

D3.2 – RAPPORTO SULL'EDUCAZIONE DEI CONSUMATORI NELLE SCUOLE

D3.2 – RAPPORTO SULL'EDUCAZIONE DEI CONSUMATORI NELLE SCUOLE

Acronimo del progetto: CoRe

Titolo del progetto: Consumer (Re)generation

Numero del Grant Agreement: 101196578

Programma: SMP-CONS-2024-EDU

Work Package: WP3 – Educazione dei consumatori nelle scuole

Beneficiario capofila: Cittadinanzattiva APS

Livello di diffusione: Pubblico

Scadenza: Giugno 2026

Versione: Finale

Sommario

Executive summary 4
1. Introduzione **5**
1.1 Contesto politico *5*
1.2 La Nuova agenda europea dei consumatori *5*
1.3 Educazione dei consumatori e cittadinanza digitale *6*
2. Obiettivi del pilota scolastico **7**
3. Quadro metodologico **8**
3.1 Filosofia educative *8*
3.2 Coinvolgimento dei target *8*
3.3 Metodologia di valutazione *9*
4. Sviluppo del Consumer Education Kit **10**
4.1 Processo di progettazione e sviluppo *10*
4.2 Struttura del percorso educativo *11*
5. Attuazione del pilota scolastico **14**
5.1 Ambito e portata *14*
5.2 Realizzazione delle attività educative *14*
5.3 Visibilità nazionale ed eventi pubblici *15*
6. Coinvolgimento degli studenti e partecipazione attiva **16**
6.1 Apprendere attraverso la partecipazione *16*
6.2 Apprendimento tra pari e condivisione delle conoscenze *16*
6.3 Apprendimento intergenerazionale *17*
6.4 Co-creazione ed empowerment giovanile *18*
7. Il Manifesto dei giovani consumatori **19**
7.1 Dall'apprendimento all'azione collettiva *19*
7.2 Diritti individuati dagli student *20*
7.3 Responsabilità dei consumatori *20*
7.4 Raccomandazioni per il future *20*
7.5 Significato educativo e civico *21*
7.6 Slogan *21*
8. Risultati della valutazione **23**
8.1 Quadro di valutazione *23*
8.2 Risultati tra gli insegnanti *23*
8.3 Evidenze qualitative dagli insegnanti *23*
8.4 Risultati tra gli student *24*
8.5 Risultati tra i genitori *24*
9. Valutazione dell'impatto **26**
9.1 Impatto sugli student *26*
9.2 Impatto sugli insegnanti *26*
9.3 Impatto sulle famiglie *27*
9.4 Contributo alle priorità europee *27*
9.5 Contributo al consumo sostenibile *27*
10. Lezioni apprese **29**
10.1 Fattori chiave di successo *29*
10.2 Criticità incontrate *30*
10.3 Lezioni complessive *30*
11. Replicabilità e sostenibilità **32**
11.1 Replicabilità del modello educativo *32*
11.2 Sostenibilità dei risultati *32*
11.3 Opportunità di ampliamento *33*
12. Conclusioni e raccomandazioni **34**
12.1 Conclusioni *34*
12.2 Raccomandazioni per le scuole *34*
12.3 Raccomandazioni per le organizzazioni dei consumatori *34*
12.4 Raccomandazioni per i decisori politici *35*
12.5 Raccomandazioni per la Commissione europea *35*
12.6 Considerazioni finali *35*
ALLEGATI **37**
Allegato 1 – Scuole partecipanti - Dati dettagliati sulle scuole partecipanti. *37*
Allegato 2 – Questionari di valutazione (Questionari pre e post intervento somministrati a insegnanti, studenti e genitori) *38*
Allegato 3 – Statistiche dei questionari *55*

Executive summary

Il progetto Consumer (Re)generation (CoRe) mira a rafforzare la consapevolezza dei consumatori e a rendere i giovani consumatori più informati, responsabili e attivi. In questo quadro, il Work Package 3 si è concentrato sulla progettazione, realizzazione e valutazione di un percorso pilota di educazione al consumo nelle scuole, rivolto a studenti, insegnanti e famiglie in Italia.

Il pilota è stato costruito intorno a un articolato Consumer Education Kit, dedicato a diritti e responsabilità dei consumatori, acquisti sicuri, pratiche commerciali scorrette, strumenti di tutela e cittadinanza attiva. L'approccio educativo ha combinato apprendimento in aula, attività esperienziali, educazione tra pari e coinvolgimento intergenerazionale.

Tra il 2025 e il 2026 il pilota ha coinvolto 16 scuole, 35 classi, 667 studenti, 36 insegnanti e 583 genitori in sette regioni italiane (Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Lazio, Puglia, Campania, Sicilia). I partecipanti hanno preso parte a un percorso educativo strutturato, orientato a stimolare una riflessione critica sulle sfide contemporanee del consumo, tra cui acquisti online, sicurezza dei prodotti, greenwashing, influencer marketing, dark pattern e tutela del consumatore digitale.

Un elemento distintivo dell'iniziativa è stata la partecipazione attiva degli studenti alla co-creazione degli output progettuali. Attraverso attività collaborative, gli studenti hanno contribuito alla realizzazione del Manifesto dei giovani consumatori, un documento collettivo che delinea diritti, responsabilità e raccomandazioni per il futuro della tutela e dell'educazione dei consumatori.

I risultati della valutazione dimostrano l'efficacia dell'intervento. Gli insegnanti hanno registrato un incremento medio delle conoscenze pari al 40,5%, gli studenti un incremento medio del 41,3% e i genitori del 32,1%. I risultati indicano inoltre miglioramenti in termini di fiducia, consapevolezza e disponibilità a impegnarsi attivamente sui temi legati al consumo.

Il pilota ha confermato che l'educazione dei consumatori può svolgere un ruolo significativo nella promozione della cittadinanza attiva, del pensiero critico e del consumo responsabile. L'esperienza ha inoltre dimostrato il valore delle metodologie partecipative, del coinvolgimento delle famiglie e dell'attivazione dei giovani nello sviluppo della consapevolezza dei consumatori.

I risultati presentati in questo rapporto sostengono l'integrazione dell'educazione dei consumatori nei curricula scolastici e forniscono evidenze utili sulla replicabilità e scalabilità del modello educativo CoRe, sia a livello nazionale sia a livello europeo.

1. Introduzione

1.1 Contesto politico

I mercati del consumo stanno attraversando profonde trasformazioni, trainate dalla digitalizzazione, dall'e-commerce, dall'intelligenza artificiale e da strategie di marketing sempre più sofisticate**.** Sebbene questi sviluppi offrano opportunità significative, espongono anche i consumatori a nuovi rischi e nuove sfide.

I giovani sono tra gli utenti più attivi delle tecnologie digitali e dei servizi online. Interagiscono regolarmente con marketplace online, piattaforme social, influencer e sistemi di pubblicità personalizzata. Allo stesso tempo, spesso non dispongono delle conoscenze e competenze necessarie per valutare criticamente i messaggi commerciali, individuare pratiche scorrette ed esercitare efficacemente i propri diritti di consumatori.

Per questa ragione, l'educazione dei consumatori è diventata una priorità politica sempre più rilevante sia a livello nazionale sia europeo.

L'Unione europea riconosce l'empowerment dei consumatori come presupposto essenziale per il corretto funzionamento del Mercato unico. Consumatori più consapevoli sono maggiormente in grado di compiere scelte informate, confrontare prodotti e servizi, individuare i rischi e contribuire a modelli di consumo più sostenibili.

In questo contesto, le scuole svolgono un ruolo fondamentale nel fornire alle future generazioni le competenze necessarie per diventare consumatori informati, responsabili e attivi.

1.2 La Nuova agenda europea dei consumatori

Il progetto CoRe è pienamente coerente con gli obiettivi della Nuova agenda europea dei consumatori, che identifica l'empowerment dei consumatori come uno dei pilastri principali della politica europea dei consumatori.
L'Agenda sottolinea l'importanza di mettere i consumatori nelle condizioni di:

- compiere scelte informate;
- partecipare attivamente alla transizione verde;
- beneficiare delle opportunità offerte dai mercati digitali;
- accedere a meccanismi efficaci di tutela;
- rafforzare la propria resilienza rispetto alle pratiche commerciali scorrette.

Le attività educative realizzate nell'ambito del WP3 contribuiscono direttamente a questi obiettivi, fornendo agli studenti conoscenze pratiche, competenze di pensiero critico e consapevolezza dei propri diritti e responsabilità.

1.3 Educazione dei consumatori e cittadinanza digitale

L'educazione dei consumatori è sempre più riconosciuta come parte integrante dell'educazione alla cittadinanza.

I consumatori di oggi operano in ambienti caratterizzati da piattaforme digitali, pubblicità personalizzata, raccomandazioni algoritmiche e processi di acquisto sempre più complessi.

La capacità di valutare criticamente le informazioni, comprendere l'intento commerciale, riconoscere i rischi ed esercitare i propri diritti è quindi strettamente connessa a più ampie competenze di cittadinanza digitale.

Il percorso educativo CoRe è stato progettato specificamente per affrontare questa intersezione tra cittadinanza del consumatore e cittadinanza digitale. Particolare attenzione è stata dedicata a temi emergenti quali:

- acquisti online;
- influencer marketing;
- greenwashing;
- dark pattern;
- sicurezza dei prodotti;
- protezione dei dati personali;
- intelligenza artificiale e sistemi decisionali automatizzati.

Attraverso questo approccio, il progetto ha inteso promuovere una comprensione olistica delle sfide contemporanee del consumo, favorendo al tempo stesso una partecipazione responsabile nei mercati fisici e digitali.

2. Obiettivi del pilota scolastico

Il pilota scolastico ha rappresentato la componente educativa centrale del progetto CoRe.

L'intervento è stato progettato per contribuire all'obiettivo generale di rafforzare i giovani consumatori, accrescendone conoscenze, consapevolezza e capacità di compiere scelte informate.

Più nello specifico, il pilota ha perseguito tre obiettivi interconnessi.

Il **primo obiettivo** era aumentare la consapevolezza degli studenti rispetto ai diritti e alle responsabilità dei consumatori. Attraverso attività educative strutturate, i partecipanti hanno esplorato le dimensioni giuridiche, economiche e sociali del consumo e sviluppato una migliore comprensione delle tutele disponibili per i consumatori.

Il **secondo obiettivo** era promuovere l'apprendimento tra pari e lo scambio intergenerazionale di conoscenze. Attraverso una campagna peer-to-peer, gli studenti sono stati incoraggiati a condividere quanto appreso con compagni, amici e familiari, trasformando l'apprendimento in un processo collettivo che si estende oltre la classe.

