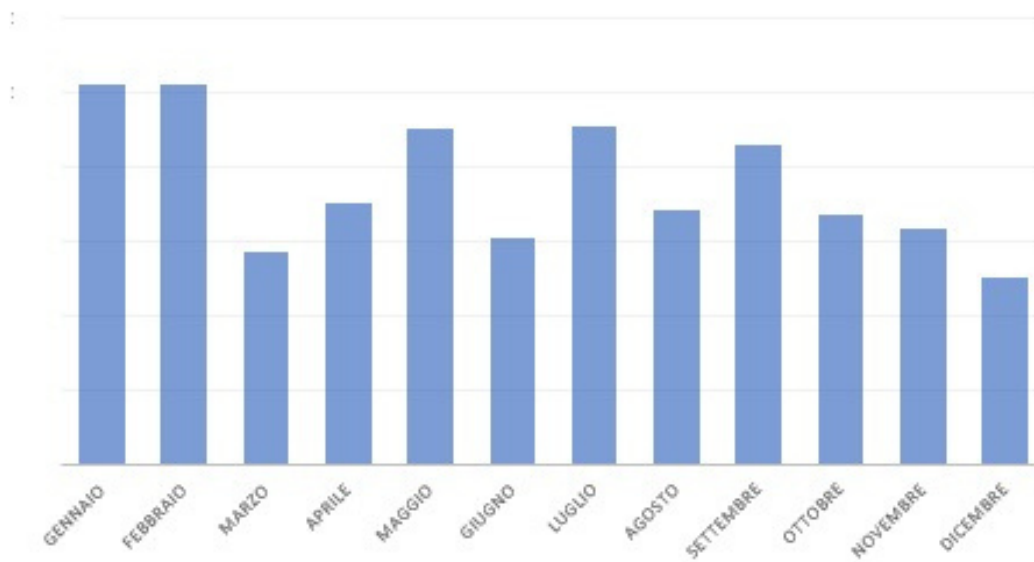
È INDUBBIO CHE L'ACQUISIZIONE DA REMOTO DELLA PRATICA ACCORCIA LA DISTANZA ASSOCIAZIONE/CONSUMATORI. LA PRATICA VIENE GESTITA DA UN OPERATORE CHE RICONTATTA IN TEMPI BREVI IL CONSUMATORE CONSENTE L'APPROFONDIMENTO DELLE SINGOLE QUESTIONI POSTE E L'ACQUISIZIONE DELLA DOCUMENTAZIONE EVENTUALMENTE NECESSARIA 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.

NEL GRAFICO CHE SEGUE È POSSIBILE RISCOSTRARE LA MOLE DI INTERVENTI E SEGNALAZIONI GESTITE ATTRAVERSO LA CHAT ON LINE.

CHAT ON LINE

ANDAMENTO SEGNALAZIONI



COMUNICAZIONE

APS



1300 COMUNICATI STAMPA

600 INTERVENTI SU RADIO E TV

65 CONFERENZE STAMPA

5 PUBBLICAZIONI
DI ORIENTAMENTO AL CONSUMO

ORIENTAMENTO AL CONSUMO

LE GUIDE E I VADEMECUM
PER IL CITTADINO SONO DEGLI UTILI STRUMENTI
PER AFFRONTARE NUMEROSE SITUAZIONI

DI SEGUITO L'ELENCO DELLE GUIDE



**VIVERE IN CONDOMINIO
CASI E RISPOSTE PRATICHE**



NUOVE MISURE DELL'AGCOM
A FAVORE DEI CONSUMATORI CON
DISABILITA'



IMMOBILI E BONUS FISCALI 2022

IL FURTO DI IDENTITÀ

Un vademecum per saperne di più



IL FURTO DI IDENTITÀ'

ECONOMIA CIRCOLARE

Di cosa si tratta e come
sostenerla con la tua banca



ECONOMIA CIRCOLARE

2022 - l'Anno del Congresso



ADOC
APS

**LA SFIDA DI ADOC.
DA CLIENTE**

**A CONSUMATORE
CONSAPEVOLE.**

8 480000 330451



**LA PERSONA
AL CENTRO**

IX ASSEMBLEA NAZIONALE ADOC

10 | 11 | 12 NOVEMBRE 2022

ROMA, HOTEL ST. MARTIN

I materiali realizzati

L'invito



*Adoc è lieta di invitarLa
alla IX Assemblea Nazionale
"La sfida di Adoc.
Da cliente a consumatore
consapevole.
La persona al centro"*

Seguirà il programma

Il Programma

10 | 11 | 22 APERTURA CONGRESSO

14.30 - 18.30

- Welcome Coffee
- Video di apertura
- Relazione
Roberto Tascini
Presidente ADOc
- Interventi degli ospiti

