



**OPERAZIONE
RISORGIMENTO
DIGITALE**



Cittadini digitali e consapevoli

Progettualità con
le Associazioni dei Consumatori

Roma, luglio 2020

EXCELLENCE PARTNER

Google

Indice

#1

**Operazione Risorgimento Digitale e
Associazioni dei Consumatori: una sfida comune**

#2

Consumatori digitali, consapevoli e sicuri

#3

Modalità e KPI dei corsi

#4

Un piano di comunicazione integrato

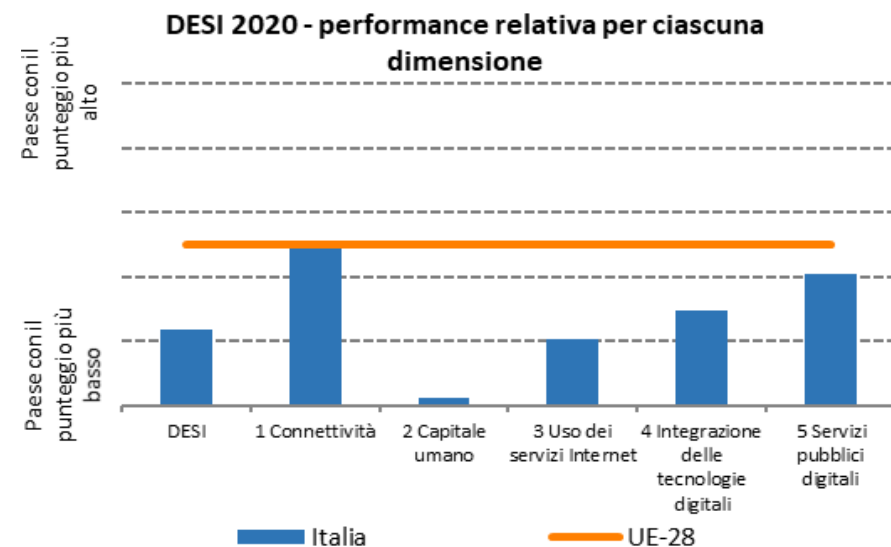
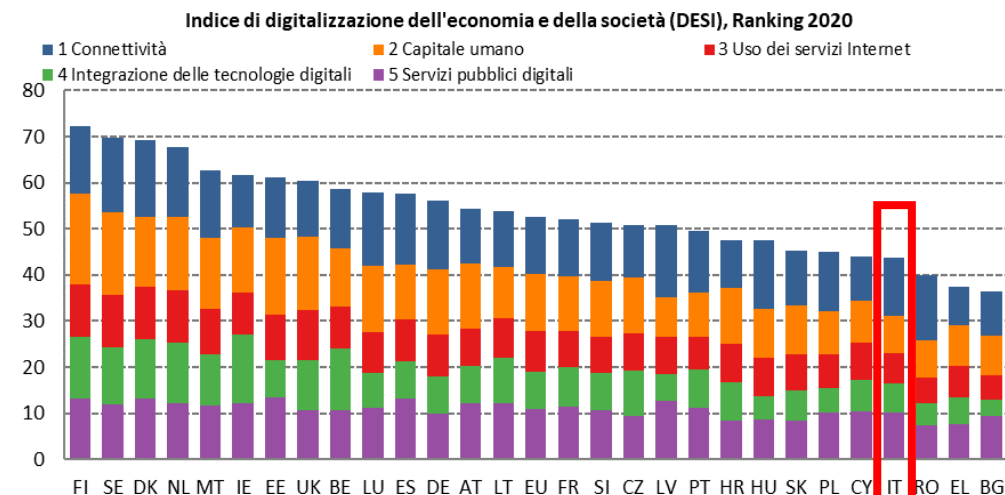
L'arretratezza digitale dell'Italia

L'Italia ancora indietro per le competenze digitali

Secondo l'ultimo rapporto del DESI (Indice di digitalizzazione dell'economia e della società) i risultati conseguiti dal nostro Paese sono **limitati per quanto riguarda le competenze digitali** e la digitalizzazione delle imprese, così come resta modesto l'uso dei servizi pubblici digitali.

L'Italia infatti nel 2020 perde una posizione rispetto allo scorso anno e si colloca all'**ultimo posto** nell'UE per quanto riguarda la dimensione del **capitale umano**.

Solo il 42% delle persone di età compresa tra i 16 e i 74 anni possiede almeno competenze digitali di base (58% nell'UE) e solo il 22% dispone di competenze digitali superiori a quelle di base (33% nell'UE).



