



ALLEGATO B alla Dgr n. 1872 del 15 ottobre 2013

pag. 1/28



Legge n. 388/2000, articolo 148, comma 1

INIZIATIVE DELLE REGIONI A VANTAGGIO DEI
CONSUMATORI

D.M.21 MARZO 2013 ART. 4

D. D. 2 LUGLIO 2013

Programma

Mod.2

(art.5, co.1)

Timbro Regione

MINISTERO DELLO SVILUPPO ECONOMICO
Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione
Direzione Generale per il mercato, la concorrenza,
il consumatore, la vigilanza e la normativa tecnica
Via Sallustiana n. 53
00187 ROMA

**ALLEGATO ALLA DOMANDA DI APPROVAZIONE PROGRAMMA E AMMISSIONE AL
FINANZIAMENTO**

Programma generale di intervento

Titolo Programma: “Misure di contrasto alle frodi, falsificazioni e sofisticazioni e implementazione degli sportelli per i consumatori e gli utenti nella Regione del Veneto”.

Descrizione dell'iniziativa progettuale, compresa l'indicazione degli obiettivi, delle finalità nonché delle modalità di svolgimento

“La contraffazione toglie al fisco circa 5 miliardi di euro e ha un costo di 18 miliardi di euro all'anno, per non parlare dei 130.000 posti di lavoro che si libererebbero se questo

fenomeno non ci fosse. Noi vogliamo fare la nostra parte: stiamo lavorando con le categorie per mettere a punto Codici etici di condotta che guidino il sistema delle imprese. E' necessario uno sforzo culturale per far capire ai consumatori che chi compra anche una sola borsa falsa alimenta la criminalità organizzata, l'immigrazione clandestina, lo sfruttamento del lavoro minorile, oltre a creare problemi alle imprese sane".

I paragrafi sopra riportati sono stati estrapolati dal discorso tenuto Emma Marcegaglia il 7 luglio 2010 presso l'Auditorium della Tecnica di Roma durante la Giornata nazionale anticontraffazione.

"Le centrali organizzative di contraffazione e pirateria sono gestite da strutture criminali che fanno il possibile per mascherare la vera origine dei prodotti", e ancora, "le merci imitate, agevolate dall'abbattimento delle barriere doganali, attraverso diversi Paesi, seguendo, prima di giungere nei luoghi di distribuzione, itinerari secondari che non di rado coincidono con le rotte dei traffici di stupefacenti".

Questo passaggio è tratto un intervento del Direttore della DIA, generale di divisione dell'Arma dei Carabinieri Antonio Girone, in un'audizione informale davanti alla Commissione parlamentare sulla contraffazione, il 19 gennaio 2011.

La Regione del Veneto anche per la nuova programmazione prevista dal DM 21 marzo 2013, ritiene importante la tutela dei propri cittadini, delle proprie imprese e dello sviluppo di una cultura consapevole del consumo anche attraverso la promozione delle tradizioni e dei prodotti locali trattando, di conseguenza, il nuovo Programma Generale d'Intervento come un proseguimento del precedente.

Obiettivo del nuovo programma sarà quello di potenziare le sinergie tra le Associazioni dei consumatori, le Camere di Commercio, Unioncamere del Veneto e le Proloco, che ancora rivestono la funzione di gran coinvolgimento della cittadinanza e di promozione di tradizioni sia culturali che alimentari che diversamente andrebbero perdute, le Associazioni degli imprenditori, per una lotta comune alla contraffazione ed alla tutela dei prodotti nazionali.

Finalità saranno quelle di contrasto alla contraffazione dei prodotti sia a livello di consumatore locale sia a livello di consumatore inteso come turista: verranno infatti realizzati progetti rivolti alla verifica di prodotti destinati alle fasce più deboli, nello specifico vestiti e giocattoli destinati ai bambini e la verifica di prodotti venduti ai turisti (vetro di Murano, maschere veneziane, merletti di Burano) anche attraverso una specifica campagna di informazione. Verrà sviluppata una nuova forma di educazione culturale attraverso la realizzazione di 30/40 repliche della rappresentazione teatrale "Tutto quello che sto per dirvi è falso", prodotta grazie ad un contributo con fondi della Regione del Veneto - Servizio Tutela del Consumatore. Questo spettacolo di teatro civile innesca un meccanismo di educazione del cittadino al vero e non al falso attraverso il racconto del percorso della contraffazione, della filiera del dolore, della responsabilità di chi produce, della trasparenza e della tracciabilità del prodotto; affronta in modo efficace il tema prioritario della disoccupazione e della criminalità organizzata che gestisce lavoro nero e caporalato, della situazione dei mercatini che vendono merce falsa e delle storie sui "vu cumprà", ultimo anello della catena della vendita delle merce contraffatta; sensibilizza il pubblico al concetto chiave che chi acquista inconsapevolmente o consapevolmente merce contraffatta è lui stesso strumento delle mafie. Il senso di colpa di chi acquista merce contraffatta diventa però atto costruttivo poiché il fine dello spettacolo non è accusare ma incidere profondamente sulle coscienze. Infatti lo spettacolo si chiuderà con un messaggio positivo e cioè che dalla contraffazione ci si può liberare a patto di volerlo

fare, perché i consumatori possono diventare più consapevoli ed etici, nel proprio interesse e in quello della società tutta.

Intenzione del programma sarà anche quella di far conoscere e far capire ai Consumatori l'importanza di consumare i prodotti locali, i così detti prodotti della filiera a chilometro zero, insegnando a mangiare in modo sano a costi contenuti, tutelando quindi i loro interessi e le loro necessità.

