



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO  
MONZABRIANZA  
LODI



UNIONCAMERE



# CARTA DEI SERVIZI PER LE SCUOLE E I CORSI DI LINGUE



Promosso da



In collaborazione con



Con l'adesione di



SETTEMBRE 2017

pubblicazione a cura di

Unità Organizzativa Armonizzazione del Mercato  
Camera di Commercio di Milano MonzaBrienza Lodi

# INDICE

## **4 | Prefazione**

Le funzioni di regolazione del mercato della Camera di Commercio

La carta dei servizi

## **6 | Le scuole di lingue**

Descrizione dei servizi offerti dalle scuole di lingue

Indicatori di qualità per le scuole di lingue

## **9 | Glossario dei termini**

# PREFAZIONE

Il mercato dei servizi alle imprese e ai consumatori, in cui la Camera di Commercio esercita il suo ruolo di promozione, presenta continuamente nuove sfide. In particolare Milano e il suo territorio, dopo Expo 2015, si trovano di fronte a un incremento di flussi turistici e commerciali che lascia ben sperare per il futuro.

In un contesto che si evolve così velocemente, diventa sempre più importante che le istituzioni, che presidiano il mercato, contribuiscano a creare un sistema di regole chiare e condivise, diretto a incrementare i livelli di qualità del servizio e a contrastare le pratiche commerciali ingannevoli o scorrette; queste, infatti, sono dannose non solo per i consumatori ma per il mercato concorrenziale visto nella sua globalità.

## LE FUNZIONI DI REGOLAZIONE DEL MERCATO DELLA CAMERA DI COMMERCIO

La Camera di Commercio svolge alcune importanti attività per la tutela e la trasparenza del mercato, a livello locale, che possono essere divise in tre funzioni: Informazione e Prevenzione; Vigilanza; Risoluzione delle controversie.

Per quanto attiene, in particolare, alla Regolazione, si può dire che la presenza di regole certe ed eque e l'utilizzo di pratiche commerciali corrette siano condizioni necessarie ad un mercato efficiente, che permetta lo sviluppo delle imprese che vi operano. È per questo che la Camera, in collaborazione con le Associazioni degli imprenditori e dei consumatori, realizza iniziative e servizi tesi a favorire condizioni di equilibrio contrattuale, in particolare tra i consumatori e le imprese, ma anche tra le imprese stesse. Inoltre, cura l'elaborazione e la promozione di contratti-tipo e promuove la predisposizione di codici di autodisciplina e carte dei servizi.

Il **tratto distintivo della Camera** rispetto alle attività anzidette, è di agire nell'interesse non solo dei **consumatori**, ma anche delle **imprese** che intendano operare sul mercato nel rispetto delle regole, supportandole nel percorso verso una maggiore trasparenza e adesione allo spirito della normativa.

## LA CARTA DEI SERVIZI

Rientra in quest'ambito di regolazione del mercato e di progresso qualitativo l'iniziativa del 2016, assunta da questa Camera e da **Federlingue**, di revisionare il codice di autodisciplina che l'associazione di categoria, la più importante nel settore dell'apprendimento delle lingue, aveva già come strumento interno. Proseguendo sullo stesso tracciato, nel 2017 si è scelto di ampliare il campo d'azione nel tentativo di coinvolgere un numero sempre più ampio di imprese, al di là del vincolo associativo. Si è intrapreso così il progetto "Carta dei Servizi per le scuole di lingue", con l'intento di illustrare l'offerta didattica degli enti di diritto privato, che operano nell'apprendimento delle lingue, e di aiutare consumatori e imprese a valutare l'adeguatezza dei servizi offerti rispetto all'ampia gamma di esigenze espresse dai potenziali studenti. Tale documento contiene:

- una serie di definizioni utili a chiarire le caratteristiche specifiche dei servizi offerti dalle scuole di lingue;
- una serie di indicatori di qualità, ovvero azioni, tecniche, strumenti, requisiti professionali che le scuole aderenti alla Carta si impegnano ad adottare, a vantaggio dell'utenza, e che gli studenti/corsisti possono rivendicare come elementi essenziali dell'offerta di servizi a loro promessa per contratto.

