

Deliberazione della Giunta Regionale 1 ottobre 2012, n. 4-4640

Art. 148, comma 1 della legge n. 388 del 23/12/2010 s.m.i. Programma generale d'intervento denominato "Per una nuova cultura del consumo" - II modulo funzionale. Modifiche agli Interventi nn. 3 e 4 approvati con DGR n. 21 - 737 del 07/10/2010.

A relazione del Presidente Cota:

In sede di riparto dei fondi ex art. 148, comma 1 della legge n. 388 del 23/12/2000 s.m.i., era stata assegnata alla Regione Piemonte, con decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 28/05/2010, una disponibilità di Euro 938.215,00 (successivamente riquantificata, con decreto direttoriale del Ministero dello Sviluppo Economico del 19/07/2010, in Euro 960.377,02) per iniziative a vantaggio dei consumatori.

Con decreto direttoriale del 06/08/2010 il Ministero dello Sviluppo Economico approvò modalità, termini e criteri per il finanziamento degli interventi prevedendo che il programma che li contemplava dovesse essere presentato al Ministero entro e non oltre il 22 ottobre 2010.

Fu tuttavia precisato in quella sede che risultavano immediatamente disponibili risorse quantificate in Euro 430.712,93, mentre le rimanenti, pari ad Euro 529.664,09, avrebbero potuto rendersi disponibili soltanto nel corso dell'esercizio finanziario 2011.

Fu dunque richiesto un programma articolato in due moduli: il primo, per un importo di Euro 430.712,93, immediatamente eseguibile, il secondo, eventuale, per un importo di Euro 529.664,09.

Conseguentemente questo esecutivo (con DGR n. 21 – 737 del 07/10/2010) approvò un programma generale d'intervento, denominato "Per una nuova cultura del consumo", coerente con l'articolazione richiesta, che conseguì l'approvazione ministeriale (nota del 13/12/2010, prot. n. 0187694).

Da allora, mentre gli interventi ricompresi nel primo modulo hanno trovato completa realizzazione, la sorte di quelli del secondo modulo è rimasta incerta, in attesa di comunicazioni ministeriali che li riguardassero.

Il Decreto Direttoriale del 25/06/2012 (comunicato con nota del 06/09/2012, prot. n. 0185573) ha ora finalmente reso disponibili (rideterminandole nella somma di Euro 538.781,56) le risorse necessarie alla loro realizzazione prevedendo anche la possibilità di una sostanziale rimodulazione degli interventi originariamente previsti.

Il notevole lasso di tempo intercorso dalla fase della progettazione rende in effetti necessaria una attenta valutazione della loro perdurante congruenza ed attualità.

In particolare l'Intervento n. 3 era destinato a finanziare la rete degli Sportelli del consumatore mediante la concessione di contributi alle Associazioni dei consumatori iscritte nell'Elenco regionale. Era previsto un utilizzo di 350.000,00 Euro per un semestre iniziale di un biennio il cui costo per la residua durata avrebbe dovuto trovare copertura in un finanziamento regionale.

Si voleva così dare piena attuazione alla previsione normativa (art. 7, L.R. 24/2009) che pone a carico del bilancio regionale il finanziamento di una rete territoriale di assistenza ai consumatori stabilendo nel contempo, a fronte della garanzia di una durata minima del finanziamento, l'impegno

delle Associazioni a formulare, ai fini dell'aggiudicazione del contributo, offerte migliorative degli standard minimi richiesti.

Quella previsione oggi non può trovare attuazione perché è venuta meno la disponibilità di risorse finanziarie sufficienti a garantire la durata biennale del servizio, anzi è venuta meno la possibilità stessa di prevedere un'integrazione, da parte regionale, delle risorse statali da utilizzare allo scopo.

Si tratta allora di prendere atto di questa sopravvenuta impossibilità e di rendere avulsa l'utilizzazione dei fondi statali ai fini del finanziamento della rete sportellistica dall'applicazione della norma regionale e dal condizionamento dei vincoli che ne derivano.

A tal fine occorre innanzitutto rideterminare il budget da destinare al finanziamento della rete calibrandolo su un'articolazione territoriale e per una durata tali da rendere il servizio effettivamente utile e rispondente alle esigenze dei consumatori.

La Giunta ritiene di individuare in 400.000,00 Euro la quota parte dei fondi statali da destinare al finanziamento di una rete di quattordici sportelli per un periodo di dieci mesi.