Il **terzo obiettivo** era coinvolgere gli studenti nella co-creazione di strumenti di disseminazione e advocacy. Piuttosto che essere destinatari passivi di informazioni, i partecipanti hanno contribuito attivamente alla produzione di output educativi e comunicativi, tra cui slogan, messaggi di sensibilizzazione e il Manifesto dei giovani consumatori.

Questi obiettivi sono stati perseguiti attraverso un approccio educativo partecipativo, capace di collegare l'educazione dei consumatori con la cittadinanza attiva, il pensiero critico e l'impegno civico**.**



3. Quadro metodologico

3.1 Filosofia educative

Il modello educativo adottato da CoRe si è basato su un approccio centrato sul discente e partecipativo.

Piuttosto che affidarsi esclusivamente a forme tradizionali di insegnamento, il programma ha combinato contenuti teorici con attività di apprendimento esperienziale, orientate a incoraggiare riflessione, discussione e applicazione pratica.

L'assunto di fondo era che l'educazione dei consumatori diventa più efficace quando gli studenti sono coinvolti attivamente nella costruzione della conoscenza e nel collegamento dei concetti alle proprie esperienze quotidiane.

Il percorso educativo ha quindi integrato:

- metodologie di apprendimento attivo;
- attività di problem solving;
- discussioni di gruppo;
- esercizi di role-playing;
- lavoro collaborativo;
- esperienze di apprendimento tra pari;
- attività di produzione creativa.

3.2 Coinvolgimento dei target

Una caratteristica distintiva del pilota CoRe è stata il coinvolgimento di più gruppi destinatari.
L'intervento ha coinvolto direttamente studenti e insegnanti, includendo al tempo stesso le famiglie attraverso attività dedicate a promuovere l'apprendimento intergenerazionale**.**

Gli studenti hanno rappresentato il principale gruppo target e hanno partecipato a tutte le attività educative e di co-creazione.

Gli insegnanti hanno svolto un ruolo fondamentale di facilitazione, realizzando il percorso educativo e adattando le attività ai propri specifici contesti scolastici.

I genitori sono stati coinvolti attraverso interviste, discussioni e questionari, contribuendo alla diffusione delle conoscenze oltre l'ambiente scolastico**.** Ogni capitolo prevedeva infatti il coinvolgimento dei familiari per discutere i temi specifici affrontati in classe.

Questo approccio multi-stakeholder ha permesso al progetto di massimizzare l'impatto educativo e rafforzare i meccanismi di trasferimento delle conoscenze.

3.3 Metodologia di valutazione

L'efficacia del pilota è stata valutata attraverso un quadro di valutazione pre e post intervento.

Sono stati sviluppati questionari distinti per insegnanti, studenti e genitori.

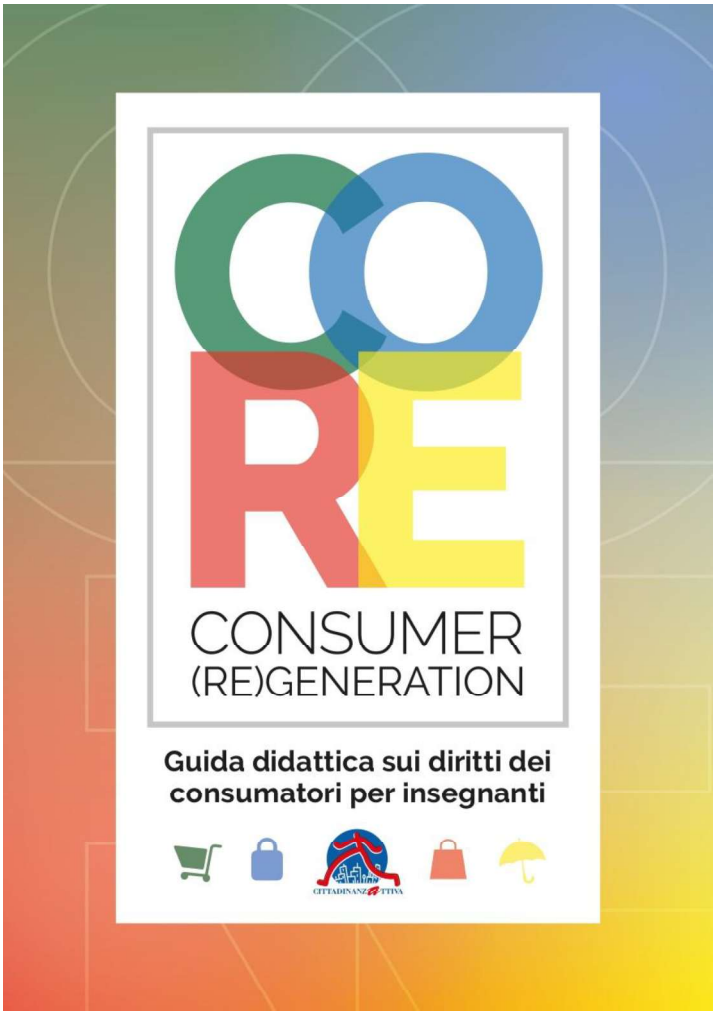
La valutazione si è concentrata sulla misurazione dei cambiamenti in termini di:

- conoscenza dei diritti dei consumatori;
- consapevolezza dei meccanismi di tutela dei consumatori;
- comprensione della normativa in materia di consumo;
- riconoscimento dei rischi associati ai mercati del consumo;
- fiducia nell'esercizio dei diritti dei consumatori;
- disponibilità ad adottare comportamenti di consumo responsabili.

La combinazione di dati quantitativi e qualitativi ha fornito un quadro complessivo degli esiti generati dal pilota e ha consentito di individuare punti di forza, criticità e lezioni apprese.

4. Sviluppo del Consumer Education Kit

4.1 Processo di progettazione e sviluppo



Una componente centrale del Work Package 3 è stata lo sviluppo della Guida didattica sui diritti dei consumatori per insegnanti (Consumer Education Kit), concepita come una risorsa educativa pratica e completa per supportare le scuole nell'introduzione dei temi dell'educazione dei consumatori in modo strutturato e coinvolgente.

Lo sviluppo del Kit è stato orientato dagli obiettivi del progetto CoRe e dalla crescente necessità di dotare i giovani delle conoscenze, competenze e attitudini necessarie per orientarsi in mercati del consumo sempre più complessi. Particolare attenzione è stata dedicata ad assicurare che i materiali educativi fossero scientificamente accurati, pedagogicamente solidi e adattabili a diversi contesti scolastici e fasce d'età.

Il Kit è stato progettato per supportare insegnanti che potrebbero non avere una formazione specifica in materia di tutela dei consumatori, offrendo al contempo opportunità di partecipazione attiva degli studenti. I materiali sono stati quindi sviluppati utilizzando un linguaggio chiaro, esempi pratici e metodologie interattive capaci di tradurre concetti complessi in esperienze di apprendimento significative.

Piuttosto che concentrarsi esclusivamente sugli aspetti giuridici o tecnici, il percorso educativo ha adottato una prospettiva multidisciplinare, collegando i diritti dei consumatori con cittadinanza digitale, sostenibilità, pensiero critico e partecipazione attiva.

4.2 Struttura del percorso educativo

Il Consumer Education Kit è stato organizzato in cinque moduli complementari, che accompagnano progressivamente gli studenti dai concetti di base verso l'impegno attivo e l'advocacy.

Ogni modulo ha combinato contenuti teorici, attività in aula, discussioni di gruppo ed esercizi pratici pensati per stimolare la riflessione e favorire l'applicazione delle conoscenze a situazioni quotidiane.

In particolare, ciascun modulo era strutturato intorno a una sezione teorica sul tema, comprensiva di riferimenti bibliografici; un box "Europa" con informazioni su ciò che l'Unione europea sta facendo in relazione alla tematica trattata; un box "Attualità" con ulteriori informazioni collegate agli sviluppi in corso; un'attività laboratoriale, con indicazioni operative, spiegazione del tema, elenco dei materiali necessari e suggerimenti metodologici per la realizzazione della formazione; compiti per gli studenti – "Mi metto alla prova" – che coinvolgevano anche i familiari; e, infine, risorse multimediali e materiali supplementari a supporto dell'attuazione delle diverse attività.

Nel loro insieme, i cinque moduli hanno creato un percorso educativo coerente, capace di rafforzare sia le conoscenze sia le competenze pratiche.

Inoltre, i box Europa rappresentano una componente trasversale e integrata del toolkit, rendendone possibile l'utilizzo in altri contesti scolastici europei e garantendo la replicabilità e sostenibilità dell'iniziativa.

Modulo 1 – Consumatori, diritti e responsabilità

Il primo modulo ha introdotto gli studenti al concetto di diritti del consumatore ed esplorato il ruolo che i consumatori svolgono nella società e nell'economia.

Gli studenti sono stati incoraggiati a riflettere sulle proprie esperienze quotidiane come consumatori e a riconoscere che le decisioni di consumo hanno implicazioni che vanno oltre l'interesse individuale.

Il modulo ha affrontato:

- la definizione di consumatore;
- i diritti e le responsabilità dei consumatori;
- i principi della tutela dei consumatori;
- il Codice del Consumo italiano;
- la dimensione europea della politica dei consumatori;
- l'Agenda dei consumatori e le sfide contemporanee del consumo.

Le attività hanno incoraggiato i partecipanti ad analizzare situazioni di vita reale e a individuare in che modo i diritti dei consumatori si applicano nella pratica.

Il modulo ha inoltre introdotto l'idea che i consumatori non siano destinatari passivi di prodotti e servizi, ma attori attivi in grad di influenzare i mercati attraverso le proprie scelte e comportamenti.

Modulo 2 – Acquistare in sicurezza

Il secondo modulo si è concentrato sulle pratiche di acquisto sicuro e sulla sicurezza dei prodotti.

L'obiettivo era fornire agli studenti conoscenze pratiche utili a compiere decisioni di acquisto informate, sia online sia offline.

I temi trattati includevano:

- requisiti di sicurezza dei prodotti;
- marcatura CE;
- prodotti contraffatti;
- acquisti online;
- garanzie legali;
- diritto di recesso;
- diritto alla riparazione;
- obblighi informativi verso i consumatori.

Particolare attenzione è stata dedicata ad aiutare gli studenti a riconoscere i segnali di allarme associati a offerte fraudolente, prodotti non sicuri e pratiche online ingannevoli.

Casi studio ed esercizi pratici hanno permesso agli studenti di applicare i concetti a situazioni che potrebbero incontrare nella vita quotidiana.

Modulo 3 – Pratiche commerciali scorrette

Il terzo modulo ha esplorato le pratiche commerciali che possono influenzare, manipolare o distorcere il processo decisionale dei consumatori.

Alla luce della crescente rilevanza del marketing digitale e dei social media, questo modulo si è rivelato particolarmente coinvolgente per gli studenti.

