

PIANO TRIENNALE DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE 2026 - 2028



REGIONE MOLISE
Direzione Generale della Giunta Regionale
Servizio di Supporto al Direttore Generale



2026



PIANO TRIENNALE
DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
2026 - 2028

REGIONE MOLISE

Direzione Generale della Giunta Regionale

Servizio di Supporto al Direttore Generale

2028



Il Presidente della Regione Molise
Ing. Francesco Roberti



“Una Regione è forte quando sa dove vuole andare, ed è ancora più forte quando sa dirlo con chiarezza.

Comunicare bene è un dovere istituzionale.

Da questo principio prende forma la visione che guida l'azione di questa Amministrazione: una comunicazione pubblica non accessoria, ma strutturale, non formale, ma sostanziale, capace di accompagnare ogni scelta di governo e renderla comprensibile, trasparente e condivisa.

In un contesto in cui il rapporto tra istituzioni e cittadini rischia di indebolirsi, il compito della Regione è quello di ricostruire fiducia attraverso parole chiare, informazioni accessibili e una presenza costante. Non basta amministrare bene: è necessario anche saper raccontare, spiegare e rendere visibile ciò che si realizza, affinché ogni azione pubblica sia percepita come utile, concreta e verificabile.

È in questa prospettiva che la comunicazione istituzionale assume un ruolo centrale: diventa strumento di responsabilità democratica, presidio di trasparenza e leva strategica di sviluppo. Attraverso una comunicazione efficace si rafforza il rapporto con cittadini, imprese e territori, si valorizzano le opportunità e si costruisce una comunità più consapevole e partecipe.

Questa visione trova attuazione concreta nel Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale 2026–2028, che rappresenta una scelta chiara e consapevole: collocare la comunicazione al centro dell'azione di governo regionale.

Non si tratta soltanto di migliorare strumenti e canali, ma di affermare un principio fondamentale: una Regione moderna deve essere capace di spiegare ciò che fa, rendere comprensibili le proprie decisioni e costruire un rapporto di fiducia solido e trasparente con cittadini, imprese e territori.

In questo quadro, la comunicazione si configura a tutti gli effetti come uno strumento di governo. Essa accompagna le politiche pubbliche, sostiene l'attuazione dei programmi, valorizza i risultati raggiunti e garantisce, in modo chiaro e trasparente, la rendicontazione dell'uso delle risorse pubbliche. Allo stesso tempo, è uno strumento di partecipazione, perché consente ai cittadini di comprendere, valutare e contribuire alle scelte che riguardano il futuro del Molise.

Abbiamo voluto un Piano che guarda avanti, capace di integrare innovazione digitale, nuovi linguaggi e strumenti avanzati, rafforzando al contempo i valori fondanti dell'azione pubblica: trasparenza, responsabilità e imparzialità.

La sfida che abbiamo davanti è chiara: rendere la Regione Molise sempre più vicina ai cittadini, più comprensibile e più autorevole. Una Regione che non si limita ad amministrare, ma che sa raccontare il proprio impegno e i risultati raggiunti con chiarezza, credibilità e visione.”

1. Premessa	7
2. Quadro normativo di riferimento	9
3. Analisi del contesto istituzionale e comunicativo	13
3.1 Contesto esterno	
3.2 Contesto interno	
4. Principi ispiratori della comunicazione istituzionale	16
5. Obiettivi generali del Piano di Comunicazione	19
6. Obiettivi specifici	21
7. Analisi dei target di riferimento	25
7.1 Target esterni	
7.2 Target interni	
7.3 Criteri tecnici di segmentazione	
8. Strategia di comunicazione	32
8.1 Impostazione strategica generale	
8.2 Principi strategici operativi	
8.3 Linee strategiche di intervento	
8.4 Approccio orientato ai target	
8.5 Approccio multicanale – crossmediale e journey informativo	
8.6 Comunicazione in situazioni emergenziali	
9. Azioni operative della strategia di comunicazione	39
9.1 Comunicazione orientata ai servizi	
9.2 Comunicazione di supporto alle politiche pubbliche	
9.3 Comunicazione per la trasparenza e l'accountability	
9.4 Comunicazione digitale integrata	
9.5 Comunicazione istituzionale tradizionale	
9.6 Comunicazione interna	
9.6.1 Formazione	
10. Strumenti e canali di comunicazione	45
10.1 Canali di comunicazione digitali (on line)	
10.1.1 Portale istituzionale regionale	
10.1.2 Canali social istituzionali	
10.1.3 Newsletter, piattaforme informative e strumenti digitali di contatto	

10.2 Canali di comunicazione tradizionali (offline)	
10.2.1 Materiali informativi e pubblicazioni istituzionali	
10.2.2 Media tradizionali	
10.2.3 Eventi istituzionali	
10.3 Strumenti di supporto alla comunicazione	
10.3.1 Sistema CRM (Citizen Relationship Management)	
10.3.2 Utilizzo di strumenti di Intelligenza Artificiale a supporto della comunicazione	
10.3.3 Strumenti di supporto alla partecipazione e al dialogo	
10.3.4 Strumenti di Comunicazione interna	
10.4 Integrazione e coordinamento degli strumenti	
11. Monitoraggio e valutazione della comunicazione istituzionale.....	55
11.1 Impostazione metodologica	
11.2 Fonti dati e strumenti di rilevazione	
11.3 Reporting, responsabilità e utilizzo dei risultati	
11.4 Analisi di monitoraggio dei canali e degli strumenti di comunicazione	
11.4.1 Monitoraggio del portale istituzionale	
11.4.2 Monitoraggio dei canali social	
11.4.3 Monitoraggio newsletters e piattaforme informative	
11.4.4 Monitoraggio materiali informativi e pubblicazioni istituzionali	
11.4.5 Monitoraggio dei media tradizionali	
11.4.6 Monitoraggio eventi istituzionali	
11.4.7 Monitoraggio della comunicazione interna	
11.4.8 Monitoraggio del Sistema CRM	
12. Assetto organizzativo della comunicazione istituzionale.....	63
12.1 Cabina di Regia della comunicazione	
12.1.1 Composizione	
12.1.2 Funzioni	
12.1.3 Attività	
12.1.4 Strumenti	
12.1.5 Articolazione temporale delle attività	
13. Integrazione con gli strumenti di programmazione, il PIAO e il ciclo della performance.....	67
14. Orizzonte temporale e capacità di adattamento.....	68
15. Conclusioni, attuazione e prospettive di sviluppo del Piano di Comunicazione.....	71

*“La comunicazione istituzionale
è il luogo in cui l’azione pubblica
prende forma, si rende comprensibile
e costruisce fiducia.”*



1. PREMESSA

La comunicazione istituzionale costituisce una componente strutturale dell'azione amministrativa e rappresenta uno strumento essenziale per garantire l'effettività dei principi di buon andamento, trasparenza e responsabilità della Pubblica Amministrazione. Attraverso una comunicazione chiara, accessibile e coerente, l'ente pubblico assicura la comprensibilità delle proprie decisioni, facilita l'accesso ai servizi e contribuisce al consolidamento del rapporto di fiducia con la collettività.

Nel contesto attuale, caratterizzato da una crescente complessità normativa, dall'evoluzione dei processi organizzativi e dall'accelerazione della trasformazione digitale, la comunicazione non può essere ricondotta a una funzione meramente informativa. Essa assume una valenza strategica, in quanto strettamente connessa ai processi di programmazione, attuazione e valutazione delle politiche pubbliche e parte integrante delle funzioni di governo dell'amministrazione.

In tale prospettiva, la Regione Molise riconosce la comunicazione istituzionale quale fattore abilitante della capacità amministrativa, idoneo a incidere sull'efficacia dell'azione pubblica, sulla qualità dei servizi erogati e sulla chiarezza delle scelte amministrative. Una comunicazione strutturata concorre a ridurre le asimmetrie informative e a sostenere una relazione più consapevole e trasparente tra amministrazione e destinatari. In questo contesto, emerge l'esigenza di dotare l'Amministrazione regionale di uno strumento unitario e strutturato, capace di tradurre tale impostazione in indirizzi strategici condivisi e in un sistema coerente di azioni comunicative.

Il presente Piano di Comunicazione Istituzionale si configura pertanto come strumento di indirizzo e di coordinamento, finalizzato a definire un quadro unitario di riferimento per il sistema comunicativo regionale e ad assicurare coerenza, continuità e riconoscibilità all'azione comunicativa della Regione Molise. Il Piano ha natura triennale e individua gli indirizzi strategici della comunicazione istituzionale; la sua attuazione è demandata a Piani di comunicazione annuali, che ne declinano operativamente contenuti, priorità e azioni, garantendone l'effettiva applicazione nel tempo e l'adeguamento all'evoluzione del contesto istituzionale, organizzativo e territoriale.

In tale quadro, la comunicazione istituzionale contribuisce in modo diretto alla creazione di valore pubblico, sostenendo l'attuazione delle politiche regionali, la comprensione dei risultati conseguiti e la trasparenza dell'azione amministrativa. Il Piano concorre inoltre a rafforzare l'unitarietà dell'identità istituzionale regionale, assicurando coerenza dei messaggi, dei linguaggi e delle modalità comunicative nell'insieme dell'azione amministrativa.

La Regione Molise, con il presente Piano, riconosce la comunicazione come funzione trasversale e strategica dell'organizzazione, pienamente integrata nei processi di governo e di gestione, e come strumento essenziale per rafforzare la relazione tra istituzioni, cittadini e territorio, in un'ottica di responsabilità pubblica e di miglioramento continuo dell'azione amministrativa.

2. QUADRO NORMATIVO DI RIFERIMENTO

Il Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise si inserisce in un quadro normativo multilivello, di derivazione europea, nazionale e regionale, che disciplina l'informazione e la comunicazione pubblica, la trasparenza amministrativa, la digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, il trattamento dei dati personali e l'utilizzo di strumenti tecnologici avanzati, inclusi i sistemi di Intelligenza Artificiale. Tale quadro definisce principi, obblighi e responsabilità che orientano la progettazione, l'attuazione e la valutazione delle attività di comunicazione istituzionale, riconoscendole come funzione pubblica essenziale e trasversale all'azione amministrativa.

LIVELLO EUROPEO

Il Piano recepisce la normativa dell'Unione europea in materia di protezione dei dati personali, accessibilità dei servizi digitali, utilizzo responsabile delle tecnologie emergenti e comunicazione delle politiche finanziate dall'UE. I principali riferimenti normativi europei sono:

- Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea;
- Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016 (GDPR), relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali e alla libera circolazione di tali dati;
- Direttiva (UE) 2016/2102 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 ottobre 2016, relativa all'accessibilità dei siti web e delle applicazioni mobili degli enti pubblici;
- Regolamento (UE) 2024/1689 del Parlamento europeo e del Consiglio, recante norme armonizzate sull'Intelligenza Artificiale (Artificial Intelligence Act – IA Act);
- Regolamento (UE) 2021/1060 del Parlamento europeo e del Consiglio, recante disposizioni comuni sui fondi strutturali e di investimento europei, con particolare riferimento agli obblighi di informazione e comunicazione.

LIVELLO NAZIONALE

A livello nazionale, il Piano si fonda sui principi costituzionali e sulla normativa che disciplina la comunicazione pubblica, la trasparenza amministrativa, la digitalizzazione e la prevenzione della corruzione, riconoscendo la comunicazione come funzione primaria dell'ente pubblico. I principali riferimenti normativi nazionali sono:

- Costituzione della Repubblica Italiana, articolo 97, in materia di buon andamento e imparzialità dell'azione amministrativa;
- Legge 7 giugno 2000, n. 150, recante "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni";
- Decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33, recante "Riordino della disciplina riguardante il diritto di accesso civico e gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni";
- Decreto legislativo 7 marzo 2005, n. 82, recante "Codice dell'Amministrazione Digitale";
- Legge 6 novembre 2012, n. 190, recante "Disposizioni per la prevenzione e la repressione della corruzione e dell'illegalità nella pubblica amministrazione";

- Decreto-legge 9 giugno 2021, n. 80, convertito con modificazioni dalla Legge 6 agosto 2021, n. 113, istitutivo del Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO);
- Linee guida dell’Agenzia per l’Italia Digitale (AgID) in materia di accessibilità, qualità dei contenuti e servizi digitali della pubblica amministrazione;
- Legge 23 settembre 2025, n. 132, recante disposizioni in materia di utilizzo dei sistemi di Intelligenza Artificiale nella Pubblica Amministrazione.

LIVELLO REGIONALE

Il Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale opera nel rispetto dell’ordinamento della Regione Molise e degli atti di programmazione regionale che disciplinano l’informazione e la comunicazione istituzionale, definendo ambiti, strumenti e modalità di integrazione con i processi di programmazione, performance e trasparenza. I principali riferimenti normativi e programmatori regionali sono:

- Art. 10, 1. r. 18 aprile 2014, n. 10, Statuto della Regione Molise, che riconosce il diritto dei cittadini all’informazione sull’attività legislativa e amministrativa regionale e promuove la partecipazione ai processi decisionali.





3. ANALISI DEL CONTESTO ISTITUZIONALE E COMUNICATIVO



L'analisi del contesto istituzionale e comunicativo costituisce un passaggio fondamentale del Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise, in quanto consente di collocare le scelte strategiche in un quadro realistico, coerente e aggiornato rispetto all'evoluzione del contesto amministrativo, sociale e tecnologico di riferimento. Attraverso tale analisi, il Piano individua i fattori che incidono sull'efficacia dell'azione comunicativa regionale e orienta la definizione delle priorità di intervento.

Il contesto di riferimento è caratterizzato, sul versante esterno, da una crescente attenzione di cittadini, imprese e stakeholder verso la qualità dell'informazione pubblica, intesa non solo come disponibilità dei dati, ma come capacità dell'amministrazione di rendere comprensibili decisioni, politiche e servizi. A tale dinamica si affianca l'evoluzione dei comportamenti di fruizione dell'informazione istituzionale, sempre più orientati a canali digitali, linguaggi sintetici e modalità di accesso immediate, che richiedono un ripensamento delle modalità tradizionali di comunicazione.

In questo scenario, assumono particolare rilievo i processi di trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione e l'attuazione di programmi e politiche finanziate a livello nazionale ed europeo, che comportano obblighi crescenti di informazione, trasparenza e rendicontazione. La comunicazione istituzionale è pertanto chiamata a svolgere una funzione di accompagnamento all'attuazione delle politiche pubbliche, garantendo continuità informativa, chiarezza dei contenuti e coerenza dei messaggi.

Sul versante interno, l'analisi del contesto evidenzia la necessità di rafforzare il coordinamento dei flussi informativi e l'integrazione tra le diverse strutture regionali, al fine di superare approcci settoriali e disomogenei. L'efficacia della comunicazione istituzionale risulta infatti strettamente connessa alla capacità dell'organizzazione di condividere obiettivi, linguaggi e strumenti, assicurando l'allineamento tra indirizzo politico, programmazione strategica e attività amministrativa.

Il presente capitolo costituisce pertanto la base conoscitiva su cui si fondano la definizione degli obiettivi, della strategia e delle azioni del Piano di Comunicazione, individuando le principali opportunità e criticità che la comunicazione istituzionale della Regione Molise è chiamata a governare in modo strutturato, integrato e coerente nel corso del triennio di riferimento.

3.1 CONTESTO ESTERNO

Il contesto esterno presenta una serie di caratteristiche che incidono direttamente sulla progettazione e sull'organizzazione della comunicazione istituzionale regionale:

- **Crescente domanda di trasparenza e accountability:** cittadini, imprese, enti locali e stakeholder istituzionali richiedono accesso immediato a informazioni chiare e verificabili. Questo comporta la necessità di adottare standard elevati di chiarezza dei messaggi, tracciabilità delle informazioni e monitoraggio continuo dell'efficacia della comunicazione, anche in chiave di rendicontazione dei progetti e dei risultati. La comunicazione diventa quindi

uno strumento di governance, che supporta il controllo sociale e la partecipazione attiva.

- **Complessità normativa e amministrativa:** la molteplicità di leggi nazionali, regolamenti europei e norme regionali rende complessa la trasmissione dei contenuti istituzionali. Ciò richiede un approccio di semplificazione comunicativa, traducendo linguaggio tecnico e procedure complesse in messaggi comprensibili, senza compromettere la precisione e la correttezza delle informazioni;

- **Progressiva digitalizzazione dei servizi pubblici:** la diffusione di piattaforme digitali, portali istituzionali e servizi online impone strategie di comunicazione integrate, che guidino cittadini e stakeholder nella fruizione dei servizi digitali, garantendo accessibilità, usabilità e sicurezza dei dati. La comunicazione deve sostenere la transizione digitale, promuovendo formazione e informazione sugli strumenti disponibili;

- **Programmi strategici e finanziamenti esterni:** la gestione di iniziative complesse come il PNRR, i fondi europei e i progetti di sviluppo territoriale richiede una comunicazione continua, verificabile e coordinata, capace di illustrare obiettivi, risultati, tempistiche e responsabilità. Questo aumenta la necessità di integrazione tra comunicazione amministrativa, digitale e istituzionale, con strumenti di rendicontazione e monitoraggio strutturati;

- **Evoluzione dei comportamenti di fruizione dell'informazione:** i cittadini e gli stakeholder utilizzano sempre più i canali digitali, i social e contenuti sintetici per informarsi. La comunicazione istituzionale deve adattarsi a nuovi linguaggi, formati multimediali e strumenti interattivi, mantenendo qualità, accuratezza e comprensibilità dei messaggi.

