

PROGRAMMA ATTUATIVO REGIONALE FONDO PER LO SVILUPPO E LA COESIONE 2007/13

PIANO DI COMUNICAZIONE

Organismo di Programmazione e di Attuazione
Responsabile del Servizio Coordinamento Fondo per lo Sviluppo e la Coesione
Dr.ssa Luciana Smargiassi

Responsabile dell'Asse VI del PAR FSC
Direttore Area Seconda
Ing. Massimo Pillarella

Contenuto della pubblicazione a cura
della Struttura di Assistenza Tecnica "Area Informazione e Comunicazione"
Dr.ssa Paola Belmonte, Dr.ssa Claudia di Tota, Dr.ssa Mariagrazia Muccigrosso

Realizzazione del logo PAR FSC a cura
della Struttura di Assistenza Tecnica "Area Monitoraggio"
Dr.ssa Olga Cassetta, Dr. Tommaso Di Pasquale, Dr.ssa Mariagiovanna Reale

*La mente che si apre ad una nuova idea
non torna mai alla dimensione precedente.*

Albert Einstein

Indice

Indice	3
1. ANALISI DI CONTESTO	4
1.1 Premessa	4
1.2 Il PAR FSC	4
1.3 Quadro Normativo di riferimento	7
1.4 Analisi socio - economica.....	8
1.5 Informazione e comunicazione nel Molise.....	11
2. AZIONI E STRATEGIE DEL PIANO	13
2.1 I contenuti del Piano di comunicazione.....	13
2.2 La descrizione del PAR FSC	13
2.3 Gli obiettivi	14
2.4 Target di riferimento: i destinatari delle azioni	14
3. STRATEGIE E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE	16
3.1 Le strategie di comunicazione	16
3.2 Gli strumenti e le attività di comunicazione.....	17
3.3 Gli eventi di comunicazione: convegni, seminari e conferenze stampa	17
3.4 I prodotti editoriali	19
3.5 I Social network	20
3.6 Il Logo.....	21
3.7 La sezione web PAR FSC.....	22
3.8 Il foglio informativo	24
3.9 La Rassegna Stampa.....	25
3.10 Il Contact Center	25
3.11 Le attività promozionali nelle Scuole.....	25
3.12 La campagna di sensibilizzazione per la gestione dei rifiuti	27
3.13 EXPO 2015 - Molise protagonista.....	28
3.14 La Missione Aree Interne.....	28
3.15 La campagna di promozione per la tutela e la sicurezza del cittadino	28
3.16 La valorizzazione del sistema idrico, viario e territoriale	29
3.17 Il cronoprogramma delle attività di comunicazione.....	30
3.18 La rete interna dei referenti della comunicazione	32
3.19 Il monitoraggio e la valutazione	32
3.19.1 Il reporting	33
3.20 Le risorse finanziarie	34
3.21 L'analisi SWOT	35
3.22 L'attuazione e la gestione del Piano di Comunicazione	35

1. ANALISI DI CONTESTO

1.1 Premessa

La Regione Molise, beneficiaria del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC), ha previsto di accompagnare l'attuazione del Programma Attuativo Regionale (PAR) 2007/2013 con un'adeguata azione di comunicazione rivolta all'opinione pubblica, al partenariato economico e sociale, ai beneficiari e agli attuatori degli interventi finanziati.

A tale scopo, è stato redatto il Piano di Comunicazione, che ha come mission principale quella di promuovere tra i cittadini la conoscenza delle politiche di sviluppo regionali programmate attraverso il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, in modo da favorire un feedback continuo e costruttivo tra la popolazione molisana e le istituzioni.

Il Piano è articolato in tre parti:

- la prima, descrittiva, fornisce, in primis, gli elementi necessari alla comprensione dei meccanismi di funzionamento del Fondo, poi illustra la normativa di riferimento ed, infine, il contesto socio-economico-culturale regionale in cui il Programma sarà realizzato;
- la seconda delinea il Piano di Comunicazione, a partire dalla fase di ideazione sino alla definizione dei destinatari di riferimento e delle strategie di comunicazione;
- la terza descrive le attività di comunicazione già attivate e quelle da realizzare.

1.2 II PAR FSC

Dal 2003 il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC), già FAS, rappresenta lo strumento di finanziamento che lo Stato destina alle aree sottoutilizzate del Paese¹, quali risorse aggiuntive nazionali a quelle ordinarie e a quelle comunitarie; lo scopo è quello di favorire la ripresa della competitività e della produttività nelle aree obiettivo come individuate dal Quadro Strategico Nazionale (QSN)². La legge finanziaria annuale stabilisce le risorse per il FSC e il Comitato Interministeriale per la Programmazione Economica (CIPE), con successivi provvedimenti, le assegna per il riequilibrio economico e sociale delle suddette aree. In linea generale e metodologica, la Delibera CIPE n. 166/2007 “*Attuazione del Quadro Strategico Nazionale 2007-2013*” ha

¹ Come previsto dall'articolo 119, comma 5 della Costituzione.

² La proposta di Regolamento generale sulla politica di coesione comunitaria per il periodo 2007-2013 prevede un approccio programmatico strategico e un raccordo organico della politica di coesione con le strategie nazionali degli Stati membri. A tal fine, l'Italia ha presentato all'Unione Europea un Quadro Strategico Nazionale con l'obiettivo di indirizzare le risorse che la politica di coesione destinerà al nostro Paese, sia nelle aree del Mezzogiorno sia in quelle del Centro-Nord (<http://www.dps.tesoro.it/qsn/qsn.asp>).

definito le procedure tecnico-amministrative e finanziarie necessarie per l'attuazione dei programmi finanziati con il Fondo.

A livello regionale, la programmazione delle risorse FSC avviene mediante i Programmi Attuativi di cui le Regioni sono titolari e responsabili. Il Programma Attuativo FSC 2007- 2013 della Regione Molise è stato approvato dalla Giunta Regionale con Delibera n. 605 del 4 agosto 2011, a seguito della presa d'atto del PAR da parte del CIPE, in data 3 agosto 2011, con provvedimento n. 63.

La dotazione finanziaria iniziale destinata al Programma è di 407,084 milioni di euro, come ridotta dalla Delibera CIPE n. 1 dell'11 gennaio 2011, a cui si aggiunge una quota pari a 39,474 milioni di euro relativa alle assegnazioni del periodo di programmazione 2000-2006.

La giunta regionale con proprie deliberazioni nn. 362/2013, 587-642-712/2014 e 76/2015 ha provveduto all'aggiornamento finanziario e programmatico del PAR Molise FSC 2007/2013 che articolato in Assi, Linee di intervento e relative Azioni, presenta la seguente struttura:

Asse I. *Innovazione ed Imprenditorialità*

- Linea d'intervento I.A *Sostegno mirato e veloce per le imprese e il lavoro*;
 - Azione I.A.1 *Strumenti finanziari per la capitalizzazione delle imprese*
 - Azione I.A.2 *Sostegno temporaneo per le imprese*
 - Azione I.A.3 *Interventi a sostegno delle imprese*
- Linea di intervento I.B *Fondo di garanzia*;
- Linea di intervento I.C *Innovazione e ricerca universitaria*

Asse II *Accessibilità*

- Linea d'intervento II.A *Accessibilità materiale*
 - Azione II.A.1 *Interventi strategici per la mobilità*
 - Azione II.A.2 *Viabilità di convergenza regionale ed interregionale*

Asse III *Ambiente e territorio*

- Linea d'intervento III.B *Difesa suolo*
- Linea d'intervento III.C *Gestione dei Rifiuti Urbani*
- Linea d'intervento III.D *Sistema Idrico Integrato*
- Linea d'intervento III.F *Sicurezza e legalità*

Asse IV *Inclusione e Servizi Sociali*

- Linea d'intervento IV.A *Inclusione sociale e interventi socio-educativi*
- Linea d'intervento IV.B *Rete socio-sanitaria regionale*

Asse V *Capitale Umano*

- Linea d'intervento V.A *Istruzione*

- Linea d'intervento V.B *Progetto “Scuola Sicura”*

Asse VI Governance ed azioni di sistema

- Linea d'intervento VI.A *Assistenza Tecnica, collaborazione specialistica e sistema di incentivazione e di premialità*
 - Azione VI.A.1 *Struttura di supporto alla Cabina di Regia per il coordinamento della Programmazione unitaria 2007-2013*
 - Azione VI.A.2 *Assistenza Tecnica e supporto, collaborazione specialistica al PAR Fondo per lo Sviluppo e la Coesione 2007 – 2013 in tutte le sue componenti*
 - Azione VI.A.3 *Azioni di Supporto di assistenza tecnica, di valutazione e di monitoraggio degli interventi programmati nell'ambito della Nuova Intesa Generale Quadro, anche attraverso l'alimentazione della banca dati e secondo le procedure definite dalla Struttura di Assistenza Tecnica di Missione del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti*
 - Azione VI.A.4 *Segreteria tecnica di supporto all'attuazione del Programma e al Comitato di Sorveglianza*
 - Azione VI.A.5 *Sistema di “premialità interne incentivante”*
- Linea d'intervento VI.B *Valutazione*
- Linea d'intervento VI.C *Monitoraggio*
- Linea d'intervento VI.D *Comunicazione, informazione e pubblicità;*
- Linea d'intervento VII.D *Copertura disavanzo sanitario (Art. 2, comma 90, legge 23/12/2009, n. 191 – Delibera CIPE n. 12/2012)*
 - Azione VII.D.1 *Spese per prestazioni sanitarie da privato;*
 - Azione VII.D.2 *Spese per presidi sanitari, farmaci e forniture ospedaliere*

La programmazione delle risorse assegnate nell'ambito del PAR FSC è avvenuta attraverso l'individuazione delle azioni cardine volte a promuovere lo sviluppo regionale e la definizione delle macro aree d'intervento che, proposte nel rispetto degli Obiettivi di Servizio³, risultano le seguenti:

- sistema idrico integrato;
- gestione dei rifiuti;
- difesa del suolo e messa in sicurezza del territorio;
- istruzione;
- servizi sociali;

³ Gli Obiettivi di Servizio rappresentano un meccanismo premiale per le Regioni del Mezzogiorno al fine di migliorare la qualità dei servizi offerti dalla Pubblica Amministrazione ai cittadini e alle imprese e sono previsti dal QSN.