I temi affrontati includevano:

- pratiche commerciali ingannevoli;
- pratiche commerciali aggressive;
- greenwashing;
- influencer marketing;
- contenuti sponsorizzati;
- dark pattern;
- pubblicità mirata;
- tecniche di manipolazione comportamentale;
- protezione dei dati.

Gli studenti hanno analizzato esempi tratti dagli ambienti mediatici contemporanei e riflettuto su come i messaggi commerciali possano incidere su percezioni, preferenze e comportamenti di acquisto.

Il modulo mirava non solo ad aumentare la consapevolezza, ma anche a rafforzare il pensiero critico e l'alfabetizzazione mediatica**.**

Modulo 4 – Tutela del consumatore

Il quarto modulo si è concentrato sulle istituzioni e sui meccanismi responsabili della tutela dei diritti dei consumatori.

Gli studenti sono stati introdotti agli strumenti pratici disponibili quando si verificano problemi di consumo e hanno appreso come operano autorità pubbliche, organizzazioni dei consumatori e meccanismi di risoluzione delle controversie.

I temi trattati includevano:

- associazioni dei consumatori;
- autorità nazionali di regolazione;
- procedure di reclamo;
- risoluzione alternativa delle controversie;
- meccanismi di ricorso e ristoro per i consumatori;
- reti europee di tutela dei consumatori.

Esercizi pratici hanno incoraggiato gli studenti a individuare le risposte appropriate a diversi problemi di consumo e a familiarizzare con i sistemi di supporto disponibili.

Modulo 5 – E ora tocca a noi!

Il modulo finale ha rappresentato il momento conclusivo del percorso educativo.

L'attenzione si è spostata dall'acquisizione di conoscenze alla partecipazione attiva e alla co-creazione.

Gli studenti sono stati invitati a trasformare quanto appreso in output concreti, capaci di sensibilizzare coetanei e comunità più ampie.

Le attività includevano:

- elaborazione di proposte e raccomandazioni;
- contributo al Manifesto dei giovani consumatori;
- sviluppo di messaggi di comunicazione;
- partecipazione al concorso di slogan;
- pianificazione di iniziative di disseminazione peer-to-peer.

Questo modulo ha incarnato uno dei principi chiave del progetto CoRe: l'educazione dei consumatori non dovrebbe esaurirsi nell'apprendimento, ma dovrebbe mettere i giovani nelle condizioni di diventare partecipanti attivi nella promozione della consapevolezza dei consumatori.

5. Attuazione del pilota scolastico

5.1 Ambito e portata

Il pilota scolastico ha rappresentato l'attuazione pratica del quadro educativo sviluppato attraverso il Consumer Education Kit.

Le attività pilota realizzate nelle scuole italiane si sono concluse alla fine dell'anno scolastico 2025/2026.

Le scuole partecipanti, situate in sette regioni (Lombardia, Emilia-Romagna, Puglia, Lazio, Sicilia, Piemonte e Campania) e 12 città, comprendevano un centro di formazione professionale, tre scuole secondarie di primo grado e dodici scuole secondarie di secondo grado, garantendo diversità in termini di fasce d'età, percorsi educativi e contesti geografici.

Il pilota ha coinvolto scuole situate nel Nord, Centro e Sud Italia, contribuendo alla sperimentazione dei materiali educativi in diversi ambienti sociali e culturali.

5.2 Realizzazione delle attività educative

Le attività educative sono state realizzate dagli insegnanti utilizzando i materiali sviluppati nell'ambito del progetto. Prima dell'attuazione, gli insegnanti partecipanti hanno seguito un corso di formazione online dedicato alla presentazione del progetto e all'utilizzo del toolkit. Successivamente, gli insegnanti sono stati supportati in modo continuativo attraverso attività di tutoring fornite da tutor di Cittadinanzattiva, a loro volta precedentemente formati. Questo assetto operativo ha consentito la tempestiva risoluzione di eventuali criticità emerse durante l'attuazione.

In alcuni casi, le scuole hanno integrato il percorso educativo nelle attività curricolari esistenti, in particolare nell'ambito dell'educazione civica, mantenendo la flessibilità necessaria per adattare i contenuti ai bisogni e ai contesti locali.

Le attività hanno incluso:

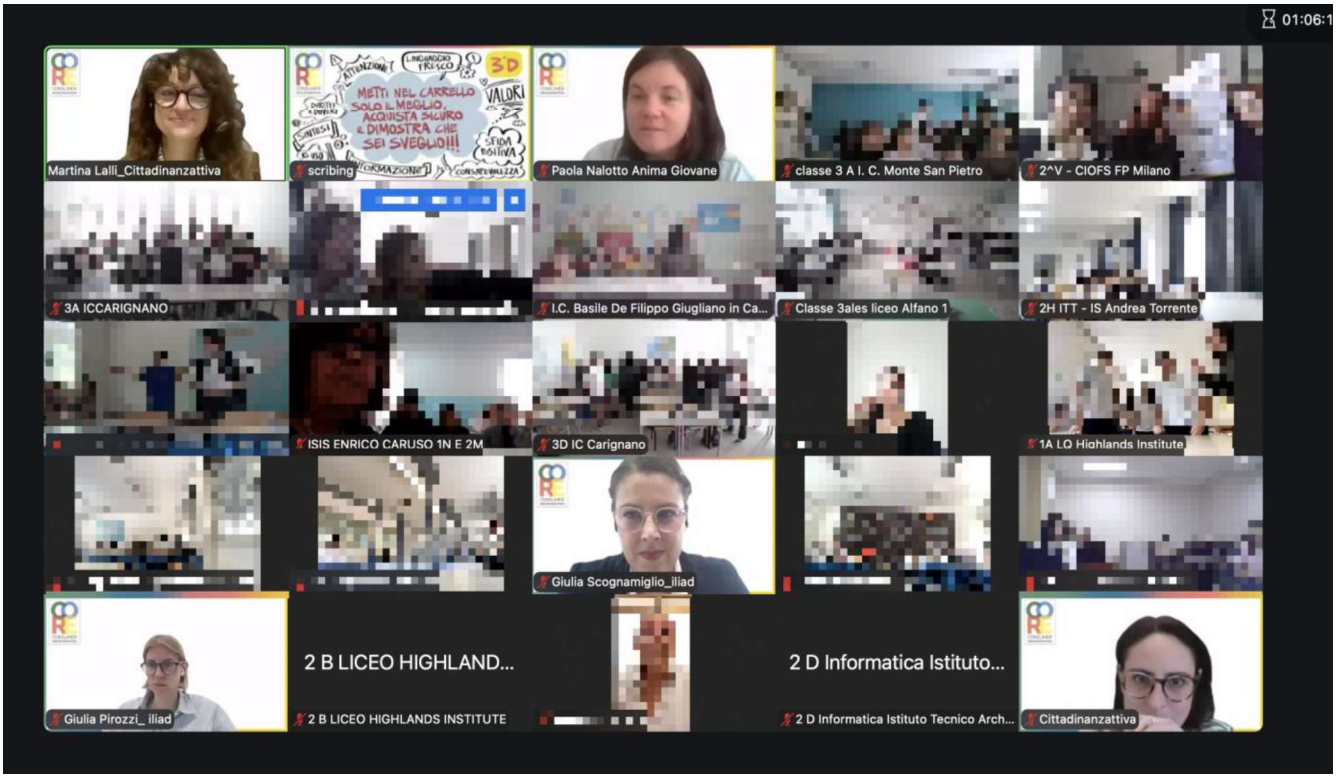
- lezioni in aula;
- discussioni di gruppo;
- esercizi di problem solving;
- attività di role-playing;
- analisi di casi studio;
- interviste familiari;
- progetti collaborativi;
- iniziative di comunicazione e disseminazione.

La flessibilità del kit educativo ha permesso agli insegnanti di selezionare e adattare le attività in base alle caratteristiche delle proprie classi, mantenendo al tempo stesso coerenza con gli obiettivi complessivi del progetto.

5.3 Visibilità nazionale ed eventi pubblici

Il pilota ha incluso anche opportunità di visibilità pubblica e riconoscimento del lavoro degli studenti.

Il 13 maggio 2026 è stato organizzato un evento nazionale online per presentare i principali risultati del percorso educativo e valorizzare i contributi degli studenti.



L'evento ha previsto:

- presentazione degli slogan vincitori;
- presentazione del Manifesto dei giovani consumatori;
- condivisione delle esperienze delle scuole partecipanti;
- discussione sui diritti dei consumatori e sulla partecipazione giovanile.

Queste attività hanno contribuito a rafforzare il senso di appartenenza degli studenti e a riconoscere il loro ruolo di contributori attivi alle iniziative di sensibilizzazione dei consumatori.

6. Coinvolgimento degli studenti e partecipazione attiva

6.1 Apprendere attraverso la partecipazione

Una caratteristica distintiva del pilota scolastico CoRe è stata l'enfasi sulla partecipazione attiva**.**

Gli studenti non sono stati considerati destinatari passivi di informazioni, ma discenti attivi coinvolti nella costruzione della conoscenza e nella produzione degli output progettuali.

Le attività educative hanno incoraggiato gli studenti a:

- analizzare situazioni di vita reale;
- discutere esperienze di consumo;
- individuare rischi per i consumatori;
- valutare decisioni di acquisto e di tutela;
- collaborare con i pari;
- comunicare le conoscenze acquisite.

Questo approccio partecipativo si è dimostrato particolarmente efficace nel promuovere il coinvolgimento e nel rafforzare gli esiti di apprendimento.

6.2 Apprendimento tra pari e condivisione delle conoscenze

Durante tutto il percorso educativo, gli studenti sono stati incoraggiati a condividere le conoscenze con compagni e pari, in particolare attraverso eventi rivolti alla più ampia comunità scolastica e tramite la diffusione di materiali informativi da loro stessi prodotti, inclusi il Manifesto e gli slogan.

Questa dimensione di apprendimento tra pari ha contribuito a rafforzare la comprensione, sviluppando al contempo competenze comunicative e collaborative.

I risultati della valutazione suggeriscono che gli studenti sono diventati progressivamente più sicuri nella propria capacità di spiegare ad altri i diritti dei consumatori e i meccanismi di tutela, dimostrando l'efficacia di questo approccio.

L'apprendimento tra pari ha inoltre sostenuto lo sviluppo di competenze di leadership e incoraggiato gli studenti a percepirsi come contributori attivi delle proprie comunità.



6.3 Apprendimento intergenerazionale

Uno degli aspetti più innovativi del pilota è stato il coinvolgimento delle famiglie.

Gli studenti sono stati invitati a realizzare interviste e discussioni con genitori e parenti, creando occasioni di dialogo sui diritti dei consumatori e sui comportamenti di consumo.

Questo approccio ha generato benefici a più livelli.

Gli studenti hanno avuto l'opportunità di rafforzare l'apprendimento attraverso spiegazione e discussione, mentre i genitori sono entrati in contatto con informazioni e concetti che molti di loro non avevano precedentemente approfondito.