3.2 CONTESTO INTERNO

L'analisi del contesto interno della Regione Molise evidenzia come la comunicazione istituzionale risulti strettamente interconnessa all'assetto organizzativo, ai processi decisionali e alle modalità di coordinamento interno. In tale prospettiva, la comunicazione non si configura come funzione accessoria, ma come componente che incide sull'efficacia amministrativa, sulla coerenza istituzionale e sulla leggibilità complessiva dell'azione di governo regionale:

- **Molteplicità di Servizi:** la presenza di una pluralità di Servizi, caratterizzati da competenze specialistiche, ambiti di intervento differenziati e priorità operative specifiche, determina una produzione informativa distribuita e settoriale, spesso orientata alle esigenze procedurali dei singoli uffici. Tale configurazione può ge-

nerare disomogeneità nei linguaggi utilizzati, asincronie nei tempi di comunicazione e una percezione frammentata dell'azione regionale, rendendo complessa la restituzione unitaria delle attività e delle politiche dell'Ente;

- **Coordinamento centrale:** l'analisi del contesto interno evidenzia l'esigenza di un adeguato raccordo tra indirizzo politico, programmazione strategica e attività amministrativa, al fine di favorire coerenza e allineamento dei flussi informativi istituzionali. In assenza di un coordinamento efficace, possono manifestarsi disallineamenti comunicativi o iniziative non integrate, con effetti sulla chiarezza e sulla tempestività dell'informazione verso l'esterno;

- **Comunicazione interna come leva di efficacia organizzativa:** la qualità dei flussi informativi interni rappresenta un fattore rilevante per il funzionamento complessivo dell'organizzazione. Flussi informativi frammentati o non strutturati possono tradursi in rallentamenti decisionali, duplicazioni di attività e difficoltà di coordinamento tra strutture, incidendo sull'efficienza complessiva dell'Ente. Al contrario, una comunicazione interna chiara e tempestiva favorisce la condivisione degli obiettivi e una maggiore coerenza dell'azione amministrativa;

- **Strumenti e risorse:** il contesto interno evidenzia un fabbisogno crescente di strumenti digitali, procedure operative condivise e modelli comuni per la gestione dei contenuti istituzionali. La disponibilità disomogenea di tali strumenti e risorse può rappresentare un elemento di criticità, incidendo sulla qualità, sulla continuità e sulla misurabilità delle attività comunicative. In tale quadro, assumono rilievo le competenze professionali e le infrastrutture a supporto dei processi comunicativi;

- **Cultura organizzativa orientata alla trasparenza e alla responsabilità:** l'analisi mette in evidenza come l'efficacia della comunicazione istituzionale sia influenzata dal livello di maturità della cultura organizzativa interna. In particolare, il riconoscimento della comunicazione come componente del funzionamento amministrativo favorisce comportamenti informativi più coerenti e consapevoli, mentre una visione limitata della comunicazione come attività meramente esecutiva può ridurre l'impatto complessivo.

Nel complesso, il contesto interno della Regione Molise si caratterizza per una elevata complessità organizzativa, che pone sfide rilevanti in termini di coerenza informativa, integrazione dei contenuti e circolazione delle informazioni. Tale quadro conoscitivo costituisce la base per la definizione delle successive scelte strategiche in materia di comunicazione istituzionale, in coerenza con gli obiettivi di efficacia amministrativa, trasparenza e responsabilità pubblica.

4. PRINCIPI ISPIRATORI DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



Il Piano di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise si fonda su un insieme di principi ispiratori che definiscono il quadro valoriale, istituzionale e metodologico entro cui si colloca l'intero sistema di comunicazione regionale. Tali principi orientano in modo unitario la progettazione, l'attuazione e la valutazione delle attività comunicative e garantiscono la coerenza dell'azione comunicativa con l'ordinamento, con l'indirizzo politico-amministrativo e con l'interesse pubblico generale.

I principi ispiratori non hanno carattere operativo, ma costituiscono il riferimento stabile e condiviso per tutte le strutture dell'Amministrazione regionale, assicurando che la comunicazione sia esercitata come funzione pubblica essenziale e come parte integrante dei processi di governo, di gestione e di relazione con la collettività:

- **Legalità e conformità normativi:** La comunicazione istituzionale della Regione Molise è esercitata nel pieno rispetto del principio di legalità e della normativa vigente. Ogni contenuto comunicativo è coerente con le competenze attribuite all'Ente, con gli atti ufficiali adottati e con le disposizioni in materia di comunicazione pubblica, trasparenza amministrativa, protezione dei dati personali, accesso alle informazioni e sicurezza dei sistemi informativi. Il rispetto del quadro normativo costituisce condizione imprescindibile per garantire affidabilità, correttezza e credibilità dell'informazione istituzionale;

- **Imparzialità, neutralità e interesse pubblico:** La comunicazione regionale è ispirata ai principi di imparzialità e neutralità dell'azione amministrativa ed è orientata esclusivamente al perseguimento dell'interesse

pubblico. Essa non assume carattere promozionale o propagandistico e garantisce un'informazione equilibrata, verificabile e accessibile, nel rispetto del pluralismo e dell'equidistanza rispetto a interessi particolari. Tali principi tutelano l'autorevolezza dell'istituzione e rafforzano la fiducia dei cittadini nell'azione pubblica;

- **Trasparenza sostanziale e responsabilità pubblica:** La comunicazione istituzionale è strumento essenziale di trasparenza sostanziale e di responsabilità dell'azione amministrativa. Attraverso la comunicazione, la Regione rende comprensibili decisioni, procedimenti, politiche pubbliche e risultati conseguiti, favorendo il controllo diffuso e la valutazione dell'operato amministrativo. In questa prospettiva, la comunicazione contribuisce a rafforzare i meccanismi di accountability e a consolidare un rapporto di fiducia consapevole tra istituzione e collettività;

- **Centralità del cittadino, accessibilità e inclusione:** Il cittadino è posto al centro del sistema comunicativo regionale quale destinatario primario dell'azione amministrativa. La comunicazione è progettata tenendo conto dei bisogni informativi reali dei destinatari e orientata alla chiarezza, alla comprensibilità e all'accessibilità dei contenuti, anche attraverso l'adozione di linguaggi semplici, formati adeguati e soluzioni inclusive. Particolare attenzione è riservata all'accessibilità digitale e alla rimozione delle barriere informative, al fine di garantire pari opportunità di accesso all'informazione pubblica;

- **Coerenza istituzionale e integrazione del sistema comunicativo:** La comunicazione della Regione Molise si fonda su un'immagine istituzionale unitaria, riconoscibile

e coerente. L'integrazione tra strutture, canali e contenuti comunicativi è condizione essenziale per assicurare continuità informativa, affidabilità delle fonti e chiarezza dei messaggi. La coerenza istituzionale contribuisce a evitare frammentazioni, disallineamenti e sovrapposizioni comunicative, rafforzando la leggibilità complessiva dell'azione regionale;

- **Semplificazione e chiarezza del linguaggio amministrativo:** Il Piano promuove la semplificazione del linguaggio amministrativo come principio fondamentale di efficacia comunicativa e di inclusione democratica. La comunicazione traduce la complessità normativa, procedurale e organizzativa in informazioni comprensibili, mantenendo il necessario rigore tecnico e istituzionale. La chiarezza del linguaggio è intesa come strumento per favorire la partecipazione consapevole, ridurre le asimmetrie informative e migliorare la qualità della relazione tra amministrazione e cittadini;

- **Misurabilità, valutazione e miglioramento continuo:** La comunicazione istituzionale è concepita come processo strutturato, valutabile e orientato al miglioramento continuo. Le attività comunicative sono progettate in modo da consentire la misurazione dei risultati e la valutazione della loro efficacia, in coerenza con i sistemi di programmazione, controllo e performance dell'Ente. La misurabilità rappresenta una garanzia di responsabilità e uno strumento di apprendimento organizzativo, finalizzato al rafforzamento progressivo della qualità della comunicazione pubblica.

5. OBIETTIVI GENERALI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE



Gli obiettivi generali del Piano di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise definiscono l'**orizzonte strategico di riferimento** entro cui si collocano tutte le azioni, gli strumenti e i processi comunicativi dell'Ente. Essi costituiscono il quadro di indirizzo per la programmazione triennale della comunicazione e ne orientano l'integrazione con la pianificazione strategica, il **PIAO**, il **ciclo della performance**, le politiche di digitalizzazione e i sistemi di trasparenza amministrativa.

Gli obiettivi generali sono concepiti come obiettivi trasversali, comuni a tutte le strutture regionali, e perseguono il rafforzamento della comunicazione quale funzione pubblica essenziale e leva di governo.

In particolare, il Piano si propone di:

- 1. Rafforzare la trasparenza e la responsabilità dell'azione amministrativa**, assicurando una comunicazione strutturata, chiara e continuativa delle attività istituzionali, delle politiche pubbliche e dei risultati conseguiti, in attuazione dei principi di pubblicità, imparzialità e buon andamento;
- 2. Consolidare i meccanismi di accountability istituzionale**, utilizzando la comunicazione come strumento di rendicontazione verso cittadini e stakeholder, favorendo la comprensione delle scelte amministrative e la valutazione dell'efficacia delle politiche regionali;
- 3. Migliorare la comprensibilità dell'azione regionale**, promuovendo una comunicazione orientata alla chiarezza, alla semplificazione e alla leggibilità dei contenuti, nel rispetto dei principi del linguaggio chiaro della Pubblica Amministrazione;

- 4. Facilitare l'accesso alle informazioni e ai servizi pubblici**, rendendo i contenuti istituzionali facilmente individuabili e fruibili, con particolare attenzione all'orientamento dell'utenza e al supporto all'utilizzo dei servizi regionali;

- 5. Rafforzare la relazione tra istituzione e cittadini**, promuovendo una comunicazione fondata su correttezza informativa, continuità e affidabilità delle fonti, al fine di consolidare il rapporto di fiducia con la collettività;

- 6. Favorire una partecipazione informata e consapevole**, sostenendo processi comunicativi che accompagnano le fasi di programmazione, attuazione e valutazione delle politiche pubbliche e valorizzano il contributo dei diversi stakeholder territoriali;

- 7. Rafforzare l'identità istituzionale della Regione Molise**, promuovendo un'immagine coordinata, riconoscibile e coerente dell'Amministrazione, attraverso l'utilizzo uniforme dei linguaggi, dei segni distintivi e dei riferimenti valoriali dell'Ente, al fine di accrescere la chiarezza comunicativa, la riconoscibilità dell'azione regionale e la fiducia dei cittadini;

- 8. Garantire coerenza, qualità e unitarietà della comunicazione istituzionale**, assicurando l'allineamento dei messaggi, dei contenuti e dei linguaggi adottati dalle diverse strutture regionali, al fine di rafforzare la riconoscibilità dell'azione amministrativa;

- 9. Integrare stabilmente la comunicazione nei processi di programmazione e controllo**, affinché gli obiettivi comunicativi contribuiscano in modo misurabile al miglioramento dell'efficacia amministrativa, della qualità dei servizi e della creazione di valore pubblico;

6. OBIETTIVI SPECIFICI



Gli obiettivi specifici del Piano di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise rappresentano la declinazione operativa e funzionale degli obiettivi generali e definiscono le linee di intervento prioritarie attraverso cui la comunicazione contribuisce in modo diretto al miglioramento della qualità amministrativa, dell'efficacia delle politiche pubbliche e della relazione tra istituzione e cittadini.

Tali obiettivi sono formulati in coerenza con il PIAO, con il ciclo della performance, con gli obblighi di trasparenza e con le strategie regionali di digitalizzazione, e sono finalizzati a rendere la comunicazione una funzione strutturata, misurabile e integrata nei processi decisionali e organizzativi dell'Ente.

In particolare, il Piano individua i seguenti obiettivi specifici:

- 1. Razionalizzare e semplificare la comunicazione amministrativa**, intervenendo sui contenuti, sul linguaggio e sulla struttura delle informazioni, al fine di ridurre la complessità percepita e migliorare la comprensione dei procedimenti e delle decisioni amministrative;
- 2. Strutturare l'architettura dell'informazione istituzionale**, assicurando una organizzazione coerente e orientata all'utente dei contenuti comunicativi, con una chiara distinzione tra informazione istituzionale, informazione di servizio e comunicazione di policy;
- 3. Garantire l'accessibilità e l'inclusività dell'informazione pubblica**, assicurando la conformità dei contenuti e dei canali agli standard normativi e tecnici in materia di accessi-

bilità digitale, usabilità e pari opportunità, con particolare attenzione ai soggetti più vulnerabili e ai diversi livelli di alfabetizzazione digitale;

4. Rafforzare l'orientamento ai servizi e ai procedimenti regionali, rendendo le informazioni utili all'azione facilmente individuabili, comprensibili e aggiornate, al fine di facilitare l'accesso ai servizi pubblici e alle opportunità offerte dall'Ente;

5. Consolidare la comunicazione digitale come canale prioritario, migliorando la qualità, la coerenza e l'affidabilità dei contenuti pubblicati sui canali istituzionali e favorendo l'integrazione tra comunicazione, servizi digitali e strumenti di interazione con l'utenza;

6. Programmare e coordinare i canali di comunicazione, attraverso la definizione di piani editoriali, linee guida operative e procedure condivise, al fine di garantire continuità informativa, coerenza dei messaggi e ottimizzazione delle risorse comunicative;

7. Rafforzare l'identità istituzionale della Regione Molise e la coerenza dei valori espressi dall'azione amministrativa, attraverso la definizione e l'applicazione di indirizzi comuni sui linguaggi, sui messaggi chiave e sull'identità visiva istituzionale, intesa come insieme organico di elementi visivi e formali condivisi, al fine di garantire riconoscibilità e uniformità comunicativa;

8. Rafforzare il presidio dei flussi informativi istituzionali, assicurando tempestività, accuratezza e completezza nella diffusione delle informazioni, in particolare in relazione alle politiche pubbliche e ai programmi strategici;

9. Potenziare la comunicazione interna come leva organizzativa, strutturando flussi informativi chiari e sistematici tra organi di governo, direzioni e personale, al fine di migliorare il coordinamento interno e la coerenza dell'azione amministrativa;

10. Accompagnare l'attuazione delle politiche regionali e dei programmi strategici, integrando la comunicazione nelle diverse fasi del ciclo delle politiche pubbliche, dalla programmazione alla valutazione dei risultati;

11. Sviluppare sistemi strutturati di monitoraggio e valutazione della comunicazione, definendo indicatori di output (prodotti e attività realizzate) e outcome (effetti e cambiamenti generati sui destinatari) coerenti con il ciclo della performance, al fine di misurare l'efficacia delle azioni comunicative e supportare il miglioramento continuo.

*“Semplificare, strutturare
e rendere accessibile l’informazione pubblica
significa trasformare
la comunicazione amministrativa
in uno strumento chiaro, inclusivo
e realmente orientato ai cittadini.”*

TABELLA DI ATTUAZIONE OBIETTIVI SPECIFICI

OBIETTIVI SPECIFICI	AZIONI DI COMUNICAZIONE	INDICATORI DI MONITORAGGIO	RISULTATI ATTESI
Semplificare e razionalizzare la comunicazione amministrativa	Revisione del linguaggio istituzionale; redazione di contenuti in linguaggio chiaro; utilizzo di format informativi semplificati	Numero di contenuti revisionati; riduzione richieste di chiarimento; feedback utenti	Migliore comprensione delle informazioni; riduzione delle barriere cognitive
Strutturare l'architettura dell'informazione istituzionale	Riorganizzazione dei contenuti del portale; distinzione tra informazione istituzionale, di servizio e di policy	Coerenza struttura contenuti; tasso di navigazione efficace	Accesso più rapido e intuitivo alle informazioni
Garantire accessibilità e inclusività dell'informazione pubblica	Adeguamento ai requisiti di accessibilità; verifica periodica dei contenuti digitali	Conformità agli standard; segnalazioni risolte	Fruibilità equa dei contenuti per tutti i cittadini
Rafforzare l'orientamento ai servizi e ai procedimenti	Guide operative; schede servizio; contenuti orientati all'azione	Numero guide pubblicate; accessi alle schede servizio	Maggiore utilizzo dei servizi regionali
Consolidare la comunicazione digitale istituzionale	Aggiornamento continuo del portale; coordinamento canali digitali	Frequenza aggiornamenti; traffico sui canali	Presenza digitale autorevole e coerente
Programmare e coordinare i canali di comunicazione	Piani editoriali; linee guida operative; coordinamento interstrutturale	Rispetto del piano editoriale; coerenza messaggi	Continuità informativa e riduzione frammentazione
Rafforzare il presidio dei flussi informativi	Procedure per diffusione tempestiva delle informazioni; coordinamento preventivo	Tempi di pubblicazione; completezza delle informazioni	Informazione tempestiva e affidabile
Potenziare la comunicazione interna	Strumenti di comunicazione interna; flussi informativi strutturati	Frequenza comunicazioni interne; livello di condivisione	Migliore coordinamento organizzativo
Accompagnare l'attuazione delle politiche regionali	Campagne informative tematiche; comunicazione di supporto alle policy	Numero campagne; copertura informativa	Maggiore comprensione delle politiche pubbliche
Promuovere la cultura della comunicazione istituzionale	Azioni di sensibilizzazione interna; diffusione di buone pratiche	Partecipazione del personale; adesione alle linee guida	Rafforzamento del ruolo strategico della comunicazione
Monitorare e valutare	Definizione KPI; report periodici	Indicatori di output e	Miglioramento continuo
Integrare la comunicazione nel ciclo della performance	Collegamento obiettivi comunicativi-PIAO; rendicontazione	Coerenza con PIAO; valutazioni di performance	Comunicazione come funzione strategica misurabile



7. ANALISI DEL TARGET DI RIFERIMENTO

L'individuazione e l'analisi dei target di riferimento costituiscono un passaggio strategico essenziale del Piano di Comunicazione Istituzionale della Regione Molise, poiché consentono di strutturare azioni comunicative differenziate, coerenti e mirate, in funzione dei diversi livelli di interazione con l'amministrazione regionale. La comunicazione istituzionale, per essere efficace, deve tenere conto delle specificità informative, delle competenze, delle aspettative e delle modalità di accesso ai servizi dei destinatari, superando approcci indifferenziati e generalisti. In tale prospettiva, il Piano distingue Target esterni, destinatari delle politiche pubbliche e dei servizi regionali, e target interni, attori fondamentali del sistema di governance e dell'attuazione amministrativa.

7.1 TARGET ESTERNI

I target esterni comprendono l'insieme dei soggetti che, a diverso titolo, fruiscono dei servizi regionali, partecipano ai programmi pubblici o interagiscono con l'Ente in qualità di interlocutori istituzionali, economici e sociali:

1. Cittadini e utenti dei servizi regionali: I cittadini rappresentano il fulcro della comunicazione istituzionale regionale. Essi richiedono informazioni affidabili, comprensibili e facilmente accessibili in merito ai servizi, alle opportunità offerte dalle politiche regionali, ai diritti e ai doveri connessi all'azione amministrativa.

La comunicazione verso questo target deve essere orientata all'utilità pubblica, alla semplificazione dei contenuti e alla riduzione delle asimmetrie informative, favorendo una relazione basata su fiducia, trasparenza e consapevolezza. Particolare attenzione deve essere riservata all'inclusività, tenendo conto delle diverse fasce di età, dei livelli di alfabetizzazione digitale e delle esigenze specifiche.

- **Profilo:** popolazione, utenti potenziali o effettivi dei servizi regionali.
- **Livello di competenza amministrativa:** basso-medio.
- **Bisogni informativi:** accesso ai servizi e ai procedimenti; diritti, doveri e opportunità; politiche regionali e loro impatto concreto.
- **Esigenze comunicative:** linguaggio chiaro e non tecnico; informazioni sintetiche, orientate all'azione; facilità di reperimento dei contenuti.
- **Finalità comunicative:** orientamento ai servizi; riduzione dell'asimmetria informativa; rafforzamento del rapporto di fiducia istituzione-cittadino.