- sicurezza e legalità.

Gli obiettivi di servizio si focalizzano su quattro punti strategici:

- innalzamento delle competenze degli studenti e della capacità di apprendimento della popolazione;
- incremento dei servizi di cura alla persona;
- miglioramento della gestione dei rifiuti;
- miglioramento del servizio idrico integrato.

In coerenza con tale impianto di Programmazione complessivo, il PAR FSC persegue l'obiettivo generale di rafforzare la competitività e la coesione del sistema regionale.

1.3 Quadro Normativo di riferimento

- L. n. 150 del 7 giugno 2000 *“Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”*;
- Quadro Strategico Nazionale (QSN) 2007/2013;
- Delibera CIPE n. 166 del 21 dicembre 2007 *“Attuazione del Quadro Strategico Nazionale (QSN) 2007/13 – Programmazione del Fondo per le Aree Sottoutilizzate”*;
- Delibera del Consiglio Regionale n. 275 del 30 settembre 2008: *“Orientamenti per l'utilizzo dei Fondi FAS 2007/13”*;
- D.G.R. n. 1257 del 14 novembre 2008 *“La strategia Integrata di Sviluppo Locale in Molise: Linee Guida per la Progettazione Territoriale 2007/2013”*;
- D. Lgs. del 31 maggio 2011, n.88. *“Disposizioni in materia di risorse aggiuntive e di interventi speciali per la rimozione di squilibri economici e sociali a norma dell'articolo 16 della Legge del 5 maggio 2009, n. 42”*;
- Delibera CIPE n. 63 del 3 agosto 2011 *“Presa d'atto del Programma Attuativo Regionale (PAR) della Regione Molise FAS 2007/13”*;
- D.G.R. n. 605 del 4 agosto 2011 *“Programma Attuativo Regionale (PAR) Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC). Presa d'atto della decisione del Cipe nella seduta del 3 Agosto 2011 e approvazione del Programma Attuativo Regionale Fondo per lo Sviluppo e la Coesione”*;
- Programma Attuativo Regionale Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (PAR FSC) 2007/13 – Asse VI *“Governance ed azioni di sistema”* – Linea d'intervento VI. D *“Comunicazione, informazione e pubblicità*;

- Delibera CIPE n. 12 del 20 gennaio 2012 “ *Fondo per lo Sviluppo e la Coesione. Ripiano del disavanzo sanitario della Regione Molise. Modifica della delibera n. 8/2011*”;
- Delibera CIPE n. 14 dell’8 marzo 2013 “*Fondo per lo Sviluppo e la Coesione. Attuazione dell’articolo 16 – comma 2 del decreto legge n. 95/2012 (riduzioni di spesa per le regioni a statuto ordinario) e disposizioni per la disciplina del funzionamento del fondo*”;
- D. Lgs. n. 33 del 14 marzo 2013 “*Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni*”;
- D.G.R. n. 76 del 17 febbraio 2015 “*Programma Attuativo Regionale (PAR) Molise – Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC) 2007/2013. Deliberazione della giunta regionale n. 712 del 30 dicembre 2014. Aggiornamento programmatico . Asse II “Accessibilità” - Linea d’intervento II.A “Accessibilità materiale”. Rettifica interventi*”.

1.4 Analisi socio - economica

Al fine di comprendere al meglio il tessuto socio-economico in cui il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione andrà ad operare è necessario fornire alcuni dati relativi al territorio regionale.

Lo scenario territoriale e demografico molisano è caratterizzato dall'assenza di grandi agglomerati urbani e da una distribuzione della popolazione su un ampio numero di piccoli comuni che rende problematica l’organizzazione di un sistema di servizi efficienti sul territorio.

I Comuni molisani sono 136 di cui solo quattro superano una popolazione di 10.000 abitanti e solo Campobasso supera la soglia dei 50.000 abitanti.

All’inizio del 2013⁴ l’ISTAT registra per il Molise una popolazione totale di 313.341 unità di cui 226.217 unità, residenti in provincia di Campobasso e 87.124 residenti in provincia di Isernia. In Regione la metà dei comuni registra i noti fenomeni di spopolamento delle aree interne, problema comune a tutta l’Europa⁵, con la conseguente crescita dei centri urbani più grandi.

La dotazione infrastrutturale della Regione è carente, tanto che alcune zone del territorio non sono provviste di un'accessibilità viaria adeguata; tale difficoltà concorre sia alla crescita dei costi per i servizi del sistema produttivo locale che all’aumento delle problematiche, già evidenti, in termini di isolamento del territorio molisano caratterizzato da un sistema montuoso a forte rischio sismico ed idrogeologico.

⁴ I dati riportati possono essere consultati sul sito: <http://dati.istat.it/>

⁵ ISTAT - Demo-Geodemo. Bilancio demografico mensile. Periodo gennaio - giugno 2010. Comunicato del 10 novembre 2010.

Per quanto riguarda l'accesso immateriale, l'informatizzazione e la dotazione di reti telematiche, il Molise deve ancora ridurre il “*Digital divide*” di molte aree ancora penalizzate da questa carenza, per poter così competere con le economie più avanzate e per poter garantire l'accesso all'informazione telematica da parte della totalità dei molisani.

E' in questa direzione che si muove la Regione Molise; in attuazione del “Progetto strategico nazionale per la banda Ultralarga”⁶, finalizzata a sostenere ed a promuovere l'adozione e la diffusione delle tecnologie di informazione e comunicazione (ICT) nei propri territori e nel contesto produttivo rurale al fine di migliorare la competitività del sistema delle imprese e lo sviluppo delle aree rurali più marginali, che evidenziano un declino socio-economico e un progressivo invecchiamento e riduzione della popolazione. La copertura regionale di servizi di ADSL ad alta velocità (20 Mbts) è, ad oggi, concentrata esclusivamente nei poli urbani, nelle aree limitrofe e nelle zone della collina irrigua. Le zone rurali, anche quelle a maggior densità abitativa e a forte presenza di attività produttive, risultano servite invece da connessioni a bassa velocità tramite reti telefoniche piuttosto obsolete.

L'obiettivo del progetto sopra citato è di portare, attraverso le fibre ottiche o le tecnologie wireless (WiMax), l'ADSL ad alta velocità in 37 comuni in Aree di collina rurale e 83 comuni in aree montane che caratterizzano ben oltre l'80% del territorio regionale, dove i servizi alle persone ed alle imprese che utilizzano la banda larga sono maggiormente necessari, in considerazione della loro marginalità⁷. Secondo le stime del Ministero, entro il 2015 il 13% delle unità immobiliari molisane avrà una connessione internet di almeno 30Mbps, a cui si aggiungono i piani autonomi degli operatori privati che prevedono la copertura di un ulteriore 8%: per il 2015 il Molise potrà contare su una diffusione e velocità di banda totale tale da garantire una copertura per il 22% dei cittadini⁸.

La popolazione della Regione è composta in larga parte da anziani con evidenti ricadute negative sul mercato del lavoro. Tali fattori determinano un maggiore apporto della Pubblica Amministrazione nel sistema assistenziale e nella rete dei servizi.

⁶ Il “Progetto Strategico Banda Ultralarga” è stato autorizzato dalla Commissione europea: un decisivo segnale per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda digitale europea, concernenti l'accesso a internet per tutti i cittadini “ad una velocità di connessione superiore a 30 Mb/s” e, per almeno il 50% della popolazione “al di sopra di 100 Mb/s”. (<http://www.sviluppoeconomico.gov.it/index.php?option=com>)

⁷ <http://www.pianetapsr.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/795>

⁸ Le fonti di finanziamento saranno molteplici, di origine privata e pubblica. Queste ultime potranno essere sia di natura comunitaria, sia nazionale e regionale, in particolare: dei fondi FESR 2007-2013, della nuova ripartizione dei fondi FESR 2014-2020, dei fondi FSC nazionali e regionali (qualora disponibili). L'intervento pubblico sarà circoscritto nelle aree in cui gli operatori privati non dimostrano interesse a intervenire autonomamente nei prossimi anni 3 anni.

Connesso al modello di sviluppo regionale è il livello di occupazione ancora modesto e lontano dagli obiettivi fissati dai Consigli di Lisbona e Göteborg, con un tardivo ingresso delle giovani generazioni nel mondo del lavoro e una conseguente tendenza a continuare gli studi.

Il Molise pur essendo uscito completamente dalle Regioni dell'obiettivo Convergenza - ovvero dall'ex obiettivo 1 della programmazione 2000-2006 - mostra ancora dinamiche altalenanti del Prodotto interno regionale.

Alla luce dei processi di integrazione, globalizzazione e internazionalizzazione derivanti dall'appartenenza dell'Italia alla Comunità Europea, anche localmente si mira ad un più accentuato livello di integrazione, ad un graduale ampliamento dei prodotti/mercati e a un ricorso maggiore e sistematico ai mercati esteri per cercare di ampliare la domanda economica dei prodotti locali. Quest'obiettivo non è di facile realizzazione.