Il significativo aumento delle conoscenze registrato tra i genitori fornisce una forte evidenza dell'efficacia di questa strategia di apprendimento intergenerazionale.

6.4 Co-creazione ed empowerment giovanile

Il percorso educativo si è concluso con una serie di attività di co-creazione pensate per trasformare l'apprendimento in azione.

Gli studenti hanno partecipato attivamente allo sviluppo di:

- slogan per promuovere la consapevolezza dei consumatori;
- messaggi di comunicazione;
- materiali di sensibilizzazione;
- raccomandazioni per le future politiche dei consumatori;
- Manifesto dei giovani consumatori.

Attraverso queste attività, i partecipanti hanno superato il ruolo di discenti e sono diventati contributori attivi del progetto.

Questa esperienza ha rafforzato senso di appartenenza, motivazione e impegno civico, dimostrando al contempo che i giovani possono svolgere un ruolo significativo nel plasmare il dibattito sui diritti e le responsabilità dei consumatori.

7. Il Manifesto dei giovani consumatori

7.1 Dall'apprendimento all'azione collettiva

Uno degli esiti più innovativi e distintivi del pilota scolastico CoRe è stato lo sviluppo del Manifesto dei giovani consumatori. Piuttosto che essere concepito come un semplice prodotto di comunicazione, il Manifesto è emerso come il punto di arrivo di un più ampio percorso educativo, che ha incoraggiato gli studenti a riflettere criticamente sul proprio ruolo di consumatori e cittadini.

Durante tutto il percorso educativo, gli studenti sono stati invitati a discutere i diritti dei consumatori, individuare sfide emergenti, analizzare esperienze quotidiane di acquisto e formulare raccomandazioni per migliorare la tutela dei consumatori. Le loro riflessioni sono state progressivamente raccolte, discusse e sintetizzate in un documento condiviso, rappresentativo delle voci e prospettive di giovani consumatori provenienti da diversi contesti educativi e geografici.

Il Manifesto rappresenta quindi sia un risultato educativo sia un esempio concreto di partecipazione giovanile. Dimostra che l'educazione dei consumatori può andare oltre la trasmissione di conoscenze e diventare uno strumento di impegno civico, riflessione collettiva e cittadinanza attiva.



7.2 Diritti individuati dagli student

Una componente centrale del Manifesto riguarda i diritti che gli studenti considerano fondamentali per i consumatori nella società contemporanea.

Le discussioni svolte durante le attività educative hanno evidenziato una forte domanda di trasparenza, correttezza e tutela.

Gli studenti hanno individuato diversi diritti chiave, tra cui:

- il diritto a informazioni chiare, veritiere e accessibili;
- il diritto a prodotti e servizi sicuri e di qualità;
- il diritto a una tutela efficace contro truffe e pratiche ingannevoli;
- il diritto a ricevere assistenza e compensazione quando si verificano problemi;
- il diritto alla privacy e alla protezione dei dati personali;
- il diritto a compiere scelte informate e autonome.

La rilevanza attribuita a questi diritti riflette la crescente consapevolezza dei giovani rispetto alle sfide associate ai mercati digitali, agli acquisti online e agli ambienti commerciali basati sui dati.

7.3 Responsabilità dei consumatori

Accanto ai diritti, gli studenti hanno riconosciuto che i consumatori hanno anche importanti responsabilità.

Il Manifesto sottolinea che il consumo responsabile richiede partecipazione attiva e decisioni consapevoli.

Tra le responsabilità individuate dagli studenti vi sono:

- informarsi prima di effettuare acquisti;
- leggere attentamente etichette e informazioni contrattuali;
- confrontare prodotti e servizi prima di scegliere;
- evitare consumi spreconi;
- considerare gli impatti ambientali;
- segnalare pratiche commerciali scorrette;
- promuovere un consumo etico e sostenibile.

Questa prospettiva equilibrata dimostra che i partecipanti hanno sviluppato una comprensione della cittadinanza del consumatore fondata non solo sulla tutela, ma anche sulla responsabilità personale e sulla consapevolezza sociale.

7.4 Raccomandazioni per il future

Il Manifesto contiene inoltre una serie di raccomandazioni rivolte a istituzioni, imprese e decisori politici.

Gli studenti hanno chiesto:

- maggiore trasparenza nella pubblicità e nelle comunicazioni commerciali;
- protezione più forte contro truffe e frodi online;
- etichette dei prodotti e informazioni ai consumatori più chiare;
- maggiore accessibilità dei meccanismi di reclamo e ristoro;
- garanzie più solide per la protezione dei dati personali;
- maggiore disponibilità di servizi di riparazione e prodotti riparabili;
- più opportunità di educazione dei consumatori nelle scuole.

Queste raccomandazioni dimostrano una comprensione sofisticata delle sfide contemporanee del consumo e mettono in evidenza la capacità dei giovani di contribuire in modo costruttivo al dibattito sulle politiche pubbliche.

7.5 Significato educativo e civico

Al di là dei suoi contenuti specifici, il Manifesto dei giovani consumatori rappresenta un prezioso esempio di educazione partecipativa.

Il processo attraverso cui il documento è stato sviluppato ha permesso agli studenti di sperimentare partecipazione democratica, decisione collettiva e risoluzione collaborativa dei problemi.

Il Manifesto svolge quindi più funzioni:

- educativa;
- partecipativa;
- comunicativa;
- orientata all'advocacy.

Esso fornisce una prova tangibile del fatto che l'educazione dei consumatori può contribuire non solo all'acquisizione di conoscenze, ma anche all'empowerment, all'impegno civico e alla partecipazione sociale.

7.6 Slogan

Oltre al Manifesto dei giovani consumatori, le singole classi hanno creato una serie di slogan, intesi come messaggi di comunicazione sui diritti dei consumatori. Presentati come consigli, raccomandazioni e avvertimenti, questi slogan hanno messo in evidenza le questioni ritenute più significative dagli studenti coinvolti nel programma. Il loro obiettivo era aiutare sia i pari sia il pubblico adulto a diventare consumatori attivi, informati e responsabili.

Gli slogan vincitori sono stati presentati durante l'evento nazionale online e sono stati utilizzati come messaggi di sensibilizzazione peer-to-peer all'interno del progetto.

Per acquistare responsabilmente e in sicurezza, dobbiamo imparare a difenderci dalle truffe: proprio come un supereroe! Diventa anche tu un Consuperman: acquista, in sicurezza, sempre!



Non essere un cliente distratto, firma con intelligenza ogni contratto. Conosci i tuoi diritti, dai valore a ogni gesto: un consumo onesto ci mette il resto!



Metti nel carrello solo il meglio, acquista sicuro e dimostra che sei sveglio!!!



8. Risultati della valutazione

8.1 Quadro di valutazione

L'efficacia del pilota scolastico è stata valutata attraverso un quadro di valutazione complessivo basato su questionari pre e post intervento somministrati a insegnanti, studenti e genitori.

La valutazione mirava a misurare i cambiamenti in termini di:

- conoscenza dei diritti dei consumatori;
- consapevolezza dei meccanismi di tutela dei consumatori;
- comprensione della normativa in materia di consumo;
- riconoscimento dei rischi per i consumatori;
- fiducia nell'esercizio dei diritti;
- disponibilità ad adottare comportamenti responsabili.

La combinazione di dati quantitativi e qualitativi ha fornito una valutazione completa degli esiti generati dall'intervento.

8.2 Risultati tra gli insegnanti

Trentasei insegnanti hanno compilato sia il questionario pre sia quello post intervento. I risultati evidenziano miglioramenti sostanziali in tutte le dimensioni misurate. L'incremento medio complessivo di conoscenze e consapevolezza ha raggiunto il 40,5%.

I miglioramenti più significativi hanno riguardato la conoscenza del quadro giuridico e regolatorio a tutela dei consumatori (+69,6%), la conoscenza dei principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori (+60,1%), la capacità di far valere la garanzia legale (+52,0%), la conoscenza degli strumenti disponibili per tutelare i diritti dei consumatori (+50,5%) e la conoscenza dei principali diritti dei consumatori (+49,5%).

Questi risultati suggeriscono che il percorso educativo ha affrontato con successo le lacune conoscitive relative alla tutela dei consumatori e ha rafforzato la fiducia degli insegnanti nell'affrontare questi temi nei contesti educativi.

Gli insegnanti hanno inoltre segnalato una maggiore motivazione a integrare i temi dell'educazione dei consumatori nelle future attività didattiche.

8.3 Evidenze qualitative dagli insegnanti

L'analisi qualitativa ha evidenziato una differenza interessante tra le difficoltà attese e quelle effettivamente incontrate.

Prima dell'attuazione, la difficoltà più frequentemente prevista riguardava il coinvolgimento e la motivazione degli studenti. Molti insegnanti esprimevano timori rispetto all'interesse degli studenti per i temi del consumo e alla loro disponibilità a partecipare attivamente.

Le risposte post intervento indicano tuttavia che tali preoccupazioni si sono rivelate in larga misura infondate.

La criticità più frequentemente riportata ha riguardato invece i vincoli di tempo e gli aspetti organizzativi legati all'integrazione delle attività in calendari scolastici già molto impegnativi.

Questo dato suggerisce che i temi dell'educazione dei consumatori sono molto rilevanti e coinvolgenti per gli studenti quando vengono presentati attraverso metodologie attive e partecipative.

Gli insegnanti hanno inoltre evidenziato l'importanza di adattare i materiali a diverse fasce d'età e contesti educativi.

Allo stesso tempo, diversi rispondenti hanno dichiarato che l'esperienza è risultata più semplice da gestire rispetto alle aspettative iniziali.

8.4 Risultati tra gli student

La valutazione degli studenti ha prodotto la base evidenziale più ampia, coinvolgendo 667 partecipanti. L'incremento medio complessivo delle conoscenze ha raggiunto il 41,3%. I miglioramenti più marcati sono stati registrati nella conoscenza delle istituzioni e degli enti responsabili della tutela dei consumatori (+104,3%), nella percezione della capacità di spiegare i diritti dei consumatori agli amici (+94,0%) e ai familiari (+84,0%), nella conoscenza delle leggi e regole a tutela dei consumatori (+80,8%) e nella conoscenza degli strumenti disponibili per aiutare i consumatori a difendere i propri diritti (+80,0%).

I risultati indicano che gli studenti non solo hanno acquisito conoscenze, ma hanno anche sviluppato fiducia nel comunicare e applicare quanto appreso.

Particolarmente significativo è l'aumento della capacità percepita dagli studenti di spiegare ad altri i diritti dei consumatori. Questo risultato riflette l'efficacia delle attività di apprendimento tra pari e di condivisione delle conoscenze realizzate durante il pilota.

Gli studenti hanno inoltre dimostrato una maggiore consapevolezza dei rischi del consumo digitale, delle pratiche commerciali scorrette e dei comportamenti di acquisto responsabili.