Intenzione non ultima del programma è anche quella di consentire alle Associazioni dei consumatori di far fronte all'enorme mole di lavoro che si presenta ai loro sportelli. Si registra infatti un forte aumento della richiesta di assistenza da parte dei consumatori, sicuramente a causa della crisi economica e delle enormi difficoltà che stanno affrontando i cittadini italiani ma anche in virtù del lavoro che è stato svolto negli ultimi due anni con i progetti finanziati dal Programma generale di intervento precedente e con le risorse regionali. Si è infatti puntato con specifici progetti denominati "Sportelli itineranti" e "Consumatori in piazza" ad avvicinare le Associazioni ai consumatori facendo uscire dagli uffici il relativo personale per portarlo nelle piazze, nei mercati ed anche durante il periodo estivo nelle spiagge, a diretto contatto con i cittadini-consumatori.

Queste attività hanno permesso di far conoscere maggiormente l'attività delle Associazioni da parte dei consumatori e far sì che queste siano riconosciute quali soggetti di riferimento a cui rivolgersi in caso di difficoltà. Per tale motivo una parte della programmazione avrà come indirizzo il potenziamento degli sportelli fissi.

Lo svolgimento delle attività verrà realizzato creando una sinergia con le Camere di Commercio, Unioncamere del Veneto, le Associazioni territoriali degli imprenditori, il Blog venetoconsumatori.it e l'Unione Nazionale delle Proloco.

- **Durata del programma:** 18 mesi salvo la richiesta di proroga
- **Cronogramma** di realizzazione del programma:

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DEL PROGRAMMA SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

	Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1.	<i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;	
	Totale C1	40.000,00

C2.	<i>b) spese per acquisizione di servizi</i> relativi a: 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;
	Totale C2
	432.000,00
C3.	<i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);
	Totale C3
	229.991,00
C4.	<i>d)</i> oneri relativi al <i>compenso</i> per i membri della Commissione di verifica di cui €.....per rappresentante della Regione ed €per rappresentante ministeriale
	Totale C4
	3.000,00
C5.	<i>e) Spese generali:</i> 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.
	Totale C5
	86.968,00
	TOTALE C
	791.959,00

Soggetti coinvolti nella realizzazione del programma (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni)

Comuni, Camere di Commercio, Unione Regionale Proloco del Veneto, Associazioni degli imprenditori

Modalità di individuazione dei soggetti attuatori

Con riferimento all'articolo 6 del DDG 2 luglio 2013, i soggetti attuatori del presente programma generale d'intervento, sono le Associazioni dei consumatori iscritte al

registro regionale (art. 5 della L.r. n. 27/2009). Per gli interventi che la Regione intende intraprendere da sola è previsto il coinvolgimento dell'Unione delle Proloco Regionali del Veneto art. 6 punto 2 lettera a L.r. n. 27/2009).

Criteri per la verifica dei risultati

Si rinvia alle Schede dei Progetti

Modalità e tempi del monitoraggio effettuato dalla Regione

Secondo le disposizioni previste dal DDG 2 luglio 2013

Modalità e riferimenti normativi per la rendicontazione

Secondo le disposizioni previste dal DDG 2 luglio 2013

Criteri per la determinazione degli oneri della Commissione di verifica

Secondo le disposizioni previste dal DDG 2 luglio 2013

INTERVENTI:

Numero intervento	Titolo (breve)	Soggetto attuatore	(*)	
1	Sicurezza dei consumatori	Regione del Veneto in collaborazione con Unioncamere del Veneto	N	C
2	Turista protetto	Regione del Veneto in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori iscritte al registro regionale	N	C
3	Consumo consapevole	Regione del Veneto in collaborazione con le Associazioni dei	N	C

		Consumatori iscritte al registro regionale		
4	Sportelli fissi	Regione del Veneto in collaborazione con le Associazioni dei Consumatori iscritte al registro regionale	N	C
5	Cucina la Crisi	Regione del Veneto in collaborazione con le UNPLI del Veneto	N	C
6	Scenari	Regione del Veneto in collaborazione con UNIONCAMERE del Veneto	N	C

(aggiungere eventualmente altre righe)

(*) Barrare N se si tratta di Nuovo Intervento, barrare C se si tratta di completamento di intervento già avviato

Scheda descrittiva intervento

Compilare una scheda per ogni intervento previsto nel Programma.

Intervento n.	1
Titolo intervento (breve)	Sicurezza dei Consumatori

Nuovo intervento Completamento di intervento già avviato

Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Descrizione ed oggetto e finalità:

Il progetto, che vede Unioncamere del Veneto in qualità di capofila, prevede la verifica della sicurezza di alcuni prodotti. La verifica riguarderà la sicurezza dei giocattoli, la sicurezza dei capi di abbigliamento per bambini, occhiali da sole e caschi da moto.

-Cronogramma: inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

	Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1.	<i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;	
	Totale C1	
C2.	<i>b)spese per acquisizione di servizi relativi a:</i> 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;	
	Analisi di laboratorio	70.000,00
	Comunicazione-Informazione	5.000,00
	Totale C2	75.000,00
C3.	<i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);	
	Totale C3	
C4.	<i>e)Spese generali:</i> 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.	
	Totale C4	5.000,00
	TOTALE C INTERVENTO	80.000,00

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:

N. di campioni prelevati e analisi effettuate nei laboratori (l'obiettivo si riterrà raggiunto se saranno realizzati almeno 8 campionamenti con analisi chimica di laboratorio per ogni provincia del Veneto per un totale di 56 verifiche comprensive di analisi di laboratorio)

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

- *del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento*

Scheda descrittiva intervento



Intervento n.	2
Titolo intervento (breve)	Turista protetto
Nuovo intervento <input checked="" type="checkbox"/>	Completamento di intervento già avviato
<input type="checkbox"/>	

Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Descrizione, oggetto e finalità:

Ogni anno Venezia viene visitata da oltre 20 milioni di turisti stranieri che acquistano gadget ed oggetti che dovrebbero rappresentare i secoli di artigianalità tramandati dalla storia dai padri ai figli e dalle tradizioni.