2. Imprese, professionisti e sistema produttivo: Le imprese e i professionisti costituiscono un target strategico per lo sviluppo economico e territoriale. Essi necessitano di una comunicazione puntuale, aggiornata e tecnicamente accurata, in particolare su bandi, incentivi, agevolazioni, procedure autorizzative e opportunità derivanti da fondi regionali, nazionali ed europei. La comunicazione istituzionale deve supportare questo target nella comprensione delle regole, nella certezza dei tempi e nella corretta interpretazione delle disposizioni amministrative, contribuendo a migliorare il rapporto tra amministrazione e sistema produttivo.

- **Profilo:** soggetti economici, liberi professionisti, operatori di settore.
- **Livello di competenza amministrativa:** basso–alto.
- **Bisogni informativi:** bandi, incentivi, misure di sostegno; normative di riferimento; scadenze, requisiti, procedure.
- **Esigenze comunicative:** precisione tecnica e giuridica; aggiornamento costante; chiarezza procedurale.
- **Finalità comunicative:** facilitare l'accesso alle misure regionali; ridurre errori e incertezze applicative; supportare lo sviluppo economico.

3. Enti locali e altre amministrazioni pubbliche: Gli enti locali rappresentano interlocutori istituzionali fondamentali nell'attuazione delle politiche regionali. La comunicazione verso Comuni, Province e altri enti territoriali ha una funzione di coordinamento, indirizzo e supporto tecnico-amministrativo, ed è finalizzata a garantire omogeneità nell'applicazione delle norme, condivisione delle informazioni e allineamento tra livelli di governo. Un flusso comunicativo strutturato verso questo target contribuisce a rafforzare l'efficacia delle politiche pubbliche e a ridurre criticità operative e interpretative.

- **Profilo:** Comuni, Province, enti strumentali, amministrazioni pubbliche.
- **Livello di competenza amministrativa:** alto.
- **Bisogni informativi:** indirizzi regionali;

programmazione e atti di coordinamento; strumenti di cooperazione istituzionale.

- **Esigenze comunicative:** formalità e coerenza istituzionale; continuità informativa; tempestività.
- **Finalità comunicative:** rafforzare il coordinamento interistituzionale; favorire l'attuazione integrata delle politiche pubbliche.

4. Terzo settore, associazioni e organizzazioni sociali: Il terzo settore e il mondo associativo svolgono un ruolo rilevante nella realizzazione delle politiche sociali, culturali, ambientali e di inclusione. La comunicazione istituzionale verso questo target deve favorire la partecipazione attiva, la collaborazione e la co-progettazione, assicurando trasparenza nelle procedure, chiarezza sulle opportunità di finanziamento e continuità informativa. Un'informazione strutturata e accessibile rafforza il partenariato pubblico-privato sociale e contribuisce alla generazione di valore pubblico.

- **Profilo:** ETS, associazioni, soggetti attivi nel sociale e nel volontariato.
- **Livello di competenza amministrativa:** medio.
- **Bisogni informativi:** politiche sociali; avvisi e programmi di intervento; opportunità di partecipazione e collaborazione.
- **Esigenze comunicative:** chiarezza e trasparenza; accessibilità dei contenuti; possibilità di interlocuzione.
- **Finalità comunicative:** inclusione nei processi informativi; valorizzazione del ruolo sociale; supporto alla partecipazione.

5. Media e sistema dell'informazione: I media costituiscono un attore chiave nella diffusione e nell'interpretazione dell'informazione istituzionale. La comunicazione verso questo target deve essere improntata a tempestività, correttezza e coerenza, fornendo contenuti verificabili, completi e contestualizzati. Un rapporto strutturato con i media contribuisce a garantire una rappresentazione accurata dell'azione regionale, a rafforzare la credibilità istituzionale e a prevenire la diffusione di informazioni frammentarie o non corrette.

- **Profilo:** stampa, media digitali, operatori dell'informazione.
- **Livello di competenza amministrativa:** medio-alto.
- **Bisogni informativi:** notizie ufficiali; dati verificati; fonti istituzionali affidabili.
- **Esigenze comunicative:** chiarezza dei messaggi; coerenza e tempestività; accesso diretto alle informazioni.
- **Finalità comunicative:** corretta rappresentazione dell'azione regionale; prevenzione di comunicazioni frammentarie o distorte.

6. Enti strumentali, agenzie regionali, CPI e società partecipate: Gli enti strumentali, le agenzie regionali, i CPI e le società a partecipazione pubblica rappresentano un target istituzionale rilevante della comunicazione della Regione Molise, in quanto soggetti che concorrono all'attuazione delle politiche regionali e all'erogazione di servizi pubblici sul territorio. Pur operando in autonomia giuridica e gestionale, tali enti agiscono nell'ambito degli indirizzi strategici regionali e contribuiscono in modo diretto alla realizzazione degli obiettivi dell'Ente. La comunicazione verso questo target è finalizzata a garantire coerenza istituzionale, allineamento strategico e coordinamento comunicativo, riducendo il rischio di frammentazioni informative e disomogeneità nella rappresentazione dell'azione regionale.

- **Profilo:** enti strumentali, agenzie regionali, CPI, società a partecipazione regionale
- **Livello di competenza amministrativa:** medio-alto
- **Bisogni informativi:** Indirizzi strategici e programmatici regionali, Politiche regionali di riferimento e obiettivi di intervento; Linee guide istituzionali e comunicative; Obblighi e modalità di trasparenza e rendicontazione
- **Esigenze comunicative:** Linguaggio istituzionale coerente e condiviso; Flussi informativi strutturati e continuativi; Coordinamento preventivo delle iniziative comunicative; Chiarezza nelle rappresentazioni di ruoli, funzioni e responsabilità
- **Finalità comunicative:** Garantire l'allineamento tra Regioni ed enti attuatori; Rafforzare la coerenza dell'immagine istituzionale complessiva; Supportare l'attuazione coordinata delle politiche pubbliche; Favorire una rendicontazione comunicativa integrata.

“Una comunicazione istituzionale efficace nasce dal riconoscimento dei destinatari e dei loro bisogni informativi.”

7.2 TARGET INTERNI

I target interni comprendono le strutture organizzative e il personale della Regione Molise, che svolgono un ruolo determinante nella produzione, gestione e diffusione della comunicazione istituzionale. Una comunicazione interna efficace è condizione abilitante per la qualità dell'azione amministrativa e per la coerenza dei messaggi verso l'esterno:

1. Strutture di supporto agli Organi di governo regionale: Le strutture di supporto svolgono una funzione di raccordo tra indirizzo politico, amministrazione e comunicazione. La comunicazione verso questo target deve garantire flussi informativi strutturati, coordinamento operativo e uniformità dei messaggi istituzionali, assicurando che le scelte politiche siano correttamente tradotte in comunicazione pubblica coerente, tempestiva e conforme al quadro normativo.

- **Profilo:** Supporto Organi di indirizzo politico.
- **Bisogni informativi:**
supporto alla rappresentazione delle politiche;
coerenza dei messaggi istituzionali.
- **Finalità comunicative:**
allineamento tra indirizzo politico
e comunicazione pubblica;
rafforzamento dell'immagine istituzionale.

2. Dirigenti responsabili dei servizi: I dirigenti rappresentano un livello strategico del sistema comunicativo interno, in quanto responsabili dell'attuazione delle politiche pubbliche e del coordinamento delle strutture operative. La comunicazione interna verso questo target deve supportare il processo decisionale, garantire l'allineamento con gli indirizzi di governo e favorire la condivisione di obiettivi, priorità e risultati, contribuendo alla coerenza complessiva dell'azione amministrativa.

- **Profilo:** dirigenti, responsabili di servizio e di procedimento.
- **Bisogni informativi:**
condivisione degli obiettivi strategici;
coordinamento delle attività comunicative;
flussi informativi strutturati.
- **Finalità comunicative:**
migliorare l'efficacia organizzativa;
garantire coerenza e uniformità comunicativa.

3. Personale regionale: Il personale regionale costituisce il principale vettore della comunicazione istituzionale, poiché traduce le decisioni politiche e amministrative in servizi concreti per i cittadini. La comunicazione interna deve assicurare chiarezza sulle procedure, tempestività nell'aggiornamento delle informazioni e comprensione delle strategie dell'Ente, rafforzando il senso di appartenenza, la responsabilità individuale e la qualità delle relazioni con l'utenza.

- **Profilo:** dipendenti e collaboratori dell'Ente.
- **Bisogni informativi:**
conoscenza delle politiche regionali;
procedure e indirizzi operativi;
obiettivi dell'amministrazione.
- **Finalità comunicative:**
rafforzare il senso di appartenenza;
migliorare la qualità dei servizi erogati;
ridurre disallineamenti informativi interni.

7.3 CRITERI TECNICI DI SEGMENTAZIONE

La segmentazione dei target rappresenta una fase metodologica centrale del Piano di comunicazione istituzionale, in quanto consente di superare una comunicazione indistinta e di progettare interventi comunicativi mirati, coerenti e valutabili. Attraverso la segmentazione, l'amministrazione analizza i destinatari della comunicazione non come un insieme omogeneo, ma come gruppi differenziati che presentano caratteristiche comunicative specifiche, legate al ruolo ricoperto rispetto all'ente, al grado di familiarità con i processi amministrativi e alle modalità di utilizzo delle informazioni pubbliche. A tal fine, la segmentazione dei target è effettuata sulla base di criteri tecnici che permettono di comprendere in modo sistematico come i diversi destinatari si relazionano all'informazione istituzionale e quali leve comunicative risultano più efficaci.

In particolare, l'analisi prende in considerazione:

- **il ruolo istituzionale o funzionale**, che consente di distinguere i destinatari in base alla posizione che occupano rispetto alla Regione e al tipo di relazione instaurata con l'amministrazione;
- **il livello di competenza amministrativa**, utile a calibrare il grado di tecnicità del linguaggio e la profondità dei contenuti;

- **i bisogni informativi prevalenti**, che riguardano le informazioni ritenute prioritarie dai destinatari in relazione a servizi, procedimenti, opportunità e politiche regionali;
- **le modalità di fruizione dei contenuti**, che tengono conto dei comportamenti informativi e dei canali attraverso cui i destinatari accedono alle informazioni;
- **le finalità comunicative associate**, che definiscono l'obiettivo della comunicazione per ciascun target, come orientamento ai servizi, supporto informativo, partecipazione o rafforzamento della fiducia istituzionale.

L'utilizzo integrato di questi criteri consente di progettare una comunicazione differenziata e coerente, di scegliere in modo consapevole linguaggi, strumenti e canali e di definire obiettivi comunicativi specifici e misurabili. La segmentazione dei target costituisce pertanto il presupposto tecnico per la definizione della strategia di comunicazione, per l'individuazione delle azioni e degli strumenti più appropriati e per la costruzione di un sistema di monitoraggio e valutazione basato su indicatori di risultato, garantendo coerenza tra analisi dei destinatari, progettazione comunicativa e misurazione delle performance.

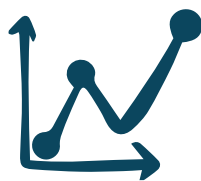
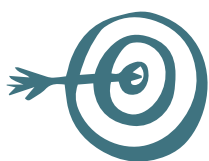


TABELLA ANALISI DEI TARGET

TARGET	PROFILO	LIVELLO COMPETENZA AMMINISTRATIVA	BISOGNI INFORMATIVI	LINGUAGGIO E APPROCCIO	FINALITÀ CO- MUNICATIVE
Cittadini residenti e utenti dei servizi regionali	Popolazione residente, utenti attuali e potenziali dei servizi regionali	Basso – Medio	Accesso ai servizi e ai procedimenti; diritti, doveri e opportunità; politiche regionali e impatto concreto	Linguaggio chiaro e non tecnico; contenuti sintetici e orientati all'azione	Orientamento ai servizi; riduzione dell'asimmetria informativa; rafforzamento della fiducia istituzionale
Imprese, professionisti e sistema produttivo	Imprese, liberi professionisti, operatori economici	Medio – Alto	Bandi, incentivi, agevolazioni; normative; scadenze e procedure	Linguaggio tecnico-giuridico semplificato; precisione e aggiornamento	Facilitare accesso alle misure; ridurre errori procedurali; supportare lo sviluppo economico
Enti locali e altre amministrazioni pubbliche	Comuni, Province, enti strumentali territoriali, altre PA	Alto	Indirizzi regionali; programmazione; coordinamento istituzionale	Linguaggio formale e istituzionale; continuità informativa	Rafforzare il coordinamento interistituzionale; garantire attuazione integrata delle politiche
Enti strumentali, agenzie regionali e società partecipate	Enti strumentali regionali, agenzie operative, società a partecipazione regionale	Medio – Alto	Indirizzi strategici regionali; politiche di riferimento; linee guida comunicative; obblighi di trasparenza e rendicontazione	Linguaggio istituzionale coerente e condiviso; flussi informativi strutturati	Allineamento strategico; coerenza dell'immagine istituzionale; rendicontazione comunicativa integrata
Terzo settore, associazioni e organizzazioni sociali	ETS, associazioni, soggetti attivi nel sociale e nel volontariato	Medio	Politiche sociali; avvisi; programmi; opportunità di partecipazione	Linguaggio chiaro e inclusivo; approccio dia-logico	Favorire inclusione e partecipazione; valorizzare il ruolo sociale; supportare la collaborazione
Media e sistema dell'informazione	Stampa, media digitali, operatori dell'informazione	Medio – Alto	Notizie ufficiali; dati verificati; fonti istituzionali affidabili	Linguaggio istituzionale chiaro, sintetico e tempestivo	Corretta rappresentazione dell'azione regionale; affidabilità informativa
Strutture di supporto agli Organi di governo regionale	Presidente, Giunta, strutture di supporto politico-istituzionale	Alto	Supporto informativo alle politiche; coerenza dei messaggi istituzionali	Linguaggio istituzionale strategico	Allineamento tra indirizzo politico e comunicazione pubblica
Dirigenti e responsabili di struttura	Dirigenti, responsabili di servizio e di procedimento	Alto	Obiettivi strategici; coordinamento; flussi informativi	Linguaggio tecnico-organizzativo	Rafforzare efficacia organizzativa; uniformità comunicativa
Personale regionale	Dipendenti e collaboratori dell'Ente	Medio	Politiche regionali; procedure; obiettivi dell'amministrazione	Linguaggio chiaro e operativo	Migliorare circolazione interna; qualità dei servizi; senso di appartenenza



8. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

La strategia di comunicazione della Regione Molise **rappresenta il quadro strutturale di indirizzo, coordinamento e governo di tutte le attività comunicative dell'Ente**. La strategia è definita sulla base dell'analisi del contesto e dei target di riferimento e si fonda sull'individuazione dei bisogni informativi dei destinatari, assunti come criterio guida per la progettazione dei contenuti, la scelta dei linguaggi, dei canali e delle modalità di comunicazione.

Il Piano definisce i principi, le linee di intervento e le modalità operative attraverso cui la comunicazione contribuisce in modo sistematico al perseguimento degli obiettivi istituzionali, al miglioramento della qualità amministrativa e al rafforzamento della relazione tra istituzione e collettività.

La strategia di comunicazione è definita secondo un **approccio metodologico integrato**, che combina l'analisi del contesto istituzionale e comunicativo, la segmentazione dei target di riferimento e la definizione di obiettivi misurabili. Tale approccio consente di strutturare la comunicazione come processo programmato e valutabile, assicurando coerenza tra indirizzi strategici, azioni operative, strumenti di comunicazione e sistemi di monitoraggio dei risultati.

8.1 IMPOSTAZIONE STRATEGICA GENERALE

L'impostazione strategica della comunicazione della Regione Molise si fonda su un modello unitario e integrato, orientato a garantire coerenza, continuità e riconoscibilità all'azione comunicativa dell'Ente e a superare approcci frammentati e settoriali. In tale quadro, la comunicazione istituzionale è concepita come componente strutturale dell'azione amministrativa e come leva trasversale di supporto ai processi di governo e di attuazione delle politiche pubbliche.

La comunicazione è assunta come funzione strategica dell'amministrazione regionale, stabilmente integrata nel ciclo delle politiche pubbliche. Essa concorre a rafforzare la trasparenza dell'azione amministrativa, la comprensibilità delle decisioni pubbliche e la qualità della relazione tra istituzione, cittadini e stakeholder, accompagnando in modo coerente le diverse fasi dell'azione regionale.

L'impostazione strategica del Piano individua la comunicazione istituzionale come un sistema unitario di contenuti e messaggi, orientato alla chiarezza informativa, alla semplificazione dei linguaggi e alla coerenza dell'identità istituzionale regionale. La strategia definisce il quadro di riferimento entro cui si collocano le attività comunicative dell'Ente, demandando alle successive sezioni del Piano la disciplina delle modalità operative, degli strumenti e degli assetti di coordinamento.

In questo contesto, la strategia di comunicazione integra in modo coerente tre dimensioni fondamentali dell'azione comunicativa regionale:

- **la comunicazione istituzionale**, finalizzata a rappresentare l'identità, il ruolo e le funzioni della Regione Molise come ente pubblico, rafforzandone la riconoscibilità, l'autorevolezza e l'affidabilità come fonte ufficiale di informazione;
- **la comunicazione di servizio**, orientata a facilitare l'accesso ai servizi, ai procedimenti amministrativi e alle opportunità offerte dalla Regione, con l'obiettivo di ridurre le barriere informative e migliorare l'esperienza di fruizione dell'azione amministrativa;
- **la comunicazione di policy**, volta ad accompagnare le politiche pubbliche regionali lungo l'intero ciclo di vita, dalla programmazione all'attuazione fino alla valutazione dei risultati, rendendo comprensibili le scelte amministrative, gli obiettivi perseguiti e gli effetti generati.

L'integrazione di tali dimensioni consente di costruire una narrazione istituzionale coerente e continuativa, capace di rendere leggibile l'azione regionale nel suo complesso e di rafforzare la percezione di un'Amministrazione trasparente, affidabile e orientata al servizio pubblico. L'impostazione strategica del Piano costituisce pertanto il riferimento generale per la progettazione delle azioni di comunicazione e per l'utilizzo coerente dei canali comunicativi, assicurando allineamento tra indirizzi strategici, obiettivi comunicativi e risultati attesi.

In questo quadro, la strategia di comunicazione della Regione Molise è orientata a garantire coerenza, riconoscibilità e affidabilità dell'azione istituzionale, anche attraverso il consolidamento di un'identità istituzionale condivisa, quale elemento di unitarietà dei messaggi e di coerenza tra comunicazione, missione dell'Ente e politiche pubbliche.