8.5 Risultati tra i genitori

La partecipazione di 583 genitori ha permesso al progetto di valutare l'efficacia della propria strategia di apprendimento intergenerazionale. Sebbene i genitori non abbiano partecipato direttamente alle attività in aula, hanno registrato un aumento sostanziale di conoscenze e consapevolezza. L'incremento medio ha raggiunto il 32,1%. I miglioramenti più significativi hanno riguardato la conoscenza dei soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori (+51,1%), la conoscenza del quadro giuridico e regolatorio a tutela dei consumatori (+48,1%), la conoscenza degli strumenti disponibili per proteggere i diritti dei consumatori

(+47,8%), la conoscenza delle procedure da seguire in caso di pratica commerciale scorretta (+46,9%) e la conoscenza dei principali diritti dei consumatori (+40,4%).

Questi risultati forniscono una forte evidenza del fatto che gli studenti hanno trasferito con successo alle famiglie le conoscenze acquisite durante il programma.

I risultati confermano quindi il valore aggiunto dell'integrazione di approcci di apprendimento intergenerazionale nelle iniziative di educazione dei consumatori.

9. Valutazione dell'impatto

9.1 Impatto sugli student

Il pilota ha generato benefici significativi per gli studenti partecipanti.

Oltre ai miglioramenti nelle conoscenze, il percorso educativo ha rafforzato il pensiero critico, la consapevolezza dei diritti dei consumatori e la fiducia nell'orientarsi nei mercati del consumo.

Gli studenti hanno sviluppato una maggiore capacità di:

- riconoscere rischi e pratiche scorrette;
- valutare criticamente i messaggi commerciali;
- compiere decisioni di acquisto informate;
- chiedere assistenza quando si verificano problemi;
- condividere conoscenze con altri.

Le attività di co-creazione hanno inoltre contribuito a rafforzare l'impegno civico e la partecipazione attiva.

9.2 Impatto sugli insegnanti

Il progetto ha contribuito in modo significativo allo sviluppo professionale degli insegnanti.

I partecipanti hanno aumentato le proprie conoscenze in materia di tutela dei consumatori e hanno riferito una maggiore fiducia nell'affrontare questi temi in classe.

I materiali educativi e le metodologie sviluppati attraverso il progetto hanno inoltre ampliato le risorse pedagogiche degli insegnanti e sostenuto l'adozione di approcci di apprendimento attivo.

Molti insegnanti hanno espresso la volontà di continuare ad affrontare i temi dell'educazione dei consumatori anche oltre la durata del progetto.

"*Credo davvero che sia importante che i temi del consumo responsabile ricevano sempre maggiore attenzione nelle scuole, e il vostro kit è stato incredibilmente utile per aiutarci a pianificare attività al tempo stesso approfondite e coinvolgenti*." **Prof. G. Pace, Istituto Comprensivo Monte San Pietro**

"*Concetti come responsabilità e consapevolezza offrono spunti preziosi e ispirazione per gli anni a venire. Il programma e il kit educativo sono stati estremamente utili, offrendo un valore educativo fondamentale che vorremmo continuare a sviluppare in futuro*." **Prof.ssa Renata Borgnino, Istituto Comprensivo di Carignano**

"*Accompagnare gli studenti nel progetto CoRe è stata un'esperienza educativa di straordinario valore, ben oltre la didattica tradizionale in classe. Il programma ha permesso agli studenti di passare dall'essere ascoltatori passivi a diventare partecipanti attivi. Ciò che mi ha reso più orgoglioso come insegnante è stato assistere all'evoluzione del loro approccio, che ha rivelato un livello di maturità e consapevolezza che spesso sottovalutiamo nelle giovani generazioni*." **Prof. Nicola Pastore, Highlands Institute**

9.3 Impatto sulle famiglie

Uno degli esiti più distintivi del pilota è stato il suo impatto sulle famiglie.

L'aumento delle conoscenze registrato tra i genitori dimostra che le attività di educazione dei consumatori possono generare benefici che vanno oltre i partecipanti diretti.

Interviste familiari, discussioni e compiti a casa hanno creato occasioni di dialogo e trasferimento di conoscenze tra generazioni.

Questo risultato evidenzia il potenziale delle scuole come catalizzatori di una più ampia consapevolezza comunitaria.

9.4 Contributo alle priorità europee

Gli esiti del pilota contribuiscono direttamente a diverse priorità individuate nell'ambito della politica europea dei consumatori.

L'intervento ha rafforzato l'empowerment dei consumatori migliorando la capacità dei partecipanti di accedere alle informazioni, comprendere i diritti, riconoscere i rischi e compiere scelte informate.

Il percorso educativo ha inoltre sostenuto obiettivi più ampi relativi a:

- alfabetizzazione digitale;
- cittadinanza attiva;
- consumo sostenibile;
- resilienza dei consumatori;
- partecipazione giovanile.

Affrontando sfide emergenti quali acquisti online, influencer marketing, dark pattern e protezione dei dati, il progetto ha contribuito a preparare i giovani alla partecipazione in ambienti di consumo sempre più digitali.

9.5 Contributo al consumo sostenibile

L'educazione dei consumatori è stata costantemente collegata alla sostenibilità lungo tutto il percorso educativo.

Gli studenti sono stati incoraggiati a riflettere su:

- acquisti responsabili;
- durabilità dei prodotti;
- riparazione e riuso;
- riduzione dei rifiuti;
- impatti ambientali del consumo.

Le raccomandazioni incluse nel Manifesto dei giovani consumatori dimostrano che i partecipanti hanno sviluppato una forte consapevolezza della relazione tra comportamento di consumo e sviluppo sostenibile.

Questo risultato conferma che l'educazione dei consumatori può contribuire simultaneamente agli obiettivi di tutela dei consumatori e di sostenibilità.

10. Lezioni apprese

10.1 Fattori chiave di successo

L'attuazione del pilota scolastico CoRe ha generato una serie di indicazioni preziose sulla progettazione e realizzazione di iniziative di educazione dei consumatori nelle scuole.

I risultati della valutazione indicano che diversi fattori hanno contribuito in modo significativo al successo dell'intervento.

Metodologie di apprendimento attivo

Uno dei principali fattori di successo è stata l'adozione di approcci educativi partecipativi e centrati sul discente.

Gli studenti hanno risposto positivamente a metodologie che incoraggiavano discussione, collaborazione e applicazione pratica delle conoscenze. Attività quali casi studio, role-playing, lavoro di gruppo e compiti di co-creazione si sono dimostrate particolarmente efficaci nello stimolare il coinvolgimento e facilitare l'apprendimento.

I risultati suggeriscono che l'educazione dei consumatori è più efficace quando i discenti sono coinvolti attivamente nell'analisi di situazioni di vita reale e nell'applicazione dei concetti alle esperienze quotidiane.

Rilevanza dei temi

I temi affrontati durante il percorso educativo si sono rivelati molto rilevanti per la vita degli studenti.

Argomenti quali acquisti online, influencer sui social media, greenwashing, truffe, pubblicità ingannevole e tutela del consumatore digitale hanno generato forte interesse e partecipazione.

Questo dato dimostra che l'educazione dei consumatori può diventare un potente strumento educativo quando affronta sfide che i giovani incontrano nelle loro interazioni quotidiane con i mercati e gli ambienti digitali.

Partecipazione e ownership degli studenti

Le attività di co-creazione sviluppate nell'ambito del progetto hanno contribuito in modo significativo alla motivazione degli studenti.

L'opportunità di partecipare al concorso di slogan, contribuire al Manifesto dei giovani consumatori e sviluppare materiali di comunicazione ha incoraggiato gli studenti ad assumere un ruolo attivo nel processo di apprendimento.

Piuttosto che limitarsi ad acquisire informazioni, i partecipanti sono diventati contributori attivi agli output progettuali e alle attività di disseminazione.

Coinvolgimento delle famiglie

La dimensione intergenerazionale è emersa come un ulteriore importante fattore di successo.

Le interviste e discussioni familiari hanno contribuito a estendere l'apprendimento oltre la classe e a generare aumenti misurabili di consapevolezza tra i genitori.

Questo dato mette in evidenza il potenziale delle scuole come moltiplicatori dell'educazione dei consumatori nelle comunità più ampie.

10.2 Criticità incontrate

Sebbene l'esperienza complessiva sia stata molto positiva, durante l'attuazione sono emerse alcune criticità.

Vincoli di tempo

La criticità più frequentemente segnalata ha riguardato la limitata disponibilità di tempo all'interno dei calendari scolastici.

Gli insegnanti hanno spesso incontrato difficoltà nel bilanciare le attività progettuali con gli impegni curricolari esistenti e nel dedicare tempo sufficiente all'approfondimento di alcuni temi.

Questo dato suggerisce che future iniziative dovrebbero prevedere maggiore flessibilità nei tempi di attuazione e una più forte integrazione nei programmi educativi esistenti.

Adattamento ai diversi contesti educativi

La diversità delle scuole partecipanti ha evidenziato l'importanza di adattare i materiali a diverse fasce d'età, percorsi educativi e bisogni di apprendimento.

Gli insegnanti hanno sottolineato la necessità di flessibilità nel linguaggio, negli esempi e nelle attività, al fine di garantire accessibilità e rilevanza nei diversi contesti.

Integrazione curricolare

Alcuni insegnanti hanno segnalato difficoltà nell'individuare collegamenti appropriati tra i temi dell'educazione dei consumatori e le proprie discipline.

Future iniziative potrebbero beneficiare di ulteriori indicazioni ed esempi che mostrino come l'educazione dei consumatori possa essere integrata tra diverse materie e aree di apprendimento.

10.3 Lezioni complessive

L'esperienza conferma che l'educazione dei consumatori è praticabile ed efficace nei contesti scolastici.

I risultati dimostrano che:

- gli studenti sono molto ricettivi rispetto ai temi dell'educazione dei consumatori;
- le metodologie attive aumentano il coinvolgimento e gli esiti di apprendimento;
- il coinvolgimento delle famiglie rafforza l'impatto;
- le attività di co-creazione rafforzano motivazione e senso di appartenenza;
- l'educazione dei consumatori può contribuire a più ampi obiettivi di cittadinanza e alfabetizzazione digitale.

Queste lezioni offrono indicazioni utili per future iniziative di educazione dei consumatori, sia a livello nazionale sia europeo.

11. Replicabilità e sostenibilità

11.1 Replicabilità del modello educativo

Uno dei punti di forza del pilota scolastico CoRe risiede nella replicabilità del suo modello educativo.

Il Consumer Education Kit è stato progettato come una risorsa flessibile e adattabile, capace di essere attuata in diversi contesti educativi.

La struttura modulare del percorso educativo consente alle scuole di selezionare le attività in base alle proprie esigenze, mantenendo coerenza con gli obiettivi complessivi dell'educazione dei consumatori.

