

1.

Scheda intervento

1. Numero intervento:

DATO INSERITO DALLA REGIONE

2. Titolo

(Inserire Titolo Intervento)

COMUNICAZIONE INTELLIGENTE

3. Durata

Numero mesi complessivi: **presumibilmente 12 mesi dalla data del primo atto di attuazione del Programma da parte della Regione**

Data di avvio stimata: *DATO INSERITO DALLA REGIONE (corrispondente primo atto di attuazione del programma adottato dalla Regione)*

Data di conclusione stimata: *DATO INSERITO DALLA REGIONE (presumibilmente alla data di scadenza dei 12 mesi suddetti)*

- Cronoprogramma:

Fasi di realizzazione	Modalità operative – Azioni	Strumenti
Fase 1	<ul style="list-style-type: none">- avvio dell'intervento e apertura al pubblico degli Sportelli tematici;- programmazione delle azioni;- formazione e aggiornamento del personale coinvolto nell'intervento;- attività di informazione, educazione, tutela, assistenza e consulenza in favore dei consumatori-utenti;- individuazione e contatti con soggetti interessati, esperti e destinatari delle azioni;- organizzazione degli incontri con soggetti interessati;- divulgazione materiale informativo in tema di consumerismo	<ul style="list-style-type: none">- comunicazione avvio intervento al soggetto beneficiario;- riunioni di programmazione;- telefono, computer, rete e siti internet;- normativa, testi specialistici, pubblicazioni;- raccolta dati, documentazione e materiale in tema di consumerismo;- incontri formativi e di aggiornamento;- schede tematiche, griglie, slide;- indirizzario e-mail;

Fase 2	<ul style="list-style-type: none"> - attività di informazione, educazione, tutela, assistenza e consulenza in favore dei consumatori-utenti (segnalazioni agli Sportelli; consulenze telefoniche/email; consulenze agli Sportelli; assistenze relative a contenziosi nelle diverse materie; assistenze per la presentazione di reclami; reclami da inoltrare alle aziende; conciliazioni paritetiche; pratiche da inoltrare al servizio conciliazione del AGCOM; etc.); - individuazione e contatti con soggetti interessati, esperti e destinatari delle azioni; - organizzazione degli incontri con soggetti interessati; - distribuzione questionari; - realizzazione incontri pubblici tematici; - divulgazione materiale informativo in tema di consumerismo; 	<ul style="list-style-type: none"> - telefono, computer, rete e siti internet; - normativa, testi specialistici, pubblicazioni; - gruppi di lavoro; - riunioni organizzative; - raccolta dati, documentazione e materiale in tema di consumerismo; - predisposizione/utilizzo banche dati; - indirizzario e-mail; - personale qualificato, esperti; - questionari per indagini; articoli, volantini opuscoli e rubriche televisive di informazione ed educazione; - incontri pubblici tematici;
Fase 3	<ul style="list-style-type: none"> - attività di informazione, educazione, tutela, assistenza e consulenza in favore dei consumatori-utenti; - analisi dei risultati conseguiti; relazione attività svolta alla data di conclusione dell'intervento (oggetto, descrizione attività, obiettivi, finalità, indicatori di risultato utilizzati, risultati ottenuti), attività di rendicontazione delle spese sostenute 	<ul style="list-style-type: none"> - telefono, computer, rete e siti internet; - raccolta dati e documentazione; - schede analitiche relative agli stati di avanzamento e finale, prospetto spese rendicontate e quietanzate.

4. Ambito territoriale interessato

(Inserire ambito territoriale interessato)

Regione MARCHE (prov. PU, AN, MC, FM, AP)

5. Tipologia intervento:

Nuovo intervento

Continuazione di intervento per iniziative di cui all'art. 4, comma 1, lett. d) del D. D. 17 giugno 2019

Nell'ipotesi di continuazione di intervento di cui all'art. 4, comma 1, lettera d) del D.D. 17 giugno 2019 specificare se sono state sostenute delle spese a decorrere dal 1° gennaio 2019 contrassegnando SI o NO

6. Descrizione dettagliata dell'iniziativa (avuto riguardo alle tematiche ed alle modalità di realizzazione indicate al precedente punto 2 riportandone gli estremi di identificazione):

Ambito:

(contrassegnare una o più delle seguenti voci interessate):

1. educazione al consumo sostenibile, economia circolare, mobilità sostenibile,
2. transazioni on-line ed economia digitale,
3. alimentazione,
4. servizi pubblici,
5. telecomunicazioni,
6. trasporti,
7. commercio,
8. assicurazioni e credito;
9. realizzazione di interventi inseriti nella programmazione regionale, purché esclusivamente e direttamente destinati ai consumatori, ai sensi del articolo 4 e rispondenti ai requisiti di cui all'articolo 5 del D.D.17 giugno 2019.
Specificare: _____