A questa decisione si è giunti attraverso le seguenti considerazioni:

1) quattrocentomila euro rappresentano una cifra significativamente superiore (sia in termini assoluti che percentuali) di quella prevista nell'originario intervento n. 3 che tuttavia non pregiudica la possibilità di realizzare, con la rimanente parte dei fondi statali, l'altro intervento finanziato (n. 4) rispetto alla realizzazione del quale, per il suo carattere interregionale (Piemonte – Valle d'Aosta), si è creato uno specifico affidamento di terzi che non è più possibile deludere;

2) quattordici sportelli garantiscono una copertura sufficiente del territorio regionale attraverso la presenza di almeno una sede in tutti i capoluoghi di provincia e di un numero di sportelli (sette) nel capoluogo regionale proporzionato alla sua dimensione demografica e al volume di attività localmente riscontrato nella precedente rete sportellistica (2010-2011). Se infatti all'incirca metà della popolazione piemontese risiede in provincia di Torino e se questo dato collima con la rilevazione che metà delle pratiche consumeristiche censite negli sportelli piemontesi vengono sbrigiate da quelli torinesi, appare non solo coerente prevedere un numero di sportelli identico per Torino e tutte le rimanenti città capoluogo, ma anche doveroso sancire una corrispondenza del finanziamento rispettivamente ad essi destinato a fronte di un monte ore di apertura al pubblico analogamente suddiviso;

3) una durata di dieci mesi rappresenta il periodo che, dato il nuovo numero di sportelli previsto e l'orario minimo di apertura di ciascuno di essi, consente di far coincidere la nuova misura contributiva media oraria con quella in precedenza praticata che, dato il richiesto mantenimento degli standard minimi pregressi del servizio erogato, continua ad apparire adeguata.

A quest'ultimo riguardo vanno quindi confermate le caratteristiche minime del servizio, così come approvate dalla DGR n. 21 – 737 cit. e relative all'Intervento n. 1 (che già prevedeva il finanziamento di una sia pur diversa rete sportellistica). Tuttavia si reputa necessario, al fine di rendere più trasparente il rapporto tra consumatori ed Associazioni, imporre alle medesime, se titolari di sportelli finanziati, la redazione di una nota informativa destinata al consumatore (da pubblicare sul sito delle Associazioni e su quello regionale oltre che da esporre nei locali destinati all'attività di sportello) che dia conto delle caratteristiche e modalità di erogazione del servizio e che, in particolare, garantisca la piena conoscenza della natura delle prestazioni rese gratuitamente nonché di quelle ricomprese nella quota associativa.

Inoltre al fine di ampliare l'offerta oraria del servizio nel capoluogo regionale, ove è più sentita questa esigenza, ogni giorno dal lunedì al venerdì almeno uno sportello dovrà garantire l'apertura nella fascia oraria dalle 13.00 alle 15.00 e ogni settimana almeno uno sportello dovrà essere aperto al pubblico nel giorno di sabato per almeno 4 ore.

Vi è poi un ulteriore elemento di novità che l'Amministrazione regionale intende introdurre al fine di ovviare alla concentrazione in un'unica sede del servizio prestato nelle province diverse da quella di Torino. Consiste nella possibilità, in quelle province (Alessandria, Biella, Cuneo, Novara e Vercelli) ove, in ragione dei maggiori volumi di attività in precedenza riscontrati, il disagio dell'unica sede può essere maggiormente avvertito, che una quota parte del monte ore di apertura settimanale venga garantita da uno sportello diverso da quello accreditato anche se gestito da un'Associazione che non è quella titolare dello sportello principale. Questa possibilità, la cui attuazione è rimessa agli accordi fra le Associazioni che gestiranno la rete, consente, a costi invariati e senza pregiudizio del monte ore di erogazione del servizio a livello provinciale, di moltiplicare le sedi e quindi di rendere più agevole l'accesso al servizio.

Ad una finalità non dissimile si ispira la possibilità di ammettere, nel rispetto del budget, la rendicontazione delle spese sostenute anche in sportelli non finanziati (localizzati in province diverse da quella di Torino) purchè il servizio lì erogato si uniformi ad un livello di prestazioni adeguato.

Con riferimento alla percentuale di contribuzione a carico dell'Amministrazione regionale si ritiene opportuno, tenuto conto delle minori risorse complessivamente assegnate, innalzare al 90% la sua misura così come consentito dall'art. 7, comma 2, lett. d) della L.R. 24/2009.

Per quanto riguarda l'Intervento n. 4, finalizzato alla lotta agli sprechi alimentari, alla cui realizzazione viene destinata la somma di Euro 137.836,85, si ritiene di poterne confermare gli aspetti salienti già approvati con la DGR n. 21 – 737 cit.

Di rilievo appaiono tuttavia le innovative previsioni del coinvolgimento delle Associazioni dei consumatori nella fase di distribuzione del materiale informativo e dell'affiancamento di questa fase con campagne promozionali della grande distribuzione consistenti nell'offerta, a prezzi scontati, dei prodotti in prossimità di scadenza. Si tratta, in entrambi i casi, di modifiche volte a conferire maggiore efficacia all'intervento valorizzando, da un lato, la vocazione informativa delle Associazioni e utilizzando, dall'altro, la leva della convenienza economica per conferire maggiore persuasività al messaggio.