Il Tavolo di lavoro chiamato a redigere la Carta ha visto la partecipazione dell'associazione promotrice dell'iniziativa, ossia Federlingue, ma anche delle Associazioni di consumatori (direttamente interessate a tutelare gli interessi degli studenti e delle famiglie eventualmente coinvolte) e di tre Università milanesi, ossia lo IULM, l'Istituto di Alti Studi per mediatori linguistici SSML Carlo Bo e l'Università degli Studi di Milano che hanno contribuito a evidenziare le diverse caratteristiche dell'offerta didattica, variabili in relazione alla diversità del soggetto erogatore del servizio. Di grande spessore anche il supporto fornito da UNI, l'Ente Italiano di Normazione, organizzazione di diritto privato senza scopo di lucro che da quasi 100 anni elabora e pubblica norme tecniche volontarie in tutti i settori industriali, commerciali e del terziario.

La preparazione in campo linguistico è diventata un fattore critico in ogni settore dell'economia e della cultura, nel senso che un numero sempre più ampio di percorsi scolastici e professionali pone, come requisito da possedere, la conoscenza delle lingue straniere. L'impegno di ciascuna scuola, che intenda adottare la Carta dei Servizi, al rispetto degli indicatori di qualità in essa contenuti, rappresenta pertanto una garanzia di efficacia per tutti i consumatori e le imprese che vogliono agire da protagonisti, culturalmente consapevoli, nell'ambito di uno scenario economico sempre più aperto agli scambi con l'estero.

# LE SCUOLE DI LINGUE

Lo scopo di questa Carta dei Servizi per le scuole e i corsi di lingue è di fornire a imprese e privati indicazioni utili per poter valutare la qualità dei corsi di lingua erogati da organizzazioni private presenti sul mercato e la loro adeguatezza rispetto alle esigenze dei consumatori. Tali esigenze sono estremamente variegata e determinate da molteplici fattori quali, per esempio, l'età degli utenti, i loro obiettivi specifici, la disponibilità di tempo o altre esigenze di natura pratica. Non è pertanto possibile stabilire criteri di valutazione assoluti; vi sono tuttavia alcune caratteristiche fondamentali, di carattere generale, che costituiscono utili indicatori per individuare la qualità dei servizi offerti.

Le indicazioni fornite in questa Carta non sostituiscono eventuali codici di autoregolamentazione di cui si sono dotate alcune scuole private e/o associazioni di scuole. Inoltre esse non si applicano all'insegnamento delle lingue nel sistema scolastico, per il quale vigono regole specifiche, e nelle università, la cui offerta didattica ha caratteristiche e obiettivi diversi da quelli dei corsi di lingua privati cui si riferisce la presente Carta.

## DESCRIZIONE DEI SERVIZI OFFERTI DALLE SCUOLE DI LINGUE

I corsi delle scuole di lingue hanno le seguenti caratteristiche:

- › si svolgono in ambienti idonei all'attività didattica, dotati di materiali didattici adeguati (per es. testi, piattaforme informatiche, software, siti internet e intranet) ed in regola con la normativa in materia di prevenzione incendi e di sicurezza sull'ambiente di lavoro;
- › prevedono la sottoscrizione di contratti equi e trasparenti, privi di clausole vessatorie e intesi a rappresentare un punto d'equilibrio fra gli interessi delle scuole e quelli dei loro clienti; in regola con la legislazione sulla privacy.

Le scuole svolgono, inoltre, tramite la propria direzione didattica o tramite figure qualificate, le seguenti attività:

1. informazione accessibile a tutti in merito alla progettazione e alle modalità di erogazione dei corsi (ad es. lezioni in presenza, utilizzo di tecniche multimediali e di piattaforme informatiche, inclusi corsi "blended", autoapprendimento senza docente, conversazione);

2. selezione di docenti in possesso di diploma di laurea in materie linguistiche e/o certificati internazionali per l'insegnamento della lingua straniera (L2);
3. progettazione e attuazione del piano di formazione e di aggiornamento periodico del corpo docente;
4. analisi dei bisogni formativi e delle aspettative degli studenti e verifica del loro livello di partenza nelle quattro abilità (comprensione scritta e orale, produzione scritta e orale) mediante test di ingresso
5. programmazione dei corsi e scelta del materiale didattico;
6. assegnazione dei corsi ai docenti in base alla competenza ed esperienza del docente, tenuto conto dell'età, del livello e dei bisogni degli studenti;
7. coordinamento della segreteria didattica e calendarizzazione dei corsi;
8. monitoraggio periodico della qualità dell'insegnamento;
9. verifica periodica dei progressi degli studenti, verifica di profitto con test finale, analisi soddisfazione dei clienti e/o studenti.