I temi affrontati sono rilevanti in tutti i Paesi europei perché si riferiscono a sfide comuni dei consumatori associate a:

- digitalizzazione;
- e-commerce;
- tutela dei consumatori;
- sostenibilità;
- consumo responsabile.

Il quadro europeo incorporato nel Kit ne consente l'utilizzo in altri contesti educativi in Europa, assicurando la replicabilità dello strumento e la sua sostenibilità nel lungo periodo.

Di conseguenza, il modello educativo sviluppato attraverso CoRe presenta un forte potenziale di trasferibilità e adattamento oltre il contesto italiano.

11.2 Sostenibilità dei risultati

Il progetto ha generato diversi output che possono continuare a produrre benefici oltre la durata del pilota.

Tra questi rientrano:

- il Consumer Education Kit;
- materiali e risorse educative;
- il Manifesto dei giovani consumatori;
- materiali di disseminazione;
- le reti attivate tra le scuole partecipanti.

Gli insegnanti che hanno partecipato al pilota hanno acquisito conoscenze, competenze e risorse che potranno continuare a supportare attività di educazione dei consumatori negli anni futuri.

Analogamente, i materiali educativi sviluppati dal progetto potranno essere riutilizzati, adattati e aggiornati per rispondere all'evoluzione delle sfide del consumo.

11.3 Opportunità di ampliamento

L'esperienza dimostra significative opportunità di ampliamento dell'iniziativa.

I possibili sviluppi futuri includono:

- integrazione dell'educazione dei consumatori nei programmi di educazione civica;
- più ampia disseminazione attraverso le organizzazioni dei consumatori;
- adattamento a contesti di educazione non formale;
- attuazione in ulteriori scuole e regioni;
- trasferimento ad altri Paesi europei attraverso partenariati internazionali, grazie ai numerosi riferimenti alle normative europee e alle questioni di attualità.

Lo sviluppo di una rete europea di stakeholder interessati all'educazione dei consumatori potrebbe sostenere ulteriormente la disseminazione e l'adattamento delle metodologie e degli output del progetto.

12. Conclusioni e raccomandazioni

12.1 Conclusioni

Il pilota scolastico CoRe ha dimostrato con successo il valore dell'educazione dei consumatori come strumento per rafforzare l'empowerment dei consumatori, la cittadinanza attiva e la partecipazione responsabile nei mercati contemporanei.

L'intervento ha raggiunto un numero significativo di studenti, insegnanti e famiglie e ha generato miglioramenti misurabili in termini di conoscenze, consapevolezza e fiducia in tutti i gruppi target.

Il percorso educativo si è dimostrato particolarmente efficace perché ha combinato:

- contenuti educativi di qualità;
- metodologie di apprendimento attivo;
- apprendimento intergenerazionale;
- partecipazione giovanile;
- attività di co-creazione.

I risultati indicano che l'educazione dei consumatori può contribuire non solo agli obiettivi di tutela dei consumatori, ma anche a finalità più ampie legate all'educazione alla cittadinanza, all'alfabetizzazione digitale e alla sostenibilità.

Lo sviluppo del Manifesto dei giovani consumatori ha inoltre dimostrato la capacità dei giovani di confrontarsi criticamente con i temi del consumo e formulare proposte costruttive per il futuro.

Nel complesso, il progetto fornisce solide evidenze del ruolo centrale che le scuole possono svolgere nello sviluppo di consumatori informati, responsabili ed empowered.

12.2 Raccomandazioni per le scuole

Sulla base dell'esperienza del pilota, le scuole dovrebbero:

- integrare in modo più sistematico l'educazione dei consumatori nei programmi educativi;
- adottare metodologie di apprendimento attive e partecipative;
- incoraggiare approcci interdisciplinari;
- rafforzare i collegamenti tra apprendimento in aula ed esperienze reali di consumo;
- promuovere la partecipazione degli studenti e le attività di co-creazione.

12.3 Raccomandazioni per le organizzazioni dei consumatori

Le organizzazioni dei consumatori possono svolgere un ruolo importante nel supportare le scuole attraverso:

- risorse educative;

- formazione degli insegnanti;
- attività di sensibilizzazione;
- iniziative di disseminazione;
- opportunità di partecipazione giovanile.

Una collaborazione più stretta tra scuole e organizzazioni dei consumatori può contribuire in modo significativo alla sostenibilità e all'ampliamento delle iniziative di educazione dei consumatori.

12.4 Raccomandazioni per i decisori politici

I decisori politici dovrebbero riconoscere l'educazione dei consumatori come una componente strategica delle politiche di educazione alla cittadinanza e di apprendimento permanente.

Azioni specifiche potrebbero includere:

- sostenere l'integrazione dell'educazione dei consumatori nei curricula nazionali;
- promuovere opportunità di formazione per gli insegnanti;
- incoraggiare partenariati tra scuole e organizzazioni dei consumatori;
- sostenere lo sviluppo di risorse educative;
- favorire lo scambio di buone pratiche.

12.5 Raccomandazioni per la Commissione europea

I risultati del pilota CoRe suggeriscono diverse opportunità per rafforzare l'educazione dei consumatori in Europa.

La Commissione europea potrebbe:

- continuare a sostenere iniziative di educazione dei consumatori attraverso programmi di finanziamento dedicati;
- facilitare lo scambio di risorse educative tra gli Stati membri;
- promuovere lo sviluppo di quadri educativi comuni;
- incoraggiare la partecipazione dei giovani al dibattito sulle politiche dei consumatori;
- sostenere attività di ricerca e valutazione finalizzate a rafforzare la base di evidenze sull'educazione dei consumatori.

Particolare attenzione dovrebbe essere dedicata alle sfide emergenti legate ai mercati digitali, all'intelligenza artificiale, alle piattaforme online e alle transizioni verso la sostenibilità.

12.6 Considerazioni finali

I mercati del consumo stanno diventando sempre più complessi e interconnessi.

In questo contesto, l'educazione dei consumatori non è più un tema educativo complementare, ma una competenza essenziale per la cittadinanza attiva.

Il progetto CoRe ha dimostrato che i giovani sono disponibili e capaci di confrontarsi criticamente con i temi del consumo quando vengono offerte loro opportunità di apprendimento adeguate e ambienti partecipativi.

Combinando educazione, empowerment e partecipazione, il progetto ha contribuito allo sviluppo di una nuova generazione di consumatori più preparati a orientarsi nei mercati contemporanei, esercitare i propri diritti e contribuire a un'economia più trasparente, equa e sostenibile.

L'esperienza conferma che investire nell'educazione dei consumatori significa investire nella resilienza di lungo periodo dei consumatori, delle comunità e delle società democratiche.

ALLEGATI

Allegato 1 – Scuole partecipanti - Dati dettagliati sulle scuole partecipanti.

REGIONE	CITTÀ	SCUOLA
Lombardia	Milano	Centro di formazione professionale CIOFS-FP
Emilia-Romagna	Bologna	Istituto Comprensivo Monte San Pietro
Puglia	Taranto	IISS Archimede di Taranto
Puglia	Foggia	Liceo scientifico G. Marconi
Lazio	Roma	Highlands Institute - Liceo
Sicilia	Catania	IS CARLO GEMMELLARO
Sicilia	Catania	Istituto Tecnico Archimede
	Catania	ITIS Cannizzaro
Piemonte	Carignano (TO)	Istituto Comprensivo di Carignano
Campania	Napoli	Istituto Enrico Caruso
	Napoli	Liceo Artistico U. Boccioni
Campania	Salerno	Liceo Alfano I
Campania	Napoli	Istituto Superiore Gentileschi
Campania	Giugliano in Campania	I.C. BASILE-DE FILIPPO
Campania	Arzano	Giordano Bruno di Arzano
Campania	Casoria	IS Andrea Torrente

Allegato 2 – Questionari di valutazione (Questionari pre e post intervento somministrati a insegnanti, studenti e genitori)

Primo questionario insegnanti_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentile Insegnante,

le chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Si tratta del **primo di due questionari** che le chiederemo gentilmente di compilare a inizio e a fine percorso e che ci aiuteranno a valutare l'efficacia del nostro intervento formativo e della partecipazione al percorso proposto.
Il vostro contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5–8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte.**
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).

CONSUMER (RE)GENERATION

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana *

1 2 3 4 5

2. Conosco i riferimenti normativi (le leggi, le direttive, ecc.) a tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

3. Conosco i principali diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio *

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti a disposizione per la tutela dei diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

COMPETENZE E COMPORTAMENTI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

7. Sono in grado di riconoscere un prodotto originale e sicuro *

1 2 3 4 5

8. Sono in grado di far valere il diritto di recesso *

1 2 3 4 5

9. Sono in grado di far valere la garanzia legale *

1 2 3 4 5

10. Sono in grado di riconoscere una pratica commerciale scorretta *

1 2 3 4 5

11. Sono in grado di attivarmi se mi rendo conto di aver subito una pratica commerciale scorretta *

1 2 3 4 5

12. Sono in grado di riconoscere le potenziali insidie che si nascondono nei mercati digitali *

1 2 3 4 5

ATTESE E PERCEZIONI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

13. Mi sento in grado di compiere scelte responsabili e consapevoli e di svolgere un ruolo attivo nel Mercato *

1 2 3 4 5

14. Mi sento in grado di integrare i temi dell'educazione sui diritti dei consumatori nelle discipline che insegno. *

1 2 3 4 5

15. Mi avvalgo di metodologie attive (es. problem solving, role play, debate, project work) per condurre la formazione in aula e per affrontare gli aspetti teorici*

1 2 3 4 5

16. Mi sento motivato/a ad inserire stabilmente queste tematiche nella mia programmazione *

1 2 3 4 5

VALUTAZIONE CONCLUSIVA

---

17. Quali difficoltà prevedi nel trattare questi temi con gli studenti? *

_____
_____
_____
_____
_

Secondo questionario insegnanti_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentile Insegnante,

le chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Le domande alle quali le chiediamo di rispondere **sono le stesse dell'entry test e le sue risposte ci aiuteranno a valutare** l'efficacia del percorso formativo al quale ha partecipato.
Il vostro contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5–8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte**.
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).





Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana *

1 2 3 4 5

2. Conosco i riferimenti normativi (le leggi, le direttive, ecc.) a tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

3. Conosco i principali diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio *

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti a disposizione per la tutela dei diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

COMPETENZE E COMPORTAMENTI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

7. Sono in grado di riconoscere un prodotto originale e sicuro *

1 2 3 4 5

8. Sono in grado di far valere il diritto di recesso *

1 2 3 4 5

9. Sono in grado di far valere la garanzia legale *

1 2 3 4 5

10. Sono in grado di riconoscere una pratica commerciale scorretta *

1 2 3 4 5

11. Sono in grado di attivarmi se mi rendo conto di aver subito una pratica commerciale scorretta *

1 2 3 4 5

12. Sono in grado di riconoscere le potenziali insidie che si nascondono nei mercati digitali *

1 2 3 4 5

ATTESE E PERCEZIONI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

13. Mi sento in grado di compiere scelte responsabili e consapevoli e di svolgere un ruolo attivo nel Mercato *

1 2 3 4 5

14. Mi sento in grado di integrare i temi dell'educazione sui diritti dei consumatori nelle discipline che insegno. *

1 2 3 4 5

15. Mi avvalgo di metodologie attive (es. problem solving, role play, debate, project work) per condurre la formazione in aula e per affrontare gli aspetti teorici*

1 2 3 4 5

16. Mi sento motivato/a ad inserire stabilmente queste tematiche nella mia programmazione *

1 2 3 4 5

VALUTAZIONE CONCLUSIVA

---

17. Quali difficoltà ha incontrato nel trattare questi temi con gli studenti? *

_____
_____
_____
_____

18. A suo parere, rispetto ai contenuti proposti, gli studenti si sono mostrati*
(Esprimere una valutazione da 1 (per nulla interessati) a 5 (molto interessati)
1 2 3 4 5

19. Secondo Lei, quale modulo è piaciuto maggiormente ai ragazzi? *
È possibile indicare più risposte

- Modulo 1 - Consumatori, diritti e doveri
- Modulo 2 - Acquistare in sicurezza
- Modulo 3 - Pratiche commerciali scorrette
- Modulo 4 - Tutela del consumatore
- Modulo 5 - E ora tocca a noi!

20. Quanto è soddisfatto complessivamente dell'esperienza svolta con il progetto CoRe?*

(Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo)

1 2 3 4 5

Primo questionario studenti_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentile Studente,

ti chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Si tratta del **primo di due questionari** che ti chiederemo gentilmente di compilare a inizio e a fine percorso e che ci aiuteranno a valutare l'efficacia del nostro intervento formativo e della partecipazione al percorso proposto.
Il tuo contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5–8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte.**
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).

CONSUMER (RE)GENERATION

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. So cosa vuol dire essere un consumatore nella vita di tutti i giorni*

1 2 3 4 5

2. Conosco le leggi e le regole che servono a proteggere i consumatori*

1 2 3 4 5

3. Conosco quali sono i principali diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

4. Conosco i possibili rischi o pericoli quando si acquista un prodotto o un servizio*

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti che esistono per aiutare i consumatori a difendere i propri diritti*

1 2 3 4 5

6. Conosco quali sono le istituzioni e gli enti che si occupano della tutela dei consumatori*

1 2 3 4 5

COMPETENZE E COMPORTAMENTI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

7. Sono capace di riconoscere se un prodotto è originale e sicuro*

1 2 3 4 5

8. So come comportarmi se voglio restituire qualcosa che ho comprato online*

1 2 3 4 5

9. So cosa fare se un prodotto che ho comprato ha un difetto*

1 2 3 4 5

10. Riesco a capire quando una pubblicità o un modo di vendere qualcosa è scorretto, ingannevole o troppo aggressivo*

1 2 3 4 5

11. So a chi rivolgermi se ho problemi con un acquisto*

1 2 3 4 5

12. Riesco a riconoscere i pericoli nascosti quando uso siti, app, giochi o faccio acquisti online*

1 2 3 4 5

ATTESE E PERCEZIONI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

13. Penso di essere un consumatore attento quando faccio degli acquisti*

1 2 3 4 5

14. Penso che sarei in grado di spiegare ai miei amici quali sono i diritti dei consumatori. *

1 2 3 4 5

15. Penso che sarei in grado di spiegare ai miei familiari quali sono i diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

16. Mi sento capace di lavorare in gruppo per creare materiale che spieghi quanto sia importante conoscere i diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

Secondo questionario studenti_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentile Studente,

ti chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Le domande alle quali ti chiediamo di rispondere sono le stesse dell'entry test e le tue risposte ci aiuteranno a valutare l'efficacia del percorso formativo al quale hai partecipato. Il tuo contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5–8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte.**
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. So cosa vuol dire essere un consumatore nella vita di tutti i giorni*

1 2 3 4 5

2. Conosco le leggi e le regole che servono a proteggere i consumatori*

1 2 3 4 5

3. Conosco quali sono i principali diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

4. Conosco i possibili rischi o pericoli quando si acquista un prodotto o un servizio*

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti che esistono per aiutare i consumatori a difendere i propri diritti*

1 2 3 4 5

6. Conosco quali sono le istituzioni e gli enti che si occupano della tutela dei consumatori*

1 2 3 4 5

COMPETENZE E COMPORTAMENTI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

7. Sono capace di riconoscere se un prodotto è originale e sicuro*

1 2 3 4 5

8. So come comportarmi se voglio restituire qualcosa che ho comprato online*

1 2 3 4 5

9. So cosa fare se un prodotto che ho comprato ha un difetto*

1 2 3 4 5

10. Riesco a capire quando una pubblicità o un modo di vendere qualcosa è scorretto, ingannevole o troppo aggressivo*

1 2 3 4 5

11. So a chi rivolgermi se ho problemi con un acquisto*

1 2 3 4 5

12. Riesco a riconoscere i pericoli nascosti quando uso siti, app, giochi o faccio acquisti online*

1 2 3 4 5

ATTESE E PERCEZIONI

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

13. Penso di essere un consumatore attento quando faccio degli acquisti*

1 2 3 4 5

14. Penso che sarei in grado di spiegare ai miei amici quali sono i diritti dei consumatori. *

1 2 3 4 5

15. Penso che sarei in grado di spiegare ai miei familiari quali sono i diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

16. Mi sento capace di lavorare in gruppo per creare materiale che spieghi quanto sia importante conoscere i diritti dei consumatori*

1 2 3 4 5

VALUTAZIONE CONCLUSIVA

---

17. Esprimi una valutazione complessiva di gradimento del progetto Consumer Regeneration*

1 2 3 4 5

18. Note e commenti liberi

_____

_____

_____

Primo questionario famiglie_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentili Famiglie,

vi chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Si tratta del **primo di due questionari** che vi chiederemo gentilmente di compilare a inizio e a fine percorso e che ci aiuteranno a valutare l'efficacia del nostro intervento formativo e della partecipazione al percorso proposto.
Il vostro contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5–8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte.**
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana *

1 2 3 4 5

2. Conosco i riferimenti normativi (le leggi, le direttive, ecc.) a tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

3. Conosco i principali diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio *

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti a disposizione per la tutela dei diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

7. Conosco le caratteristiche che mi permettono di riconoscere un prodotto originale e sicuro*

1 2 3 4 5

8. Conosco le norme e le condizioni che regolano il diritto di recesso negli acquisti*

1 2 3 4 5

9. Conosco le regole e il funzionamento della garanzia legale sui prodotti e servizi acquistati*

1 2 3 4 5

10. Conosco cosa si intende per pratica commerciale scorretta*

1 2 3 4 5

11. Conosco le procedure da seguire in caso di pratica commerciale scorretta*

1 2 3 4 5

12. Conosco le principali insidie e i rischi presenti nei mercati digitali*

1 2 3 4 5

Secondo questionario famiglie_Consumer (Re)generation – CoRe

Gentili Famiglie,

vi chiediamo di compilare il seguente **questionario di autovalutazione** relativo alla conoscenza dei diritti dei consumatori, responsabilità e strumenti di tutela.
Le domande alle quali vi chiediamo di rispondere sono le stesse dell'entry test e le vostre risposte ci aiuteranno a valutare l'efficacia del percorso formativo nel quale sono stati coinvolti i ragazzi**.** Il vostro contributo è prezioso per consentirci di migliorare le nostre future attività.
Il tempo di compilazione stimato è di 5**–**8 minuti. Le risposte sono **anonime** e utilizzate esclusivamente in maniera aggregata a fini di analisi e valutazione nell'ambito del progetto**.**
I dati raccolti saranno trattati in forma anonima e aggregata, in conformità con il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR - UE 2016/679). **Nessuna informazione personale è associata alle risposte.**
Il questionario è realizzato nell'ambito del progetto europeo **CoRe – Consumer (Re)generation**, che mira a promuovere una maggiore consapevolezza e conoscenza dei diritti dei consumatori tra i giovani, in particolare in ambito scolastico.

CoRe è un progetto di Cittadinanzattiva APS realizzato in partnership con le associazioni di consumatori EEKE (Grecia) ed InfoCons (Romania).

Cofinanziato dall'Unione europea

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono tuttavia esclusivamente all'autore o agli autori e non riflettono necessariamente quelle dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva del Consiglio europeo per l'innovazione e delle PMI (EISMEA). Né l'Unione europea né l'autorità concedente possono essere ritenute responsabili.

CONOSCENZE DI BASE

Esprimere una valutazione da 1 (per nulla) a 5 (moltissimo) rispetto alle seguenti affermazioni:

1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana *

1 2 3 4 5

2. Conosco i riferimenti normativi (le leggi, le direttive, ecc.) a tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

3. Conosco i principali diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio *

1 2 3 4 5

5. Conosco gli strumenti a disposizione per la tutela dei diritti dei consumatori *

1 2 3 4 5

6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori *

1 2 3 4 5

7. Conosco le caratteristiche che mi permettono di riconoscere un prodotto originale e sicuro*

1 2 3 4 5

8. Conosco le norme e le condizioni che regolano il diritto di recesso negli acquisti*

1 2 3 4 5

9. Conosco le regole e il funzionamento della garanzia legale sui prodotti e servizi acquistati*

1 2 3 4 5

10. Conosco cosa si intende per pratica commerciale scorretta*

1 2 3 4 5

11. Conosco le procedure da seguire in caso di pratica commerciale scorretta*

1 2 3 4 5

12. Conosco le principali insidie e i rischi presenti nei mercati digitali*

1 2 3 4 5

Allegato 3 – Statistiche dei questionari

Insegnanti

I questionari pre e post intervento sono stati compilati da 36 insegnanti.