11 | 11 | 22 1° TAVOLA ROTONDA

09.30 - 12.00

- "Prospettive Italiane - Lo scenario socioeconomico. Il ruolo del Sindacato e del Consumerismo"
- Introduzione dei lavori
Silvia Cugini
Presidente ADOc Piemonte
- Il quadro Economico
Gregorio De Felice
Chief Economist di Intesa Sanpaolo
- Lo scenario sociale
Massimiliano Valerii
Direttore Generale CENSIS
- L'evoluzione dei consumi
Nicola De Carne
Retail Customer Success Leader - NielsenIQ
- Ne discutono
Roberto Tascini
Presidente ADOc
Ivo Ferrario
Direttore Relazione Esterne Centromarca

2° TAVOLA ROTONDA

12.15 - 13.30

- "Take Green Away" e "SusPack": due progetti di successo sulla sostenibilità
- Moderata
Laura Pulcini
Vicepresidente ADOc
- Ne discutono
Luca Raffaele
Segretario Generale NeXt - Nuova Economia per Tutti
Chiara Bolognini
Direzione Comunicazione ISPRA - Responsabile della campagna "Facciamo Circolare" ISPRA-MISE
Diletta Paoletti
Esperta in politiche e fondi europei

PAUSA PRANZO

13.30 - 15.00

3° TAVOLA ROTONDA

15.00 - 17.00

- "Crisi energetica, transizione energetica e sostenibilità sociale ed economica"
- Moderata
Dario Del Grosso
Responsabile settore energia e gas ADOc
- Introduzione
Leonardo Becchetti
Facoltà di Economia Tor Vergata - Presidente Comitato Tecnico Scientifico NeXt - Nuova Economia per Tutti
- Ne discutono
Roberto Malaman
Segretario Generale ARERA
Ester Benigni
Direttore Affari Regolatori e Concorrenza A2A
Elisa Rondella
Direttrice Affari Regolatori EDISON
Michele Pizzolato
Head of Regulatory Affairs di ENI Plenitude
Mauro Zanini
Presidente Centro Studi IRCAF
Marco Massimiano
Responsabile Affari Regolatori & Antitrust ENEL Italia

NELL'ARCO DELLE GIORNATE 10/11 E 11/11
INTERVERRANNO I SEGRETARI CONFEDERALI UIL

Benedetto Attili
Tiziana Bocchi
Domenico Proietti
Emanuele Ronzoni
Ivana Veronese

12 | 11 | 22 RISERVATO AI DELEGATI

9.30 - 13.00

- Apertura lavori
- Proiezione video Progetto "#CoporAlt: il caporalato è mafia"
- Interviene
PierPaolo Bombardieri
Segretario Generale UIL
- Dibattito
- Interventi dei delegati
- Adempimenti statutari e rinnovo cariche
- Chiusura dei lavori

ADOC Nazionale
Via Castelfidardo 43/45, 00185 Roma
06.45.42.09.28
adocnazionale.it | info@adocnazionale.it

f @adocnaz @adocnazionale @adocnazionale

I Video di presentazione ADOC



IL VIDEO DI PRESENTAZIONE DELL'ADOC "CHI SIAMO" È STATO REALIZZATO DAI RAGAZZI PARTECIPANTI AL PROGETTO DI SERVIZIO CIVILE DELL'ADOC PRESSO LA SEDE NAZIONALE. INOLTRE È STATO REALIZZATO LO STESSO PLURILINGUE: INGLESE, FRANCESE E SPAGNOLO. VIDEO DISPONIBILE SUL SITO WWW.ADOCNAZIONALE.IT



IL VIDEO DI PRESENTAZIONE DELL'ADOC REALIZZATO DA NET IN PROGRESS PER IL LANCIO DEL CONGRESSO.

SOCIAL MEDIA



📅 1 gen 2022 – 31 dic 2022 ▼

Copertura

Confronta la tua copertura in questo periodo con quella nel periodo precedente.

Copertura della Pagina Facebook ⓘ

46.826 ↑ 214,8%

Copertura di Instagram ⓘ

1673 ↑ 2998,1%

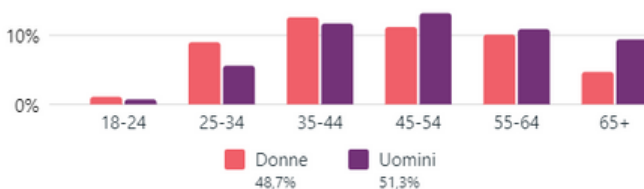
ADOC È PRESENTE MASSICCIAMENTE SUI SOCIAL: FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM E LINKEDIN CONTA UNA UNA PLATEA DI FOLLOWERS, CHE TRA I VARI SOCIAL ARRIVA A SUPERARE 5000 UNITÀ. DAI NUMERI IN ALTO NEL 2022 ADOC HA REGISTRATO UNA PERCENTUALE DEL **+214,8% DI COPERTURA DELLA PAGINA FACEBOOK E UN **+2998,1%** DELLA COPERTURA DELLA PAGINA INSTAGRAM.**

DI SEGUITO LA DISTRIBUZIONE DEL PUBBLICO PER ETÀ E GENERE:

"Mi piace" sulla Pagina Facebook ⓘ

3425

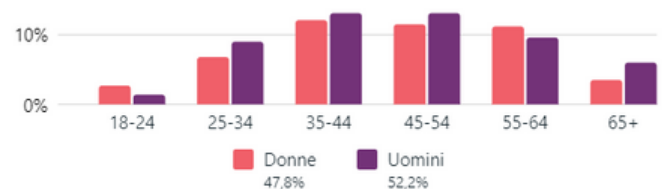
Età e genere ⓘ



Follower di Instagram ⓘ

549

Età e genere ⓘ



@adocnaz



@adocnazionale



adocnazionale

TESSERAMENTO 2022



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, RIUSO, 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.