L'economia regionale, infatti, resta fortemente incentrata sul *settore terziario* che è prevalentemente di tipo tradizionale (la PA, il commercio, i trasporti etc.), caratterizzato dalla presenza molto limitata di attività di servizio finalizzate al supporto del sistema delle imprese e ad attività di innovazione e ricerca.

Da quanto illustrato, diviene irrinunciabile e non rinviabile un radicale cambiamento culturale del sistema socio-economico e delle amministrazioni locali nella definizione delle scelte di policy che devono essere orientate alla concentrazione delle risorse su pochi obiettivi strategici di rilievo per il rilancio economico.

Il binario decisionale e comportamentale è rappresentato da un *processo riformatore nazionale*, che incide direttamente sulle regole di finanza e su quelle fiscali e un *processo di ammodernamento regionale*, in coerenza con il mutato contesto europeo e nazionale, nonché con gli obblighi derivanti dal Piano di rientro sanitario e dagli obiettivi di contenimento della spesa pubblica regionale contenuti nella legislazione nazionale e regionale.

Si tratta di affermare una nuova visione di sviluppo compatibile con le esigenze territoriali del lavoro e delle imprese, con i bisogni sociali e con le risorse disponibili, incrociando le azioni in campo industriale, artigianale, commerciale, agricolo, delle professioni, dei servizi sociali.

Per la formazione del prodotto regionale modesto è l'apporto del *settore manifatturiero*, costituito da imprese mature e tradizionali, caratterizzato da iniziative di piccola dimensione; la Regione, invece, non può contare sui settori agricolo e agroalimentare per l'incremento del proprio PIL, che hanno una significativa incidenza in termini di popolazione occupata e di concentrazione di attività produttive ma che, essendo soprattutto a gestione familiare e create per la propria sussistenza, non producono ricchezza.

Quanto sopra descritto si traduce in un quadro costellato da numerosi problemi, tra i quali: la sostenibilità della spesa pubblica, che paga gli oneri degli elevati costi di gestione e di servizio del territorio.

Infine, le diverse calamità naturali, i dissesti idrogeologici nonché gli eccezionali eventi meteorologici che hanno interessato il territorio hanno influenzato negativamente il livello della qualità della vita dell'intera comunità regionale. A ciò si aggiungono le difficoltà legate ad un contesto più generale quali la riduzione del potere d'acquisto dei salari e le difficoltà del mercato del lavoro che potrebbe contrarsi maggiormente provocando, nella Regione, ulteriori fenomeni di marginalità, di disagio sociale e di emigrazione giovanile.

1.5 Informazione e comunicazione nel Molise

I dati evidenziati nel paragrafo precedente servono ad individuare ed orientare le migliori strategie da utilizzare nel Piano di Comunicazione per il raggiungimento dei target individuati al paragrafo 2.4. Inoltre, al fine di scegliere gli strumenti e i canali più adeguati per una migliore diffusione di informazioni utili, vengono forniti, di seguito, alcuni dati estrapolati dall'Annuario Statistico italiano 2013 sull'indagine multiscopo "*Attività culturali e sociali varie*"⁹.

I dati relativi agli indici di lettura, di fruizione dei media radio-televisivi e dell'uso di internet collocano il Molise su valori confacenti alla media nazionale: il 94,8% della popolazione molisana guarda la televisione (media nazionale: 92,3%) mentre solo il 50,7% ascolta la radio (media nazionale: 57,3%).

La distanza con il dato nazionale si accentua per quanto concerne la lettura dei quotidiani: solo il 37,8% dei molisani (media nazionale: 49,4%) legge un quotidiano almeno una volta a settimana mentre il 32,4% ha letto un libro negli ultimi 12 mesi (media nazionale 43%).

Per quanto riguarda la fruizione dei nuovi media in Molise, dagli ultimi dati censiti nel 2012, la media di coloro che hanno utilizzato Internet è pari al 47,3% (media nazionale 54,3%).

Negli ultimi due anni, internet ha raggiunto una buona affermazione tale da divenire il media più utilizzato dai giovani; infatti mediante internet è possibile sia usufruire di riviste e giornali online, e-book, web radio e web tv, che accedere a siti istituzionali, di intrattenimento, social-network (ad esempio facebook e twitter) e specializzati in infiniti item volti a sensibilizzare l'opinione pubblica.

⁹ www.istat.it/it/archivio/107568

Un punto di riferimento importante per conseguire gli obiettivi del Piano sono le nuove generazioni, che oltre ad essere uno dei target delle azioni del FSC rappresentano i protagonisti attivi e partecipi delle politiche di sviluppo regionale, in quanto costituiscono un ottimo veicolo informativo per raggiungere le famiglie.

Alla luce dell'analisi sopra riportata e in considerazione della continua evoluzione dei mass media, si ritiene necessario privilegiare l'utilizzo di alcuni media che hanno maggiore impatto comunicativo e comunque diversificare anche il loro impiego in base ai diversi target di riferimento e agli obiettivi da perseguire.

2. AZIONI E STRATEGIE DEL PIANO

2.1 I contenuti del Piano di comunicazione

Un'efficace azione di comunicazione può incidere positivamente sulle prospettive di sviluppo di un territorio in quanto la conoscenza migliora la consapevolezza da parte degli attori economici circa le opportunità messe in campo e le possibilità di utilizzo delle stesse, per cui un'adeguata strategia di informazione e di comunicazione è il presupposto stesso del successo delle politiche e delle iniziative dei finanziamenti siano essi nazionali che comunitari.

Si ritiene inoltre che, fermo restando le specificità proprie di ciascun fondo, la comunicazione relativa al PAR possa essere maggiormente efficace se ha la capacità di integrarsi con le strategie e gli strumenti attivati e /o previsti dai Piani di Comunicazione relativi ai fondi comunitari (FESR/FSE – FEASR) nonché dalle azioni di comunicazione relative alla programmazione integrata territoriale.

E' fondamentale, dunque, recepire compiutamente gli indirizzi del presente Piano durante l'intero "ciclo di vita" della programmazione per stabilire un solido collegamento fra comunicazione e partecipazione democratica dei beneficiari e per promuovere il consenso culturale e politico intorno alla politica regionale, nazionale e comunitaria.

Nel Piano di Comunicazione sono contenuti:

- ✓ la descrizione del PAR FSC;
- ✓ gli obiettivi;
- ✓ i destinatari delle attività di comunicazione ed informazione;
- ✓ le strategie, gli strumenti e le attività di comunicazione;
- ✓ le procedure, le modalità ed i soggetti responsabili nella gestione del Piano;
- ✓ il sistema di sorveglianza e di monitoraggio delle attività;
- ✓ le modalità di valutazione dell'efficienza e dell'efficacia nel conseguimento degli obiettivi da raggiungere;
- ✓ il cronoprogramma delle attività di comunicazione;
- ✓ le risorse finanziarie impiegate;
- ✓ l'analisi SWOT.

2.2 La descrizione del PAR FSC

Si rinvia al paragrafo n. 1.2 pag. 4.

2.3 Gli obiettivi

Gli obiettivi del Piano di Comunicazione sono definiti sulla base dell'analisi di contesto in coerenza con gli indirizzi del Quadro Strategico Nazionale in materia di "Informazione e Comunicazione" e nel rispetto del Programma Attutativo Regionale a valere sul Fondo per lo Sviluppo e la Coesione.

Lo scopo del Piano è realizzare una comunicazione "positiva" in grado di creare un rapporto virtuoso di fiducia e partecipazione dei cittadini, delle istituzioni e delle imprese alla crescita e al miglioramento delle condizioni di vita nella Regione. Questa cooperazione deve basarsi sui principi della responsabilità e della partecipazione tra l'Amministrazione Regionale e i cittadini, che porti all'assunzione di un ruolo attivo nella costruzione di un nuovo sviluppo per il Molise.

Gli obiettivi che si intendono raggiungere con il presente Piano di Comunicazione sono:

- ✓ la massima diffusione dei contenuti, delle finalità e delle modalità organizzative di ogni azione del Programma FSC per informare l'opinione pubblica molisana dell'esistenza e della gestione dei fondi nazionali e dei benefici che generano in favore della qualità della vita (compresi gli obiettivi di servizio);
- ✓ la garanzia della trasparenza dei meccanismi di gestione e di definizione delle scelte;
- ✓ la partecipazione attiva del partenariato in ogni fase del processo dei Piani di azione;
- ✓ l'accesso da parte dei cittadini e delle imprese ad informazioni esaustive e facilmente comprensibili in ogni fase del processo di attuazione del Programma;
- ✓ un'ampia, costante e innovativa informazione sui risultati che saranno conseguiti.

2.4 Target di riferimento: i destinatari delle azioni

In base alla normativa comunitaria in materia di informazione e alle indicazioni del Programma, il target dei gruppi coinvolti dal presente piano di comunicazione è ampio ed eterogeneo:

1. **il Partenariato istituzionale e socio economico** composto principalmente dagli enti locali, dalle associazioni di categoria e da partner sociali che operano sul territorio regionale (Comuni, Province, Università, Associazioni di categorie, Associazioni di rappresentanza dei lavoratori, Terzo Settore etc.). Il partenariato rappresenta non solo un partner rilevante che la Regione Molise intende coinvolgere nell'attuazione del piano, ma anche un destinatario della comunicazione. Infatti partecipa a tutte le fasi di preparazione, attuazione, sorveglianza e valutazione delle attività di comunicazione, informazione e animazione sul territorio.