La residua somma di Euro 944,71 è destinata allo svolgimento, da parte della Commissione prevista dall'art. 12 del D.M. del 06/08/2010, dell'attività di controllo sulla realizzazione del secondo modulo.

Alla copertura delle spese derivanti dalla realizzazione del secondo modulo, quantificabili in Euro 538.781,56, si farà fronte con le risorse stanziare sui capitoli nn. 114273 e 182238 dell'UPB DB06071 e n. 116764 dell'UPB DB06981 del Bilancio di previsione per l'anno finanziario 2012.

La Giunta regionale, unanime,

visto l'art. 148, comma 1 della Legge n. 388 del 23/12/2000 s.m.i.;

visto il decreto del Ministro dello Sviluppo Economico del 28/05/2010;

visti i decreti direttoriali del 19/07/2010, del 06/08/2010 e del 25/06/2012;

vista la DGR n. 21 – 737 del 07/10/2010;

vista la nota del Ministero dello Sviluppo Economico, prot. n. 0187694 del 13/12/2010;

viste le LL.RR. nn. 7/2001 s.m.i., 23/2008, 24/2009 e 6/2012;

visto l'art. 12 della legge 241/1990 s.m.i.;

sentita la Consulta regionale per tutela dei consumatori e degli utenti che, nella seduta del 26 settembre 2012, ha espresso parere favorevole;

delibera

- di modificare gli interventi previsti nel secondo modulo del Programma generale d'intervento denominato "Per una nuova cultura del consumo" sostituendo le relative schede descrittive, già approvate con DGR n. 21 – 737 del 07/10/2010, con quelle allegate sub A) alla presente deliberazione per farne parte integrante e sostanziale;
- di dare mandato alla Direzione Comunicazione Istituzionale della Giunta Regionale – Settore Relazioni con il pubblico (URP), tutela dei cittadini e dei consumatori di porre in essere gli atti necessari alla sua realizzazione.

La presente deliberazione sarà pubblicata sul Bollettino Ufficiale della Regione Piemonte ai sensi dell'art. 61 dello Statuto e dell'art. 5 della L.R. 22/2010.

(omissis)

Allegato

Programma generale d'intervento denominato: "Per una nuova cultura del consumo"

SECONDO MODULO FUNZIONALE

Quadro temporale di realizzazione delle attività:

- Data prevista di **avvio**: 15 novembre 2012
- Data prevista di **ultimazione**: 31 marzo 2014
- **Durata** (in mesi): 16,5

Cronoprogramma

- **novembre 2012**: accreditamento degli sportelli del consumatore per il periodo dicembre 2012 – settembre 2013 (Intervento n. 3);
- **dicembre 2012**: inizio attività degli sportelli del consumatore (Intervento n. 3);
- **dicembre 2012**: approvazione della convenzione tra Regione Piemonte e Regione Autonoma Valle d'Aosta che definisce le fasi attuative di rispettiva competenza ed in particolare la diffusione del materiale informativo alla Regione Autonoma della Valle d'Aosta e le restanti fasi alla Regione Piemonte (Intervento n. 4);
- **dicembre 2012**: approvazione delle convenzioni tra Regione Piemonte e Università degli Studi di Torino (Dipartimenti: di Scienze merceologiche, di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche e di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agroforestali - DIVAPRA), Last Minute Market S.r.l. (*spin off* della Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Bologna) e Museo A come Ambiente di Torino per definire modalità e contenuti dell'apporto scientifico richiesto per la realizzazione del progetto (Intervento n. 4);
- **dicembre 2012**: costituzione del Comitato di sorveglianza (composto da un rappresentante della Regione Piemonte, uno della Regione Autonoma Valle d'Aosta, due rappresentanti delle Associazioni dei consumatori riconosciute nei rispettivi ambiti regionali e un rappresentante dell'Università degli Studi di Torino) deputato a monitorare la corretta attuazione del progetto (Intervento n. 4);
- **gennaio 2013**: elaborazione questionario per indagine statistica tra i consumatori (Intervento n. 4);
- **febbraio - aprile 2013**: effettuazione delle rilevazioni statistiche presso i consumatori (Intervento n. 4);
- **aprile - maggio 2013**: realizzazione di un *vademecum* che illustri in termini generali i contenuti ed i significati delle etichette dei prodotti alimentari (Intervento n. 4);
- **maggio 2013**: elaborazione dati statistici rilevati (Intervento n. 4);
- **giugno - agosto 2013**: definizione contenuti e realizzazione di un pieghevole contenente informazioni utili a convincere i consumatori a rimuovere i pregiudizi sui prodotti alimentari in scadenza (Intervento n. 4);
- **luglio 2013**: intesa tra le Regioni Piemonte e Valle d'Aosta e le catene della grande distribuzione aderenti circa le modalità del loro coinvolgimento e l'individuazione dei punti vendita dove svolgere l'iniziativa (Intervento n. 4);
- **settembre 2013**: approvazione di una convenzione tra la Regione Autonoma Valle d'Aosta e le Associazioni dei consumatori piemontesi e valdostane, contenente accordi in relazione alle modalità di diffusione dei pieghevoli (Intervento n. 4);
- **settembre 2013**: conclusione dell'attività degli sportelli del consumatore (Intervento n. 3);
- **ottobre 2013**: termine per la presentazione dei rendiconti delle spese sostenute dalle Associazioni dei consumatori per l'attività degli sportelli accreditati (Intervento n. 3);
- **ottobre - dicembre 2013**: realizzazione di iniziative promozionali per la vendita di prodotti in prossimità di scadenza a prezzi scontati presso i punti vendita della GDO aderenti all'iniziativa, con contestuale distribuzione del materiale informativo a cura delle Associazioni dei consumatori (Intervento n. 4);
- **marzo 2014**: convegno finale con illustrazione dei risultati del progetto (Intervento n. 4).