8.2 PRINCIPI STRATEGICI OPERATIVI

La strategia di comunicazione della Regione Molise è guidata da un insieme di principi strategici operativi che costituiscono criteri stabili di riferimento per la progettazione, l'attuazione e la valutazione delle attività comunicative. Tali principi orientano l'intero ciclo della comunicazione istituzionale e assicurano coerenza tra indirizzi strategici, azioni comunicative e risultati attesi:

- **Programmazione e pianificazione strutturata**: la comunicazione è pianificata su base triennale e declinata annualmente, in coerenza con il PIAO e con gli strumenti di programmazione dell'Ente. Questo approccio consente di superare una comunicazione episodica o prevalentemente reattiva, favorendo una gestione programmata e orientata agli obiettivi;
- **Coerenza istituzionale e unitarietà del messaggio**: le attività comunicative sono orientate alla coerenza dei contenuti, dei linguaggi e dei toni con l'identità e gli indirizzi strategici della Regione Molise, al fine di evitare disallineamenti comunicativi e rafforzare l'affidabilità e la credibilità dell'azione istituzionale;
- **Centralità dei destinatari**: la strategia è progettata tenendo conto dei bisogni informativi dei target individuati, modulando linguaggi, livelli di approfondimento e formati informativi in funzione delle caratteristiche dei destinatari e delle finalità comunicative;
- **Integrazione e coordinamento dei canali**: i canali digitali, tradizionali e interni sono concepiti come elementi complementari di un sistema comunicativo unitario. L'integrazione dei canali è orientata a garantire continuità informativa, chiarezza dei messaggi e coerenza dell'esperienza comunicativa complessiva;
- **Misurabilità e miglioramento continuo**: la comunicazione è orientata alla valutazione dei risultati attraverso l'utilizzo di indicatori di output e outcome e, ove possibile, di impatto. La misurazione dei risultati supporta processi di apprendimento organizzativo e di miglioramento progressivo della qualità della comunicazione istituzionale.

8.3 LINEE STRATEGICHE DI INTERVENTO

Le linee strategiche di intervento individuano gli ambiti prioritari attraverso cui la strategia di comunicazione della Regione Molise viene declinata e resa operativa in modo coerente e sistematico. Esse costituiscono il raccordo tra l'impostazione strategica generale e le azioni operative sviluppate nel capitolo 9 del Piano.

Ciascuna linea strategica definisce una direzione di intervento stabile e riconoscibile, orientata al perseguimento degli obiettivi del Piano e alla produzione di risultati comunicativi verificabili, evitando sovrapposizioni, frammentazioni e disallineamenti nell'azione comunicativa regionale:

- **Comunicazione orientata ai servizi:** Questa linea strategica è finalizzata a rendere i servizi regionali facilmente individuabili, comprensibili e accessibili per cittadini, imprese e altri utenti. La comunicazione è orientata all'utilità pubblica dell'informazione e al supporto all'accesso ai servizi, contribuendo a ridurre le barriere informative e a migliorare l'esperienza di fruizione dell'azione amministrativa;

- **Comunicazione di supporto alle politiche pubbliche:** La comunicazione accompagna le politiche regionali lungo l'intero ciclo di vita, dalla programmazione all'attuazione fino alla rendicontazione dei risultati. Questa linea strategica è orientata a rendere comprensibili le finalità delle scelte amministrative, i benefici attesi e gli effetti generati, rafforzando la legittimazione dell'azione pubblica e favorendo una partecipazione informata e consapevole;

- **Comunicazione per la trasparenza e l'accountability:** La comunicazione è utilizzata come leva strategica di trasparenza sostanziale e di responsabilità pubblica. Attraverso una diffusione chiara, sistematica e contestualizzata delle informazioni, dei dati e dei risultati, la Regione Molise favorisce il controllo diffuso sull'operato amministrativo e consolida il rapporto di fiducia con cittadini e stakeholder;

- **Comunicazione digitale integrata:** Il digitale costituisce il canale prioritario della strategia di comunicazione. Questa linea strategica è orientata a garantire una gestione coerente dei canali digitali istituzionali, integrando informazione, servizio e interazione, in coerenza con i processi di trasformazione digitale dell'Ente e con i comportamenti informativi dei destinatari;

- **Comunicazione istituzionale tradizionale:** La comunicazione istituzionale tradizionale integra e affianca la comunicazione digitale all'interno di un sistema comunicativo unitario e coerente. Essa è finalizzata a garantire la diffusione delle informazioni istituzionali attraverso canali non digitali, assicurando completezza, accessibilità e continuità informativa, in coordinamento con le altre linee strategiche del Piano;

- **Comunicazione interna:** La comunicazione interna è considerata una componente strategica dell'organizzazione. Essa sostiene il coordinamento tra strutture, la condivisione degli obiettivi e l'allineamento del personale agli indirizzi strategici dell'Ente, contribuendo alla coerenza dell'azione amministrativa e alla qualità complessiva della comunicazione istituzionale.

8.4 APPROCCIO ORIENTATO AI TARGET

Sulla base dell'analisi dei target di riferimento e dei criteri di segmentazione definiti nel capitolo 7, la strategia di comunicazione della Regione Molise adotta un approccio orientato ai target quale criterio operativo per la progettazione, l'attuazione e la valutazione delle azioni comunicative. Tale approccio consente di tradurre l'analisi dei destinatari in scelte comunicative coerenti, efficaci e misurabili, superando logiche indifferenziate e generaliste.

L'orientamento ai target implica che la comunicazione istituzionale sia progettata in funzione delle caratteristiche specifiche dei destinatari, modulando il livello di tecnicità dei contenuti, il linguaggio utilizzato, i formati informativi e i canali di diffusione. In questo quadro, la comunicazione è finalizzata a rispondere ai bisogni informativi reali dei diversi pubblici di riferimento, migliorando la comprensione dei contenuti e la fruibilità delle informazioni.

L'approccio orientato ai target costituisce un principio metodologico trasversale dell'intero Piano e guida in modo sistematico la definizione dei contenuti informativi, la scelta delle modalità di presentazione e l'organizzazione dei messaggi istituzionali. Esso consente di rendere più efficace l'orientamento ai servizi, di supportare l'accesso alle opportunità offerte dalla Regione e di rafforzare la qualità della relazione tra amministrazione, cittadini e stakeholder.

In termini operativi, l'orientamento ai target si traduce nell'adozione di criteri differenziati di comunicazione in relazione ai diversi destinatari, assicurando coerenza tra obiettivi comunicativi, contenuti diffusi e risultati attesi. Tale impostazione favorisce inoltre un utilizzo più consapevole e mirato dei canali di comunicazione, riducendo il rischio di dispersione informativa e migliorando l'efficienza complessiva del sistema comunicativo regionale.

L'approccio orientato ai target rappresenta pertanto il collegamento funzionale tra l'analisi dei destinatari, la strategia di comunicazione e le azioni operative del Piano, contribuendo a rendere la comunicazione istituzionale uno strumento efficace di supporto all'azione amministrativa, alla trasparenza e alla creazione di valore pubblico.

8.5 APPROCCIO MULTICANALE CROSSMEDIALE E JOURNEY INFORMATIVO

La strategia di comunicazione della Regione Molise adotta un approccio multicanale e crossmediale, concependo i diversi canali di comunicazione digitali e tradizionali come componenti complementari di un unico sistema informativo. Tale approccio è orientato a garantire coerenza, continuità e riconoscibilità dei messaggi istituzionali, assicurando ai destinatari un'esperienza informativa ordinata e comprensibile.

L'approccio multicanale è inteso come criterio di progettazione dei contenuti e dei percorsi informativi, volto a costruire un journey informativo coerente che accompagni i destinatari nelle diverse fasi di accesso, comprensione e utilizzo delle informazioni pubbliche. In questa prospettiva, i canali non sono utilizzati in modo isolato, ma integrati all'interno di un percorso comunicativo unitario, nel quale ciascun canale svolge una funzione specifica e complementare.

Il valore della multicanalità non risiede nella mera moltiplicazione dei punti di diffusione, ma nella capacità di garantire coerenza dei contenuti, chiarezza dei messaggi e continuità informativa lungo l'intero percorso di fruizione, indipendentemente dal canale utilizzato. L'approccio multicanale consente di rispondere in modo più efficace ai diversi comportamenti informativi dei destinatari e di migliorare la fruibilità complessiva dell'informazione istituzionale.

L'adozione di un journey informativo coerente permette di orientare i destinatari verso le informazioni e i servizi di interesse, riducendo la dispersione informativa e facilitando l'interazione con l'amministrazione regionale. Tale impostazione contribuisce inoltre a rafforzare la riconoscibilità dell'identità istituzionale e la qualità dell'esperienza comunicativa offerta dalla Regione Molise.

L'approccio multicanale e crossmediale costituisce pertanto un principio metodologico della strategia di comunicazione e rappresenta il riferimento per la pianificazione delle azioni comunicative e per l'utilizzo coordinato dei canali, lasciando alle successive sezioni del Piano la definizione delle modalità organizzative, degli strumenti e degli assetti di coordinamento.



*“La strategia trasforma
la comunicazione
in visione e metodo.”*



8.6 COMUNICAZIONE IN SITUAZIONI EMERGENZIALI

Nell'ambito della strategia di comunicazione istituzionale, la Regione Molise assicura una gestione coordinata, tempestiva e strutturata della comunicazione anche in situazioni emergenziali, al fine di garantire un'informazione pubblica chiara, affidabile e continuativa a cittadini, imprese e stakeholder. La comunicazione in tali contesti assume un ruolo essenziale di supporto all'azione amministrativa, contribuendo alla tutela dell'interesse pubblico, alla sicurezza delle persone e alla comprensione delle misure adottate dalle autorità competenti.

La comunicazione emergenziale è concepita come una modalità di adattamento della strategia di comunicazione istituzionale alle condizioni straordinarie determinate dall'evento emergenziale, e non come un ambito autonomo o separato. Essa si innesta nel sistema di comunicazione delineato dal presente Piano, utilizzando i canali, gli strumenti e le modalità già previsti, opportunamente rimodulati in funzione delle specifiche esigenze informative e del contesto di riferimento.

In situazioni emergenziali, la strategia di comunicazione è orientata a garantire la centralità e l'univocità delle fonti informative, la chiarezza e la semplicità dei messaggi, la coerenza dei contenuti diffusi e il coordinamento tra le strutture regionali coinvolte. In tale prospettiva, il portale istituzionale regionale rappresenta il riferimento informativo primario e certificato dell'Amministrazione, mentre i canali digitali ufficiali svolgono una funzione di diffusione e amplificazione tempestiva delle informazioni, assicurando capillarità informativa e continuità comunicativa.

La comunicazione in emergenza si caratterizza inoltre per un'attenzione rafforzata ai profili di accessibilità, comprensibilità e inclusività dell'informazione, al fine di garantire che i messaggi istituzionali siano fruibili da parte di tutti i destinatari, anche in condizioni di particolare criticità o urgenza. I contenuti sono pertanto orientati alla semplificazione dei linguaggi, alla riduzione delle ambiguità interpretative e alla valorizzazione delle informazioni di servizio essenziali per l'utenza.

Dal punto di vista organizzativo, la comunicazione emergenziale si fonda su principi di coordinamento interstrutturale, chiarezza dei ruoli e responsabilità e allineamento tra comunicazione istituzionale e azione amministrativa. Essa è finalizzata a evitare frammentazioni, disallineamenti o sovrapposizioni informative, garantendo una rappresentazione coerente e affidabile delle decisioni pubbliche e delle misure adottate.

La gestione della comunicazione in situazioni emergenziali non comporta l'introduzione di canali, strumenti o azioni operative autonome, né la definizione di sistemi di monitoraggio dedicati. Essa si attua attraverso l'applicazione rafforzata delle linee strategiche di intervento già definite dal presente Piano, adattandone priorità, tempi e linguaggi in funzione dell'evoluzione della situazione emergenziale e assicurando piena coerenza con gli indirizzi strategici complessivi dell'Amministrazione regionale.

TABELLA OPERATIVA

STRATEGIA DI COMUNICAZIONE

LINEA STRATEGICA	OBIETTIVI STRATEGICI	TARGET	AZIONI STRATEGICHE	CANALI PRIORITARI	INDICATORI (KPI)	RISULTATI ATTESI
Comunicazione istituzionale	Garantire coerenza, riconoscibilità e autorevolezza dell'azione dell'Ente	Cittadini, media, stakeholder istituzionali	Definizione e diffusione di messaggi condivisi; utilizzo coerente dei linguaggi e dell'identità istituzionale	Portale istituzionale; comunicati ufficiali; canali digitali istituzionali	Coerenza dei messaggi; riduzione di duplicazioni e disallineamenti	Rafforzamento dell'identità e dell'immagine istituzionale regionale
Comunicazione orientata ai servizi	Facilitare l'accesso, la comprensione e l'utilizzo dei servizi regionali	Cittadini, imprese, utenti dei servizi	Semplificazione dei contenuti informativi; produzione di guide e schede servizio; orientamento all'azione	Portale dei servizi; canali digitali istituzionali	Accessi ai servizi; riduzione delle richieste di chiarimento	Migliore fruizione dei servizi pubblici regionali
Comunicazione di supporto alle politiche pubbliche (policy)	Rendere comprensibili politiche, programmi e interventi regionali	Cittadini, enti locali, stakeholder territoriali	Comunicazione delle diverse fasi delle politiche pubbliche; restituzione pubblica di risultati	Portale istituzionale; media; canali digitali	Copertura informativa; chiarezza dei contenuti	Maggiore consapevolezza e comprensione delle politiche regionali
Comunicazione per la trasparenza e l'accountability	Rendere leggibili dati, risultati e performance dell'azione amministrativa	Cittadini, stakeholder, organi di controllo	Diffusione strutturata di dati e informazioni; comunicazione della performance e dei risultati	Sezioni "Amministrazione Trasparente"; portale istituzionale	Completezza e aggiornamento delle informazioni; accessi	Rafforzamento della fiducia e della responsabilità pubblica
Comunicazione digitale integrata	Utilizzare il digitale come canale prioritario e integrato	Tutti i target	Coordinamento dei canali digitali; integrazione tra informazione, servizi e strumenti di contatto	Portale istituzionale; piattaforme digitali; canali social	Traffico web; livelli di engagement	Esperienza informativa digitale più efficace e coerente
Comunicazione istituzionale tradizionale	Assicurare una diffusione completa, inclusiva e coerente dell'informazione	Cittadini, media, stakeholder	Comunicazione a mezzo stampa; materiali informativi; eventi istituzionali	Media tradizionali; eventi; materiali offline	Copertura informativa; partecipazione	Maggiore conoscibilità dell'azione regionale
Comunicazione interna	Rafforzare il coordinamento e la coerenza organizzativa	Organi di governo, dirigenti, personale	Strutturazione dei flussi informativi interni; allineamento strategico delle strutture	Intranet; strumenti di comunicazione interna	Tempestività delle comunicazioni; livello di allineamento	Migliore efficacia e coerenza dell'azione amministrativa
Comunicazione in situazioni emergenziali	Garantire informazione tempestiva, chiara e coordinata in contesti emergenziali, a tutela dell'interesse pubblico	Cittadini, imprese, stakeholder, media	Rimodulazione delle priorità comunicative; semplificazione dei messaggi; coordinamento interstrutturale	Portale istituzionale (canale primario); canali digitali ufficiali	Tempestività delle pubblicazioni; coerenza dei messaggi; riduzione delle informazioni discordanti	Informazione affidabile e continua; maggiore comprensione delle misure adottate;
Comunicazione come funzione di performance	Rendere misurabile l'impatto delle attività comunicative	Strutture interne; OIV	Definizione di indicatori; monitoraggio e reporting delle attività	Report interni; sistemi di monitoraggio	Indicatori di output e outcome rilevati	Miglioramento continuo della comunicazione
Adattamento strategico e flessibilità	Garantire aggiornamento e capacità di risposta al contesto	Tutti i target	Aggiornamento periodico della strategia; rimodulazione delle priorità comunicative	Tutti i canali	Tempestività degli aggiornamenti	Strategia di comunicazione sempre coerente e attuale

9. AZIONI OPERATIVE DELLA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE



Le azioni operative costituiscono il livello di attuazione concreta e strutturata della strategia di comunicazione della Regione Molise. Esse traducono gli indirizzi strategici in attività continuative e coordinate, integrate nei processi amministrativi e orientate alla produzione di risultati verificabili.

L'azione comunicativa è configurata come processo organizzativo trasversale, stabile nel tempo e coordinato tra le strutture coinvolte, finalizzato a garantire chiarezza informativa, coerenza dei messaggi e allineamento tra contenuti, canali e destinatari.

9.1 COMUNICAZIONE ORIENTATA AI SERVIZI

La comunicazione orientata ai servizi rappresenta una componente operativa centrale della strategia di comunicazione istituzionale, in quanto direttamente connessa alla fruizione concreta dell'azione amministrativa da parte di cittadini, imprese e utenti. Le azioni previste in questo ambito sono finalizzate a rendere i servizi regionali facilmente individuabili, comprensibili e accessibili, intervenendo in modo sistematico sulle criticità informative che possono ostacolare l'accesso e l'utilizzo.

L'impostazione operativa si fonda su una ricognizione strutturata e continuativa dei servizi regionali e dei procedimenti amministrativi correlati, finalizzata a individuare i principali punti di contatto tra amministrazione e utenza e a ricostruire i fabbisogni informativi lungo l'intero percorso di accesso al servizio.

Tale attività consente di ridurre frammentazioni informative e disallineamenti tra strutture, favorendo una rappresentazione unitaria e coerente dei servizi erogati.

Le informazioni sui servizi sono organizzate secondo criteri di chiarezza, standardizzazione e aggiornamento, al fine di garantire una comunicazione orientata all'utilizzo effettivo del servizio. In particolare, i contenuti informativi sono progettati per rendere immediatamente comprensibili gli elementi essenziali, quali modalità di accesso, requisiti richiesti, tempi procedurali, responsabilità amministrative e canali di riferimento.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- mappatura strutturata dei servizi regionali e dei procedimenti amministrativi correlati;
- definizione e aggiornamento di schede servizio standardizzate, basate su modelli informativi condivisi;
- organizzazione dei contenuti informativi in funzione dei bisogni dell'utenza e delle diverse tipologie di destinatari;
- semplificazione del linguaggio amministrativo, attraverso la riduzione della tecnicità non necessaria;
- integrazione tra comunicazione informativa e accesso ai servizi, garantendo continuità tra informazione e fruizione.

OUTPUT ATTESI

- rappresentazione unitaria e coerente dei servizi regionali sui canali istituzionali;
- maggiore chiarezza e comprensibilità delle informazioni sui servizi;
- riduzione delle richieste improprie e delle segnalazioni ripetitive;
- miglioramento dell'esperienza di accesso e utilizzo dei servizi;
- incremento della qualità percepita dei servizi pubblici regionali.