Attività

- a. sviluppo, la gestione, l'utilizzo di servizi informativi e telematici, ivi compresa la sperimentazione di strumenti telematici dedicati anche a particolari categorie di consumatori;
- b. pubblicazione e distribuzione di materiali divulgativi, con preferenza per contenuti digitali;
- c. attività di monitoraggio, analisi e divulgazione di dati;
- d. apertura e gestione di appositi sportelli informativi, di assistenza e call center;
- e. consulenza individuale o collettiva, anche *on-line*, a favore dei consumatori e degli utenti.

7. Soggetto attuatore* U.DI.CON MARCHE (UNIONE PER LA DIFESA DEI CONSUMATORI)

Via e N° civico	VITTORIO VENETO, 4	CAP	63812	CITTA À	MONTEGRANARO
Telefono	0734893070	E-MAIL	MARCHE@UDICON.ORG		

*la presente tabella va redatta con riferimento a ciascun soggetto attuatore dell'intervento.

8. Altri soggetti Pubblici coinvolti nella realizzazione dell'intervento, specificando gli ambiti di collaborazione

(Indicare eventuali altri soggetto pubblici coinvolti nella realizzazione dell'intervento specificando gli ambiti di collaborazione)

A) Descrizione dettagliata delle attività e modalità di svolgimento:

(Inserire descrizione dettagliata)

Considerato l'attuale periodo storico di estrema variabilità economica e che per tale motivo la maggior parte dei consumatori-utenti stanno riorganizzando il loro bilancio economico compreso il risparmio delle utenze domestiche e quindi anche le accessorie come le utenze telefoniche, servizi Internet, l'On Demand, la TV digitale, ecc. Considerato inoltre che la legge italiana ha reintrodotto la fatturazione nel mercato della telefonia a 28 gg.

Considerato altresì che nel territorio della Regione Marche il distretto del fermano ha risentito maggiormente di tale congiuntura (vedi la riduzione del mercato calzaturiero, ecc). In considerazione anche degli eventi atmosferici avvenuti, compreso il sisma, dove le famiglie interessate hanno subito il blocco della fatturazione e dove si è riscontrato un forte disagio nella gestione della fatturazione relativa al settore telefonico e delle Telecomunicazioni in genere. In questo contesto nasce l'esigenza di aprire nel territorio Fermo, Macerata uno Sportello dedicato al settore Telecomunicazioni, che sia di aiuto agli utenti e svolga un'attività anche di monitoraggio delle problematiche connesse a questo settore. Pertanto l'oggetto dell'iniziativa consiste nell'attivazione, da parte dell'Associazione U.Di.Con. Marche, di uno Sportello (gestito da personale legato da contratto di lavoro dipendente) di supporto ai consumatori-utenti sul tema delle Telecomunicazioni. Lo Sportello dedicato si ipotizza realizzato presso la Sede provinciale Udicon di Macerata sita in Civitanova Marche L.go Castelfidardo, 11, con apertura al pubblico dalle ore 10,00 alle 12,00 di tutti i giorni esclusi il Sabato e la Domenica. Le azioni si svilupperanno al fine di garantire una costante informazione, ed una puntuale e corretta consulenza ed assistenza.

Alcune delle tematiche oggetto di interesse sono le seguenti:

- Consulenza sulla Fornitura di telefonia e impianto di Telecomunicazione;
- Cambio fornitura;
- Condizioni contrattuali;
- Pubblicità ingannevole;
- Doppia fatturazione;
- Rettifiche, conguagli, rateizzazioni;
- Mancata fatturazione;
- Informazioni trasparenti;
- Tariffe applicate;
- Distacchi;
- Reclami;
- Indennizzi;
- Conciliazione;
- Recesso;
- Voltura

Le modalità di svolgimento delle azioni che l'U.Di.Con. intraprenderà presso il proprio Sportello sono correlate alla tipologia di richiesta di informazioni e di assistenza da parte degli utenti come di seguito specificato:

- **RICHIESTA TELEFONICA:**

Nella maggior parte dei casi il primo contatto tra utente e operatore di Sportello avviene telefonicamente. Pertanto è fondamentale che nella sede dello Sportello sia garantita la presenza costante di una persona dotata di competenza e professionalità in grado di gestire la fase iniziale della richiesta da parte dell'utente.