ANCHE PER IL 2022 ATTRAVERSO IL PROGETTO **GENERAZIONI SOSTENIBILI**, DI CUI ABBIAMO GIÀ PARLATO, È PROSEGUITA L'ATTIVITÀ DI 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 I DUE OPUSCOLI REALIZZATI DA ADOC SONO STATI DIFFUSI SU TUTTO IL TERRITORIO NAZIONALE. ESSI CONTENENTI POCHE E SEMPLICI CONSIGLI PER UN'ALIMENTAZIONE SANA E SOSTENIBILE:

- PER GLI **ADOLESCENTI**, PER AVVICINARLI AD ABITUDINI ALIMENTARI SALUTARI
- 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**ECONOMICO- **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.

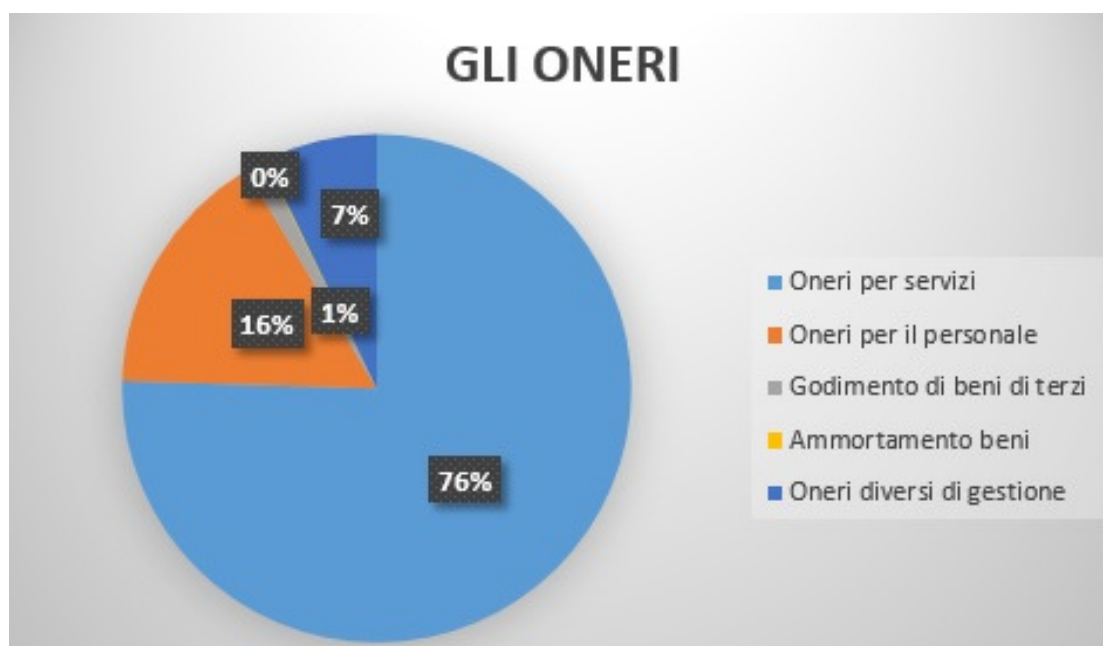


IL GRAFICO METTE IN EVIDENZA IN PERCENTUALE I PROVENTI DELL'ADOC CHE, NEL DETTAGLIO, SONO COSTITUITI DA:

Quote associative dell'anno 2022 per n. 44.234 tessere	€ 44.234
Contributi statali di competenza 2022	€ 1.203.684
Cinque per mille (Anno finanziario 2021)	€ 578.886
Altri contributi di competenza 2022	€ 286.646

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	€1.567.123
Oneri per il personale	€331.265
Godimento di beni di terzi	€26.182
Ammortamento beni	€2.500
Oneri diversi di gestione	€149.187

A CARICO DELLA SEDE NAZIONALE DELL'ADOC AL 31.12.2022 RISULTANO:

- **7 DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO, DI CUI:**
 - **4 A TEMPO PIENO**
 - **3 A TEMPO PARZIALE**



IL RISULTATO ECONOMICO

IL BILANCIO CONSUNTIVO 2022 SI CHIUDE CON UN AVANZO DI € 21.190
TUTTI I DATI AD ESSO RELATIVI SONO CONSULTABILI SUL SITO

DELL'ADOC NAZIONALE
WWW.ADOCNAZIONALE.IT/TRASPARENZA

CONTATTI SEDE CENTRALE

Via Castelfidardo 43/45
00185 ROMA



06 45420928 / 06 86327211 / 06 86368975



info@adocnazionale.it

**B
S
20
22**



www.adocnazionale.it