9.2 COMUNICAZIONE DI SUPPORTO ALLE POLITICHE PUBBLICHE

Le azioni operative di comunicazione a supporto delle politiche pubbliche sono finalizzate ad accompagnare le politiche regionali lungo l'intero ciclo di vita dell'intervento pubblico, dalla fase di programmazione e definizione degli indirizzi, fino all'attuazione operativa e alla rendicontazione dei risultati. In questo ambito, la comunicazione contribuisce a rendere comprensibile e trasparente l'azione dell'Ente, favorendo la conoscenza delle scelte amministrative e delle opportunità generate dalle politiche regionali.

L'attività comunicativa è orientata a garantire la chiarezza delle informazioni relative alle politiche pubbliche, attraverso la rappresentazione delle finalità perseguite, degli obiettivi strategici, dei destinatari e dei benefici attesi. La comunicazione supporta l'accesso alle opportunità offerte dalla Regione, assicurando una diffusione strutturata, tempestiva e coerente delle informazioni su programmi, interventi, bandi e misure.

Particolare attenzione è rivolta alla fase di attuazione e di rendicontazione, nella quale la comunicazione assume una funzione di restituzione pubblica dell'azione amministrativa. In tale fase, l'attività comunicativa è finalizzata a dare evidenza allo stato di avanzamento delle politiche, ai risultati conseguiti e agli effetti prodotti, contribuendo a rafforzare la trasparenza amministrativa e la consapevolezza pubblica.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- progettazione di piani comunicativi tematici a supporto delle principali politiche regionali, nazionali ed europee, coerenti con gli indirizzi strategici dell'Ente;
- produzione di contenuti informativi e di sintesi finalizzati a illustrare obiettivi, destinatari e benefici delle politiche pubbliche;
- comunicazione strutturata e coordinata di bandi, programmi e misure lungo tutte le fasi di attuazione;
- attività di rendicontazione comunicativa dei risultati conseguiti e degli effetti prodotti dalle politiche attuate.

OUTPUT ATTESI

- contenuti informativi strutturati e coerenti sulle politiche regionali, nazionali ed europee;
- materiali di sintesi destinati a cittadini, stakeholder e destinatari delle misure;
- maggiore chiarezza e comprensibilità delle opportunità offerte dalle politiche pubbliche;
- rendicontazioni comunicative chiare e accessibili dei risultati conseguiti;
- incremento della consapevolezza pubblica rispetto alle politiche attuate e ai loro effetti sul territorio.

9.3 COMUNICAZIONE PER LA TRASPARENZA E L'ACCOUNTABILITY

Le azioni operative di comunicazione per la trasparenza e l'accountability sono finalizzate a rendere effettivi e comprensibili i principi di trasparenza, responsabilità e controllo pubblico dell'azione amministrativa, superando una logica esclusivamente formale di assolvimento degli obblighi informativi previsti dalla normativa vigente.

In questo ambito, la comunicazione è orientata alla restituzione pubblica dell'attività amministrativa e dei risultati conseguiti, attraverso la diffusione di informazioni contestualizzate, chiare e accessibili. L'attività comunicativa affianca alla pubblicazione dei dati e dei documenti obbligatori contenuti di sintesi e di accompagnamento, al fine di favorirne la comprensione da parte di cittadini e stakeholder.

L'operatività è indirizzata a garantire una diffusione sistematica, aggiornata e coerente delle informazioni relative all'organizzazione, ai processi amministrativi e ai risultati delle politiche regionali. In tal modo, la comunicazione contribuisce a ridurre le asimmetrie informative, a favorire una lettura consapevole delle informazioni pubbliche e a rafforzare la fiducia nei confronti dell'azione amministrativa.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- diffusione strutturata e continuativa di informazioni, dati e risultati relativi all'attività amministrativa e alle politiche regionali;
- riorganizzazione dei contenuti di trasparenza in funzione della chiarezza, della leggibilità e dell'accessibilità per utenti non specialisti;
- produzione di contenuti di sintesi e di accompagnamento a supporto delle informazioni pubblicate;
- raccordo operativo tra le strutture competenti in materia di trasparenza, comunicazione e controllo interno;
- aggiornamento costante delle informazioni rilevanti ai fini della trasparenza e dell'accountability.

OUTPUT ATTESI

- informazioni pubbliche più chiare, accessibili e comprensibili;
- maggiore utilizzo consapevole dei dati e delle informazioni disponibili;
- riduzione delle asimmetrie informative tra amministrazione e cittadini;
- rafforzamento della percezione di trasparenza e affidabilità dell'Ente;
- consolidamento del rapporto di fiducia tra istituzione e collettività.

9.4 COMUNICAZIONE DIGITALE INTEGRATA

Le azioni operative di comunicazione digitale integrata sono finalizzate a garantire una gestione coerente ed efficace della presenza digitale istituzionale, riconoscendo il digitale come canale prioritario di relazione tra

la Regione Molise, i cittadini e gli stakeholder.

La comunicazione digitale è concepita come componente integrata dell'azione comunicativa dell'Ente, orientata a informare, facilitare l'accesso ai servizi e favorire l'interazione con gli utenti. L'operatività in ambito digitale è indirizzata a migliorare l'accessibilità, la fruibilità e la qualità complessiva delle informazioni, assicurando coerenza tra contenuti, linguaggi e canali.

L'attuazione delle azioni prevede un utilizzo coordinato dei canali digitali istituzionali e l'applicazione di criteri condivisi per l'organizzazione e la presentazione dei contenuti, al fine di garantire continuità informativa e ridurre frammentazioni e sovrapposizioni comunicative. La comunicazione digitale supporta inoltre l'accesso ai servizi online, favorendo una relazione più diretta, trasparente e orientata ai bisogni degli utenti.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- utilizzo coordinato dei canali digitali istituzionali, assicurando coerenza dei contenuti e riconoscibilità delle fonti;
- applicazione di criteri comuni per linguaggi, formati e modalità di pubblicazione dei contenuti digitali;
- organizzazione dei contenuti secondo percorsi di fruizione orientati ai bisogni informativi degli utenti;
- integrazione funzionale tra comunicazione informativa e accesso ai servizi digitali;
- miglioramento continuo dell'accessibilità, dell'usabilità e della qualità dell'esperienza di fruizione dei canali digitali.

OUTPUT ATTESI

- contenuti digitali coerenti, coordinati e facilmente fruibili;
- maggiore accessibilità e chiarezza delle informazioni online;
- integrazione più efficace tra comunicazione e servizi digitali;
- miglioramento dell'esperienza complessiva degli utenti;
- incremento dell'utilizzo consapevole dei canali digitali istituzionali

9.5 COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE TRADIZIONALE

La comunicazione istituzionale tradizionale rappresenta una componente operativa essenziale del sistema di comunicazione regionale e si integra con la comunicazione digitale secondo un principio di complementarità e coerenza. Le azioni previste in questo ambito sono finalizzate a garantire una diffusione ampia, ordinata e riconoscibile delle informazioni istituzionali, assicurando l'accessibilità dei contenuti anche attraverso canali non digitali.

La comunicazione tradizionale contribuisce alla rappresentazione complessiva dell'azione amministrativa regionale e al rafforzamento dell'affidabilità e dell'autorevolezza della fonte istituzionale, supportando la comunicazione delle politiche pubbliche, dei servizi regionali e delle iniziative dell'Ente in modo coordinato con le altre linee di intervento del Piano.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- programmazione annuale delle attività di comunicazione istituzionale tradizionale, in coerenza con gli indirizzi del Piano e con le priorità dell'azione amministrativa;
- coordinamento delle attività di comunicazione a mezzo stampa, tv, radio in raccordo con l'Ufficio Stampa e con le strutture regionali competenti;
- progettazione, produzione e diffusione di materiali informativi istituzionali cartacei e offline, assicurando uniformità grafica, coerenza dei contenuti e riconoscibilità dell'identità regionale;
- supporto comunicativo all'organizzazione di eventi, iniziative pubbliche e momenti istituzionali, garantendo coerenza dei messaggi e integrazione con gli altri canali di comunicazione;
- integrazione delle azioni di comunicazione tradizionale con la comunicazione digitale e interna, al fine di evitare sovrapposizioni, disallineamenti e frammentazioni informative.

OUTPUT ATTESI

- diffusione strutturata e coerente delle informazioni istituzionali attraverso canali tradizionali;
- rafforzamento della riconoscibilità e dell'autorevolezza dell'identità istituzionale regionale;

- maggiore conoscibilità delle politiche pubbliche, dei servizi e delle iniziative della Regione Molise;
- integrazione efficace e sistematica tra comunicazione tradizionale, digitale e interna nel sistema comunicativo regionale.

9.6 COMUNICAZIONE INTERNA

Le azioni operative di comunicazione interna sono finalizzate a rafforzare il coordinamento organizzativo, l'allineamento del personale agli indirizzi strategici dell'Ente e la coerenza complessiva dell'azione amministrativa. La comunicazione interna è intesa come supporto operativo ai processi decisionali e gestionali, nonché come fattore abilitante della qualità della comunicazione istituzionale verso l'esterno.

L'operatività in questo ambito è orientata a garantire una circolazione strutturata, tempestiva e affidabile delle informazioni all'interno dell'Amministrazione, superando frammentazioni informative e disallineamenti tra strutture. Una comunicazione interna efficace contribuisce a rafforzare la consapevolezza del personale rispetto al ruolo istituzionale dell'Ente, agli obiettivi strategici e alle priorità operative, favorendo una maggiore integrazione tra le diverse articolazioni organizzative.

L'attività comunicativa interna sostiene inoltre la diffusione condivisa di indirizzi, atti e informazioni rilevanti per lo svolgimento delle funzioni amministrative, contribuendo a ridurre duplicazioni, incertezze interpretative e disomogeneità comunicative che possono incidere sull'efficacia dell'azione pubblica.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- strutturazione e razionalizzazione dei flussi informativi interni tra le diverse strutture organizzative;
- diffusione tempestiva e coordinata di indirizzi strategici, atti e comunicazioni rilevanti;
- supporto alla condivisione degli obiettivi strategici e delle priorità operative;
- riduzione delle disomogeneità comunicative interne attraverso l'adozione di criteri comuni di linguaggio e contenuto;
- valorizzazione di strumenti a supporto della comunicazione interna, in coerenza con l'organizzazione dei flussi informativi.

OUTPUT ATTESI

- flussi informativi interni strutturati, continui e affidabili;
- maggiore allineamento del personale agli obiettivi strategici dell'Ente;
- incremento della consapevolezza organizzativa e del senso di appartenenza;
- maggiore coerenza dell'azione amministrativa verso l'esterno;
- miglioramento dell'efficacia complessiva dei processi amministrativi.

9.6.1 FORMAZIONE

La formazione rappresenta una componente strutturale della comunicazione interna e una leva strategica per garantire l'efficacia, la coerenza e l'affidabilità del sistema di comunicazione della Regione Molise.

Essa è finalizzata allo sviluppo e al consolidamento delle competenze comunicative del personale, dei dirigenti e delle strutture coinvolte nei processi di produzione, gestione e diffusione delle informazioni istituzionali.

Attraverso la formazione, l'Amministrazione rafforza la capacità organizzativa di comunicare in modo chiaro, accessibile e conforme al quadro normativo, assicurando un uso consapevole dei linguaggi, dei canali e degli strumenti istituzionali. La formazione in comunicazione contribuisce inoltre a integrare stabilmente la funzione comunicativa nei processi decisionali e gestionali dell'Ente, riducendo disallineamenti informativi e frammentazioni dei messaggi. In tale prospettiva, la Regione Molise promuove forme strutturate di collaborazione con il sistema universitario, in particolare con l'Università degli Studi del Molise, valorizzando il contributo scientifico e formativo dell'Ateneo e favorendo il coinvolgimento degli studenti in percorsi di apprendimento applicato.

La partnership con l'Università consente di integrare competenze accademiche e bisogni operativi dell'Amministrazione, sostenendo l'innovazione dei linguaggi, degli strumenti e delle pratiche comunicative. Il coinvolgimento degli studenti, attraverso tirocini curriculari, project work, laboratori tematici e attività di collaborazione supervisionata, rappresenta un'opportunità per rafforzare la capacità comunicativa dell'Ente e, al contempo, per offrire percorsi formativi qualificanti orientati alla comunicazione pubblica e istituzionale.

Tale collaborazione favorisce lo scambio di competenze, l'aggiornamento continuo e la diffusione di una cultura della comunicazione pubblica orientata alla qualità, alla trasparenza e al servizio al cittadino.

AZIONI OPERATIVE PRIORITARIE

- realizzazione di percorsi formativi in comunicazione istituzionale rivolti al personale e ai dirigenti;
- formazione su linguaggio chiaro, semplificazione amministrativa e comunicazione orientata ai target;
- aggiornamento continuo su trasparenza, privacy, accessibilità e corretto trattamento delle informazioni;
- attivazione di partnership con l'Università degli Studi del Molise per tirocini, project work e laboratori di comunicazione pubblica;
- coinvolgimento degli studenti in attività di supporto alla produzione di contenuti e all'innovazione comunicativa, sotto la supervisione delle strutture regionali competenti;
- diffusione di linee guida, modelli e standard condivisi per la produzione dei contenuti istituzionali.

OUTPUT ATTESI

- rafforzamento delle competenze comunicative interne all'Amministrazione;
- miglioramento della qualità, della chiarezza e della comprensibilità dei contenuti istituzionali;
- maggiore coerenza e uniformità dei messaggi tra le diverse strutture;
- integrazione di competenze innovative e aggiornate provenienti dal mondo universitario;
- valorizzazione del ruolo formativo della Regione Molise e rafforzamento del legame con il territorio;
- incremento dell'efficacia complessiva dell'azione amministrativa e della relazione con cittadini e stakeholder.

10. STRUMENTI E CANALI DI COMUNICAZIONE

10

Il sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise si fonda su un **utilizzo integrato, coordinato e programmato di canali di comunicazione digitali e canali di comunicazione tradizionali**, affiancati da strumenti organizzativi e tecnologici a supporto della gestione, del coordinamento e della valutazione delle attività comunicative. Tale impostazione consente di superare approcci frammentati o settoriali, assicurando una visione unitaria del sistema comunicativo regionale e garantendo coerenza tra contenuti, canali, linguaggi e destinatari.

La distinzione tra canali digitali e canali tradizionali risponde all'esigenza di coniugare, da un lato, **efficiacia, tempestività e capillarità della comunicazione istituzionale** e, dall'altro, **accessibilità, inclusione e presidio territoriale dell'informazione pubblica**. I canali digitali rappresentano lo strumento prioritario per la diffusione delle informazioni, l'orientamento ai servizi e l'interazione con cittadini e stakeholder, in coerenza con i processi di trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione; i canali tradizionali integrano tale sistema, garantendo la piena fruibilità dell'informazione istituzionale anche ai destinatari meno digitalizzati e rafforzando la relazione diretta con il territorio.

Tutti i canali sono utilizzati in modo **complementare e coerente**, secondo un modello di **comunicazione unitaria**, volto ad assicurare l'**unitarietà dei messaggi**, la **riconoscibilità dell'identità istituzionale** e la **continuità informativa dell'azione regionale**. L'integrazione tra canali digitali e tradizionali consente di massimizzare l'efficacia complessiva della comunicazione, evitando duplicazioni, sovrapposizioni o disalline-

amenti e garantendo l'allineamento delle attività comunicative con gli obiettivi strategici del presente Piano, con la programmazione dell'Ente e con il ciclo della performance.

In questo quadro, la comunicazione istituzionale è concepita come **funzione trasversale e strategica**, pienamente integrata nei processi di governo e di gestione, e come strumento essenziale per rafforzare la trasparenza, la qualità dei servizi, la partecipazione informata e il rapporto di fiducia tra la Regione Molise e la collettività.

10.1 CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALI (ON LINE)

I canali di comunicazione digitali costituiscono l'**infrastruttura principale** del sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise e rappresentano lo strumento prioritario attraverso cui l'Amministrazione assicura la diffusione delle informazioni, l'orientamento ai servizi e la relazione continuativa con cittadini, imprese e stakeholder.

L'utilizzo dei canali digitali si inserisce nel quadro dei processi di trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione e risponde all'evoluzione dei comportamenti di fruizione dell'informazione pubblica, caratterizzati da una crescente **domanda di tempestività, accessibilità, multicanalità e chiarezza dei contenuti**. In tale prospettiva, la comunicazione digitale non è concepita come

semplice trasposizione online dell'informazione istituzionale, ma come **sistema strutturato di informazione e servizio**, orientato ai bisogni informativi dei destinatari.

I canali digitali sono governati secondo criteri di **affidabilità della fonte, coerenza istituzionale, accessibilità, aggiornamento continuo e integrazione funzionale**, al fine di garantire che le informazioni diffuse siano corrette, verificabili, comprensibili e pienamente fruibili. Essi operano all'interno di un modello coordinato, che assicura l'allineamento dei messaggi, dei linguaggi e delle priorità informative con gli obiettivi del Piano e con la programmazione dell'Ente.

10.1.1 PORTALE ISTITUZIONALE REGIONALE

Il portale istituzionale regionale rappresenta il **canale primario, ufficiale e certificato della comunicazione** della Regione Molise e costituisce l'infrastruttura centrale del sistema informativo e comunicativo dell'Ente. Esso è configurato come punto di accesso unico, stabile e riconoscibile all'insieme delle informazioni istituzionali, dei servizi regionali, dei procedimenti amministrativi, degli atti ufficiali e dei contenuti di interesse pubblico, assicurando certezza della fonte, affidabilità delle informazioni e piena riconoscibilità dell'identità istituzionale.

Il portale svolge una funzione strategica di hub informativo unitario, all'interno del quale confluiscono e vengono organizzati in modo coerente i contenuti prodotti dalle diverse strutture regionali. Tale funzione consente di superare una produzione informativa frammentata o settoriale, garantendo una rappresentazione coordinata, leggibile e unitaria dell'azione amministrativa regionale e rafforzando la percezione dell'Ente come soggetto istituzionale autorevole e affidabile.

Dal punto di vista funzionale, il portale assicura la diffusione trasparente, completa e aggiornata delle informazioni relative all'organizzazione regionale, alle competenze, agli atti e alle attività dell'Ente e, al contempo, supporta in modo efficace l'accesso ai servizi e ai procedimenti amministrativi. Le informazioni sono strutturate in modo da orientare l'utente, facilitare la comprensione delle modalità di accesso ai servizi, dei requisiti richiesti, delle tempistiche procedurali e delle responsabilità amministrative, contribuendo alla semplificazione del rapporto tra amministrazione e cittadini.