Interventi previsti:

3 – Titolo: Gli Sportelli del consumatore (dicembre 2012 – settembre 2013). **Soggetti attuatori:** le Associazioni dei consumatori iscritte nell'Elenco regionale previsto dalla L.R. 24/2009. **Finanziamento ministeriale:** Euro 400.000,00.

4 – Titolo: “UNA BUONA OCCASIONE (contribuisci anche tu a ridurre gli sprechi alimentari)”. **Soggetti attuatori:** Regione Piemonte e Regione Autonoma Valle d'Aosta. **Finanziamento ministeriale** (per la parte la cui realizzazione è di competenza della Regione Piemonte): Euro 137.836,85.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA' DA REALIZZARE

Obiettivi e finalità

L'obiettivo del secondo modulo è, in continuità con gli interventi realizzati negli ultimi anni e con gli interventi del primo modulo, l'accrescimento del livello di consapevolezza e di maturità del consumatore, sia con riferimento a casi specifici, sia con riferimento a tematiche di più ampio respiro.

In tale quadro l'esperienza degli “Sportelli del consumatore” (**Intervento n. 3**), già apprezzata dai cittadini, viene dunque confermata quale veicolo principe di assistenza al consumatore nella risoluzione di problemi specifici.

Occorre peraltro perseguire l'obiettivo previsto anche con azioni di educazione ad un consumo critico e consapevole destinate a coinvolgere un'ampia platea di consumatori. È quanto si vuole realizzare con l'**Intervento n. 4** “UNA BUONA OCCASIONE (contribuisci anche tu a ridurre gli sprechi alimentari)”.

Le finalità del secondo modulo consistono nel migliorare il livello di assistenza ai singoli consumatori e nel suscitare, nella collettività, un processo di riflessione su tematiche consumeristiche di interesse generale.

Modalità di svolgimento delle attività

Per la realizzazione del secondo modulo del programma sono previsti:

- concessione di contributi destinati a finanziare la rete degli sportelli del consumatore dal 3 dicembre 2012 al 30 settembre 2013 (**Intervento n. 3**);
- convenzioni con l'Università degli Studi di Torino (Dipartimento di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche, Dipartimento di Scienze merceologiche e Dipartimento di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agroforestali - DIVAPRA), convenzione con Last Minute Market S.r.l. e convenzione con il Museo A come Ambiente di Torino per la ricerca e le analisi sul significato percepito dai consumatori delle “date di scadenza” apposte sulle confezioni dei prodotti alimentari (**Intervento n. 4**);
- acquisto di beni e servizi per la realizzazione dell'**Intervento n. 4**.

Dettaglio delle spese previste per la realizzazione del secondo modulo del programma suddivise per tipologia (PIANO FINANZIARIO)

| | Descrizione degli investimenti | Spese ammissibili |
|-----|---|--------------------------|
| C1. | <i>a) spese per macchinari, attrezzature, prodotti</i> | |
| | Totale C1 | Euro 15.000,00 |
| C2. | <i>b) spese per acquisizione di servizi</i> | |
| | Totale C2 | Euro 367.328,65* |
| C3. | <i>c) costi sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale</i> | |
| | Totale C3 | Euro 165.000,00 |
| C4. | <i>d) oneri relativi al compenso per il rappresentante ministeriale della Commissione di verifica</i> | |
| | Totale C4 | Euro 944,71 |
| C5. | <i>e) spese generali</i> | |
| | Totale C5 | Euro 55.000,00 |
| | TOTALE C | Euro 603.273,36** |

*di cui **Euro 64.491,80** a carico della Regione Autonoma Valle d'Aosta

di cui **Euro 538.781,56 a carico della Regione Piemonte ed Euro **64.491,80** a carico della Regione Autonoma Valle d'Aosta

Intervento n. 3 denominato "Gli Sportelli del consumatore (dicembre 2012 – settembre 2013)"

Oggetto, obiettivi, finalità

L'obiettivo prioritario è di assicurare la presenza, sul territorio regionale, di centri di assistenza al cittadino qualificati, presso i quali possa ottenere un servizio di documentazione, ricevere consigli, prospettare i propri problemi, derivandone precise indicazioni operative. Occorre quindi garantire orari e giorni di apertura, strutture tecniche e personale professionale, tali da consentire un ampio e soddisfacente servizio.