Sul mercato di Venezia, prima vetrina per i prodotti della tradizione veneziana, il Vetro di Murano è per il 70 per cento falso (fonte Confartigianato Venezia), i merletti spacciati per merletti di Burano sono per la maggior parte cinesi e le stesse maschere veneziane sono oggetti d'importazione.

Gli ignari turisti acquistano gli oggetti pensando di tornare a casa con un pezzo della storia veneziana ed invece, specie per i turisti cinesi, si portano a casa prodotti che arrivano dalla loro stessa terra.

Oggetto quindi del progetto è quello di intervenire a tutela dei turisti attraverso una campagna di comunicazione e di controlli sul territorio ricorrendo ad un protocollo d'intesa

tra la Regione del Veneto, le Associazioni dei consumatori, la Camere di Commercio di Venezia, il Consorzio Promovetro e le organizzazioni imprenditoriali degli artigiani.

La finalità del progetto è quella di tutelare i Turisti da acquisti di materiale contraffatto ma anche dall'acquisto, per le maschere veneziane, di prodotti che appoggiati sulla pelle potrebbero rilasciare sostanze allergiche o tossiche.

Modalità di svolgimento:

Verrà realizzata una campagna informativa e di controlli attraverso la sottoscrizione di un protocollo d'intesa tra la Regione del Veneto, le Associazioni dei consumatori, la Camere di Commercio di Venezia, il Consorzio Promovetro e le organizzazioni imprenditoriali degli artigiani.

La campagna informativa realizzata dalle Associazioni dei consumatori vedrà la distribuzione di volantini e l'affissione di materiale informativo per riconoscere un prodotto in vetro originale da uno contraffatto anche attraverso la comunicazione della conoscenza del marchio collettivo regionale "Vetro Artistico® Murano" di cui alla legge regionale n. 70 del 1994 depositato e registrato presso l'UAMI di Alicante.

La Camera di Commercio di Venezia con i propri ispettori, anche attraverso segnalazioni provenienti dagli enti sottoscrittori del protocollo d'intesa, provvederà a svolgere sul territorio della Provincia di Venezia, una attività di controllo sia documentale sia di analisi per la verifica della provenienza dei prodotti e della sicurezza anche attraverso l'utilizzo di analisi scientifiche presso laboratori specializzati.

Sempre nel protocollo d'intesa verranno anche previste eventuali forme di ricorso all'Autorità garante per la concorrenza per azioni volte a tutelare la produzione locale e di conseguenza gli acquisti da parte dei turisti.

Centro di costo del progetto sarà l'Associazione Adiconsum che agirà quale capofila di tutte le Associazioni iscritte al Registro regionale.

Finalità:

Finalità del progetto è quello di reprimere atti sia di truffa che di sicurezza, si pensi ad esempio all'utilizzo di maschere sul viso che potrebbero contenere nelle colle prodotti allergici o tossici, sugli acquisti da parte di inconsapevoli turisti e di limitare danni di immagine all'economia nazionale e veneta che irrimediabilmente vanno a compromettere i produttori ed i rivenditori corretti che già tante difficoltà oggi devono affrontare a causa della crisi economica.

Soggetto attuatore*

Adiconsum

<i>Via e N° civico</i>	Piave 7		<i>CAP</i>	30171	<i>CITTÀ</i>	MESTRE-VENEZIA
<i>Telefono</i>	0415330866	<i>FAX</i>	0415330813	<i>E-MAIL</i>	Adiconsum.veneto@cisl.it	

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

Atri soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni), specificando gli ambiti di collaborazione:

Camera di Commercio di Venezia, Associazioni imprenditoriali

Luogo di realizzazione

Regione Veneto

- **Durata dell'intervento** (in mesi): 18 mesi + eventuale proroga

- **Cronogramma:** inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1. <i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;	
Totale C1	
C2. <i>b)spese per acquisizione di servizi relativi a:</i> 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;	
Analisi di laboratorio 15.000,00	
Comunicazione e informazione 30.000,00	
Ricorso autorità garante 5.000,00	
Totale C2	50.000,00
C3. <i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);	
Totale C3	

C4.	e) 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.	
	Totale C4	2.500,00
	TOTALE C INTERVENTO	52.500,00

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:
N. controlli effettuati da parte della Camera di Commercio di Venezia;
N. di volantini informativi distribuiti;
N. di affissioni

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

** del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento*

Scheda descrittiva intervento



Intervento n.	3
Titolo intervento (breve)	Consumo consapevole
Nuovo intervento <input checked="" type="checkbox"/>	Completamento di intervento già avviato
<input type="checkbox"/>	

Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Descrizione, oggetto e finalità:

“La contraffazione toglie al fisco circa 5 miliardi di euro e ha un costo di 18 miliardi di euro all'anno, per non parlare dei 130.000 posti di lavoro che si libererebbero se questo

fenomeno non ci fosse. Noi vogliamo fare la nostra parte: stiamo lavorando con le categorie per mettere a punto Codici etici di condotta che guidino il sistema delle imprese. E' necessario uno sforzo culturale per far capire ai consumatori che chi compra anche una sola borsa falsa alimenta la criminalità organizzata, l'immigrazione clandestina, lo sfruttamento del lavoro minorile, oltre a creare problemi alle imprese sane"

I paragrafi sopra riportati sono stati estrapolati dal discorso tenuto Emma Marcegaglia il 7 luglio 2010 presso l'Auditorium della Tecnica di Roma durante la Giornata nazionale anticontraffazione.