L'architettura del portale è progettata secondo criteri di orientamento all'utente, chiarezza strutturale e coerenza semantica, al fine di garantire una navigazio-

ne intuitiva e un rapido reperimento delle informazioni. I contenuti sono organizzati in modo logico e sistematico, distinguendo in maniera chiara tra informazione istituzionale, informazione di servizio e comunicazione di supporto alle politiche pubbliche, in coerenza con gli obiettivi del Piano di Comunicazione e con i bisogni informativi dei diversi target di riferimento.

Il portale istituzionale è inoltre integrato con i servizi digitali regionali e con le piattaforme di gestione dei procedimenti amministrativi, assicurando continuità tra informazione e servizio e rafforzando il ruolo della comunicazione digitale come strumento abilitante della trasformazione amministrativa. Tale integrazione consente di migliorare l'esperienza complessiva di fruizione dei servizi pubblici e di ridurre le barriere informative che possono ostacolare l'accesso all'azione amministrativa.

Dal punto di vista organizzativo, il portale rappresenta il perno del sistema di governance della comunicazione istituzionale digitale. La produzione, l'aggiornamento e la validazione dei contenuti avvengono secondo procedure condivise e coordinate tra le strutture competenti, al fine di garantire correttezza, coerenza e uniformità dei messaggi. Tutti gli altri canali di comunicazione istituzionale, digitali e tradizionali, rinviano sistematicamente al portale quale fonte informativa primaria, assicurando un sistema comunicativo unitario, coerente e riconoscibile.

Il portale garantisce infine il rispetto degli obblighi normativi in materia di trasparenza, accessibilità, protezione dei dati personali e digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, con particolare attenzione alla qualità del linguaggio amministrativo, alla chiarezza espositiva e alla leggibilità dei contenuti.

In questo quadro, il portale istituzionale regionale si configura come l'infrastruttura digitale portante della comunicazione pubblica della Regione Molise, contribuendo in modo diretto alla trasparenza dell'azione amministrativa, alla qualità dei servizi e al rafforzamento del rapporto di fiducia tra l'Amministrazione e la collettività, in piena coerenza con gli obiettivi strategici del presente Piano.

10.1.2 CANALI SOCIAL ISTITUZIONALI

I canali digitali istituzionali, in particolare i canali social ufficiali della Regione Molise (quali Facebook, Instagram, X – Twitter, LinkedIn e piattaforme analoghe), rappresentano mezzi di comunicazione digitale a supporto e ad amplificazione della comunicazione istituzionale e concorrono alla diffusione tempestiva delle informazioni, all'intercettazione di pubblici differenziati e al rafforzamento della relazione informativa con cittadini, imprese e stakeholder. Il loro utilizzo si inserisce all'interno di una strategia digitale coordinata, orientata a garantire capillarità informativa, accessibilità dei contenuti e continuità comunicativa.

I canali social istituzionali non operano in modo autonomo o disgiunto, ma sono parte integrante di un sistema comunicativo unitario, governato secondo criteri di coerenza, correttezza e riconoscibilità dell'identità istituzionale. Essi svolgono **una funzione complementare rispetto al portale istituzionale regionale, che rimane la fonte informativa primaria e certificata dell'Ente**. I contenuti diffusi attraverso i canali social rinviano sistematicamente al portale, rafforzandone il ruolo centrale e contribuendo a evitare frammentazioni, duplicazioni o disallineamenti informativi.

L'utilizzo dei canali social istituzionali consente alla Regione Molise di adottare **modalità comunicative immediate e accessibili**, adeguate ai diversi comportamenti di fruizione dell'informazione pubblica, pur mantenendo il necessario rigore istituzionale. Il linguaggio, il tono e i formati utilizzati sono calibrati in funzione dei target di riferimento e delle finalità comunicative, nel rispetto dei principi di imparzialità, interesse pubblico e sobrietà comunicativa.

La gestione dei canali social istituzionali è **programmata e coordinata attraverso piani editoriali condivisi**, che definiscono priorità informative, contenuti, tempistiche e modalità di pubblicazione, assicurando uniformità dei messaggi e coerenza con gli indirizzi strategici del Piano di Comunicazione. Tale approccio consente di superare una comunicazione episodica o reattiva, favorendo una presenza digitale istituzionale strutturata, riconoscibile e affidabile.

Nel loro complesso, i canali social istituzionali contribuiscono a migliorare l'accesso alle informazioni e a sostenere una relazione più diretta e continuativa tra la Regione Molise e i suoi destinatari, **operando come canali di comunicazione aperti e pubblici**, integrati nel sistema complessivo di comunicazione istituzionale e coerenti con gli obiettivi del presente Piano.

10.1.3 NEWSLETTER, PIATTAFORME INFORMATIVE E STRUMENTI DIGITALI DI CONTATTO

La Regione Molise utilizza **newsletter, piattaforme informative e strumenti digitali di contatto** come componenti integrate del sistema di comunicazione digitale istituzionale, finalizzate a garantire **una diffusione continuativa, mirata e organizzata** delle informazioni di interesse pubblico. Tali strumenti affiancano il portale istituzionale e i canali social istituzionali, rafforzando l'orientamento ai servizi e la conoscibilità delle attività, delle politiche e delle opportunità regionali attraverso una **comunicazione indirizzata a destinatari specifici**.

Le **newsletter** e gli strumenti di comunicazione diretta consentono all'Amministrazione di strutturare **flussi informativi periodici e tematici**, rivolti a cittadini, imprese e stakeholder iscritti o registrati, al fine di veicolare aggiornamenti, informazioni di servizio e comunicazioni operative in modo chiaro, sistematico e coerente. Attraverso tali mezzi, l'Amministrazione favorisce una maggiore continuità informativa e una più efficace segmentazione dei contenuti, rispondendo in modo puntuale ai diversi bisogni informativi dei target di riferimento.

Per **piattaforme informative** si intendono ambienti digitali dedicati alla raccolta, organizzazione e diffusione strutturata di contenuti informativi relativi a specifici ambiti di intervento dell'Amministrazione regionale, a programmi, iniziative, servizi o politiche pubbliche. Esse consentono di presentare informazioni tematiche in modo ordinato, aggiornato e facilmente consultabile, favorendo una fruizione più approfondita e continuativa rispetto alla comunicazione veicolata attraverso i canali digitali generalisti. Le piattaforme informative svolgono pertanto una funzione di **supporto informativo specialistico**, integrando la comunicazione istituzionale e contribuendo a rendere più comprensibili e accessibili contenuti complessi.

Gli **strumenti digitali di contatto** (quali moduli online, sistemi di richiesta informazioni e canali di assistenza digitale) sono **utilizzati per facilitare l'accesso alle informazioni** e supportare l'interazione informativa tra Amministrazione e utenti, contribuendo a rendere più semplice e immediato il rapporto con i servizi regionali. Il loro impiego è orientato a migliorare la fruibilità delle informazioni istituzionali e a favorire un utilizzo consapevole dei servizi, nel rispetto dei principi di trasparenza, accessibilità e correttezza dell'informazione pubblica.

L'utilizzo di newsletter, piattaforme informative e strumenti digitali di contatto è integrato e coordinato con il portale istituzionale e con gli altri canali di comunicazio-

ne digitale, al fine di garantire coerenza dei messaggi, uniformità del linguaggio e riconoscibilità dell'identità istituzionale. Nel loro insieme, tali strumenti concorrono a rafforzare l'efficacia complessiva della comunicazione istituzionale della Regione Molise, **sostenendo una relazione informativa stabile, mirata e funzionale con cittadini e stakeholder**

10.2 CANALI DI COMUNICAZIONE TRADIZIONALI (OFFLINE)

I canali di comunicazione tradizionali costituiscono una componente essenziale e strutturale del sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise e concorrono, insieme ai canali di comunicazione digitali, a garantire la diffusione delle informazioni di interesse pubblico, l'accessibilità ai contenuti e la continuità informativa dell'azione amministrativa. Essi svolgono una funzione rilevante nel presidio informativo del territorio regionale e consentono di assicurare modalità di fruizione dell'informazione complementari a quelle digitali, rafforzando l'inclusione comunicativa e la prossimità tra amministrazione e cittadini.

L'utilizzo dei canali di comunicazione tradizionali risponde all'esigenza di garantire una comunicazione istituzionale capillare, comprensibile e coerente, in grado di raggiungere l'insieme dei destinatari indipendentemente dal livello di competenza digitale. In tale prospettiva, i canali tradizionali non sono considerati residuali o secondari, ma sono pienamente integrati all'interno di un modello di comunicazione unitario e coordinato, nel quale ciascun canale concorre al perseguimento degli obiettivi strategici del Piano.

I canali di comunicazione tradizionali sono utilizzati in modo coordinato rispetto ai canali digitali istituzionali e sono governati secondo criteri di coerenza dei contenuti, chiarezza espositiva e riconoscibilità dell'identità istituzionale. I contenuti veicolati attraverso tali canali sono allineati a quelli diffusi attraverso il portale istituzionale e gli altri canali digitali, contribuendo a rafforzare l'unitarietà dei messaggi, la chiarezza dell'azione amministrativa e la fiducia dei destinatari nei confronti dell'istituzione regionale.

10.2.1 MATERIALI INFORMATIVI E PUBBLICAZIONI ISTITUZIONALI

I **materiali informativi e le pubblicazioni istituzionali** costituiscono **canali di comunicazione tradizionali** attraverso i quali la Regione Molise diffonde informazioni di interesse pubblico in forma strutturata, accessibile e coerente. Essi comprendono, in particolare, materiali cartacei, opuscoli, brochure, manifesti, pubblicazioni istituzionali e documentazione divulgativa, utilizzati per informare cittadini e stakeholder in merito alle attività, ai servizi e alle politiche regionali, garantendo una fruizione dell'informazione anche attraverso modalità non digitali.

Tali canali svolgono una funzione rilevante nel rendere disponibili contenuti informativi in contesti territoriali e in situazioni in cui l'accesso ai canali digitali risulta limitato o non immediato. I materiali informativi e le pubblicazioni istituzionali consentono di presidiare in modo diffuso il territorio regionale, assicurando una presenza informativa costante e riconoscibile dell'Ente e favorendo una più ampia conoscibilità dell'azione amministrativa.

L'utilizzo di materiali informativi e pubblicazioni istituzionali è orientato alla diffusione di contenuti chiari, comprensibili e verificabili, nel rispetto dei principi di imparzialità, trasparenza e interesse pubblico che caratterizzano la comunicazione istituzionale. I contenuti sono elaborati in modo da facilitare la comprensione delle informazioni, sostenere l'orientamento ai servizi regionali e favorire un utilizzo consapevole delle opportunità offerte dall'Amministrazione.

I materiali informativi e le pubblicazioni istituzionali sono progettati e realizzati in coerenza con l'identità istituzionale della Regione Molise e in coordinamento con i contenuti diffusi attraverso i canali digitali, al fine di garantire uniformità dei messaggi, continuità informativa e riconoscibilità dell'azione regionale. In tale prospettiva, essi accompagnano e rafforzano la comunicazione digitale, contribuendo a un sistema comunicativo unitario e integrato.

Attraverso l'impiego di materiali informativi e pubblicazioni istituzionali, la Regione Molise assicura inoltre la disponibilità di informazioni strutturate e consultabili nel tempo, favorendo una relazione informativa più stabile e ordinata con cittadini e stakeholder e sostenendo la conoscibilità delle attività e delle politiche regionali.

10.2.2 MEDIA TRADIZIONALI

Il rapporto con i media costituisce un canale di comunicazione tradizionale di particolare rilevanza per la diffusione dell'informazione istituzionale e per la rappresentazione dell'azione amministrativa della Regione Molise nel sistema dell'informazione. In tale ambito, per **media tradizionali** si intendono **in particolare televisione, radio e cartellonistica**, utilizzate come mezzi di comunicazione indiretti per raggiungere **un pubblico ampio e differenziato**. Attraverso il canale media, l'Amministrazione regionale assicura la circolazione coordinata delle informazioni di interesse pubblico, contribuendo a rendere conoscibili attività, politiche e iniziative regionali.

L'utilizzo del canale media è orientato a garantire correttezza, completezza e affidabilità delle informazioni diffuse, nel rispetto dei principi di imparzialità, neutralità e interesse pubblico che caratterizzano la comunicazione istituzionale. La Regione Molise si avvale di tali mezzi per favorire una rappresentazione coerente e trasparente dell'azione amministrativa, evitando comunicazioni frammentarie o non coordinate e assicurando l'allineamento dei contenuti con gli indirizzi strategici del Piano di Comunicazione.

Il rapporto con i media si fonda su modalità di interlocuzione strutturate e continuative, finalizzate a facilitare la comprensione delle decisioni, delle attività e dei risultati dell'azione regionale. Attraverso la diffusione di informazioni verificate e contestualizzate, il canale media contribuisce a rafforzare la conoscibilità delle politiche pubbliche e a sostenere un'informazione corretta e responsabile.

Il canale media si integra con gli altri canali di comunicazione istituzionale, digitali e tradizionali, concorrendo alla costruzione di una narrazione istituzionale unitaria e coerente. Le informazioni diffuse attraverso televisione, radio e cartellonistica sono allineate ai contenuti pubblicati sul portale istituzionale e veicolati attraverso i canali digitali, al fine di garantire uniformità dei messaggi, continuità informativa e riconoscibilità dell'identità istituzionale.

Nel loro insieme, le attività di comunicazione attraverso i media tradizionali contribuiscono a rafforzare la trasparenza dell'azione amministrativa, a migliorare la comprensione delle politiche regionali e a sostenere il rapporto di fiducia tra la Regione Molise e la collettività, in coerenza con gli obiettivi del presente Piano.

10.2.3 EVENTI ISTITUZIONALI

Gli eventi istituzionali rappresentano un canale di comunicazione tradizionale attraverso il quale la Regione Molise favorisce la relazione diretta con cittadini, stakeholder e territorio e contribuisce alla diffusione dell'informazione di interesse pubblico. Essi costituiscono momenti qualificati di informazione, confronto e restituzione dell'azione amministrativa, consentendo di rendere più comprensibili le politiche pubbliche, le attività istituzionali e le iniziative promosse dall'Ente.

Attraverso eventi pubblici, incontri istituzionali e momenti di dialogo, la Regione Molise rafforza la dimensione relazionale della comunicazione pubblica, favorendo una maggiore prossimità tra amministrazione e destinatari e sostenendo una comunicazione più diretta e contestualizzata. Gli eventi istituzionali consentono di affiancare alla comunicazione mediata dai canali digitali e dai media una modalità di relazione basata sull'interazione personale e sul confronto, contribuendo a migliorare la comprensione dell'azione amministrativa.

Gli eventi istituzionali svolgono inoltre una funzione di supporto alla trasparenza e alla conoscibilità delle politiche regionali, offrendo occasioni strutturate di informazione e di restituzione delle attività svolte e dei risultati conseguiti. In tale prospettiva, essi favoriscono una partecipazione più consapevole dei cittadini e degli stakeholder e contribuiscono al rafforzamento del rapporto di fiducia tra l'Amministrazione regionale e la collettività.

La programmazione degli eventi istituzionali avviene in coerenza con gli indirizzi del Piano di Comunicazione ed è orientata a garantire continuità informativa, coerenza dei contenuti e riconoscibilità dell'identità istituzionale. Gli eventi non sono concepiti come iniziative isolate, ma come parte integrante di un sistema comunicativo unitario, nel quale le diverse modalità di comunicazione concorrono in modo coordinato al perseguimento degli obiettivi dell'Ente.

Gli eventi istituzionali sono integrati con i canali digitali e con il canale media, al fine di assicurare un'adeguata diffusione delle informazioni prima, durante e dopo lo svolgimento delle iniziative e di garantire la coerenza dei messaggi veicolati. In tal modo, essi contribuiscono a rafforzare l'efficacia complessiva della comunicazione istituzionale e a valorizzare il ruolo della Regione Molise come soggetto pubblico aperto al dialogo e alla relazione con il territorio.

10.3 STRUMENTI DI SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE

Accanto ai canali di comunicazione digitali (on line) e ai canali di comunicazione tradizionali, il sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise si avvale di strumenti di supporto finalizzati a garantire l'organizzazione, il coordinamento e la coerenza complessiva delle attività comunicative. Tali strumenti non costituiscono canali di diffusione dell'informazione verso l'esterno, ma svolgono una funzione trasversale di supporto alla pianificazione, alla gestione e all'attuazione della comunicazione istituzionale, contribuendo a rendere il sistema comunicativo regionale più strutturato, integrato e funzionale.

Gli strumenti di supporto alla comunicazione assumono un ruolo centrale nel rafforzare l'unitarietà dell'azione comunicativa dell'Ente, favorendo l'integrazione tra le diverse strutture amministrative e sostenendo la condivisione delle informazioni e l'allineamento dei contenuti. Il loro utilizzo consente di superare approcci frammentati o non coordinati alla comunicazione istituzionale, assicurando una gestione più ordinata dei flussi informativi e una maggiore coerenza tra messaggi, canali e obiettivi strategici.

In tale prospettiva, gli strumenti di supporto operano come elementi abilitanti del sistema di comunicazione, contribuendo a rafforzare l'efficacia dei canali digitali e tradizionali e a garantire continuità informativa e riconoscibilità dell'identità istituzionale della Regione Molise. Essi supportano l'organizzazione delle attività comunicative, la gestione delle relazioni informative con cittadini e stakeholder e il miglioramento dei processi interni, favorendo una comunicazione più chiara, accessibile e coerente con le priorità dell'azione amministrativa.

L'impiego degli strumenti di supporto alla comunicazione è orientato a sostenere una visione integrata della comunicazione istituzionale, intesa come funzione trasversale dell'Amministrazione regionale e come leva a supporto della qualità dell'azione pubblica. In questo quadro, tali strumenti contribuiscono a rafforzare la capacità dell'Ente di comunicare in modo efficace, ordinato e coerente, in piena coerenza con gli obiettivi del presente Piano e con i principi di trasparenza, responsabilità e buon andamento dell'azione amministrativa.

10.3.1 SISTEMA CRM (CITIZEN RELATIONSHIP MANAGEMENT)

Il sistema di **Citizen Relationship Management (CRM)** è inserito nel Piano di comunicazione istituzionale quale **infrastruttura digitale strategica** a supporto della gestione integrata, strutturata e misurabile delle relazioni informative tra l'Amministrazione regionale e i diversi stakeholder, interni ed esterni. Il CRM assolve **una funzione di governo e presidio dei flussi comunicativi**, rafforzando la capacità dell'Ente di gestire in modo unitario, coerente e continuativo le relazioni istituzionali.