La rete sportellistica, finanziata con risorse pari ad Euro 400.000,00, si articola in 14 punti dislocati sul territorio regionale.

Gli sportelli saranno collocati nei capoluoghi di provincia. Dei 14 sportelli da finanziare 7 sono collocati a Torino ed i restanti negli altri capoluoghi di provincia in ragione di uno per capoluogo.

Le risorse previste sono destinate per metà al finanziamento degli sportelli collocati a Torino e per l'altra metà ai restanti con l'obiettivo di raggiungere un monte ore complessivo di apertura settimanale pari a 380 ore ripartito in egual misura fra Torino e gli altri capoluoghi di provincia.

Gli sportelli sono accessibili a tutti i cittadini ed hanno le seguenti caratteristiche minime:

- 1) accesso ad Internet e ad una casella di posta elettronica intestata all'Associazione;
- 2) segreteria telefonica;
- 3) disponibilità, all'occorrenza, di un esperto legale e di un conciliatore;
- 4) identificazione di un responsabile di sportello ed individuazione dell'esperto legale e del conciliatore disponibile presso lo sportello;
- 5) gratuità delle prestazioni relative alle informazioni di primo impatto, comprese quelle rese, in sede di primo studio della controversia, dall'esperto legale e dal conciliatore presente in sede o resosi disponibile su iniziativa del responsabile dello sportello;
- 6) esclusività di uso della postazione con divieto di uso promiscuo con altre attività, siano esse professionali o di altre associazioni; la distinzione deve essere percepibile dal consumatore;

- 7) a decorrere dal terzo mese di attività esposizione nei locali della Nota Informativa sul servizio fornito;
- 8) esposizione, fuori dall'ufficio, di una targa che identifichi lo sportello del consumatore e che risulti idonea, di per sé sola o insieme ad altre indicazioni, a rendere immediatamente percepibile da parte del consumatore l'esistenza dello sportello nello stabile in cui è ubicato;
- 9) regolare e tempestiva compilazione della modulistica (fornita dalla Regione) volta all'accertamento del livello qualitativo – quantitativo del servizio prestato dallo sportello.

Le Associazioni titolari di sportelli finanziati dovranno provvedere alla redazione di una Nota Informativa destinata al consumatore (da pubblicare sul sito dell'Associazione e sul sito regionale) che dia conto delle caratteristiche e modalità di erogazione del servizio di sportello e che, in particolare, garantisca la piena conoscenza della natura delle prestazioni rese gratuitamente, nonché di quelle ricomprese nella quota associativa.

Gli sportelli collocati a Torino devono garantire un orario di apertura al pubblico di almeno 23 ore su cinque giorni alla settimana.

Nel rispetto del budget contributivo riservato complessivamente agli sportelli di Torino il livello di contribuzione per ciascuno di essi terrà conto dello specifico orario di apertura che lo contraddistingue.

Il superamento delle trentotto ore settimanali non avrà riflesso sul livello contributivo riconosciuto.

Ogni giorno dal lunedì al venerdì almeno uno sportello dovrà garantire l'apertura nella fascia oraria dalle 13.00 alle 15.00 e ogni settimana almeno uno sportello dovrà essere aperto al pubblico nel giorno di sabato per almeno 4 ore.

Gli sportelli collocati ad Asti e Verbania garantiscono un orario di apertura al pubblico di non meno di 22 ore su cinque giorni alla settimana mentre quelli collocati negli altri capoluoghi di provincia di almeno 29 ore su cinque giorni alla settimana venendo riconosciuto a questi ultimi un maggiore contributo.

Per gli sportelli di Alessandria, Biella, Cuneo, Novara e Vercelli è possibile per l'Associazione titolare dell'accreditamento, fermo restando un orario di apertura al pubblico di almeno 22 ore su cinque giorni alla settimana, effettuare il numero di ore necessario a raggiungere le 29 ore in uno sportello collocato in altra provincia purché diversa da Torino.

La riduzione dell'orario nello sportello del capoluogo dovrà essere compensato dal servizio di sportello prestato nel capoluogo medesimo da altra Associazione titolare di sportello accreditato.

Il servizio sportellistico svolto a titolo compensativo deve essere prestato con le medesime caratteristiche degli sportelli accreditati.

Ogni Associazione non potrà essere titolare di più di uno sportello accreditato a Torino e di non più di tre sull'intero territorio regionale.