2. **il Grande Pubblico** quale gruppo più ampio ed eterogeneo composto dall'utenza sia regionale che nazionale destinatari delle azioni e degli interventi che la Regione Molise attua attraverso le risorse FSC.
3. **i Beneficiari Potenziali**, questa categoria comprende diversi soggetti (imprese, consorzi, organismi di ricerca, poli tecnologici e di innovazione, enti locali, società pubbliche, etc) che sono indicati dal PAR quali soggetti destinatari dei finanziamenti.
4. **i Media locali** ovvero gli operatori della comunicazione locale (televisioni, giornali, agenzie di stampa). Essi costituiscono al tempo stesso un target ed uno strumento del Piano di comunicazione. Sensibilizzare e “coinvolgere” in modo efficace tali soggetti risulta strategico al fine di assicurare un'informazione costante, corretta e mirata, al grande pubblico.

3. STRATEGIE E STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

3.1 Le strategie di comunicazione

Il Quadro Strategico Nazionale (QSN) per la politica regionale di sviluppo 2007/2013, al paragrafo VI.2.5, dedicato all'informazione e alla comunicazione, individua quale obiettivo prioritario delle azioni di comunicazione *“la crescita della consapevolezza e del consenso sulle finalità, i metodi e i risultati della politica regionale unitaria..... Recepire appieno tali indirizzi nei Piani di Comunicazione dei Programmi sarà fondamentale per stabilire un solido collegamento fra comunicazione e partecipazione democratica delle forze sociali ed economiche espresse dalla società civile alla fase di implementazione delle politiche e al raggiungimento degli obiettivi....”*.

In tale contesto, il presente Piano di Comunicazione è stato strutturato a seguito di un'attenta valutazione delle scelte strategiche da adottare, in coerenza con il PAR FSC, per conseguire gli specifici obiettivi di comunicazione indicati al paragrafo 2.3.

Le strategie previste sono dirette a costruire l'informazione in base all'oggetto della comunicazione, ai soggetti destinatari del messaggio e alla finalità da conseguire. Sono state individuate, in base ai soggetti destinatari, tre tipologie di strategie:

- Strategia indifferenziata: sono state scelte le attività (campagne di comunicazione, realizzazione del logo e aggiornamento del sito internet, social network, ecc..) che prevedono la costruzione di un unico messaggio per tutto il pubblico di riferimento;
- Strategia differenziata: è stata prevista quale specifica attività di comunicazione il foglio informativo attraverso il quale è possibile costruire il messaggio in base alla tipologia del pubblico cui esso è destinato;
- Strategia concentrata: dopo aver individuato i diversi target, le attività programmate risultano quelle che prevedono un messaggio mirato e personalizzato.

Ciascuna strategia di comunicazione deve conseguire differenti finalità, in quanto le attività programmate possono “informare”, “formare” ed “educare” il soggetto cui esse sono destinate.

Le strategie individuate permettono di valutare e selezionare in modo accurato una vasta gamma di tecniche e strumenti di comunicazione, coerenti con le linee d'intervento contenute nel Programma Attuativo Regionale, tenuto conto non solo dell'eterogeneità dei soggetti destinatari, ma anche del contesto sociale, economico e politico della Regione.

3.2 Gli strumenti e le attività di comunicazione

Le attività da realizzare e i relativi strumenti di comunicazione sono stati scelti nel rispetto del principio della trasparenza nella Pubblica Amministrazione e quello della semplificazione del procedimento amministrativo, in conformità con la legge n. 150/2000¹⁰ e s. m. e i. . Infatti, le logiche comunicative che si intendono adottare perseguono e privilegiano costantemente il dialogo con il cittadino. Trasparenza, ampia diffusione e “just in time” sono i principi sui quali è stato ideato il sistema di comunicazione del PAR FSC. Gli strumenti di comunicazione attivati e da attivare (con la determinazione del relativo budget) sono stati individuati complessivamente dal Responsabile dell’Asse VI del PAR FSC di concerto con l’Organismo di Programmazione secondo le esigenze manifestatesi nel corso della Programmazione.

Tali strumenti, raggruppati in macro-categorie, sono di seguito specificati:

- Eventi di comunicazione (convegni, seminari, workshop, conferenze stampa);
- Prodotti editoriali (inviti, brochure, manifesti, locandine e cartelline);
- Applicazioni per l’interattività e per la creazione di comunità on line (social network, mailing list e foglio informativo);
- Internet (sezione web PAR FSC nell’ambito del portale della Regione Molise);
- Interattività dinamica (attività promozionali per la valorizzazione del territorio regionale);
- Pubblicità dinamica (logo);
- Servizio agli utenti (Contact Center).

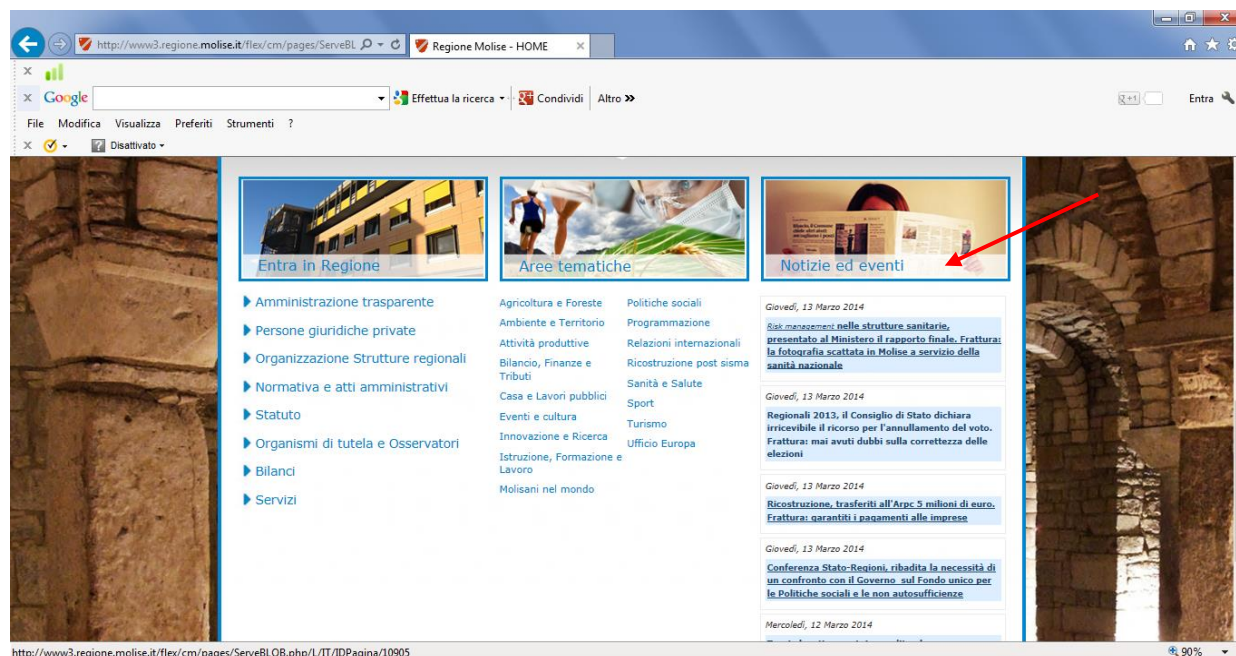
3.3 Gli eventi di comunicazione: convegni, seminari, workshop e conferenze stampa

L’obiettivo degli eventi di comunicazione è quello di favorire una diffusione capillare delle informazioni sul PAR FSC sia relativamente alle fasi d’avvio dei singoli interventi sia dei risultati conseguiti. Il presente Piano mira principalmente ad informare e sensibilizzare l’opinione pubblica regionale sui diversi temi rientranti nelle linee d’intervento programmate. Si prevede a tal fine la realizzazione di attività di marketing territoriale scaturite dalla volontà e dall’esigenza di promuovere il Molise oltre gli stessi confini regionali per valorizzarne le potenzialità e favorire la prospettiva di una ricaduta positiva in termini economici.

Tra le altre attività di comunicazione, il Piano prevede la realizzazione di conferenze stampa e di comunicati stampa durante le fasi d’attuazione del Programma ed in particolare in occasione dei

¹⁰ Legge n. 150 del 7 giugno 2000 “Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”.

Comitati di Sorveglianza, nel corso dei quali saranno presentati esempi di azioni informative realizzate o in itinere. I comunicati verranno pubblicati sul sito istituzionale dell'ente regionale, nell'area "Notizie ed eventi" :



Inoltre, nel corso della programmazione PAR FSC, saranno organizzati convegni/seminari, utili nel richiamare l'attenzione della classe politica e dei cittadini sugli interventi finanziati dal Fondo per lo Sviluppo e la Coesione. Per tali occasioni verrà prodotto ed utilizzato materiale promozionale ed illustrativo da distribuire ai partecipanti e che abbia immediato impatto sull'opinione pubblica.

Convegno "Incontro tra la Regione Molise, una delegazione dei Ministeri dello Sviluppo economico, delle Politiche Agricole e del Partenariato locale, per la verifica dell'attuazione dei programmi delle politiche per la coesione e l'avvio di una riflessione sul prossimo ciclo di programmazione 2014/2020"

Periodo	26 Luglio 2012
Pre-evento	Comunicati e conferenze stampa
Location	Sala parlamentino
Materiale promozionale dell'evento	Locandine, inviti
Target	Sindaci, dipendenti e collaboratori regionali, ecc...
Catering	Esterno
Noleggio pullman	Esterno
Post-evento	Comunicati stampa
Budget	827,75 euro

Convegno di chiusura della Programmazione 2007/2013	
Periodo	<i>Giugno / Dicembre 2017</i>
Pre-evento	<i>Comunicati e conferenze stampa</i>
Materiale promozionale dell'evento	<i>Locandine, inviti</i>
Materiale da distribuire durante l'evento	<i>Brochure, cartelline, penne, block-notes, gadget¹¹</i>
Target	<i>Sindaci, dipendenti, collaboratori regionali, ecc..</i>
Location	<i>Sala parlamentino o ex-GIL</i>
Relatori	<i>Interni/Esterni</i>
Allestimento sala	<i>Esterno</i>
Catering	<i>Esterno</i>
Noleggio pullman (se necessario)	<i>Esterno</i>
Post-evento	<i>Comunicati – Rassegna stampa</i>
Budget	<i>Max 5.000 euro</i>

3.4 I prodotti editoriali

I prodotti editoriali rappresentano un efficace strumento di comunicazione attraverso il quale è possibile far veicolare, con rapidità e semplicità, le informazioni tra l'emittente ed il destinatario del messaggio. Durante la programmazione PAR FSC, e soprattutto in occasione di specifiche campagne di comunicazione, saranno prodotti: manifesti, locandine, dépliant, brochure e cartelline.