Domanda	Valori medi su una scala da 1 a 5		Var.
	Questionario pre	Questionario post	
1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana	3,86	4,67	+20,9%
2. Conosco il quadro giuridico e regolatorio (leggi, direttive, ecc.) a tutela dei consumatori	2,56	4,33	+69,6%
3. Conosco i principali diritti dei consumatori	3,03	4,53	+49,5%
4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio	3,14	4,50	+43,3%
5. Conosco gli strumenti disponibili per tutelare i diritti dei consumatori	2,97	4,47	+50,5%
6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori	2,81	4,50	+60,1%
7. Sono in grado di riconoscere un prodotto originale e sicuro	3,28	4,31	+31,4%
8. Sono in grado di esercitare il diritto di recesso	3,28	4,50	+37,2%
9. Sono in grado di far valere la garanzia legale	3,0	4,56	+52%
10. Sono in grado di riconoscere una pratica commerciale scorretta	3,0	4,31	+43,7%
11. Sono in grado di attivarmi se mi rendo conto di aver subito una pratica commerciale scorretta	3,14	4,39	+49,4%
12. Sono in grado di riconoscere le potenziali insidie nascoste nei mercati digitali	2,94	4,36	+48,3%
13. Mi sento in grado di compiere scelte responsabili e informate e di svolgere un ruolo attivo nel mercato	3,31	4,64	+40,2%
14. Mi sento in grado di integrare i temi dell'educazione ai diritti dei consumatori nelle discipline che insegno	3,06	4,31	+40,8%
15. Utilizzo metodologie attive (es. problem solving, role play, debate, project work) per condurre la formazione in aula e affrontare gli aspetti teorici	3,58	4,44	+24%

16. Mi sento motivato/a a includere stabilmente questi temi nella mia programmazione	3,64	4,31	+18,4%
Media complessiva	**3,16**	**4,44**	**+40,5%**

Analisi qualitativa delle difficoltà previste e incontrate nell'affrontare questi temi con gli studenti, sulla base della domanda 17 del questionario pre ("Quali difficoltà prevede nel trattare questi temi con gli studenti?") e della domanda 17 del questionario post ("Quali difficoltà ha incontrato nel trattare questi temi con gli studenti?").

Macro-categoria	Difficoltà previste n. (%)	Difficoltà incontrate n. (%)	Differenza n.
Vincoli di tempo e organizzativi	3 (8,3%)	11 (30,6%)	+8
Coinvolgimento, interesse e attenzione degli studenti	12 (33,3%)	4 (11,1%)	-8
Livello di partenza, età e maturità degli studenti	5 (13,9%)	8 (22,2%)	+3
Complessità dei contenuti e del linguaggio	6 (16,7%)	0 (0,0%)	-6
Preparazione/formazione degli insegnanti	4 (11,1%)	0 (0,0%)	-4
Adattamento didattico e collegamento con l'area disciplinare	2 (5,6%)	8 (22,2%)	+6
Influenze esterne e fattori culturali/sociali	3 (8,3%)	1 (2,8%)	-2
Nessuna difficoltà significativa	1 (2,8%)	4 (11,1%)	+3

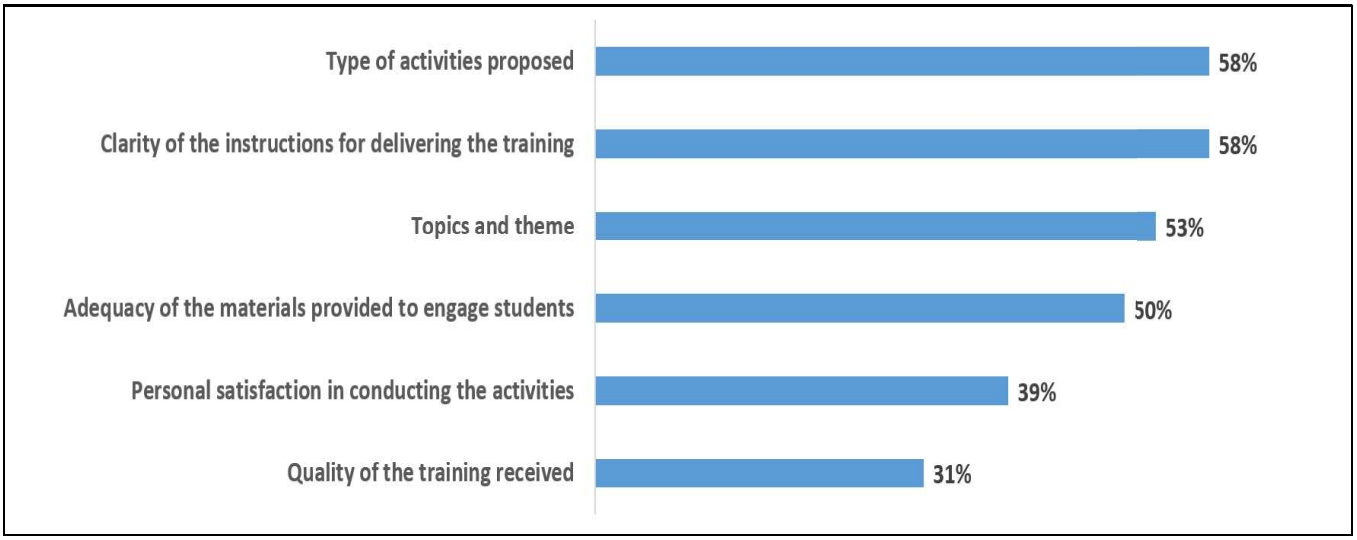
L'analisi evidenzia uno scarto significativo tra le difficoltà immaginate dagli insegnanti prima dell'avvio del progetto e quelle effettivamente sperimentate nella pratica didattica. Nella fase iniziale, la preoccupazione più ricorrente riguardava il coinvolgimento degli studenti. Gli insegnanti temevano soprattutto scarso interesse, partecipazione limitata, difficoltà nel mantenere l'attenzione e nel trasmettere l'importanza del tema. Accanto a ciò, emergevano anche preoccupazioni relative alla complessità dei contenuti e del linguaggio e, in misura minore, al livello di partenza degli studenti e alla preparazione degli insegnanti stessi.

Alla fine del processo, invece, la criticità più significativa si è rivelata quella dei vincoli di tempo e organizzativi, salita al 30,6% delle risposte. Gli insegnanti hanno segnalato in particolare calendari serrati, difficoltà nell'inserire i temi nel curricolo e limitate opportunità di approfondimento. Sono diventati più visibili anche il livello di partenza degli studenti e la necessità di adattamento didattico e collegamento con l'area disciplinare, evidenziando l'importanza di semplificare i contenuti, adattare linguaggio ed esempi e rendere i materiali coerenti con età, esperienza e contesto della classe. Al contrario, i riferimenti al coinvolgimento degli studenti sono diminuiti nettamente. Ciò suggerisce che il timore iniziale di una mancanza di interesse fosse superiore alla difficoltà effettivamente osservata durante il progetto. Anche i riferimenti alla complessità teorica dei contenuti e alla preparazione degli insegnanti sono diminuiti e non

sono più emersi come criticità autonome nel feedback finale. Un altro elemento rilevante è l'aumento delle risposte riconducibili alla categoria "nessuna difficoltà significativa", a indicare che per alcuni insegnanti l'esperienza si è rivelata complessivamente più gestibile del previsto.

La sfida principale non sembra quindi essere stata l'accettazione dei temi da parte degli studenti, quanto piuttosto la possibilità di integrarli efficacemente nei tempi della scuola, calibrarli sul livello della classe e tradurli in formati didattici accessibili e concreti.





Su una scala da 1 a 5, la soddisfazione complessiva degli insegnanti rispetto all'esperienza realizzata attraverso il progetto CoRe ha raggiunto un punteggio medio di 4,61.

Studenti

I questionari pre e post intervento sono stati compilati da 667 studenti.

Domanda	Valori medi su una scala da 1 a 5		Var.
	Questionario pre	Questionario post	
1. So cosa significa essere un consumatore nella vita quotidiana	3,33	4,27	+28,2%
2. Conosco le leggi e le regole che tutelano i consumatori	2,34	4,23	+80,8%
3. Conosco i principali diritti dei consumatori	2,51	4,31	+71,7%
4. Conosco i possibili rischi o pericoli quando si acquista un prodotto o un servizio	3,46	4,36	+26,0%
5. Conosco gli strumenti disponibili per aiutare i consumatori a difendere i propri diritti	2,35	4,23	+80,0%
6. Conosco le istituzioni e gli enti responsabili della tutela dei consumatori	2,08	4,25	+104,3%
7. So riconoscere se un prodotto è originale e sicuro	3,45	4,32	+25,2%
8. So cosa fare se voglio restituire qualcosa che ho comprato online	3,63	4,29	+18,2%
9. So cosa fare se un prodotto che ho acquistato ha un difetto	3,72	4,33	+16,4%
10. So capire quando una pubblicità o un modo di vendere qualcosa è scorretto, ingannevole o troppo aggressivo	3,66	4,32	+18,0%
11. So a chi rivolgermi se ho problemi con un acquisto	3,49	4,34	+24,4%
12. So riconoscere i pericoli nascosti quando uso siti web, app, giochi o faccio acquisti online	3,60	4,30	+19,4%
13. Penso di essere un consumatore attento quando faccio acquisti	3,41	4,29	+25,8%
14. Penso che sarei in grado di spiegare i diritti dei consumatori ai miei amici	2,15	4,17	+94,0%
15. Penso che sarei in grado di spiegare i diritti dei consumatori ai miei familiari	2,25	4,14	+84,0%
16. Mi sento capace di lavorare in gruppo per creare materiali che spieghino quanto sia importante conoscere i diritti dei consumatori	3,00	4,24	+41,3%
Media complessiva	**3,03**	**4,28**	**+41,3%**

Su una scala da 1 a 5, la soddisfazione complessiva degli studenti rispetto all'esperienza realizzata attraverso il progetto CoRe ha raggiunto un punteggio medio di 4,45.

Genitori

I questionari pre e post intervento sono stati compilati da 583 genitori.

Domanda	Valori medi su una scala da 1 a 5		Var.
	Questionario pre	Questionario post	
1. Sono consapevole del mio ruolo e delle mie responsabilità di consumatore nella vita quotidiana	3,46	3,79	+9,5%
2. Conosco il quadro giuridico e regolatorio (leggi, direttive, ecc.) a tutela dei consumatori	2,70	4,0	+48,1%
3. Conosco i principali diritti dei consumatori	2,87	4,03	+40,4%
4. Conosco le principali insidie a cui può andare incontro un consumatore quando acquista un prodotto/servizio	3,04	3,78	+24,3%
5. Conosco gli strumenti disponibili per tutelare i diritti dei consumatori	2,72	4,02	+47,8%
6. Conosco i principali soggetti istituzionali coinvolti nella tutela dei consumatori	2,62	3,96	+51,1%
7. Sono in grado di riconoscere un prodotto originale e sicuro	3,14	3,83	+22,0%
8. Sono in grado di esercitare il diritto di recesso	2,96	3,77	+27,4%
9. Conosco le regole e il funzionamento della garanzia legale per prodotti e servizi acquistati	2,99	3,78	+26,4%
10. Conosco cosa si intende per pratica commerciale scorretta	3,03	3,71	+22,4%
11. Conosco le procedure da seguire in caso di pratica commerciale scorretta	2,71	3,98	+46,9%
12. Conosco le principali insidie e i rischi presenti nei mercati digitali	2,89	3,76	+30,1%
Media complessiva	**2,93**	**3,87**	**+32,1%**