"Le centrali organizzative di contraffazione e pirateria sono gestite da strutture criminali che fanno il possibile per mascherare la vera origine dei prodotti", e ancora, "le merci imitate, agevolate dall'abbattimento delle barriere doganali, attraverso diversi Paesi, seguendo, prima di giungere nei luoghi di distribuzione, itinerari secondari che non di rado coincidono con le rotte dei traffici di stupefacenti"

Questo passaggio è tratto da un intervento del Direttore della DIA, generale di divisione dell'Arma dei Carabinieri Antonio Girone, in un'audizione informale davanti alla Commissione parlamentare sulla contraffazione, il 19 gennaio 2011.

La Regione del Veneto, le Associazioni dei consumatori iscritte al Registro regionale e le Associazioni degli imprenditori Confindustria, Confartigianato, CNA e Confesercenti ben consapevoli dei danni all'economia, alla salute ed al tessuto sociale che porta il problema della contraffazione, oltre a collaborare e a credere nelle consuete attività anti contraffazione che da anni vengono sviluppate sul territorio nazionale e a livello europeo, ritengono sia importante individuare nuovi strumenti di azione, sperimentando pertanto una nuova strada, ossia l'educazione del consumatore quale strumento propedeutico alla lotta alla contraffazione.

Il progetto "Tutto quello che sto per dirvi è falso" si sviluppa attraverso una rappresentazione teatrale dai toni agro dolci, appositamente pensata, scritta e realizzata per avvicinare il "grande pubblico dei consumatori" e renderlo edotto, e quindi attivamente sensibile, al tema della contraffazione. A tal fine vengono rappresentate situazioni reali e casi concreti che dimostrano quali sono i rischi per la salute dell'uomo, le conseguenze per l'ambiente e per i diritti umani negati alla forza lavoro impiegata nelle produzioni del falso, come si alimenta l'immigrazione clandestina e la concorrenza sleale creando disoccupazione e mettendo in crescente difficoltà le nostre imprese che rischiano di fallire, se non peggio, si arrendono e chiudono.

Il teatro civile forma e informa, trasformando l'arte in un potente ed efficace mezzo di comunicazione. E' il mezzo artistico più efficace per raggiungere il pubblico, far riflettere lo spettatore sui danni sociali che un acquisto, fatto magari inconsapevolmente, può determinare. Questo tipo di forma d'arte/teatro ha una capacità di penetrazione verticale, smuove le coscienze, supera barriere generazionali e il divario culturale, ottiene quei risultati che nessun spot televisivo sarà mai in grado di assicurare e ad un costo decisamente più contenuto.

Lo spettacolo che andremo a proporre vuole innescare un meccanismo di educazione del cittadino al vero e non al falso rappresentando diversi aspetti del fenomeno:

- attraverso il racconto del percorso della contraffazione, della filiera del dolore, della responsabilità di chi produce, della trasparenza e della tracciabilità del prodotto;
- affrontando in modo efficace il tema prioritario della disoccupazione e della criminalità organizzata che gestisce lavoro nero e caporalato, della situazione dei

mercatini che vendono merce falsa e delle storie sui “vu cumprà”, ultimo anello della catena della vendita delle merce contraffatta;

- psicologico: chi acquista inconsapevolmente o consapevolmente merce contraffatta è lui stesso strumento delle mafie.

Il risultato atteso è che lo spettatore, dopo aver assistito ad uno spettacolo di tale genere, si chieda se il prodotto che sta per acquistare sia contraffatto, e in caso affermativo, chiedersi se i rischi a cui si espone sono compensati dal prezzo o dalla falsa griffe. L'obiettivo è dunque di indurre lo spettatore/consumatore a non comprare mai più coscientemente un prodotto contraffatto, non solo, lui stesso metterà in guardia chiunque intenda farlo.

Il fine dello spettacolo, pertanto, non è accusare ma incidere profondamente sulle coscienze, infatti lo spettacolo si chiuderà con un messaggio positivo: dalla contraffazione ci si può liberare a patto di volerlo fare, dando ai consumatori gli strumenti e le motivazioni per diventare più consapevoli ed etici, nel proprio interesse e in quello della società tutta.

La produzione dell'opera è stata realizzata con un progetto regionale con capofila Federconsumatori Veneto per le Associazioni dei consumatori. Oltre alla produzione la Regione del Veneto ha previsto ulteriori risorse da destinare alla realizzazione di 8 repliche destinate alle scuole superiori dove si è provveduto all'abbattimento del costo dello spettacolo a 6 euro. Anche le organizzazioni imprenditoriali hanno messo a disposizione delle risorse per realizzare nelle stese sale dove di giorno si realizzerà lo spettacolo per le scuole una replica serale.

Modalità di svolgimento:

Con tale progetto si andrà a divulgare in modo massiccio sul territorio tale rappresentazione teatrale al fine di far conoscere il più possibile ai consumatori veneti quali sono le conseguenze di oggetti contraffatti sia per il consumatore stesso che per le aziende del territorio che devono sopportare una simile concorrenza sleale.

Si prevede con la somma richiesta di realizzare tra 30 e 40 repliche sul territorio regionale e nell'eventualità, su richiesta di altre regioni e nello spirito della più ampia collaborazioni tra istituzioni pubbliche, di prevedere anche il sostenimento dei costi per repliche fuori dalla Regione del Veneto che dovranno comunque essere autorizzate dall'Assessorato Agricoltura e Tutela del Consumatore. Con tale contributo si cercherà di contenere il costo del biglietto a 6 euro per raggiungere il maggior numero di consumatori/spettatori possibile.

Centro di costo del progetto sarà l'Associazione Federconsumatori Veneto.

Finalità:

Il fine dello spettacolo, non è accusare ma incidere profondamente sulle coscienze, infatti lo spettacolo si chiuderà con un messaggio positivo: dalla contraffazione ci si può liberare a patto di volerlo fare, dando ai consumatori gli strumenti e le motivazioni per diventare più consapevoli ed etici, nel proprio interesse e in quello della società tutta.