Nel limite dell'importo del contributo complessivamente concesso la percentuale di contribuzione non può superare il 90% delle spese ammissibili. La disciplina della rendicontazione è quella contenuta nel D.M. del 06/08/2010.

La rendicontazione sarà unica per ogni associazione e comprenderà tutte le spese effettuate per l'attività degli sportelli accreditati.

Ogni Associazione titolare di sportello accreditato può inserire nella rendicontazione anche le spese effettuate per l'attività di sportelli diversi da quelli accreditati. Tale facoltà è ammessa purché le spese si riferiscano alla gestione di "sedi operative di diretta erogazione di assistenza al consumatore" che siano state dichiarate e valutate ai fini dell'iscrizione nell'Elenco Regionale (art. 6, comma 2, lett. a) della L.R. 24/2009) e che si connotino per le seguenti caratteristiche:

- a) apertura settimanale al pubblico per almeno 7 ore;
- b) accesso ad Internet e ad una casella di posta elettronica intestata all'Associazione;
- c) segreteria telefonica;
- d) identificazione di un responsabile di sportello;
- e) esposizione, fuori dall'ufficio, di una targa che identifichi lo sportello del consumatore e che risulti idonea, di per sé sola o insieme ad altre indicazioni, a rendere immediatamente percepibile da parte del consumatore l'esistenza dello sportello nello stabile in cui è ubicato;
- f) a decorrere dal terzo mese di attività esposizione nei locali della Nota Informativa sul servizio fornito;

g) regolare e tempestiva compilazione della modulistica (fornita dalla Regione) volta all'accertamento del livello quali – quantitativo del servizio prestato dallo Sportello.

Per l'attività di monitoraggio e di controllo dell'attività finanziata si prevede l'applicazione di apposita disciplina regionale.

L'assegnazione dei contributi ed il loro riparto fra le Associazioni dei consumatori avverrà con provvedimento del Responsabile del Settore Relazioni con il pubblico (URP) – Tutela dei cittadini e dei consumatori, da assumere sulla base delle proposte formulate dalle Associazioni medesime che individuino modalità gestorie degli sportelli conformi ai criteri suindicati.

Soggetti attuatori: le Associazioni dei consumatori iscritte nell'Elenco regionale previsto dalla L.R. 24/2009.

Ambito territoriale interessato: Piemonte. La rete degli Sportelli del consumatore sarà composta da 14 punti così dislocati: Torino 7; Alessandria 1; Asti 1; Biella 1; Cuneo 1; Novara 1; Verbania 1; Vercelli 1.

Quadro temporale di realizzazione delle attività

- Data prevista di **avvio**: 15 novembre 2012
- Data prevista di **ultimazione**: 31 ottobre 2013
- **Durata** (in mesi): 11,5

Cronoprogramma

- **15 novembre 2012**: accreditamento degli sportelli del consumatore per il periodo dicembre 2012 – settembre 2013;
- **3 dicembre 2012**: inizio attività degli sportelli del consumatore;
- **30 settembre 2013**: conclusione dell'attività degli sportelli del consumatore;
- **31 ottobre 2013**: termine per la presentazione dei rendiconti delle spese sostenute dalle Associazioni dei consumatori per l'attività degli sportelli accreditati.

Descrizione delle azioni da intraprendere, degli strumenti necessari e delle modalità di realizzazione: concessione di contributi destinati a finanziare la rete degli sportelli del consumatore dal 3 dicembre 2012 al 30 settembre 2013.

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> | |
| | Totale C1 | Euro 15.000,00 |
| C2. | <i>b) spese per acquisizione di servizi</i> | |
| | Totale C2 | Euro 165.000,00 |
| C3. | <i>c) costi sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale</i> | |
| | Totale C3 | Euro 165.000,00 |
| C4. | <i>e) spese generali</i> | |
| | Totale C4 | Euro 55.000,00 |
| | TOTALE C | Euro 400.000,00 |

Indicazione di criteri per la misurazione dell'efficacia dell'intervento: numero di pratiche trattate presso gli sportelli.

Intervento n. 4 denominato “UNA BUONA OCCASIONE (contribuisci anche tu a ridurre gli sprechi alimentari)”

Oggetto, obiettivi, finalità

Nel corso degli ultimi anni molto è stato fatto per armonizzare la normativa degli Stati membri dell'Unione Europea sulla sicurezza dei prodotti alimentari e su una più efficace informazione dei consumatori sulle loro caratteristiche (da ultimo il Regolamento UE 1169 del 25 ottobre 2011).

Oggetto di crescente attenzione sono, così, divenute, per il consumatore, le informazioni riguardanti non solo i parametri nutrizionali ma anche quelle concernenti le scadenze, rispetto alle quali, tuttavia, permane una notevole confusione sulla differenza di significato tra “termine minimo di conservazione” e “data di scadenza”.