I manifesti e le locandine verranno realizzati soprattutto per pubblicizzare convegni /seminari programmati o da programmare: essi saranno affissi in luoghi pubblici, in maniera strategica, in modo che siano fruibili da un numero considerevole di soggetti.

Per comunicare, a destinatari specifici, la realizzazione di tali eventi e stimolarli ad una partecipazione attiva e proficua saranno utilizzati appositi “inviti”, in formato digitale oppure cartaceo, e, inoltre, saranno prodotti e offerti ai partecipanti: cartelline contenenti block-notes e penne, brochure, dépliant e gadget. Questi ultimi prodotti editoriali saranno distribuiti anche agli alunni delle scuole (elementari, medie e superiori), in occasione delle attività promozionali da concordare con la Direzione Scolastica Regionale¹², per informare e sensibilizzare gli studenti e il personale docente sugli interventi e sulle iniziative previste dal Programma.

¹¹ I probabili gadget da utilizzare saranno scelti tra: portacellulare, guaina porta pc, agenda tascabile, planning da tavolo, chiavetta usb

¹² Vedi paragrafo n. 3.11.

I dati che seguono hanno carattere indicativo e sono stati ottenuti mediante una ricerca effettuata su appositi siti internet al solo scopo di poter fornire cifre di riferimento ¹³:

Tabella 1 - Budget indicativo per i prodotti editoriali

Stampati	Impegno finanziario (valore max)
Brochure	900,00
Locandine	2.000,00
Manifesti	3.900,00
Inviti (cartacei) con buste	350,00
Cartelline con penne e block-notes	4.800,00
Gadget	6.000,00
Totale max	17.950,00

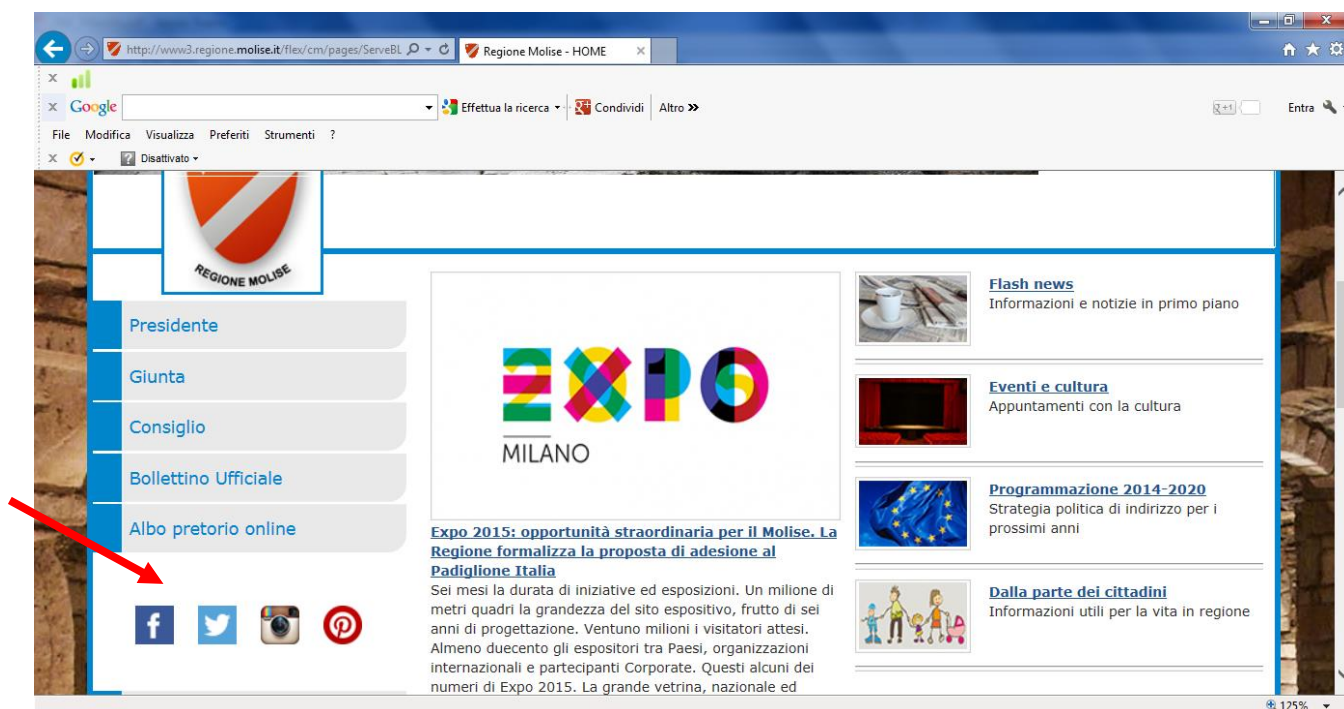
3.5 I Social network

Lo sviluppo della comunicazione pubblica e istituzionale segue l'evoluzione continua ed inarrestabile delle tecnologie. Gli strumenti del social network e del web sono realtà ormai sempre più diffuse non solo tra le fasce più giovani della popolazione, ma anche tra i professionisti, le istituzioni scolastiche e tra numerosi enti locali. L'utilizzo di Facebook e Twitter si basa sull'interazione virtuale degli utenti in modo da trarre da essi un flusso costante di informazioni che potranno poi essere utilizzate per migliorare il servizio erogato. Gli attori della rete, mediante forme di comunicazione sincrona ed asincrona, sono i veri protagonisti nella costruzione "a catena" della conoscenza.

"Trasferire" il PAR FSC 2007-13 nelle piattaforme di Facebook e Twitter ha risvolti positivi per promuovere la conoscenza delle linee d'azione della programmazione regionale e favorire una "partecipazione attiva" dei cittadini nella realtà regionale.

Nella Home Page del sito istituzionale dell'ente regionale è possibile accedere ai profili Facebook e Twitter del *Molise* ove verranno pubblicate le notizie di maggior rilievo inerenti il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione e i fondi strutturali ai fini di una comunicazione integrata.

¹³ I costi sono stati calcolati su una base di n. 1000 pezzi per ogni prodotto.



3.6 Il Logo

Il Servizio Coordinamento Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, con la collaborazione di alcune unità dell'Assistenza Tecnica ai programmi nazionali e regionali - Area Monitoraggio -, ha provveduto alla realizzazione del logo PAR FSC Molise 2007/13.

Lo slogan scelto *“Un moto per lo sviluppo”* raffigura il Molise (prima sfera a sinistra) che provvede all'attuazione del Programma Attuativo Regionale rappresentato dalle sei sfere, che sono legate allo “slogan” mediante un originale percorso grafico volto a spiegare l'estensione della sigla PAR FSC e attivano un “moto.....per lo sviluppo”.

Il logo, già riportato sugli atti amministrativi prodotti dal Servizio Coordinamento Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, sarà utilizzato per le attività di comunicazione previste nel presente Piano.



3.7 La sezione web PAR FSC

Allo scopo di trasmettere agli utenti un messaggio che rifletta in maniera chiara e coerente l'immagine dell'organizzazione e degli obiettivi istituzionali dell'Ente Regione, si è ritenuto opportuno realizzare una sezione web PAR FSC, all'interno del portale della Regione, diretta a coordinare le informazioni concernenti le varie iniziative promosse dalla Regione con fondi nazionali. Tale strumento è considerato il più idoneo a garantire la massima diffusione delle informazioni e la partecipazione dei cittadini alle attività dell'Ente, in quanto il portale può essere inteso quale spazio virtuale per un "incontro democratico" tra i cittadini stessi e le istituzioni.

Le pagine web, costruite al fine di garantire la trasparenza nella gestione del Programma, sono disponibili:

- seguendo il percorso: *Home - Aree tematiche – Programmazione – Fondo per lo Sviluppo e la Coesione*;
- tramite il link:

<http://www3.regione.molise.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/8555>



La sezione web PAR FSC, gestita da unità dell'Assistenza Tecnica PAR FSC 2007/13 - area Comunicazione e Informazione - è strutturata, nel rispetto delle Linee Guida per i siti web delle

P.A.¹⁴, secondo l'architettura di seguito riportata che potrà essere modificata secondo le eventuali esigenze che dovessero in futuro manifestarsi:

Regione Molise - Il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione - FSC

Sei in: Home > AREE TEMATICHE > Programmazione > Il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione - FSC

Il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione - FSC

Il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC) è lo strumento con il quale il Governo e le Regioni programmano interventi finalizzati al riequilibrio economico e sociale fra le diverse aree geografiche del Paese, per "favorire l'effettivo esercizio dei diritti della persona", in attuazione dell'art. 119, comma 5 della Costituzione.