RICHIESTA VIA E MAIL

B) Obiettivi dell'intervento

(Specificare gli obiettivi dell'Intervento)

OBIETTIVI DELL'INTERVENTO:

Gli obiettivi specifici del progetto sono:

- tutela ed assistenza rivolta in particolare alle famiglie del territorio del fermano colpite dalla crisi economica (riduzione del mercato calzaturiero, ecc.) che subiscono un forte disagio riguardo alla fatturazione telefonica e delle Telecomunicazioni in genere;
- incremento dei servizi di informazione presso lo Sportello e tramite il sito internet di U.Di.Con.;
- risoluzione dei contenziosi tra utenti e gestori di forniture;
- aumento della consapevolezza dei consumatori-utenti;
- servizi di consulenza on-line;
- monitoraggio delle richieste di assistenza e delle relative azioni di tutela messe in atto dall'Associazione.

C) Finalità generali dell'Intervento

(Specificare le finalità generali dell'Intervento)

La Finalità del progetto è quella di fornire un'attività di tutela costante ed efficace sul territorio e riuscire a rendersi parte attiva a favore dei consumatori-utenti nel loro rapporto con le aziende di servizi.

Aumentare la consapevolezza dei diritti e doveri degli utenti migliorando quindi le forme di autotutela e decisionali.

D) Categorie di beneficiari dell'Intervento

(Specificare i beneficiari dell'Intervento)

Gli utenti in generale ed i Consumatori con uno sguardo maggiormente rivolto all'oggetto del progetto quali: la gente più bisognosa, colpiti dal sisma e da contingenze economiche e più semplicemente giovani adulti anziani

E) Risultati attesi in termini quantitativi e qualitativi

(Indicare i risultati attesi e la stima dell'impatto dell'Intervento)

Contattare la maggior parte delle persone e informare tramite lo sportello ecc... più utenze possibili. Ipotizzare un raggiungimento tramite di sportello di almeno 2 contatti giornalieri, 1 contatto mail, 2 contatti tramite call center o / o tramite telefono verde, ecc...

F) Indicatori di risultato previsti per l'Intervento - sulla base di quelli riportati nell'Allegato A del MiSE

(cancellare la riga che non interessa e compilare la parte che si prende in considerazione)

Tipologia Intervento	INDICATOR E DI RISULTATO	SPECIFICHE MINIME NECESSARIE DA INCLUDERE NELLE RELAZIONI DI MONITORAGGIO	ESEMPI DI ULTERIORI INFORMAZIONI FACOLTATIVE A CORREDO DELLE RELAZIONI DI MONITORAGGIO E FINALE
Sportelli fisici/front-office	N° contatti	N° di contatti pervenuti agli sportelli cioè il n° appuntamenti registrati per informazioni/assistenza di primo livello da indicare complessivamente per tutti gli sportelli sul territorio: N. 350 (inserire numero)	Analisi contatti su base regionale o territoriale; analisi contatti tra associati e non associati ecc.; analisi per tematica oggetto della richiesta ecc.
Sportelli virtuali/on-line, call center, numeri verdi, messaggistica	N° contatti	N° contatti registrati (complessivamente tra i vari canali) N 375 (inserire numero)	Analisi per canale; analisi per tematica oggetto della richiesta ecc.
Sportelli fisici e virtuali	N° consulenze	N° di assistenze di secondo livello registrate (da indicare almeno complessivamente per tutti gli sportelli) N. 280 (inserire numero)	Analisi per canale, analisi per associati/non associati
Siti web, pagine internet	N° visualizzazioni	N° accessi unici contabilizzati N. 650 (inserire numero)	Altre informazioni di <i>web analytics</i>
Attività di comunicazione mediante direct marketing o social network	N° contatti raggiunti	N° contatti raggiunti direttamente N 850 (inserire numero)	Analisi <i>feedback</i> ricevuti

Descrivere eventuali ulteriori indicatori (oltre quelli indicato nell'allegato A) che saranno utilizzati per misurare i risultati del programma, le modalità e la frequenza di raccolta e trattamento delle informazioni utili.

Descrizione indicatore	Modalità di raccolta e trattamento	Unità di misura	Frequenza

G) Modalità di divulgazione delle iniziative e dei risultati (es. siti internet, eventi)

(Specificare)

La divulgazione dell'iniziativa relativa all'apertura dello sportello verrà fatta tramite il nostro sito internet su pagina dedicata ed eventualmente in occasione di una manifestazione fine progetto dove si enuncerà lo stesso alle pubblicazioni locali , ai quotidiani e possibilmente alle tv locali.