Soggetto attuatore* **Federconsumatori**

<i>Via e N° civico</i>	Via Fusinato 34/a		<i>CAP</i>	30171	<i>CITTÀ</i>	VENEZIA
<i>Telefono</i>	041971508	<i>FAX</i>	0415330813	<i>E-MAIL</i>	federconsveneto@federconsveneto.it	

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

Atri soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni), specificando gli ambiti di collaborazione:

Unioncamere e Camere di Commercio

Luogo di realizzazione

Regione Veneto

- **Durata dell'intervento** (in mesi): 18 mesi + eventuale proroga

- **Cronogramma:** inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

	Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1.	a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti: acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, 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 l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;	
	Rappresentazioni 70.000,00	
	Comunicazione-informazione 5.000,00	

	Totale C2	75.000,00
C3.	C) <i>COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);	
	Totale C3	
C4.	e) <i>Spese generali</i> : 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.	
	Totale C4	5.000,00
	TOTALE C INTERVENTO	80.000,00

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:

- N. delle repliche effettuate;**
- N. di repliche effettuate nelle scuole superiori;**
- N. di alunni partecipanti;**
- N. delle repliche serali realizzate;**
- N. degli spettatori serali partecipanti;**
- Rilievo dell'attività data da giornali e televisioni;**

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento

Scheda descrittiva intervento

Intervento n.	4
Titolo intervento (breve)	Sportelli Fissi
Nuovo intervento <input checked="" type="checkbox"/>	Completamento di intervento già avviato
<input type="checkbox"/>	

Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Descrizione, oggetto e finalità:

Negli ultimi due anni sul territorio del Veneto sia con contributi derivanti da risorse regionali sia con contributi derivati da progetti Ministeriali è stata effettuata una massiccia promozione dei servizi delle Associazioni dei consumatori sul territorio regionale.

Il progetto regionale denominato "Consumatori in Piazza" che nel 2012 ha dato un contributo alle Associazioni dei consumatori di 298.685,00 euro ed il progetto "Sportelli Itineranti" finanziato attraverso il Programma generale d'Intervento finanziato dal Ministero dello Sviluppo economico per un importo di euro 71.411,29 hanno comportato l'avvicinamento di numerosissimi cittadini ai servizi offerti dalle Associazioni dei consumatori. Questa "promozione" sul territorio delle Associazioni ha comportato l'aumento di richiesta di servizi alle Associazioni stesse.

Per offrire di conseguenza un servizio soddisfacente ai facenti richiesta, si rende di conseguenza necessario investire sul potenziamento delle strutture delle Associazioni che sono oggi sofferenti sia dal punto di vista tecnico che dal punto di vista del personale. Inoltre sempre a causa dell'incremento delle richieste si è resa sempre più necessaria la necessità di formazione del personale ed il ricorso quindi a professionisti quali avvocati, commercialisti psicologi ecc.

Oggetto quindi della richiesta di questo progetto è il potenziamento degli sportelli fissi delle Associazioni sia dal punto di vista tecnico che dal punto di vista delle consulenze di esperti da ricercare al di fuori delle Associazioni stesse.

Finalità del progetto è quella di dare risposte pronte e corrette ai cittadini con l'adeguamento delle strutture, la formazione del personale e il ricorso a specifiche esperienze e professionalità di professionisti esterni.

Le Associazioni dei Consumatori all'interno del progetto, si impegnano a realizzare due convegni sulla contraffazione uno generale ed uno specifico sulla contraffazione alimentare per il costo approssimativo non superiore a 20.000 euro.

Ogni giorno un elevato numero di beni contraffatti è prodotto, distribuito e venduto in tutto il mondo il fenomeno è in costante crescita sia in termini di volumi scambiati che in termini di "portata" (ovvero a livello di diffusione e di penetrazione); aumenta di fatto il numero di prodotti falsificati, con un sostanziale spostamento dalle produzioni di lusso, un tempo

oggetto prevalente di contraffazione, ai più diversi prodotti, tra cui preoccupa in particolare il crescente trend nella produzione e commercializzazione di falsi beni che mettono a rischio la salute e la sicurezza dei consumatori (medicinali, cibo e bevande, giocattoli, ricambi di veicoli, etc.); un fenomeno che la disponibilità di merci attraverso canali "alternativi" quali internet accresce sensibilmente, rendendo sempre più difficile l'azione di contrasto. (Rapporto IPERICO)

Modalità di svolgimento:

Verrà destinata ad ogni Associazione una somma così suddivisa:

- una somma fissa di euro 20.000 per ogni Associazione;
- una somma variabile in base al numero degli iscritti dichiarati in fase di presentazione di rinnovo/iscrizione al Registro regionale 2013

Alle Associazioni dei consumatori iscritte al Registro regionale per l'anno 2013, sarà assegnato un contributo ripartito in base ai punti precedenti. Il contributo verrà erogato a seguito di presentazione di rendicontazione di spese sostenute per la realizzazione delle attività specificate nelle apposite convenzioni.

Le somme destinate a tale iniziativa comprenderanno oltre al mantenimento e potenziamento degli sportelli fissi anche la realizzazione di sportelli itineranti, e i costi della partecipazione e collaborazione al progetto "cucina la crisi" che verrà sviluppato in collaborazione con le UNPLI del Veneto. Rientreranno all'interno di tali attività anche eventuali costi di progetti di formazione o comunicazione-informazione che si rendesse necessario realizzare a causa di sopravvenuti temi contingenti.

Finalità:

Finalità del progetto è quella di dare risposte pronte e corrette ai cittadini con l'adeguamento delle strutture, la formazione del personale e il ricorso a specifiche esperienze e professionalità di professionisti esterni nonché la realizzazione di convegni di sensibilizzazione al fenomeno della contraffazione.