## INDICATORI DI QUALITÀ PER LE SCUOLE DI LINGUE

N	DESCRIZIONE INDICATORE	SI	NO
1.	Contratto di acquisto del servizio/corso di lingue redatto in forma scritta		
2.	Rispetto del principio di riservatezza per tutte le informazioni di cui la scuola, che eroga il corso, venga a conoscenza direttamente o indirettamente e che non siano già di dominio pubblico		
3.	Indicazione chiara e inequivoca dell'entità, delle modalità e dei termini di pagamento del prezzo		
4.	Indicazione della metodologia didattica adottata, del numero di ore del corso <sup>1</sup> , del numero massimo di partecipanti  <sup>1</sup> Nel caso di corsi blended la scuola deve indicare il numero di lezioni in presenza e il numero di lezioni online o in autoapprendimento.		
5.	Indicazione del materiale didattico utilizzato nell'ambito del corso		

N	DESCRIZIONE INDICATORE	SI	NO
6.	Nomina di un referente (tutor) per gli studenti di ciascun corso, a cui rivolgersi per qualsiasi necessità		
7.	Misurazione dell'apprendimento, sulla base del livello iniziale, mediante test intermedi e finali		
8.	Monitoraggio della qualità dell'insegnamento		
9.	Adozione di un sistema di monitoraggio e misurazione della soddisfazione del cliente <sup>2</sup>		
	<sup>2</sup> Sistema conforme alla norma UNI ISO 10004 Gestione per la qualità soddisfazione del cliente – Linee Guida per il monitoraggio e la misurazione.		
10.	Rilascio di un attestato di frequenza e/o di superamento dell'esame finale <sup>3</sup>		
	<sup>3</sup> L'attestato fornisce l'indicazione della durata in ore del corso, del giudizio finale e del livello di competenza acquisito, con riferimento alle classificazioni internazionalmente riconosciute (ad es. CEFR-QCER, HSK), ove esistenti. Questo tipo di attestato non ha valore di certificazione.		



# GLOSSARIO DEI TERMINI

## ABILITÀ:

Competenza d'uso della lingua straniera. Si distinguono quattro abilità:

- › leggere (comprensione scritta)
- › scrivere (produzione scritta)
- › ascoltare (comprensione orale)
- › parlare (produzione orale)

## ATTESTATO DI FREQUENZA:

Documento che attesta la sola frequenza dello studente in termini di numero di ore frequentate in un determinato corso.

## AUTOAPPRENDIMENTO:

apprendimento fatto in autonomia dallo studente senza l'interazione con l'insegnante né in presenza né in videoconferenza.

## BISOGNO FORMATIVO:

esigenza di apprendimento dello studente.

## CALENDARIZZAZIONE (C. DEI CORSI):

pianificazione del corso con date, orari e luoghi determinati.

## CEFR-QCER COMMON EUROPEAN FRAMEWORK OF LANGUAGES:

Quadro di riferimento linguistico stabilito dal Consiglio d'Europa.

## CERTIFICAZIONE LINGUISTICA:

Documento rilasciato da un ente certificatore accreditato presso il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e che attesta le abilità linguistiche raggiunte da uno studente a seguito del superamento di un esame.

## CORSO BLENDED:

Corso di lingua composto da lezioni in presenza dell'insegnante e da lezioni online o in autoapprendimento.

## L2 LINGUA SECONDA (STRANIERA):

Lingua seconda rispetto alla lingua madre (L1).

### LEZIONE IN VIDEOCONFERENZA:

Lezione condotta dall'insegnante tramite sistema di videoconferenza o via webinar.

### LIVELLO LINGUISTICO:

Insieme delle competenze linguistiche definito con riferimento al Quadro Comune di Riferimento europeo stabilito dal Consiglio d'Europa.

(I livelli del QCER sono 6: A1 – A2 – B1 – B2 – C1 – C2, dove A1 è il livello più basso e C2 è il livello più alto di competenza linguistica).

### PIANO DI AGGIORNAMENTO (DEI DOCENTI):

Programmazione dell'aggiornamento continuo degli insegnanti.

### TEST DI INGRESSO:

Valutazione iniziale del livello di partenza, ovvero delle competenze linguistiche dello studente prima dell'avvio del corso.

### TEST FINALE:

Valutazione delle competenze linguistiche acquisite dallo studente al termine del corso.

### TUTOR:

persona individuata dalla scuola alla quale lo studente può fare riferimento durante il corso.

### VERIFICA INTERMEDIA:

Verifica periodica dei progressi dello studente.