Il sistema consente la **raccolta, l'organizzazione, l'aggiornamento e l'analisi sistematica dei dati relativi a contatti**, richieste di informazione, segnalazioni, istanze, interazioni con l'URP, partecipazioni a iniziative, campagne informative e processi di consultazione pubblica. Il CRM integra le interazioni generate attraverso il portale istituzionale, i canali digitali, gli sportelli di relazione con il pubblico e le attività di comunicazione tematica, favorendo una visione complessiva e condivisa delle relazioni con i destinatari.

Attraverso tale approccio, l'Amministrazione supera la frammentazione informativa, garantisce la **continuità, la tracciabilità e la storicizzazione delle comunicazioni** e assicura risposte coerenti, tempestive e adeguate ai bisogni informativi dei cittadini, delle imprese e degli altri portatori di interesse. Il CRM supporta inoltre il **coordinamento interstrutturale**, agevolando la pianificazione delle attività comunicative e l'allineamento dei messaggi istituzionali.

Il sistema consente la **misurazione delle performance della comunicazione** mediante indicatori quantitativi e qualitativi (tempi di risposta, tipologia delle richieste, livelli di interazione, grado di soddisfazione), favorendo l'integrazione con il ciclo della performance e con il **PIAO**. Il CRM opera nel rispetto dei principi di **protezione dei dati personali, sicurezza informatica, trasparenza e accountability**, configurandosi come strumento abilitante della trasformazione digitale dell'Ente e come leva organizzativa per una comunicazione istituzionale più efficace, orientata al cittadino e coerente con gli obiettivi strategici dell'Amministrazione regionale.

10.3.2 UTILIZZO DI STRUMENTI DI INTELLIGENZA ARTIFICIALE A SUPPORTO DELLA COMUNICAZIONE

Nell'ambito degli strumenti di comunicazione, la Regione Molise valuta l'utilizzo di soluzioni basate su Intelligenza Artificiale come strumenti di supporto ai processi comunicativi e di gestione delle relazioni con cittadini e utenti, al fine di migliorare l'efficienza, la qualità e la tempestività dell'informazione istituzionale.

L'Intelligenza Artificiale può essere impiegata a supporto della produzione, dell'organizzazione e dell'adattamento dei contenuti informativi, favorendo la semplificazione del linguaggio amministrativo e la personalizzazione dei messaggi in funzione dei diversi target di riferimento. In tale ambito, l'utilizzo dell'IA è finalizzato a migliorare la chiarezza e l'accessibilità dei contenuti, fermo restando il ruolo centrale della validazione umana.

Le soluzioni di IA possono inoltre supportare la **comunicazione di servizio e i sistemi di Customer Relationship Management (CRM)**, contribuendo alla gestione strutturata delle interazioni con cittadini e utenti. In particolare, l'IA può supportare l'analisi e la classificazione delle richieste, l'orientamento informativo verso i servizi competenti, la gestione delle FAQ e la riduzione delle richieste improprie, migliorando la tempestività e la coerenza delle risposte fornite dall'Amministrazione.

L'Intelligenza Artificiale può essere utilizzata anche per l'analisi dei bisogni informativi emergenti e per il monitoraggio delle attività di comunicazione, supportando la lettura dei dati generati dal CRM, l'analisi dei KPI e la valutazione dell'efficacia delle azioni comunicative, in coerenza con il ciclo della performance e con il PIAO. L'adozione di strumenti di IA avviene nel rispetto dei principi di trasparenza, responsabilità, protezione dei dati personali e controllo umano dei processi decisionali, configurando l'Intelligenza Artificiale come strumento di supporto ai processi comunicativi e organizzativi e non di sostituzione delle funzioni amministrative.

10.3.3 STRUMENTI DI SUPPORTO ALLA PARTECIPAZIONE E AL DIALOGO

Gli **strumenti di supporto alla partecipazione e al dialogo** rappresentano una componente qualificante del sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise, in quanto **non costituiscono canali di diffusione autonomi**, ma dispositivi che consentono di superare un modello di comunicazione unidirezionale e di favorire una relazione più strutturata e consapevole tra Amministrazione e cittadini. La partecipazione informata si configura come un obiettivo strategico della comunicazione pubblica contemporanea, poiché contribuisce a rafforzare la qualità democratica dei processi decisionali e a rendere l'azione amministrativa più trasparente, inclusiva e responsabile. In questo quadro, la comunicazione non si limita a informare, ma assume la funzione di **abilitare il coinvolgimento**, mettendo i destinatari nelle condizioni di comprendere i temi oggetto di confronto e di esprimere contributi pertinenti.

Dal punto di vista strategico, gli strumenti di partecipazione consentono all'Amministrazione regionale di raccogliere contributi, osservazioni e istanze utili alla definizione, all'attuazione e alla valutazione delle politiche pubbliche, migliorando la qualità complessiva delle decisioni assunte. Il coinvolgimento di cittadini e stakeholder, se correttamente progettato e supportato, favorisce una maggiore aderenza delle politiche ai bisogni reali del territorio e rafforza la legittimazione dell'azione amministrativa, rendendo più chiaro il nesso tra decisioni pubbliche, scelte politiche e contributi provenienti dalla collettività. In questo senso, la partecipazione rappresenta non solo uno strumento di ascolto, ma anche un **elemento di accountability** e di trasparenza sostanziale.

L'efficacia degli strumenti di partecipazione e dialogo è strettamente connessa a specifiche condizioni operative e comunicative. La partecipazione risulta significativa solo se supportata da informazioni chiare, accessibili e complete, in grado di consentire ai partecipanti una comprensione adeguata dei temi trattati, degli obiettivi delle consultazioni e dei margini effettivi di incidenza dei contributi raccolti. È inoltre necessario che tali strumenti siano inseriti all'interno di processi decisionali reali e non meramente formali, evitando il rischio di consultazioni percepite come simboliche o prive di impatto. Un ulteriore elemento essenziale è rappresentato dalla **restituzione degli esiti della partecipazione**, attraverso la quale l'Amministrazione rende conto delle modalità di utilizzo dei contributi ricevuti, rafforzando la fiducia e la credibilità del processo partecipativo.

Dal punto di vista organizzativo, gli strumenti di supporto alla partecipazione e al dialogo richiedono una progettazione attenta e un coordinamento con gli altri strumenti di comunicazione istituzionale, in particolare con i canali digitali e con le attività di comunicazione pubblica. Essi devono essere integrati nella strategia complessiva del Piano, prevedendo obiettivi chiari, target definiti, modalità di gestione e criteri di valutazione, al fine di garantire coerenza, trasparenza e misurabilità dei risultati. In questa prospettiva, la partecipazione diventa una componente strutturata della comunicazione istituzionale e non un'azione occasionale, contribuendo in modo significativo al rafforzamento della relazione tra la Regione Molise e la collettività.

In coerenza con tali finalità, la partecipazione e il dialogo sono supportati da **specifici strumenti operativi e metodologici**, tra cui **procedure di consultazione pubblica, avvisi e call di partecipazione, strumenti di raccolta strutturata dei contributi, questionari e indagini conoscitive, sistemi di ascolto e feedback**, nonché attività di restituzione e rendicontazione degli esiti della partecipazione. Tali strumenti sono **utilizzati in modo integrato con i canali di comunicazione istituzionale**, al fine di garantire trasparenza, tracciabilità e credibilità dei processi partecipativi.

10.3.4 STRUMENTI DI COMUNICAZIONE INTERNA

La **comunicazione interna** rappresenta una leva strategica fondamentale per il funzionamento organizzativo della Regione Molise ed è una componente essenziale per garantire l'efficacia, la coerenza e la qualità dell'azione amministrativa. Essa svolge una funzione strutturante all'interno dell'Ente, in quanto consente di assicurare l'allineamento tra indirizzo politico, direzione amministrativa e operatività delle strutture, favorendo una comprensione condivisa degli obiettivi strategici, delle priorità di intervento e delle modalità di attuazione delle politiche regionali. La comunicazione interna non si limita alla trasmissione di informazioni operative, ma contribuisce in modo diretto alla costruzione di una cultura organizzativa orientata alla collaborazione, alla responsabilità e alla qualità del servizio pubblico, attraverso l'utilizzo coordinato di specifici mezzi e canali interni, nonché mediante azioni strutturate di formazione e aggiornamento del personale.

Dal punto di vista organizzativo, la comunicazione interna si realizza attraverso un insieme **strutturato di mezzi di comunicazione interni, digitali e organizzativi**, che consentono una circolazione ordinata, tempestiva

e coerente delle informazioni tra dirigenti, personale e strutture regionali, riducendo il rischio di disallineamenti interpretativi, frammentazioni informative o duplicazioni operative. Rientrano tra tali mezzi **l'intranet istituzionale e le aree riservate del portale**, utilizzate per la diffusione di documenti, circolari e informazioni operative, **le comunicazioni formali interne** quali note, direttive e disposizioni di servizio, le **newsletter** e gli **aggiornamenti periodici rivolti al personale**, nonché le riunioni e gli incontri di coordinamento tra strutture e livelli organizzativi, che favoriscono l'integrazione dei processi e la condivisione delle informazioni strategiche. Tali strumenti sono affiancati da **percorsi formativi dedicati alla comunicazione istituzionale e organizzativa**, finalizzati a diffondere linguaggi comuni, metodologie condivise e una maggiore consapevolezza del ruolo della comunicazione nei processi amministrativi.

L'impatto della comunicazione interna, supportata da mezzi adeguati, formazione strutturata e momenti di confronto organizzativo, si riflette direttamente sulla qualità dei servizi erogati ai cittadini, poiché un'organizzazione informata, allineata e consapevole è in grado di fornire risposte più uniformi, tempestive e coerenti all'utenza. La chiarezza delle informazioni interne, la tracciabilità delle comunicazioni e la condivisione delle linee di indirizzo contribuiscono a ridurre le difformità di comportamento tra uffici, migliorando l'esperienza del cittadino e rafforzando l'affidabilità dell'Amministrazione regionale.

La comunicazione interna assume inoltre un **valore strategico in termini di coinvolgimento e responsabilizzazione del personale**, favorendo il senso di appartenenza all'Ente e la partecipazione consapevole ai processi organizzativi. In tale prospettiva, la Regione promuove **iniziative formative e di capacity building** finalizzate al rafforzamento delle competenze comunicative, organizzative e manageriali del personale. Per tali ragioni, la comunicazione interna deve essere **pianificata e gestita in modo coordinato**, integrata nel sistema complessivo di comunicazione istituzionale e coerente con gli obiettivi del Piano di comunicazione.

10.4 INTEGRAZIONE E COORDINAMENTO DEGLI STRUMENTI

L'integrazione e il coordinamento degli strumenti di comunicazione rappresentano una componente organizzativa essenziale per l'attuazione efficace della strategia di comunicazione della Regione Molise. Il presente paragrafo disciplina le modalità attraverso cui i diversi strumenti e canali di comunicazione istituzionale sono gestiti in modo coerente e coordinato, al fine di garantire continuità informativa, uniformità dei messaggi e razionalizzazione delle risorse.

Il coordinamento degli strumenti è finalizzato ad assicurare un utilizzo ordinato e complementare dei canali digitali, tradizionali e interni, evitando duplicazioni, sovrapposizioni e disallineamenti nella diffusione delle informazioni istituzionali. In tale prospettiva, l'integrazione riguarda le modalità operative di utilizzo degli strumenti e non incide sull'autonomia delle singole strutture nella definizione dei contenuti di competenza.

L'integrazione degli strumenti di comunicazione si realizza attraverso:

- l'allineamento delle attività comunicative ai messaggi istituzionali condivisi e agli obiettivi del Piano di Comunicazione;
- il coordinamento temporale delle pubblicazioni e delle iniziative comunicative, al fine di garantire coerenza e continuità dei flussi informativi;
- l'utilizzo coerente dell'identità visiva istituzionale e dei linguaggi istituzionali sui diversi canali, quale elemento di riconoscibilità e uniformità dell'azione comunicativa regionale;
- la condivisione di modelli, format e standard operativi per la produzione e la diffusione dei contenuti;
- l'integrazione funzionale tra strumenti informativi, servizi digitali e canali di contatto con l'utenza.

Il coordinamento degli strumenti consente di supportare in modo efficace l'attuazione delle azioni previste dal Piano, migliorando la qualità dell'informazione istituzionale e rafforzando la riconoscibilità dell'azione regionale, senza introdurre livelli aggiuntivi di controllo o centralizzazione delle funzioni comunicative.

Le modalità di governo complessivo del sistema di comunicazione, le responsabilità e i presidi organizzativi preposti al coordinamento sono disciplinati nell'ambito dell'assetto organizzativo della comunicazione istituzionale, come definito nel capitolo 12 del Piano.

“Gli strumenti e i canali di comunicazione costituiscono l'infrastruttura attraverso cui l'azione istituzionale diventa accessibile, riconoscibile e continuativa.”

11. MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



Il monitoraggio e la valutazione della comunicazione istituzionale costituiscono una funzione strutturale e permanente del Piano di comunicazione triennale e rappresentano uno strumento essenziale per garantire la misurabilità, la qualità e l'efficacia dell'azione comunicativa dell'Amministrazione regionale.

In coerenza con i principi di accountability, trasparenza e buon andamento dell'azione amministrativa, il sistema di monitoraggio è orientato alla performance ed è integrato nei processi di programmazione e valutazione dell'Ente, al fine di verificare il contributo della comunicazione al raggiungimento degli obiettivi strategici regionali e al miglioramento della relazione istituzionale con cittadini, imprese, enti e stakeholder. Il monitoraggio non è inteso come attività accessoria o meramente descrittiva, ma come **processo continuativo e strutturato**, funzionale al miglioramento continuo della qualità dell'informazione pubblica e dell'organizzazione dei processi comunicativi.

11.1 IMPOSTAZIONE METODOLOGICA

Il sistema di valutazione della comunicazione istituzionale adottato dalla Regione Molise è fondato su un impianto metodologico strutturato, orientato alla misurabilità, all'oggettività e alla comparabilità nel tempo delle performance comunicative.

Tale sistema utilizza indicatori di performance (Key Performance Indicators – KPI) definiti in coerenza con

gli obiettivi strategici e operativi del Piano di Comunicazione, al fine di garantire una valutazione affidabile, verificabile e funzionale ai processi decisionali dell'Ente.

I KPI sono progettati secondo criteri di pertinenza, chiarezza metodologica e stabilità nel tempo e sono finalizzati a misurare in modo integrato le diverse dimensioni dell'azione comunicativa. In particolare, il sistema di indicatori consente di rilevare:

- **la dimensione quantitativa della comunicazione**, con riferimento alla produzione, diffusione e fruizione dei contenuti informativi, alla copertura dei target e all'utilizzo dei canali di comunicazione istituzionale;
- **la dimensione qualitativa**, relativa alla chiarezza dei messaggi, all'accessibilità delle informazioni, alla coerenza dei contenuti e alla capacità della comunicazione di rispondere in modo efficace e tempestivo ai bisogni informativi dei diversi destinatari.

L'impostazione metodologica adottata consente di superare una valutazione meramente numerica o descrittiva della comunicazione istituzionale, integrando l'analisi dei volumi informativi con la valutazione dell'esperienza dell'utente, della qualità dell'informazione pubblica e della percezione dell'azione amministrativa. In tale prospettiva, la comunicazione è considerata non solo come attività di diffusione di contenuti, ma come funzione pubblica che incide sulla comprensione delle politiche, sull'accesso ai servizi e sulla relazione di fiducia tra istituzione e collettività.

Il sistema di KPI è inoltre strutturato in modo da consentire un collegamento diretto tra obiettivi comunicativi, risultati attesi e indicatori di misurazione, favorendo l'integrazione della comunicazione nel ciclo della performance e nel sistema di programmazione dell'Ente. I risultati della valutazione sono utilizzati non solo per finalità di rendicontazione, ma anche come **strumento di apprendimento organizzativo e di miglioramento continuo**, orientando l'aggiornamento delle strategie e l'ottimizzazione delle azioni operative.

11.2 FONTI DATI E STRUMENTI DI RILEVAZIONE

Il sistema di monitoraggio e valutazione della comunicazione istituzionale della Regione Molise si fonda sull'utilizzo integrato e coordinato di fonti dati e strumenti di rilevazione **coerenti con l'articolazione dei canali di comunicazione e degli strumenti di supporto** descritti nel Capitolo 10 del presente Piano. Le fonti informative sono selezionate in funzione della loro capacità di fornire dati attendibili, misurabili e confrontabili nel tempo, a supporto della valutazione dell'efficacia delle attività comunicative e del miglioramento continuo dell'azione amministrativa.

CANALI DI COMUNICAZIONE DIGITALI

Per i canali di comunicazione digitali, le fonti dati derivano dagli strumenti di analisi associati al portale istituzionale regionale, ai canali social istituzionali, alle newsletter e alle piattaforme informative.

Tali fonti consentono di rilevare i volumi di accesso, i comportamenti di fruizione dei contenuti, i percorsi informativi e i livelli di utilizzo dei servizi digitali, permettendo di valutare l'efficacia dei canali digitali in termini di diffusione delle informazioni, orientamento dell'utenza e accesso ai servizi.

CANALI DI COMUNICAZIONE TRADIZIONALI

Per i canali di comunicazione tradizionali, le fonti dati sono costituite dalle informazioni relative alla produzione e diffusione dei materiali informativi e delle pubblicazioni istituzionali, dai report sulle attività di comunicazione con i media e dai dati relativi all'organizzazione e alla partecipazione agli eventi istituzionali.

Tali fonti consentono di valutare la continuità della presenza informativa dell'Ente, la coerenza dei messaggi e la riconoscibilità dell'identità istituzionale nel sistema dell'informazione e sul territorio.

STRUMENTI DI SUPPORTO ALLA COMUNICAZIONE

Per gli strumenti di supporto alla comunicazione, le fonti dati derivano dai sistemi informativi e gestionali adottati dall'Amministrazione regionale, utilizzati per **monitorare il funzionamento dei processi comunicativi** e non le performance di diffusione dei messaggi. In tale ambito rientrano, in particolare, i dati relativi alla gestione delle interazioni informative con cittadini e stakeholder, alla tracciabilità delle richieste, alla coerenza delle risposte e all'efficacia dei flussi informativi, anche attraverso l'utilizzo di sistemi di Citizen Relationship Management (CRM) e di strumenti tecnologici di supporto, inclusi quelli basati su soluzioni di Intelligenza Artificiale.

COMUNICAZIONE INTERNA

Per la comunicazione interna, le fonti dati sono costituite dagli strumenti utilizzati per la diffusione delle informazioni all'interno dell'Amministrazione regionale e dai flussi informativi interni, che **consentono di valutare la tempestività, la chiarezza, la copertura e il livello di allineamento delle comunicazioni** rivolte alle strutture e al personale, nonché il contributo della comunicazione interna all'efficacia dei processi amministrativi.