Soggetto attuatore* Associazioni dei Consumatori iscritte al registro regionale nell'anno 2013

<i>Via e N° civico</i>			<i>CAP</i>		<i>CITTÀ</i> VENEZIA
<i>Telefono</i>		<i>FAX</i>		<i>E-MAIL</i>	

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

Atri soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni), specificando gli ambiti di collaborazione:

Luogo di realizzazione
 Regione Veneto

- **Durata dell'intervento** (in mesi): 18 mesi + eventuale proroga
- **Cronogramma**: inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1. <i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;	
Totale C1	40.000,00
C2. <i>b)spese per acquisizione di servizi relativi a:</i> 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;	
Totale C2	145.000,00
C3. <i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);	
Totale C3	219.991,00
C4. <i>e)Spese generali:</i> 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.	
Totale C4	71.468,00
TOTALE C INTERVENTO	476.459,00

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:

- N. degli sportelli aperti in Veneto prima dell'avvio del progetto;**
N. di nuovi sportelli aperti in Veneto al termine della realizzazione del progetto;
N. di dipendenti o tipologie di contratto assimilabili, delle Associazioni prima dell'avvio del progetto;
N. di dipendenti o tipologie di contratto assimilabili delle Associazioni ad un anno dall'inizio del progetto;
N. di dipendenti o tipologie di contratto assimilabili delle Associazioni al termine del progetto;
N. di pratiche trattate dalle Associazioni prima dell'avvio del progetto;
N. di pratiche trattate dalle Associazioni ad un anno dall'inizio del progetto;
N. di pratiche trattate dalle Associazioni al termine del progetto;
N. di contatti delle Associazioni con i consumatori durante la realizzazione di sportelli itineranti o partecipazione al progetto "Cucina la crisi";
N. di partecipanti ai convegni;
N. rappresentanti istituzionali ai convegni;

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

** del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento*

Scheda descrittiva intervento



Intervento n.

5

Titolo intervento (breve)

Cucina la Crisi

Nuovo intervento



Completamento di intervento già avviato



Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Le Pro Loco sono le custodi della memoria storica di un luogo e dei suoi abitanti; sono depositarie di un sapere antico che mantiene inalterati i suoi valori, grazie ai volontari che organizzano costantemente eventi legati ai prodotti tipici, alle specialità culinarie, ai riti di una tradizione ancora fortemente radicata in tutto il nostro territorio.

Il Comitato Regionale UNPLI Veneto è l'Associazione che raccoglie le oltre 530 Pro Loco del Veneto; ha carattere volontario, non persegue quindi fini di lucro e svolge compiti di utilità pubblica e sociale. Le attività delle Pro Loco del Veneto sono riconosciute dall'art. 22 Legge Regionale 14 giugno 2013 n. 11.

Le tradizioni sono la strada maestra dove cercare l'identità, farla emergere, rinnovarla e valorizzarla; riconoscere in esse ciò che i nostri ci hanno trasmesso e lasciato perché ne diveniamo i custodi. Le tradizioni ci danno una visione del mondo nello spazio della vita quotidiana e ci permettono di identificarci come comunità regionale riconoscendoci nel linguaggio che adoperiamo, nel territorio che calpestiamo, nel lavoro, nel cibo, nelle feste che pratichiamo.

Una recente indagine promossa da Coldiretti-Swg nel periodo di ottobre 2012 dimostra che il 56% dei consumatori va alla ricerca delle offerte speciali e degli sconti, e ben il 62% confronta con più attenzione rispetto al passato i prezzi. Il 51% degli italiani, inoltre, sceglie i prodotti che costano meno. Il sondaggio dimostra infine che oltre 4 italiani su 10 (il 43%) fanno la spesa tra i diversi negozi per cercare la maggiore convenienza.

A cambiare sono anche le tipologie di prodotti che vengono scelti, con il 44 % degli italiani che preferisce acquistare prodotti locali, l'11% quelli artigianali e solo il 9% quelli delle grandi marche nazionali o internazionali. Da segnalare anche il boom degli acquisti diretti dal produttore, presso i numerosi farmers market presenti ormai in tutta Italia o direttamente in azienda o presso gli agriturismi. A questi, infatti, si rivolge regolarmente il 14% degli italiani, 48% qualche volta, il 27% raramente e solo l'11% mai.

Le Pro Loco venete organizzano ogni anno oltre 500 eventi dedicati all'enogastronomia di qualità, promuovendo e valorizzando i prodotti tipici e il loro utilizzo nei piatti della tradizione veneta. A queste manifestazioni affluiscono normalmente decine di migliaia di visitatori (secondo una indagine del Censis, alle sagre partecipano regolarmente o saltuariamente 23,6 milioni di italiani, di cui 5,3 in modo assiduo), che hanno ormai imparato ad apprezzare la cucina semplice e tradizionale proposta dalle Pro Loco.

Questi eventi potrebbero diventare volano per una vera e propria educazione del consumatore, al fine di promuovere l'uso ed il consumo dei prodotti a km 0 e di stagione per realizzare piatti a costo contenuto e, soprattutto sani, riscoprendo i piatti della tradizione.

Descrizione, oggetto e finalità:

Da queste premesse è nata l'idea progettuale della Regione del Veneto da realizzarsi con la collaborazione dell'UNPLI Veneto e delle Associazioni iscritte al Registro regionale. Il progetto è quello di utilizzare le conoscenze dei cuochi delle Pro Loco identificando i piatti tradizionali della cucina veneta, puntando a sviluppare nel consumatore la capacità di utilizzare in modo intelligente ed economico i prodotti che il proprio territorio offre, con una spesa contenuta.