In collaborazione con

**FEDERLINGUE**  
**ASSOCIAZIONE ITALIANA**  
**SERVIZI LINGUISTICI**  
Corso Venezia 47, 20121 Milano  
Telefono: 02 7750851  
[www.federlingue.it](http://www.federlingue.it)

**UNI - ENTE ITALIANO DI**  
**NORMAZIONE**  
Via Sannio 2, 20137 Milano  
Telefono: 02 700241  
[www.uni.com](http://www.uni.com)

**IULM -**  
**LIBERA UNIVERSITÀ DI LINGUE**  
**E COMUNICAZIONE**  
Via Carlo Bo 1, 20143 Milano  
Telefono: 02 891411  
[www.iulm.it](http://www.iulm.it)

**ISTITUTO DI ALTI STUDI SSMIL**  
**CARLO BO**  
Via Simone Martini, 23, 20143 Milano MI  
Telefono: 02 8180 8555  
[www.ssmilcarlobo.it](http://www.ssmilcarlobo.it)

**DIPARTIMENTO DI SCIENZE**  
**DELLA MEDIAZIONE**  
**LINGUISTICA E DI STUDI**  
**INTERCULTURALI**  
**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI**  
**MILANO**  
Piazza Montanelli 1, 20099 Sesto San Giovanni  
Milano  
Telefono: 02 50321610  
[www.mediazione.unimi.it/ecm/home](http://www.mediazione.unimi.it/ecm/home)

**ACU-ASSOCIAZIONE**  
**CONSUMATORI UTENTI**  
Via Padre Luigi Monti 20/c, 20162 Milano  
Telefono: 02 6428337  
[www.acu.it](http://www.acu.it)

**ADICONSUM MILANO**  
Via Tadino 23, 20124 Milano  
Telefono: 02 20525340 / 02 29521690  
[www.adiconsum-milano.it](http://www.adiconsum-milano.it)

**ALTROCONSUMO**  
via Valassina 22, 20159 Milano  
Telefono: 02 668901  
[www.altroconsumo.it](http://www.altroconsumo.it)

**ASSOUTENTI LOMBARDIA**  
Via Pinturicchio 21, 20133 Milano  
Telefono: 02.89272316  
[www.assoutenti.lombardia.it](http://www.assoutenti.lombardia.it)

**CASA DEL CONSUMATORE**  
Via Bobbio 6, 20144 Milano  
Telefono 02.76316809  
[www.casadelconsumatore.it](http://www.casadelconsumatore.it)

## CITTADINANZATTIVA LOMBARDIA

Via Rivoli 4 - 20121 Milano

Telefono: 02 70009318

[www.cittadinanzattivalombardia.com](http://www.cittadinanzattivalombardia.com)

## CODICI LOMBARDIA CENTRO PER I DIRITTI DEL CITTADINO

Via Bezzecca 3, Milano

Telefono: 02 36503438

[www.codicilombardia.org](http://www.codicilombardia.org)

## CONIACUT

Viale Monza 137, 20125 Milano

Telefono: 02 2814151

[www.coniacut.eu](http://www.coniacut.eu)

## FEDERCONSUMATORI MILANO

Via Palmanova 22, 20132 MILANO

Telefono: 02 60830081

[www.federconsumatori.lombardia.it](http://www.federconsumatori.lombardia.it)

## LEGA CONSUMATORI

Via Delle Orchidee 4/a, 20147 Milano

Telefono: 02 48303659

[www.legaconsumatori.it](http://www.legaconsumatori.it)

## MOVIMENTO DIFESA DEL CITTADINO-LOMBARDIA

Via Gerolamo Vida,7- 20127 Milano

Telefono: 02 97699315

[www.lombardia.difesadelcittadino.it](http://www.lombardia.difesadelcittadino.it)

[www.mdc.it](http://www.mdc.it)

## U.DI.CON. (UNIONE PER LA DIFESA DEI CONSUMATORI) REGIONALE LOMBARDIA

Via A. Volta 6, Varese

Telefono: 0332 1952997

[www.udicon.org](http://www.udicon.org)

## UNIONE NAZIONALE CONSUMATORI COMITATO DI MILANO

Corso Lodi, 8 - 20135 MILANO

Telefono: 02.86463134

[www.consumatorimilano.it](http://www.consumatorimilano.it)

Con l'adesione di

## A.N.I.T.I. ASSOCIAZIONE NAZIONALE ITALIANA TRADUTTORI E INTERPRETI

Viale V.Lancetti, 4 - 20158 Milano

Telefono 331.7714353

[www.aniti.it](http://www.aniti.it)



[www.milomb.camcom.it](http://www.milomb.camcom.it)