Per molti consumatori entrambe significano che oltre la data indicata il prodotto non può più essere consumato e che nella prossimità della sua scadenza esso perde parte delle qualità nutrizionali ed organolettiche originarie ed è, quindi, preferibile non consumarlo.

Se a ciò si aggiunge che i produttori hanno interesse ad anticipare le date di scadenza rispetto al momento effettivo in cui il prodotto inizia a deteriorarsi e che la distribuzione, per ragioni di marketing, tende a ritirare dalla vendita le confezioni con scadenza ravvicinata, ne deriva che grandi quantità di prodotti, integri da un punto di vista nutrizionale e perfettamente edibili, si trasformano in rifiuti con enorme spreco di risorse e negativo impatto sull'ambiente (secondo un recente studio pubblicato dalla Commissione Europea la produzione annuale di rifiuti alimentari nei 27 Stati membri è pari a circa 89 milioni di tonnellate, ossia 179 kg pro capite).

E' urgente, quindi, avviare iniziative di sensibilizzazione dei consumatori sulle cause e sulle conseguenze degli sprechi alimentari nonché, soprattutto, sulle modalità per ridurli.

A tale scopo il Parlamento Europeo ha proclamato l'anno 2014 “Anno europeo contro lo spreco alimentare”, quale importante strumento di informazione e promozione per sensibilizzare i cittadini europei e richiamare l'attenzione dei governi nazionali su questo importante tema.

In questo contesto vuole collocarsi il progetto “UNA BUONA OCCASIONE (contribuisci anche tu a ridurre gli sprechi alimentari)”.

Partendo da una rilevazione statistica che fotografa conoscenze, pregiudizi e comportamenti dei consumatori in relazione ai cibi in prossimità di scadenza, il progetto si pone l'obiettivo, anche attraverso un approfondimento scientifico sulla loro perdurante integrità sotto l'aspetto sensoriale e strutturale, di “convincere” gli attori della fase distributiva ed i consumatori ad adottare comportamenti che limitino gli sprechi.

Lo scopo verrà perseguito attraverso la diffusione di materiale informativo contenente spiegazioni sul significato da attribuire alle date di scadenza e sui comportamenti virtuosi da adottare al fine di ridurre gli sprechi alimentari, e la contestuale attivazione, da parte dei commercianti aderenti, di iniziative promozionali che offrano ai consumatori la possibilità di acquistare prodotti in prossimità di scadenza a prezzi scontati.

Soggetto attuatore: Regione Piemonte e Regione Autonoma Valle d'Aosta.

Ambito territoriale interessato: Piemonte e Valle d'Aosta.

Quadro temporale di realizzazione delle attività

- Data prevista di **avvio**: 1 dicembre 2012
- Data prevista di **ultimazione**: 31 marzo 2014
- **Durata** (in mesi): 16

Cronoprogramma

- dicembre 2012: approvazione della convenzione tra Regione Piemonte e Regione Autonoma Valle d'Aosta che definisce le fasi attuative di rispettiva competenza ed in particolare la diffusione del materiale informativo alla Regione Autonoma della Valle d'Aosta e le restanti fasi alla Regione Piemonte;

- dicembre 2012: approvazione delle convenzioni tra Regione Piemonte e Università degli Studi di Torino (Dipartimenti: di Scienze merceologiche, di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche e di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agroforestali - DIVAPRA), Last Minute Market S.r.l. (*spin off* della Facoltà di Agraria dell'Università degli Studi di Bologna) e Museo A come Ambiente di Torino per definire modalità e contenuti dell'apporto scientifico richiesto per la realizzazione del progetto;
- dicembre 2012: costituzione del Comitato di sorveglianza (composto da un rappresentante della Regione Piemonte, uno della Regione Autonoma Valle d'Aosta, due rappresentanti delle Associazioni dei consumatori riconosciute nei rispettivi ambiti regionali e un rappresentante dell'Università degli Studi di Torino) deputato a monitorare la corretta attuazione del progetto;
- gennaio 2013: elaborazione questionario per indagine statistica tra i consumatori;
- febbraio - aprile 2013: effettuazione delle rilevazioni statistiche presso i consumatori;
- aprile - maggio 2013: realizzazione di un *vademecum* che illustri in termini generali i contenuti ed i significati delle etichette dei prodotti alimentari;
- maggio 2013: elaborazione dati statistici rilevati;
- giugno - agosto 2013: definizione contenuti e realizzazione di un pieghevole contenente informazioni utili a convincere i consumatori a rimuovere i pregiudizi sui prodotti alimentari in scadenza;
- luglio 2013: intesa tra le Regioni Piemonte e Valle d'Aosta e le catene della grande distribuzione aderenti circa le modalità del loro coinvolgimento e l'individuazione dei punti vendita dove svolgere l'iniziativa;
- settembre 2013: approvazione di una convenzione tra la Regione Autonoma Valle d'Aosta e le Associazioni dei consumatori piemontesi e valdostane, contenente accordi in relazione alle modalità di diffusione dei pieghevoli;
- ottobre - dicembre 2013: realizzazione di iniziative promozionali per la vendita di prodotti in prossimità di scadenza a prezzi scontati presso i punti vendita della GDO aderenti all'iniziativa, con contestuale distribuzione del materiale informativo a cura delle Associazioni dei consumatori;
- marzo 2014: convegno finale con illustrazione dei risultati del progetto.