Il titolo scelto per questa iniziativa, che identificherà in seguito anche tutte le azioni progettuali in una linea comune, è "Cucina la Crisi". Questo sia perché sta ad indicare un tipo di cucina basata su prodotti semplici ed economici, ma anche il duplice significato di sfruttare la crisi a proprio vantaggio, imparando a fare delle scelte oculate e con costi contenuti.

Modalità di svolgimento:

La Regione del Veneto in collaborazione con UNPLI Veneto e le Associazioni dei consumatori andranno ad identificare una quindicina di eventi Pro Loco per ogni provincia, per un totale di una cinquantina di manifestazioni in tutto il territorio regionale.

All'interno dei singoli eventi, verranno organizzati dei momenti formativi e delle serate a tema, all'interno delle quali i cuochi delle Pro Loco proporranno e presenteranno al pubblico uno o più prodotti locali di stagione, illustrandone le proprietà organolettiche e nutrizionali, nonché il loro impiego nei piatti della tradizione. A seguito della presentazione, verrà effettuata una lezione pratica di cucina, all'interno della quale i visitatori impareranno a realizzare un piatto, utilizzando i prodotti presentati, con degustazione finale del piatto realizzato.

A conclusione del progetto, tutte le ricette, elaborate e presentate negli eventi in tutto il Veneto verranno raccolte in un ricettario, curato nei contenuti e nelle immagini e destinato a tutti i consumatori della Regione del Veneto.

Ad ogni manifestazione saranno invitate le Associazioni dei Consumatori iscritte al registro regionale che in tal modo potranno utilizzare la presenza per far conoscere i propri servizi ai cittadini diventando di conseguenza una sorta di prosecuzione dell'attività degli sportelli itineranti realizzati in questi anni che tanta curiosità ed interesse hanno avuto nei consumatori. UNPLI Veneto, durante lo svolgimento del progetto metterà a disposizione delle Associazioni dei consumatori idonei spazi per la partecipazione delle stesse.

Finalità:

L'obiettivo è quello di raggiungere un pubblico molto ampio e diversificato quanto ad età, interessi e tipologia. Punto di forza e riuscita di questo progetto è l'effettiva possibilità di rendere interessato a partecipare un largo target di persone.

Primi e più importanti fruitori sono senza dubbio tutti i Consumatori del Veneto, che attraverso la realizzazione del progetto in tutte le sue sfaccettature, potranno riscoprire ed apprezzare i piatti della propria tradizione, promuovendone la tutela, non solamente per la memoria fine a se stessa, ma anche per valorizzare i prodotti cosiddetti "poveri" e la propria salute.

L'idea progettuale è quindi rivolta a tutti i consumatori, in particolar modo a quelli che vogliono imparare a mangiare in modo sano a costi contenuti, tutelando quindi i loro interessi e le loro necessità.

Soggetto attuatore*

Comitato Pro Loco UNPLI Veneto

<i>Via e N° civico</i>	Piazza Squillace, 2		<i>CAP</i>	31050	<i>CITTÀ</i>	TREVISO
<i>Telefono</i>	0438893385	<i>FAX</i>	0438899768	<i>E-MAIL</i>	segreteria@unpliveneto.it	

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

Atri soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni), specificando gli ambiti di collaborazione:

Associazione dei Consumatori iscritte al Registro regionale e Pro Loco iscritte ai registri provinciali

Luogo di realizzazione

Regione Veneto

- **Durata dell'intervento** (in mesi): 18 mesi + eventuale proroga- **Cronogramma**: inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero**DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)**

	Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1.	<i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;	
	Totale C1	
C2.	<i>b)spese per acquisizione di servizi relativi a:</i> 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;	
	Totale C2	60.000,00
C3.	<i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);	
	Costi personale UNPLI addetti al progetto	10.000,00
	Totale C3	10.000,00
C4.	<i>e)Spese generali:</i> 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.	
	Totale C4	
	TOTALE C INTERVENTO	70.000,00

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:**N. Delle manifestazioni "Cucina la crisi" realizzate:****N. Persone partecipanti alle manifestazioni in cui viene trattato il progetto "Cucina la crisi";****N. Partecipanti alle iniziative "Cucina la crisi";****N. Degli articoli di stampa usciti in relazione alla manifestazione "Cucina la crisi";**

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

- *del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento*

Scheda descrittiva intervento

Compilare una scheda per ogni intervento previsto nel Programma.
--

Intervento n.

6

Titolo intervento (breve)

SCENARI

Nuovo intervento



Completamento di intervento già avviato



Descrizione dell'iniziativa prevista specificando oggetto, finalità, modalità di svolgimento:

Descrizione ed oggetto e finalità:

La tutela del cittadino consumatore, da parte della Regione Veneto, è uno degli assi strategici per lo sviluppo economico e sociale del territorio. Ai consumatori ed agli utenti sono riconosciuti come fondamentali i diritti:

- a) alla tutela della salute;
- b) alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi;
- c) ad una adeguata informazione e ad una corretta pubblicità;
- d) all'esercizio delle pratiche commerciali secondo principi di buona fede, correttezza e lealtà;
- e) all'educazione al consumo;

- f) alla correttezza, alla trasparenza ed all'equità nei rapporti contrattuali;
- g) alla promozione e allo sviluppo dell'associazionismo libero, volontario e democratico tra i consumatori e gli utenti;
- h) all'erogazione di servizi pubblici secondo standard di qualità e di efficienza. La Regione, inoltre, riconosce e garantisce i diritti e gli interessi individuali e collettivi dei consumatori e degli utenti, ne promuove la tutela in sede nazionale e locale, anche in forma collettiva e associativa. Sono favorite dalla Regione, inoltre, le iniziative rivolte a perseguire le finalità di informazione e tutela del consumatore, anche attraverso la disciplina dei rapporti tra le associazioni dei consumatori e degli utenti e le pubbliche amministrazioni.