Lo scenario di una pandemia: limiti ed opportunità per il consumatore

Il fattore Coronavirus spinge alla digitalizzazione, che da utile diventa indispensabile

Con la diffusione della pandemia e l'inizio della quarantena, gli italiani sono stati chiamati al cambiamento delle proprie abitudini private, sociali e lavorative. L'emergenza sanitaria ha reso **il digitale indispensabile**, portando i lavoratori ad adottare modalità di smartworking, la Pubblica Amministrazione ad accelerare sui servizi di cittadinanza digitale, la scuola ad adottare la didattica a distanza.

Anche i comportamenti dei **consumatori sono diventati sempre più digitali**, esplorando opportunità e sperimentando servizi precedentemente fruiti in modalità live e tradizionale. In questo scenario risulta fondamentale **l'affidabilità delle informazioni** che ogni giorno vengono rese disponibili online e **l'abilità a navigare, ricercare e fruire servizi e opportunità in sicurezza**.

Da...

- Digitale **di «nicchia»** per pochi
- Prevalenza di human e contatto offline
- Opportunità esclusivamente **local**
- Rapporto di fiducia basato sulla **fonte e sul passaparola**

a...

- Digitale **diffuso e inclusivo**
- **Integrazione tra canali online e offline**
- **Nuove opportunità glocal**
- Abbondanza di **fonti e informazioni da certificare e selezionare**

TIM e le Associazioni dei Consumatori

Una collaborazione concreta per la tutela dei consumatori

A Febbraio 2020 TIM ha firmato con Adiconsum, Adoc, Cittadinanzattiva APS, Codacons, Federconsumatori e Udicon un importante **protocollo di cooperazione** finalizzato a **potenziare il rapporto di fiducia** con le Associazioni dei Consumatori e **rinnovare la relazione fra TIM e i propri clienti** in termini di una sempre maggiore trasparenza, chiarezza e completezza delle informazioni su servizi offerti, novità commerciali, innovazioni tecnologiche e sviluppi di mercato.

E' inoltre attivo un tavolo di confronto con Altroconsumo.

In parallelo TIM, attraverso il progetto "**Operazione Risorgimento Digitale**", è fortemente impegnata ad accelerare la diffusione delle competenze digitali tra cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni.

La digitalizzazione consapevole dei consumatori rappresenta un ambito di lavoro comune su cui costruire interventi e iniziative congiunte.

Il progetto sarà coordinato in TIM dalle direzioni Regulatory Affairs & Wholesale Market/Customer Protection e Strategy, Customer Experience & Transformation Office/Operazione Risorgimento Digitale.



CODACONS



Proteggere i consumatori attraverso la digitalizzazione consapevole

La collaborazione tra TIM e le Associazioni dei Consumatori intende promuovere la *protezione* dei consumatori attraverso attività di tipo **divulgativo e formativo**, *allargando sempre di più la base dei clienti informati sul digitale*.

La collaborazione con le Associazioni, oltre a mettere in risalto la capacità dell'Azienda di investire su politiche di **supporto concreto al sistema Paese**, avrà anche un **ritorno positivo relazionale nei confronti delle Autorità**.

I contenuti saranno disegnati in base a:

- **livello di digitalizzazione del target** (da base/medio ad avanzato)

Si svilupperanno tematiche per target con un livello di digitalizzazione base fino a quello avanzato e corsi dedicati a target specifici come i genitori.

- **tipologia di bisogni consumeristici e digitali**

Con tematiche tipiche consumeristiche quali le attivazioni on line, l'assistenza on line, l'analisi dei contratti di servizi e le clausole alle quali prestare attenzione negli acquisti a distanza, oltre al tema della sicurezza nella navigazione internet.

Inoltre verranno trattati argomenti più generali che oggi sono alla base di una buona consapevolezza nella navigazione internet come i siti comparatori.

Le modalità saranno sia sincrone, attraverso **webinar**, che asincrone, attraverso le **videopillole**.

Indice

#1

Operazione Risorgimento Digitale e
Associazioni dei Consumatori: una sfida comune

#2

Consumatori digitali, consapevoli e sicuri

#3

Modalità e KPI dei corsi

#4

Un piano di comunicazione integrato

Consumatori digitali, consapevoli e sicuri

TIM propone alle Associazioni dei Consumatori di sviluppare contenuti/webinar su questi temi specifici:

- **CONSUMATORI CONSAPEVOLI** - per supportare cittadini e consumatori a districarsi nell'ipermercato globale digitale, tra opportunità e rischi, tra condizioni contrattuali, clausole e assistenza post-vendita
- **MODELLI COMPARATIVI** - webinar per sviluppare un modulo di consultazione a beneficio dei consumatori. (Es. Come orientarsi nelle ricerche sul web, I siti più affidabili, come riconoscerli etc)
- **SICURI ONLINE** - garantire la maggiore sicurezza nell'utilizzo degli strumenti e dei servizi e la ricerca di informazioni attendibili per un utilizzo sicuro di Internet
- **DIRITTI DIGITALI** - per facilitare la fruizione di diritti e servizi in formato digitale (pratiche sanitarie e previdenziali, contributi economici etc)
- **SERVIZI E OPPORTUNITA'** - per insegnare a utilizzare servizi come SPID e pago PA nonché i servizi di e-commerce
- **GENITORIALITA'** - webinar dedicati ai genitori per responsabilizzare all'uso corretto dei device verso i propri figli e renderli consapevoli dei rischi eventuali
- **INFORMATI ONLINE** - webinar dedicati all'uso informato della navigazione sul web, per distinguere le false notizie. Informazione e disinformazione sul web come criticità potenziata dall'avvento di internet e dalla condivisione dei media sociali in particolare nei momenti di emergenza collettiva dove la paura alimenta voci infondate e il rischio di notizie diffuse e fuori controllo.



Consumatori digitali e consapevoli, un percorso innovativo e sicuro, modalità webinar

Are di contenuto



- A. CONSUMATORI CONSAPEVOLI - per supportare cittadini e consumatori a districarsi nell'ipermercato globale digitale, tra opportunità e rischi, tra condizioni contrattuali, clausole e assistenza post-vendita
- B. MODELLI COMPARATIVI - webinar per sviluppare un modulo di consultazione a beneficio dei consumatori. (Es. Come orientarsi nelle ricerche sul web, I siti più affidabili, come riconoscerli etc)
- C. SICURI ONLINE - garantire la maggiore sicurezza nell'utilizzo degli strumenti e dei servizi e la ricerca di informazioni attendibili versus fake news, per un utilizzo sicuro di Internet
- D. DIRITTI DIGITALI - per facilitare la fruizione di diritti e servizi in formato digitale (pratiche sanitarie e previdenziali, contributi economici etc)
- E. SERVIZI E OPPORTUNITA' - per insegnare a utilizzare servizi come SPID e pago PA nonché i servizi di e-commerce
- F. GENITORIALITA' - webinar dedicati ai genitori per responsabilizzare all'uso corretto dei device verso i propri figli e renderli consapevoli dei rischi eventuali
- G. INFORMATI ONLINE - webinar dedicati all'uso informato della navigazione sul web, per distinguere le false notizie

Webinar 1-3

Webinar 1-3

Webinar 1-3

Webinar 1-3

Webinar 1-3

Webinar 1-3

Webinar 1-3



Almeno 6
ripetizioni da
novembre
2020 a maggio
2021 per
ciascun
webinar

Owner

- A. Associazione 1
- B. Associazione 2
- C. Associazione 3
- D. Associazione 4
- E. Associazione 5
- F. Associazione 6
- G. Associazione 7

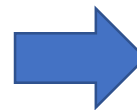
Consumatori digitali e consapevoli, un percorso innovativo e sicuro, modalità videopillole

Are
di
contenuto



I contenuti sono basati sulla fruizione dei servizi online essenziali del tipo «Come fare per»

- A. Aprire una casella di posta elettronica
- B. Aprire un account social
- C. Effettuare una (video)chiamata
- D. Pagare bollette online



Ca.5000 views
da novembre
2020 a maggio
2021 per
ciascuna
videopillola

Importante

Nella modalità videopillole consigliata l'adozione di uno stile univoco che garantisca una coerenza di rappresentazione grafica.

Le fasi della progettazione

		Giugno			Luglio				Agosto			Settembre				Ottobre				Novembre				Dicembre			
		02-set	03-set	04-set	01-set	02-set	03-set	04-set	01-set	03-set	04-set	01-set	02-set	03-set	04-set	01-set	02-set	03-set	04-set	01-set	02-set	03-set	04-set	01-set	02-set	03-set	04-set
	Owner																										
Finalizzazione e accordi con associazioni	TIM e Ass.consumatori																										
Definizione aree contenuti	TIM e Ass.consumatori																										
Definizione titoli e contenuti specifici	TIM e Ass.consumatori																										
Produzione contenuti (videopillole e webinar)	TIM e Ass.consumatori																										
Calendario attività didattiche	TIM e Ass.consumatori																										
Avvio corsi	TIM e Ass.consumatori																										
Piano di comunicazione e media	TIM e Ass.consumatori																										
Ingaggio delle community dei consumatori	Ass.consumatori																										

Le attività didattiche proseguiranno fino al mese di maggio 2021.