Descrizione delle azioni da intraprendere, degli strumenti necessari e delle modalità di realizzazione

Fase 1: definizione delle modalità di individuazione di un campione statisticamente rappresentativo di consumatori piemontesi e valdostani (convenzione con l'Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche);

Fase 2: elaborazione di un questionario da somministrare al campione statistico per conoscere la percezione del significato di “termine minimo di conservazione” e “data di scadenza” nonché i comportamenti adottati (sia nel momento dell'acquisto sia in quello del consumo) rispetto ai prodotti alimentari in prossimità di scadenza (convenzione con l'Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche);

Fase 3: formazione dei soggetti incaricati di somministrare il questionario al campione statistico (convenzione con il Museo A come Ambiente di Torino);

Fase 4: effettuazione delle rilevazioni statistiche (convenzione con il Museo A come Ambiente di Torino);

Fase 5: elaborazione dei dati statistici rilevati volta ad estrapolare i comportamenti “irrazionali” al fine di predisporre interventi formativi – correttivi efficaci (convenzione con l'Università degli Studi di Torino – Dipartimenti di Scienze economico-sociali e matematico-statistiche e di Scienze merceologiche; convenzione con Last Minute Market S.r.l.);

Fase 6: esecuzione di analisi laboratoriali su prodotti alimentari in prossimità di scadenza per valutarne aspetti sensoriali e di texture (convenzione con l'Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Valorizzazione e Protezione delle Risorse Agroforestali - DIVAPRA);

Fase 7: elaborazione dei contenuti dei messaggi informativi (comprensivi degli esiti delle analisi laboratoriali) da inserire in un pieghevole di facile ed immediata consultazione (convenzione con

l'Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Scienze merceologiche; convenzione con Last Minute Market S.r.l.);

Fase 8: preparazione di un vademecum che illustri in termini generali i contenuti ed i significati delle etichette alimentari (convenzione con l'Università degli Studi di Torino – Dipartimento di Scienze merceologiche);

Fase 9: ideazione grafica e stampa del materiale informativo (contratto con soggetti terzi e/o Centro Stampa Regione Piemonte);

Fase 10: individuazione dei punti vendita presso i quali effettuare l'attività di distribuzione del materiale informativo ed attivare iniziative promozionali per la vendita, a prezzi scontati, di prodotti in prossimità di scadenza (accordi con la GDO);

Fase 11: distribuzione del materiale informativo presso centri commerciali e/o altre tipologie di punti vendita individuate sul territorio delle due regioni dove contestualmente verranno attivate le iniziative promozionali (convenzione tra Regione Autonoma Valle d'Aosta e Associazioni dei consumatori piemontesi e valdostane);

Fase 12: organizzazione di un convegno finale per l'illustrazione dei risultati conseguiti con l'intervento dei principali attori coinvolti nel progetto e di esperti di fama internazionale (contratto con soggetti terzi).

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> | |
| | Totale C1 | Euro 0,00 |
| C2. | <i>b)spese per acquisizione di servizi</i> | |
| | Convenzioni con l'Università di Torino e Last Minute Market S.r.l. | (Regione Piemonte) Euro 43.000,00 |
| | Convenzione con il Museo A come Ambiente | (Regione Piemonte) Euro 28.000,00 |
| | Realizzazione e stampa del pieghevole | (Regione Piemonte) Euro 51.836,85 |
| | Distribuzione del pieghevole (Convenzione con Associazioni Consumatori) | (Regione Valle d'Aosta) Euro 64.491,80 |
| | Organizzazione del convegno | (Regione Piemonte) Euro 15.000,00 |
| | Totale C2 | Euro 202.328,65 |
| C3. | <i>C) costi sostenuti dalle associazioni dei consumatori, in qualità di soggetti attuatori, relativi al personale</i> | |
| | Totale C3 | Euro 0,00 |
| C4. | <i>e)Spese generali:</i> | |
| | Totale C4 | Euro 0,00 |
| | TOTALE C INTERVENTO | Euro 202.328,65* |

* di cui **Euro 137.836,85** a carico della Regione Piemonte ed Euro 64.491,80 a carico della Regione Autonoma Valle d'Aosta.

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

Risonanza mediatica degli eventi relativi all'intervento.

Rilevazione dell'impatto dell'iniziativa da parte della GDO.

Grado di partecipazione della comunità scientifica e degli attori della filiera alimentare all'analisi del fenomeno degli sprechi alimentari e alla proposta dei rimedi.