Modalità di svolgimento:

Il progetto si articola in tre ambiti:

Il primo ambito, *Condizione complessiva dei consumatori veneti*, ha l'obiettivo di analizzare:

1. il livello di tutela dei propri diritti percepito da parte dei cittadini veneti;
2. il livello di informazione sui propri diritti;
3. il rapporto tra i consumatori e i diversi attori del mercato (banche, assicurazioni, commercio, artigianato, enti locali, società di erogazione di servizi – gas, acqua, elettricità ecc. -, agenzie turistiche, servizi sanitari, polizia municipale, servizi delle imposte, ecc.);
4. i nuovi bisogni di tutela che emergono dall'uso della rete e dai social network;
5. le truffe cui si sentono maggiormente esposti;
6. i soggetti che sono ritenuti indispensabili per la tutela del consumatore;
7. il livello di conoscenza e uso degli strumenti di difesa e tutela del consumatore;
8. il ruolo della Regione;
9. il ruolo delle Associazioni dei consumatori.

Il secondo ambito, *Settori di criticità per i consumatori veneti*, ha l'obiettivo di individuare gli aspetti problematici per intervenire sulle distorsioni relativamente a:

1. salute;
2. sicurezza e qualità dei prodotti e dei servizi;
3. qualità della pubblicità;
4. pratiche commerciali;
5. educazione al consumo;
6. correttezza, trasparenza equità nei rapporti contrattuali;
7. erogazione di servizi pubblici;
8. pratiche del sistema delle imposte e tasse;
9. pratiche del sistema del credito e assicurazione;
10. pratiche della vendita on-line.

Il terzo ambito, *Proposte di orientamento per la Regione e per le Associazioni dei consumatori*, ha l'obiettivo di fornire elementi utili in particolare su:

1. i bisogni emergenti;
2. le nuove forme di tutela attese;
3. gli indirizzi guida per le Associazioni dei consumatori;
4. il supporto alle azioni della Regione e degli Enti locali.

I tre ambiti prevedono la realizzazione di un'indagine socio statistica che dovrà coinvolgere un campione di cittadini maggiorenni residenti in Veneto diversificato per sesso, età, livello d'istruzione e tipologia professionale.

Finalità:

La Regione, per sviluppare al meglio il proprio compito strategico, ha la necessità di conoscere costantemente le esigenze cangianti dell'universo dei consumatori e degli utenti.

Pertanto l'indagine si sviluppa attraverso un attento ascolto e monitoraggio dei bisogni dei consumatori veneti al fine di individuare le nuove esigenze emergenti, i bisogni impellenti e le azioni che la Regione dovrà intraprendere per sviluppare al meglio il proprio ruolo di tutela del cittadino.

Soggetto attuatore* Unioncamere del Veneto

<i>Via e N° civico</i>	Via Industrie, 19			<i>CAP</i>	30175	<i>CITTÀ</i>	VENEZIA
<i>Telefono</i>	0410999311	<i>FAX</i>		<i>E-MAIL</i>	<u>unione@ven.camcom.it</u>		

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

Altri soggetti coinvolti nella realizzazione dell'intervento (Comuni, Camere di Commercio, altre Regioni e/o Pubbliche Amministrazioni), specificando gli ambiti di collaborazione:

Camere di Commercio e Associazioni dei consumatori iscritte al Registro regionale

Luogo di realizzazione

Regione Veneto

- **Durata dell'intervento** (in mesi): 18 mesi + eventuale proroga
- **Cronogramma:** inizio attività non appena il programma sarà approvato e finanziato dal Ministero

DETTAGLIO DELLE SPESE AMMISSIBILI DELL'INTERVENTO SUDDIVISE PER TIPOLOGIA (PIANO FINANZIARIO)

Descrizione degli investimenti	Spese ammissibili
C1.	<p><i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti:</i> acquisto, anche mediante locazione finanziaria, di macchinari ed attrezzature nuovi di fabbrica, da utilizzare presso le sedi di localizzazione dell'intervento, nonché acquisto di prodotti specifici per l'intervento;</p>
Totale C1	
C2.	<p><i>b)spese per acquisizione di servizi relativi a:</i> 1) realizzazione di appositi programmi informatici per l'intervento; iniziative di comunicazione nonché attività divulgative dell'intervento realizzato; 2) pubblicità, nei limiti del 10% del totale delle spese ammissibili; 3) consulenze professionali, prestate, in base a lettera di incarico specifico del soggetto beneficiario/attuatore, 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 livello universitario e dotati di adeguata e non occasionale esperienza, comprovata dai relativi curricula che devono risultare agli atti;</p>
Totale C2	
27.000,00	
C3.	<p><i>C) COSTI</i> sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale dipendente e ad altre figure a questo assimilate dalla normativa vigente, compreso il personale con rapporto di lavoro parasubordinato nonché il personale impegnato, con qualsiasi tipologia contrattuale, in via specifica per la realizzazione del progetto con esclusione delle prestazioni professionali di cui alla lettera b);</p>
Totale C3	
C4.	<p><i>e)Spese generali:</i> 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, fax, servizi postali e di corriere, viaggi e missioni del personale dipendente come definito alla precedente lettera c), 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 programma, in misura pari al 30% della quota di finanziamento inferiore a €200.000,00, al 20% dell'eventuale quota di finanziamento da €200.000,00 a €300.000,00 ed al 15% dell'eventuale quota di finanziamento superiore a €300.000,00.</p>
Totale C4	
3.000,00	
TOTALE C INTERVENTO	
30.000,00	

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento:

- N. 3 report complessivi in ppt per ognuna delle tre parti del progetto
- N. 1 report sintetico narrativi, con suggerimenti per la Regione
- N. 1 report per la stampa

Luogo e data	
---------------------	--

Firma*

del responsabile della realizzazione del programma generale d'intervento