Indice

#1

Operazione Risorgimento Digitale e Associazioni dei Consumatori: una sfida comune

#2

Consumatori digitali, consapevoli e sicuri

#3

Modalità e KPI dei corsi

#4

Un piano di comunicazione integrato

Consumatori digitali e consapevoli, un percorso innovativo e sicuro, modalità webinar

Modalità



WEBINAR: La modalità webinar si svolge attraverso un seminario gratuito di breve durata con un docente professionista e consente di acquisire le nozioni fondamentali.

La partecipazione alla sessione formativa avviene attraverso appuntamenti in diretta per cui è sufficiente un collegamento ad internet.

Saranno tenuti live su una piattaforma di videoconferenze (ad es. Meet , Zoom) da **docenti selezionati e formati nell'ambito delle Associazioni dei Consumatori.**

TIM può mettere a disposizione **Google Meet .**

Le Associazioni provvederanno alla progettazione e produzione di contenuti e **ingaggio delle proprie community.**

KPI



Progettazione e realizzazione di:

- **webinar**

NUMERO TOTALE SESSIONI DI WEBINAR	TOTALE PARTECIPANTI WEBINAR
90	9.000

Consumatori digitali e consapevoli, un percorso innovativo e sicuro, modalità videopillole

Modalità



VIDEOPILLOLE

Realizzazione di videopillole per accompagnare la fascia degli **utenti fragili e la popolazione senior** nell'uso dei device tecnologici e nella **fruizione dei servizi online essenziali** del tipo «Come fare per»
(es. Aprire una casella di posta elettronica, Aprire un account social, Effettuare una (video)chiamata, Pagare bollette online)

KPI



Progettazione e realizzazione di:

- **videopillole**

NUMERO VIDEOPILLOLE	VIEWS PER CIASCUNA
5-10	5.000

Indice

#1

Operazione Risorgimento Digitale e
Associazioni dei Consumatori: una sfida comune

#2

Consumatori digitali, consapevoli e sicuri

#3

Modalità e KPI dei corsi

#4

Un piano di comunicazione integrato

Un piano di engagement e comunicazione integrato e corale

I driver del piano di engagement e comunicazione saranno:

- **Collaborazione**: le associazioni dei consumatori sono **fonti autorevoli e riconosciute** dai cittadini. Le attività di divulgazione e formazione saranno «firmate» in **co-brand con TIM dalle associazioni che le realizzano**, come un «bollino di garanzia»
- **Community**: la comunicazione avrà come primi interlocutori le **community che già seguono le Associazioni dei Consumatori e Operazione Risorgimento Digitale**, puntando sull'engagement già consolidato
- **Multi-voce**: la comunicazione sarà promossa **sia dalle properties TIM che da quelle delle Associazioni dei Consumatori** a partire da materiali comunicativi co-branded realizzati da TIM
- **Multi-canale**: i canali di comunicazione saranno **soprattutto digitali** (post social, siti, newsletter). Laddove possibile andranno ingaggiate nella comunicazione anche reti locali human (ad es. direttamente presso gli sportelli fisici delle Associazioni)
- **Promozione**: la promozione delle attività sarà supportata da un **piano media digitale** a cura di TIM



The screenshot displays the website interface for 'OPERAZIONE RISORGIMENTO DIGITALE' in partnership with TIM. The top navigation bar includes the phone number 800 960 960 and a menu icon. The main content area, titled 'Le prossime lezioni', features four Master Class cards:

- 01/07/2020**: Le Master Class Cybersecurity: ieri, oggi, domani - Cybersecurity & Innovazione. Includes a Cisco logo and text about malware and information security.
- 08/07/2020**: Le Master Class Career Roadmap: come creare un proprio percorso di carriera. Includes text about career development.
- 09/07/2020**: Le Master Class Creare e-commerce di successo - Come generare traffico "a pagamento" sul proprio sito web. Includes text about e-commerce and digital marketing.
- 10/07/2020**: Le Master Class Cultura e turismo nell'era digitale - Il nuovo modello di comunicazione digitale nel settore pubblico. Includes text about digital culture and tourism.

Below the website screenshot are two social media posts:

- A Facebook post from 'Operazione Risorgimento Digitale' dated 29 giugno alle ore 14:22, featuring a video thumbnail for 'MASTER CLASS IL FUTURO DEL TURISMO DIGITALE' with a quote from Zaira Magliozzi.
- A Facebook post from 'Operazione Risorgimento Digitale' dated 19 giugno alle ore 17:20, featuring a video thumbnail for 'MASTER CLASS IL FUTURO DEL LAVORO' with a quote about personal branding.