Il FSC, nato come Fondo Aree Sottoutilizzate (FAS), è stato istituito dalla Legge Finanziaria 2003 (Legge 27 dicembre 2002, n.289) ed ha assunto la nuova denominazione di Fondo per lo Sviluppo e la Coesione con il D. Lgs 31 maggio 2011, n. 86, ma i principi alla base della gestione dello stesso restano gli stessi:

- riequilibrio economico e sociale;
- addizionalità delle risorse;
- sussidiarietà.

Nell'ambito del Quadro Strategico Nazionale (QSN), il documento di orientamento strategico in attuazione della politica di coesione comunitaria, che promuove l'unificazione della programmazione delle politiche regionali, comunitarie e nazionali, e la realizzazione di un più forte raccordo di queste con le politiche nazionali ordinarie, ha previsto una programmazione unitaria anche del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione per il periodo 2007-2013.

In tale contesto, la disciplina generale del FSC si ispira ai criteri e agli obiettivi propri della disciplina dei fondi strutturali. Il Fondo, infatti, è finalizzato a dare unità programmatica e finanziaria all'insieme degli interventi aggiuntivi a finanziamento nazionale.

A tal fine, possono essere finanziati gli interventi speciali dello Stato, l'erogazione di contributi speciali, oltre ai progetti strategici:

- di carattere infrastrutturale;
- di carattere immateriale;
- di rilievo nazionale, interregionale e regionale;
- aventi natura di grandi progetti o di investimenti articolati in singoli interventi tra loro funzionalmente connessi, in relazione a obiettivi e risultati quantificabili e misurabili.

Programma Attuativo Regionale

Governance

Monitoraggio

Open Coesione

PRA Molise - Pianificazione Regionale Attuativa

Normativa e documenti

Valutazione

Comunicazione e informazione

Gestione e controllo

Obiettivi di servizio

In primo piano

Bandi/Auvisi

Bandi aperti
[Archivio bandi](#)

Rassegna stampa

Foglio informativo

Per ricevere il Foglio Informativo, invia una mail al seguente indirizzo:
parfsc.informa@regione.molise.it

Contact Center

[Contact Center](#)

L'ideazione, la redazione e l'aggiornamento dei contenuti delle pagine web regionali dedicate al Fondo per lo Sviluppo e la Coesione sono a cura dell'Ufficio Sorveglianza e Controllo FSC - Servizio Coordinamento Fondo per lo Sviluppo e la Coesione - Direzione Area Seconda, con il supporto dell'unità di assistenza tecnica - Area Informazione e Comunicazione - assegnata al suddetto Ufficio:

Rag. Gina Ianieri
Via Genova,11 - 86100 Campobasso
Tel. 0874314749
E-mail:gianieri.gina@mail.regione.molise.it

Dr.ssa Claudia di Tota
Via Genova,11 - 86100 Campobasso
Tel. 0874314775
E-mail:cditota.atecnica@regione.molise.it

Accessibilità Privacy policy Credits

copyright © 2010-2014 Regione Molise - C.F. 00169440708

¹⁴ Art. 4 della Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 del Ministro per la Pubblica Amministrazione e l'innovazione

La pagina web si apre con una breve introduzione del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC) che guida l'utente nel percorso di "esplorazione" del Programma Attuativo Regionale (PAR). La sezione web è articolata in più aree tematiche (Governance, Monitoraggio, Valutazione, ecc....) a cui l'utente può accedere con un semplice click e fruire dei numerosi documenti messi a disposizione per la consultazione.

Un'apposita sezione è dedicata all'*OpenCoesione*: cliccando sul relativo logo l'utente può reperire informazioni sulle finalità del Progetto e collegarsi direttamente al sito ministeriale utilizzando l'apposito link indicato nella pagina per l'accesso allo stato di attuazione degli interventi finanziati dal Fondo.

La seconda sezione della pagina web PAR FSC è, invece, strutturata al fine di informare in modo sicuro, veloce e immediato l'utente sulle diverse iniziative del Programma a valere sul Fondo per lo Sviluppo e la Coesione.

Infatti, la sezione web è corredata del Foglio informativo, di una sala stampa virtuale, di un'area di raccolta delle notizie afferenti il PAR FSC e di link verso le pagine e i siti istituzionali più rappresentativi.

L'icona Bandi/Avvisi invita l'utente a visitare un'apposita area che funge da strumento di raccolta di tutte le informazioni operative utili per poter accedere al finanziamento pubblico e per conoscere tutti i progetti realizzati con il FSC. Cliccando su "bandi aperti" è possibile accedere alle schede informative e agli atti amministrativi relativi ai progetti, la cui consultazione risulterà molto funzionale per i beneficiari potenziali e finali perché permette loro di essere costantemente aggiornati sullo status dei progetti; i progetti già attivati, invece, sono archiviati in "archivio bandi".

La rassegna stampa raccoglie, invece, i principali articoli di giornali dedicati al Programma: le notizie sono raccolte per anno di riferimento.

Il Foglio informativo è un documento di sintesi volto ad informare l'utente sulle iniziative del PAR: è previsto un apposito form dedicato agli utenti che vorranno iscriversi alla "mailing list"¹⁵ al fine di ricevere il Foglio informativo.

3.8 Il foglio informativo

Il foglio informativo¹⁶ rappresenta un diffusissimo mezzo di comunicazione esterno ed interno all'Amministrazione Regionale per la trasmissione di notizie ed informazioni ad una pluralità di soggetti, in modo semplice, rapido ed economico. Tale strumento di comunicazione verrà inoltrato

¹⁵ L'iscrizione alla mailing list avverrà nel rispetto del D.Lgs. n. 196/2003 "Codice in materia di protezione dei dati personali".

¹⁶ Foglio Informativo con cadenza di diffusione/pubblicazione non programmata.

gratuitamente, per posta elettronica, a particolari fasce d'utenza che richiedano l'iscrizione ad un'apposita mailing list all'uopo predisposta e reperibile nella specifica sezione PAR FSC del portale della Regione Molise (vedi paragrafo n. 3.7).

3.9 La Rassegna stampa

La Rassegna Stampa, afferente agli interventi finanziati con risorse del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, viene realizzata, in house, attraverso la ricerca, la selezione e la raccolta di articoli pubblicati sui quotidiani regionali d'informazione sia cartacei sia on line ed inviata alle strutture regionali interessate. Inoltre, sarà pubblicata nell'apposita area predisposta all'interno della pagina web dedicata al Fondo.

3.10 Il Contact Center

Il Contact Center è una sorta di Sportello Informativo virtuale, attivato attraverso l'utilizzo di risorse dell'Assistenza Tecnica PAR FSC 2007/13 - Area Comunicazione e Informazione - , con la finalità di rafforzare il rapporto Regione-cittadino, rispondere alle diverse esigenze degli utenti e offrire loro comunicazioni utili e rilevanti, rispetto alle loro necessità ed interessi.

Al Contact Center competono sia le attività di raccolta, lavorazione e catalogazione delle informazioni sia le attività di erogazione delle informazioni e di relazione diretta con l'utenza, attuata mediante differenti canali di comunicazione, quali: il telefono, la mail, il web, ecc...

3.11 Le attività promozionali nelle Scuole

Il dialogo che si intende perseguire con le Scuole di ogni ordine e grado ha l'obiettivo di educare e formare gli studenti e coinvolgerli attivamente nella promozione e valorizzazione del Programma Attuativo Regionale. Le giovani generazioni rappresentano il futuro del Molise e, pertanto, è con loro che bisogna instaurare un dialogo costruttivo al fine di renderli attori privilegiati nell'ambito delle nuove politiche di sviluppo regionale. D'intesa con la Direzione Scolastica Regionale, da definire tramite apposito protocollo, sarà emanato un avviso pubblico col quale si inviteranno gli studenti delle scuole ¹⁷ elementari (classi V), medie (classi III) e superiori (classi IV e V) a partecipare ad un concorso di idee. Si chiederà loro di redigere un elaborato e/o una

¹⁷ Una classe di studenti per Istituto scolastico.

rappresentazione grafica su supporto cartaceo o realizzare un prodotto multimediale su un tema da individuare nell'ambito di quelli trattati nel Programma.

Le attività verranno esplicate tra ottobre 2015 e dicembre 2017, rispettando le scadenze relative alle varie fasi di organizzazione della procedura concorsuale (Protocollo d'intesa con la Direzione Scolastica Regionale, Bando di Concorso, Workshop, ecc...) e dell'evento di premiazione.

La tabella che segue spiega nel dettaglio gli steps in cui si articola l'attività promozionale:

Tabella 2 - Attività promozionale nelle scuole molisane

<i>Attività promozionale nelle scuole</i>	
Tema oggetto dell'elaborato	Da definire
Target	Scuola Primaria (classi V), Scuola Secondaria di Primo grado (classi III), Scuole Secondaria di secondo grado (classi V)
Periodo	a.s. 2015/2016 oppure a.s. 2016/2017
1° Step	Protocollo d'intesa con la Direzione Scolastica Regionale
2° Step	Redazione e pubblicazione del bando
3° Step	Raccolta adesioni
4° Step	Workshop
5° Step	Correzione degli elaborati e proclamazione delle classi vincitrici
6° Step	Evento di premiazione
Budget	50 mila euro ¹⁸

Per l'organizzazione dell'evento di premiazione si ricorrerà, se necessario, alla produzione di stampati e gadget. L'evento si terrà presso la sala Parlamentino della struttura regionale, oppure presso altra sala disponibile per l'occasione, e verranno coinvolte le televisioni e la stampa locale per divulgare l'evento.

Ad ogni classe, dichiarata vincitrice da un'apposita commissione nominata ad hoc, verrà assegnato un premio secondo le indicazioni inserite nell'apposito bando di concorso.