H) Trasparenza dei contributi (art. 1 cc. 125 e segg. Legge concorrenza) e divulgazione risultati raggiunti con Intervento

(Indicare l'indirizzo del proprio sito internet dove saranno pubblicate, nel rispetto della normativa sulla trasparenza dei contributi (art. 1 c.c. 125 e segg. Legge concorrenza), le informazioni relative ai contributi ricevuti ai sensi del decreto 17/09/2019 sotto la voce "Iniziativa a vantaggio dei consumatori – bando Regioni ex DM 12 febbraio 2019 – Regione Marche"

Come già fatto per legge il nostro sito ospita una pagina dedicata alla trasparenza e un pagina ai relativi progetti dove su descritto c'è tutto quanto richiamato dalla normativa ed aggiornata alla data odierna

www.udiconmarche.it

1. Piano finanziario dell'intervento: prospetto delle spese a valere sul solo finanziamento (con esclusione del cofinanziamento)

	Descrizione della spesa	Spesa preventivata
C1.	a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti: acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica (sono esclusi in ogni caso i telefoni cellulari o prodotti portatili equivalenti), da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento.	
	Totale C1	
C2.	b)spese per acquisizione di servizi relativi a: 1) realizzazione di appositi programmi informatici per la realizzazione di nuovi siti internet e/o app o per l'adeguamento di quelli già esistenti; 2) iniziative di comunicazione nonché attività divulgative relative alle sole tematiche oggetto dell'intervento con esclusione delle spese per pubblicità e delle spese per attività conviviali di qualsiasi genere e natura; 3) consulenze professionali, fornite, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/ attuatore, aventi a contenuto unicamente l'approfondimento e lo sviluppo delle tematiche oggetto delle iniziative, prestate da imprese o società, anche in forma cooperativa, iscritte al registro delle imprese, o da altri soggetti privati aventi personalità giuridica o da enti pubblici, ovvero da professionisti iscritti ad un albo professionale legalmente riconosciuto, ovvero, per le professioni non regolamentate, da persone fisiche munite di specifico titolo, di norma di livello universitario, e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curriculum che devono risultare agli atti; tali spese di consulenza sono ammissibili purché non riferite a professionisti ricoprenti cariche sociali presso il soggetto attuatore o non altrimenti collegati ad esso e purché non riferite a dipendenti del soggetto attuatore; inoltre, per l'ammissibilità della spesa dovrà essere allegata specifica relazione dell'attività oggetto dell'incarico	(3) € 2.272,00
	Totale C2	€ 2.272,00
C3.	C) spese di retribuzione del personale dipendente con contratto a tempo indeterminato e determinato (con regolare contratto nei limiti consentiti dalla normativa vigente) delle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, purché detto personale sia utilizzato in via specifica per la realizzazione dell'intervento, ad esclusione delle prestazioni professionali o altre forme di lavoro autonomo; il personale, già in servizio o di nuova assunzione, deve comunque essere impiegato per la realizzazione del progetto (previsione assunzione 15/12/2019 scadenza contratto 30/11/2020 p.t. 16 ore livello 5 settore commercio con 13 [^] e 14 [^])	€ 11.700,00
	Totale C3	€ 11.700,00
C4.	d) rimborsi spese per i volontari ai sensi all'art. 17 del d. lgs. 3 luglio 2017 n. 117 per i soggetti attuatori rientranti nella categoria di cui al c.d. Codice del terzo settore;	
	Totale C4	
C6.	f) spese generali: si riferiscono a spese per le quali non è possibile determinare l'esatto importo destinato ad ogni singola attività, come, ad esempio, affitto di locali, illuminazione, riscaldamento, assicurazioni, uso di telefono, canoni per connessioni internet, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla lettera c) e dei membri della commissione di verifica compresi gli oneri a carico della Regione in qualità di soggetto che ha effettuato la nomina per la verifica, copertura assicurativa per i volontari e altre spese non rientranti nelle categorie di cui alle lettere a), b), c), e d). Tali spese sono riconosciute forfetariamente e senza obbligo di rendicontazione, per scaglioni riferiti all'intero progetto, in misura pari al 30% della quota di contributo inferiore a € 200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di contributo da € 200.000,00 a € 300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di contributo superiore a € 300.000,00.	€ 3.490,00
	TOTALE C	€ 17.462,00

2. Eventuale cofinanziamento

Denominazione Soggetto cofinanziatore	Importo
Totale	

Luogo e data	Montegranaro, 31/07/2019
---------------------	---------------------------------

Firmato dal legale rappresentante dell'Associazione