¹⁸ Nel Budget sono ricompresi i costi per il workshop, i prodotti editoriali, i gadget, l'evento di premiazione e i premi (affitto pullman, biglietti musei, assicurazioni, ecc...)

Tabella 3 - Primi Premi

Classe vincitrice	Premi possibili
Scuola Secondaria di secondo grado – Classe IV - V	Viaggio premio presso (da definire): <ul style="list-style-type: none"> • il Museo della Scienza e della Tecnologia “Leonardo da Vinci” di Milano; • il Museo della Scienza “Galileo” di Firenze; • lo SMAU (Roma); • il Salone dello Studente (Firenze)
Scuola Secondaria di primo grado – Classe III	Viaggio premio presso (da definire): <ul style="list-style-type: none"> • il Planetario e Museo Astronomico di Roma; • lo SMAU (Roma)
Scuola Primaria – Classe V	Viaggio premio presso (da definire): <ul style="list-style-type: none"> • l’Explora – Il museo dei bambini di Roma; • l’Osservatorio Astronomico “G. Boccardi” di Castelmauro (CB); • l’Oasi WWF di Guardiaregia-Campochiaro (CB)

3.12 La campagna di sensibilizzazione per la gestione dei rifiuti

In coerenza con gli obiettivi del QSN 2007/2013, il PAR Molise concorre al miglioramento dei servizi collettivi territoriali: in particolare, l’Asse III – Linea d’intervento III.C prevede azioni mirate alla gestione dei rifiuti urbani e al conseguente miglioramento della qualità ambientale e della vita dei cittadini. In tale contesto, la Regione Molise con l’approvazione della D.G.R. n. 95 del 15 marzo 2014 ha definito il “Piano-Programma” Regionale contenente le misure e gli interventi da attivare ai fini dell’implementazione e diffusione della raccolta differenziata in tutto il territorio molisano. Infatti, il Piano-Programma, finanziato dalle risorse del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, dalle risorse dell’Accordo di Programma, sottoscritto il 7 marzo 2011 con il Ministero dell’Ambiente e il Conai, e da ulteriori risorse regionali, promuove e potenzia lo sviluppo di una nuova gestione della raccolta differenziata basata sul sistema “porta a porta” e di prossimità da attuare in tutti i Comuni della Regione. Il Piano-Programma, pertanto, è finalizzato non solo ad incentivare lo sviluppo di sistemi di raccolta differenziata, ma anche a creare il presupposto affinché il rifiuto possa essere trattato e diventare risorsa per il territorio regionale.

Per conseguire tali finalità e, al tempo stesso, per sensibilizzare gli enti beneficiari dei finanziamenti ed i cittadini, l’Assessorato per la Tutela dell’Ambiente ha previsto di attivare una specifica campagna di comunicazione sull’intero territorio regionale da finanziare, in parte, con le risorse del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione per un ammontare di € 200.000,00, come disposto dalla D.G.R. n. 38/2015.

3.13 EXPO 2015 – Molise protagonista

In previsione dell'evento EXPO 2015, che vedrà il Molise protagonista nelle giornate comprese tra il 17 e il 23 luglio, sono in corso di attivazione azioni (D.G.R. n. 107/2015) finalizzate alla valorizzazione e promozione del territorio molisano dal punto di vista culturale, culturale, produttivo ed innovativo. EXPO 2015, infatti, rappresenta una vetrina internazionale unica ed imperdibile anche per il Molise, pertanto la Regione vuole finanziare, con risorse provenienti dal Fondo per lo Sviluppo e la Coesione 2007/2013 – per un importo pari a € 57.400,00 –, attività di marketing e animazione territoriale per trarne un'eccellente visibilità a livello nazionale ed internazionale.

3.14 La Missione Aree Interne

Il 17 e il 18 giugno 2014, è stata ospitata in Molise la missione del Comitato Tecnico Nazionale per le Aree Interne per l'individuazione dell'area pilota nell'ambito della Strategia Nazionale per le Aree Interne. I Focus Group – tra il Comitato Tecnico Nazionale Aree Interne, la Regione Molise e i referenti locali – sono stati finalizzati all'individuazione delle principali potenzialità del territorio molisano afferenti alle tematiche dello Sviluppo locale, la Salute, la Mobilità e la Scuola. Le aree oggetto di Focus Group, da inserire nei Programmi Operativi dei Fondi Strutturali e di Investimento Europei (FESR, FSE, FEASR), per la programmazione 2014–2020, sono state le aree del Matese, del Fortore, dell'Alto Medio Sannio e delle Mainarde.

La Missione è stata finanziata con le risorse del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione per un importo complessivo di € 1.045,00 (D.D.A. n. 126 del 17 settembre 2014).

3.15 La campagna di promozione per la tutela e la sicurezza del cittadino

La giunta regionale con provvedimento n. 473/2014 ha approvato lo schema di “Patto per la Sicurezza”, rientrante nella Linea d'intervento III.F “Sicurezza e legalità” dell'Asse III “Ambiente e Territorio” del Programma Attuativo Regionale (PAR). Il Patto rappresenta il presupposto fondamentale per la tutela dei cittadini, garantendo, in totale sicurezza, il libero esercizio dei diritti democratici sanciti dalla Costituzione. Siglato nel mese di febbraio 2015 tra le Prefetture di Campobasso ed Isernia, la Regione Molise e i Comuni di Campobasso, Isernia, Agnone, Venafro, Bojano, Termoli, Larino, Montenero di Bisaccia, Guglionesi e Campomarino, al fine di assicurare una maggiore tutela alla comunità locale attraverso il contrasto alla criminalità ed il controllo del

territorio mediante la realizzazione di sistemi infrastrutturali integrati di impiantistica della sicurezza, quali apparecchiature di videosorveglianza pubbliche e dispositivi innovativi per il monitoraggio stradale e dei parcheggi. Al fine di programmare un'adeguata campagna informativa e promozionale – a cura del Servizio Controllo Strategico, Riforme Istituzionali e Controllo Enti Locali e Sub-Regionali della Direzione Area Prima –, la Regione prevede uno stanziamento di € 30.000,00 a valere sul Fondo per lo Sviluppo e la Coesione.

3.16 La valorizzazione del sistema idrico, viario e territoriale

L'aggiornamento finanziario e programmatico del PAR (DD.GG.RR. nn. 362/2013, 587-642-712/2014, 76/2015), ha interessato principalmente tre Linee d'intervento del Programma:

- Linea di intervento II.A “Accessibilità materiale” – Asse II *Accessibilità*,
- Linea di intervento III.B “Difesa del Suolo” – Asse III *Ambiente e Territorio*,
- Linea di intervento III.D “Sistema Idrico Integrato” – Asse III *Ambiente e Territorio*.

La Linea di intervento II.A “Accessibilità materiale”, in coerenza con la priorità 6 del Quadro Strategico Nazionale (QSN) e la Priorità A.1.1 del Piano Nazionale per il Sud, prevede la realizzazione di interventi strategici per la mobilità, il potenziamento della rete stradale regionale e la realizzazione di interventi integrati diretti al recupero ed all'innalzamento dei livelli di funzionalità e di efficienza del sistema stradale primario e secondario.

La Linea di intervento III.B “Difesa del Suolo” è finalizzata alla salvaguardia degli insediamenti umani, alla difesa del territorio agro-silvo-pastorale ed alla conservazione dell'ambiente. Essa mira, pertanto, alla realizzazione di opere infrastrutturali di consolidamento di centri abitati e sistemazione di versanti dissestati attraversati da viabilità principale o minacciati da condizioni idrauliche a carattere erosivo. Inoltre, è diretta a tutelare la pericolosità causata da fenomeni di insabbiamento dei fondali ai fini della salvaguardia dalla forte erosione marina.

La Linea di intervento III.D “Sistema Idrico Integrato” concorre alla realizzazione dell'Obiettivo di Servizio per tutelare e migliorare la qualità dell'ambiente in relazione al servizio idrico integrato. Essa è finalizzata alla realizzazione di interventi volti alla ricerca delle perdite con relativa eliminazione delle stesse ed all'attività di adeguamento, normalizzazione ed estensione della rete idrica integrata.

Al raggiungimento degli obiettivi delle suddette Linee d'intervento, la Regione prevede di assegnare € 70.000,00 di risorse FSC per le attività di informazione e pubblicità, che saranno gestite dai Servizi competenti della Direzione Area Quarta.

3.17 Il cronoprogramma delle attività di comunicazione

A seguito delle ben note problematiche finanziarie verificatesi a livello nazionale, la programmazione del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione, seppur effettuata dalla Regione Molise nei tempi previsti, ha avuto il via libera dal CIPE solo il 3 Agosto 2011¹⁹. L'impegno da parte dell'Amministrazione regionale dovrà quindi essere particolarmente rafforzato e concentrato per il raggiungimento degli obiettivi del Programma Attuativo, il cui supporto alla gestione ed attuazione è garantito dall'Asse VI "Governance ed azioni di sistema". Le azioni programmatiche intraprese saranno accompagnate dal presente Piano di Comunicazione, le cui attività saranno realizzate nell'arco temporale di durata del Programma stesso e potrebbero anche essere rimodulate in itinere.

Nella tabella che segue sono riportate le varie attività di Comunicazione organizzate per anno di attuazione (Gennaio 2012 / Dicembre 2017).

¹⁹ Delibera Cipe n. 63 del 3 Agosto 2011 *"Presa d'atto del Programma Attuativo Regionale (PAR) della Regione Molise FAS 2007/13"*.

Tabella 4 - Cronoprogramma

CRONOPROGRAMMA	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Convegni / Seminari	<i>Incontro MISE - Regione Molise 26/07/2012</i>					<i>Convegno di chiusura</i>
Conferenze Stampa						
Produzione stampati						
Gadget						
Social Network						
Logo						
Pagina web						
Foglio informativo						
Contact Center						
Attività promozionali nelle Scuole						

3.18 La rete interna dei referenti della comunicazione

Tra gli obiettivi del nostro Piano di comunicazione vi è lo sviluppo di un efficace sistema di comunicazione finalizzato sia al potenziamento delle azioni di raccordo e di collaborazione tra i Servizi e gli organi istituzionali della Regione che a garantire la coerenza degli obiettivi di comunicazione con le finalità ed i programmi generali della Regione. A tal fine, si vuole costituire una rete di canali di comunicazione per agevolare la circolazione di informazioni di qualsiasi natura, indirizzati al pubblico interno ed esterno alla struttura Regionale. Costruire un complesso “sistema di Comunicazione” risulta funzionale sia all’attività dell’Ente, sia alla dimensione del clima interno, che tendenzialmente entrambi tendono a migliorare grazie ad un flusso di informazioni sistematico e di qualità. Inoltre, la comunicazione interna ha un peso considerevole nell’immagine che l’ente offre di sé all’esterno: il personale Regionale è il primo promotore dell’ente, aspetto spesso sottovalutato o addirittura dimenticato.

Alla luce di tali considerazioni, si organizzerà una rete interna dei referenti della Comunicazione, quale efficace strumento per la diffusione di questa nuova cultura: si tratterà di una struttura reticolare che avrà il compito di trasmettere alla struttura regionale competente in materia di Comunicazione le tematiche che hanno rilievo sotto l’aspetto relazionale e comunicativo.

Tale struttura, in collaborazione con il Servizio Coordinamento Fondo per lo Sviluppo e la Coesione e con i Responsabili di Linea di intervento/APQ, individuati dalla D.G.R. n. 237 del 26 maggio 2015 e s. m. e i., costituirà una sorta di presidio strategico della comunicazione interna orientato alla condivisione dei saperi ed esperienze per definire le azioni volte a creare flussi comunicativi stabili e reciproci diretti ad informare e coinvolgere i destinatari delle attività di comunicazione.

3.19 Il monitoraggio e la valutazione

Al fine di verificare l’efficacia del Piano di Comunicazione è prevista l’attivazione di un sistema di monitoraggio e di valutazione. L’attività di monitoraggio, diretta a fornire informazioni e dati di supporto per la valutazione, si svilupperà su due direttrici diverse e complementari:

- la verifica della corretta realizzazione del Piano attraverso la progettazione e l’osservazione delle singole azioni di comunicazione in relazione al raggiungimento dei risultati attesi;
- la rilevazione della crescita del livello di conoscenza e di soddisfazione dei differenti target mediante un’azione di feedback continuo.

La valutazione dovrà quindi stabilire se e in che grado è stato raggiunto l'obiettivo di aumentare la visibilità del PAR tra i gruppi destinatari. Monitorare e valutare le attività significa anche poter rimodulare le azioni previste in funzione dei risultati raggiunti. Per conseguire gli obiettivi sopra citati, è necessario individuare opportuni indicatori di realizzazione e di risultato per ciascuna tipologia di azione/strumento previsto nel Piano, come indicato nella tabella che segue:

Tabella 5 - Indicatori di realizzazione

Strumenti di comunicazione	Indicatori di risultato	Unità di misura	Metodo di rilevazione
Eventi di comunicazione			
Convegni/Seminari	Presenze dei partecipanti e n. di convegni/seminari realizzati	(n.)	Registrazioni
Conferenze stampa	Soggetti venuti a conoscenza degli sviluppi del PAR FSC mediante conferenze stampa e n. di conferenze stampa realizzate	(% sul tot.)	Questionario
Prodotti editoriali			
Brochure, locandine, manifesti	n. prodotti realizzati e incremento di conoscenza nel pubblico sull'attività del PAR FSC	%	Questionario
Applicazioni per l'interattività e la creazione di comunità on line			
Social network	Condivisione dei contenuti e incremento di accessi alla pagina web	(n.)	Contatti
Foglio informativo	n. prodotti realizzati	(% sul tot.)	Questionario
Internet			
Sezione web PAR FSC	Incremento di accessi alla pagina web	(n.)	Accessi
Interattività dinamica			
Attività promozionali nelle scuole	Condivisione e valutazione dei contenuti e soggetti venuti a conoscenza del PAR	(% sul tot.)	Sondaggio
Pubblicità dinamica			
Logo	n. tipologie di materiali prodotti	(% sul tot.)	Verifica
Servizio agli utenti			
Contact center	Soggetti venuti a conoscenza del PAR	(% sul tot.)	Sondaggio

3.19.1 Il reporting

La realizzazione delle attività previste dal Piano di Comunicazione e l'attuazione del sistema di monitoraggio e di valutazione saranno corredate di una puntuale azione reportistica. Il reporting sarà inserito nel rapporto annuale e finale di esecuzione del PAR FSC, entrambi curati dall'Organismo di Programmazione e Attuazione, il quale informerà il Comitato di Sorveglianza in merito ai risultati conseguiti. Nel reporting verranno enumerati i dati di misurazione dei risultati delle attività di comunicazione prendendo in riferimento gli indicatori enunciati nel precedente

paragrafo (numero di soggetti coinvolti; numero di mezzi di comunicazione utilizzati; numero di partecipanti agli eventi programmati; numero delle attività realizzate; ecc...).

3.20 Le risorse finanziarie

Come previsto nel PAR, la comunicazione e la diffusione delle conoscenze sono gli strumenti necessari per la realizzazione degli obiettivi del Programma che vede coinvolti sia i soggetti regionali responsabili dell'attuazione sia il sistema delle autonomie, gli enti strumentali e i cittadini stessi.

A tal riguardo, l'Amministrazione regionale nella programmazione delle risorse FSC ha inizialmente individuato il finanziamento di Euro 700.000,00 per la Linea d'Intervento VI.D "Comunicazione, informazione e pubblicità" ritenendo che solo attraverso la piena condivisione di obiettivi e modalità di realizzazione tra chi programma e gestisce e chi ne sarà il beneficiario finale degli interventi, si possa raggiungere e garantire più efficacia ed efficienza nelle azioni pubbliche.

A seguito dell'aggiornamento programmatico e finanziario del PAR FSC 2007/2013 approvato da ultimo con D.G.R. n.76/2015, il budget finanziario sopra indicato è stato ridotto ad € 447.983,00 e andrà a finanziare le attività di comunicazione che, come specificato nei precedenti paragrafi, non saranno realizzate in house.

Attività di comunicazione	Budget
EXPO 2015 – Molise protagonista	57.400,00
Incontro MISE/Regione Molise	827,75
Missione Aree Interne	1.045,00
Attività promozionali nelle Scuole	50.000,00
Campagna di sensibilizzazione per la gestione dei rifiuti	200.000,00
Campagna di promozione per la tutela e la sicurezza del cittadino	30.000,00
Valorizzazione del sistema idrico, viario e territoriale	70.000,00
Prodotti editoriali	17.950,00
Convegno di chiusura	5.000,00
Tot.	432.222,75

3.21 L'analisi SWOT

Le azioni di comunicazione descritte nei precedenti paragrafi hanno contribuito a mettere in evidenza luci e ombre sintetizzate nella seguente tabella attraverso la SWOT Analysis:

Tabella 6 Analisi SWOT

Analisi SWOT	
Punti di forza	Punti di debolezza
<ol style="list-style-type: none">1. Esistenza di una rete interna costituita dai referenti per l'informazione e la comunicazione;2. Esistenza nel sito istituzionale della Regione Molise della sezione web dedicata al PAR FSC;3. Esistenza di personale specializzato in materia di informazione e pubblicità;4. Buon livello di conoscenza in materia di Fondi Strutturali e nazionali da parte di funzionari e dirigenti coinvolti nell'attuazione del Programma;5. Efficace integrazione tra strumenti innovativi e tradizionali	<ol style="list-style-type: none">1. Le attività di comunicazione sono state attivate in ritardo rispetto al periodo di programmazione a seguito della ritardata approvazione da parte del CIPE;2. Complessità degli argomenti relativi al PAR FSC;3. Difficoltà a semplificare linguaggi e procedure;4. Scarsa disponibilità di materiali tradizionali e innovativi in lingue diverse dall'italiano
Opportunità	Minacce
<ol style="list-style-type: none">1. Esistenza nel sito istituzionale della Regione Molise della sezione web dedicata al PAR FSC;2. Maggiore disponibilità di strumenti di informazione e comunicazione;3. Maggiore sensibilizzazione dei cittadini;4. Livello di istruzione medio-alto dei cittadini;5. Miglioramento della comunicazione e dell'informazione ai cittadini;6. Rilevazione dell'efficacia/efficienza dei servizi erogati;7. Rilevazione della customer satisfaction	<ol style="list-style-type: none">1. Complessità della materia;2. Digital divide;3. Scarsa diffusione di internet tra le fasce di età più elevate;4. Aumento dei cittadini stranieri, target al quale è difficile comunicare il PAR FSC

3.22 L'attuazione e la gestione del Piano di Comunicazione

L'attuazione del Piano di Comunicazione rientra nelle funzioni e nelle responsabilità dell'Organismo di Programmazione e di Attuazione (OdP) del PAR FSC che, di concerto con il Direttore d'Area competente, assicura il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate dal PAR FSC. Il presente Piano, in seguito all'approvazione da parte dell'esecutivo regionale, sarà visionato nella prima seduta utile del Comitato di Sorveglianza, istituito con D.G.R. n. 341 del 16 maggio 2012. Il Comitato sarà, inoltre, informato sulle varie attività di informazione, comunicazione e pubblicità.