L'utilizzo delle diverse fonti dati è disciplinato da criteri di attendibilità, tracciabilità e omogeneità metodologica, al fine di garantire la confrontabilità dei risultati nel tempo e la coerenza delle analisi. I dati raccolti sono interpretati in modo integrato, evitando letture isolate dei singoli indicatori e privilegiando un approccio valutativo basato su evidenze, funzionale all'individuazione di criticità, alla definizione di azioni correttive e al miglioramento continuo della qualità della comunicazione istituzionale.

Le fonti dati e gli strumenti di rilevazione sopra descritti **costituiscono la base informativa per le attività di monitoraggio dei canali di comunicazione e degli strumenti di supporto**, sviluppate nei paragrafi successivi del presente Capitolo.

11.3 REPORTING, RESPONSABILITÀ E UTILIZZO DEI RISULTATI

I risultati delle attività di monitoraggio e valutazione della comunicazione istituzionale confluiscono in un sistema strutturato di reporting, progettato per garantire continuità informativa, tracciabilità delle decisioni e supporto ai processi di programmazione e controllo dell'Ente. Il reporting costituisce lo strumento attraverso cui i dati raccolti vengono analizzati, interpretati e trasformati in informazioni utili ai fini decisionali, superando una logica meramente descrittiva e assumendo una funzione attiva di governo e miglioramento della comunicazione istituzionale.

Il sistema di reporting è articolato su due livelli principali:

- **report trimestrali**, finalizzati al monitoraggio in itinere dell'andamento delle attività comunicative. Tali report restituiscono lo stato di avanzamento dei principali indicatori di performance (KPI), distinguendo i risultati relativi ai canali di comunicazione da quelli riferiti al funzionamento degli strumenti di supporto, ed evidenziano eventuali criticità o scostamenti rispetto agli obiettivi programmati. I report trimestrali individuano azioni correttive o di ottimizzazione da attivare nel breve periodo e consentono una gestione dinamica e adattiva della comunicazione istituzionale;
- **report annuale**, orientato a una valutazione complessiva e sistematica dei risultati conseguiti nell'arco dell'anno. Il report annuale analizza in modo integrato le performance comunicative dei canali e l'efficacia dei processi supportati dagli strumenti di comunicazione, confronta i risultati con gli obiettivi definiti dal Piano e individua elementi di miglioramento, buone pratiche e criticità strutturali. Tale documento costituisce il riferimento tecnico per l'aggiornamento annuale del Piano di comunicazione e per l'allineamento delle strategie comunicative alle priorità istituzionali.

Gli esiti del reporting sono utilizzati in modo sistematico per:

- **aggiornare la programmazione annuale della comunicazione**, rimodulando obiettivi, priorità e azioni operative sulla base delle evidenze emerse dal monitoraggio;
- **orientare le decisioni operative** relative alla gestione dei contenuti, dei canali e degli strumenti di comunicazione, favorendo un utilizzo più efficace ed efficiente delle risorse disponibili;
- **rafforzare l'integrazione della comunicazione nel sistema di programmazione e controllo dell'Ente**, assicurando il raccordo con il Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) e con il ciclo della performance. In tale prospettiva, il reporting comunicativo non introduce duplicazioni rispetto agli strumenti di controllo già previsti, ma si configura come **elemento informativo complementare**, funzionale a una lettura integrata delle performance organizzative.

La **responsabilità del reporting** è attribuita alle strutture competenti in materia di comunicazione, in raccordo con la Direzione Generale e con i soggetti coinvolti nel sistema di programmazione e controllo. Questo assetto organizzativo consente di garantire coerenza metodologica, affidabilità dei dati e utilizzo consapevole dei risultati, rafforzando il ruolo della comunicazione istituzionale come **funzione strategica, misurabile e responsabile dell'azione amministrativa** regionale.

“Il monitoraggio consente di valutare l'efficacia della comunicazione istituzionale e di orientarne il miglioramento continuo.”

11.4 ANALISI DI MONITORAGGIO DEI CANALI E DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE

11.4.1 MONITORAGGIO DEL PORTALE ISTITUZIONALE

Il monitoraggio del portale istituzionale regionale è impostato secondo un modello avanzato di performance management basato su un sistema strutturato di Key Performance Indicators (KPI) misurabili, confrontabili e tracciabili nel tempo. **L'obiettivo è valutare in modo oggettivo e continuativo l'efficacia informativa, l'efficienza funzionale e la qualità complessiva dell'esperienza utente.** Il sistema di misurazione si fonda sull'analisi integrata di indicatori di traffico, quali sessioni, utenti unici, visualizzazioni di pagina e frequenza di accesso, e di indicatori comportamentali, quali tempo medio di permanenza, tasso di rimbalzo, profondità di navigazione e percorsi di fruizione.

A questi si affiancano indicatori di servizio, riferiti al livello di utilizzo dei servizi digitali, al tasso di completamento delle procedure online, ai download di moduli e alla riduzione degli accessi fisici agli sportelli. Il monitoraggio include inoltre indicatori di qualità e governance del contenuto, quali frequenza di aggiornamento, copertura tematica, coerenza con l'architettura informativa e allineamento ai fabbisogni informativi dei diversi target. Sono infine rilevati indicatori di accessibilità, usabilità e conformità normativa, con particolare riferimento agli standard in materia di accessibilità digitale e trasparenza amministrativa, al fine di misurare il grado di inclusività del portale e la sua capacità di garantire pari accesso alle informazioni e ai servizi.

L'analisi periodica dei KPI, integrata nei processi di reporting direzionale, **consente di individuare scostamenti rispetto agli obiettivi programmati**, rilevare criticità strutturali o contenutistiche e **attivare azioni correttive orientate al miglioramento continuo, rafforzando il ruolo del portale istituzionale come hub centrale del sistema di comunicazione regionale** e come strumento strategico di trasparenza, semplificazione amministrativa e digitalizzazione dei servizi pubblici.

11.4.2 MONITORAGGIO DEI CANALI SOCIAL

Il monitoraggio dei canali social istituzionali è strutturato come processo continuativo di analisi delle performance comunicative e relazionali, finalizzato a valutare in modo sistematico l'efficacia dei social media quali strumenti di diffusione dell'informazione pubblica, di interazione con i cittadini e di presidio dei contesti digitali ad alta frequentazione. Il sistema di monitoraggio è basato su un set definito di Key Performance Indicators (KPI) quantitativi, tra cui la crescita delle community, misurata attraverso l'andamento dei follower nel tempo, la reach e le impression dei contenuti pubblicati, il frequency rate e la continuità dell'esposizione dei messaggi, l'engagement rate e il volume complessivo delle interazioni, nonché il click-through rate verso il portale istituzionale o verso servizi e contenuti di approfondimento. Particolare attenzione è dedicata alla misurazione dei tempi medi di risposta e alla gestione delle richieste degli utenti, quali indicatori della capacità dell'Ente di garantire tempestività, ascolto e qualità della relazione digitale.

A tali indicatori quantitativi si affianca un sistema di KPI qualitativi orientati all'analisi del sentiment, alla pertinenza e qualità delle conversazioni generate, al livello di chiarezza e comprensione dei messaggi e alla coerenza dei contenuti rispetto alle linee editoriali e all'identità istituzionale. L'analisi integrata dei KPI consente di valutare l'efficacia dei piani editoriali, la capacità dei canali social di amplificare in modo corretto e coordinato i messaggi istituzionali e il grado di presidio informativo dei temi di competenza regionale, permettendo di individuare tempestivamente criticità comunicative o reputazionali, di prevenire fenomeni di disinformazione e di orientare in modo data-driven l'ottimizzazione delle strategie di comunicazione digitale e delle modalità di interazione con i diversi target.

11.4.3 MONITORAGGIO NEWSLETTERS E PIATTAFORME INFORMATIVE

Il monitoraggio delle **newsletter e degli strumenti di comunicazione diretta** è finalizzato a valutare l'efficacia di tali canali digitali nella **diffusione mirata e programmata** delle informazioni istituzionali verso destinatari specifici, quali cittadini, imprese e stakeholder iscritti o registrati. In coerenza con la loro funzione, il sistema di monitoraggio è orientato a misurare la capacità di questi canali di garantire continuità informativa, pertinenza dei contenuti e qualità della relazione informativa con i target di riferimento.

Il sistema di valutazione **si basa su un set di Key Performance Indicators (KPI) quantitativi**, tra cui il numero di invii effettuati, la periodicità delle comunicazioni, il tasso di apertura (open rate), il tasso di clic sui contenuti (click-through rate), il numero di disiscrizioni e la distribuzione dei destinatari per ambiti tematici. Tali indicatori consentono di analizzare il livello di interesse suscitato dai contenuti, l'efficacia della segmentazione dei destinatari e la coerenza tra messaggi diffusi e bisogni informativi dei target.

A tali indicatori si affiancano **KPI qualitativi**, relativi alla chiarezza dei messaggi, alla comprensibilità delle informazioni, alla coerenza dei contenuti con le finalità istituzionali e all'allineamento delle comunicazioni con i contenuti pubblicati sul portale istituzionale e diffusi attraverso gli altri canali di comunicazione. L'analisi qualitativa consente di valutare il contributo delle newsletter e degli strumenti di comunicazione diretta alla costruzione di una relazione informativa stabile, ordinata e affidabile con i destinatari.

Il monitoraggio delle newsletter e degli strumenti di comunicazione diretta è integrato nei processi di reporting periodico e consente di individuare eventuali criticità, quali discontinuità nella programmazione, scarsa pertinenza dei contenuti o inefficienze nella segmentazione dei destinatari, orientando l'adozione di azioni correttive e di miglioramento continuo. In tale prospettiva, tali canali sono valutati non solo in termini di volumi di diffusione, ma come **strumenti di comunicazione istituzionale mirata**, funzionali al rafforzamento dell'efficacia complessiva del sistema comunicativo regionale.

11.4.4 MONITORAGGIO MATERIALI INFORMATIVI E PUBBLICAZIONI ISTITUZIONALI

Il monitoraggio dei materiali informativi e delle pubblicazioni istituzionali è finalizzato a verificare l'efficacia della diffusione delle informazioni di interesse pubblico attraverso supporti non digitali e la coerenza dei contenuti con gli obiettivi del Piano di Comunicazione della Regione Molise. Tale attività consente di valutare la capacità di questi strumenti di garantire accessibilità, chiarezza e comprensibilità delle informazioni, in particolare nei confronti dei destinatari che privilegiano modalità di fruizione tradizionali.

L'attività di monitoraggio riguarda l'insieme dei materiali informativi e delle pubblicazioni istituzionali prodotti e diffusi dall'Amministrazione regionale e si concentra

sulla verifica della coerenza dei contenuti con l'identità istituzionale e con i messaggi veicolati attraverso gli altri canali di comunicazione. In tale prospettiva, il monitoraggio consente di valutare l'uniformità comunicativa, la correttezza delle informazioni e la riconoscibilità dell'azione regionale.

Il monitoraggio dei materiali informativi e delle pubblicazioni istituzionali è orientato anche alla verifica delle modalità di distribuzione e di diffusione sul territorio, al fine di garantire una presenza informativa adeguata e coerente con le esigenze dei cittadini e degli stakeholder. Particolare attenzione è rivolta alla capacità di tali strumenti di supportare la comunicazione di servizio e di favorire la conoscibilità delle attività, dei servizi e delle politiche regionali.

I risultati del monitoraggio sono utilizzati per migliorare la qualità dei contenuti informativi, rafforzare la coerenza dei messaggi istituzionali e ottimizzare l'impiego dei materiali informativi e delle pubblicazioni istituzionali all'interno del sistema integrato di comunicazione della Regione Molise.

11.4.5 MONITORAGGIO DEI MEDIA TRADIZIONALI

Il monitoraggio dei **media tradizionali è finalizzato a valutare l'efficacia del canale media** nella diffusione delle informazioni istituzionali della Regione Molise e nella rappresentazione coerente dell'azione amministrativa nel sistema dell'informazione. In coerenza con quanto definito nel Capitolo 10, il monitoraggio riguarda in particolare **televisione, radio e cartellonistica**, quali mezzi di comunicazione indiretti utilizzati per raggiungere pubblici ampi e differenziati.

Il sistema di monitoraggio **si basa su indicatori quantitativi**, relativi al numero di uscite e passaggi sui media, alla frequenza delle pubblicazioni o delle trasmissioni, alla distribuzione temporale delle comunicazioni e alla copertura stimata del pubblico raggiunto. Tali indicatori consentono di valutare la continuità della presenza informativa dell'Ente, la capacità di presidiare i temi di competenza regionale e l'ampiezza della diffusione dei messaggi istituzionali attraverso i media tradizionali.

Accanto agli indicatori quantitativi, il monitoraggio include indicatori qualitativi, finalizzati a valutare la coerenza dei contenuti veicolati con gli indirizzi istituzionali, l'accuratezza e la correttezza delle informazioni diffuse, la chiarezza dei messaggi e la riconoscibilità dell'identità istituzionale regionale.

Particolare attenzione è rivolta all'analisi dell'allineamento tra le informazioni diffuse dai media e i contenuti pubblicati sul portale istituzionale e veicolati attraverso i canali digitali.

Il monitoraggio dei media tradizionali consente inoltre di individuare tempestivamente eventuali criticità comunicative o disallineamenti informativi, supportando l'adozione di azioni correttive e il rafforzamento del coordinamento tra il canale media e gli altri canali di comunicazione istituzionale. In tale prospettiva, il monitoraggio contribuisce a garantire una comunicazione istituzionale coerente, affidabile e orientata all'interesse pubblico, rafforzando l'efficacia complessiva del sistema comunicativo regionale.

11.4.6 MONITORAGGIO EVENTI ISTITUZIONALI

Il monitoraggio degli eventi istituzionali è finalizzato a valutare l'efficacia di tali iniziative come **canale di comunicazione tradizionale e relazionale**, attraverso il quale la Regione Molise **promuove la diffusione delle informazioni di interesse pubblico**, favorisce il dialogo con cittadini e stakeholder e **rafforza la conoscibilità dell'azione amministrativa sul territorio**. In coerenza con il Piano di Comunicazione, gli eventi sono considerati parte integrante del sistema comunicativo regionale e non iniziative isolate o episodiche.

Il sistema di monitoraggio si basa su **indicatori quantitativi, relativi al numero di eventi realizzati**, alla loro distribuzione territoriale e temporale, al numero e alla tipologia dei partecipanti, nonché al grado di partecipazione effettiva alle iniziative. Tali indicatori consentono di valutare la capacità degli eventi di raggiungere i target di riferimento, la continuità dell'azione informativa sul territorio e il livello di presidio dei temi istituzionali di competenza regionale.

Accanto agli indicatori quantitativi, il monitoraggio include **indicatori qualitativi, finalizzati a valutare la coerenza dei contenuti trattati con gli obiettivi del Piano** di Comunicazione, la chiarezza e comprensibilità delle informazioni fornite, la qualità dell'interazione con i partecipanti e la riconoscibilità dell'identità istituzionale della Regione Molise. Particolare attenzione è rivolta alla capacità degli eventi di favorire una comprensione più approfondita delle politiche pubbliche, dei servizi e delle iniziative regionali.

Il monitoraggio degli eventi istituzionali tiene conto inoltre del livello di integrazione con gli altri canali di comunicazione istituzionale, digitali e tradizionali, valutando la coerenza delle attività di comunicazione svolte prima, durante e dopo l'evento. In tale prospettiva, il monitoraggio consente di individuare criticità organizzative o comunicative e di orientare azioni di miglioramento volte a rafforzare l'efficacia degli eventi come strumenti di relazione, trasparenza e restituzione dell'azione amministrativa.

11.4.7 MONITORAGGIO DELLA COMUNICAZIONE INTERNA

Il monitoraggio della comunicazione interna è configurato come processo strutturato di valutazione dell'efficacia e della qualità dei flussi informativi all'interno dell'organizzazione regionale, ed è finalizzato a garantire coerenza, tempestività e completezza delle informazioni a supporto dell'azione amministrativa e dei processi decisionali. L'attività di monitoraggio è basata su un sistema di Key Performance Indicators (KPI) definiti in relazione agli obiettivi organizzativi e gestionali dell'Ente, tra cui la tempestività delle comunicazioni interne rispetto ai tempi decisionali e operativi, la frequenza e la copertura dei messaggi rivolti ai diversi livelli organizzativi, il grado di utilizzo degli strumenti di comunicazione interna e la facilità di accesso alle informazioni strategiche, operative e procedurali. Particolare attenzione è dedicata alla misurazione della capacità della comunicazione interna di supportare i processi decisionali, di favorire l'allineamento tra indirizzi politici, direzione amministrativa e strutture operative e di ridurre le asimmetrie informative tra uffici, settori e livelli gerarchici. L'analisi integrata dei KPI consente di valutare in modo oggettivo il contributo della comunicazione interna al miglioramento dell'efficienza amministrativa, alla fluidità dei processi organizzativi e alla coerenza complessiva dell'azione istituzionale, nonché di individuare eventuali criticità nei flussi informativi e di attivare interventi correttivi orientati al rafforzamento del coordinamento interno e alla qualità della governance comunicativa dell'Ente.

11.4.8 MONITORAGGIO DEL SISTEMA CRM

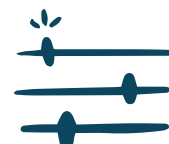
Il monitoraggio del sistema di Citizen Relationship Management (CRM) è finalizzato a valutare in modo strutturato l'efficacia dello strumento nel supportare la gestione delle relazioni informative tra la Regione Molise e cittadini, imprese e stakeholder, nonché il suo contributo all'organizzazione, alla tracciabilità e alla qualità dei flussi informativi istituzionali. Tale attività di monitoraggio si colloca nell'ambito dei processi di miglioramento continuo della comunicazione istituzionale e concorre alla valutazione dell'efficienza e dell'efficacia dell'azione amministrativa.

L'attività di monitoraggio riguarda la capacità del sistema CRM di assicurare una gestione ordinata e coerente delle richieste di informazione, delle segnalazioni e delle comunicazioni di servizio, garantendo la tracciabilità delle interazioni e la disponibilità di informazioni strutturate a supporto delle attività comunicative. In tale prospettiva, il monitoraggio consente di verificare il grado di standardizzazione dei processi di gestione delle relazioni informative e la coerenza delle risposte fornite rispetto ai contenuti istituzionali ufficiali.

Il monitoraggio del CRM è orientato anche a valutare il livello di integrazione dello strumento con il sistema complessivo di comunicazione istituzionale, con particolare riferimento al raccordo con i canali di comunicazione digitali e tradizionali e con gli altri strumenti di supporto alla comunicazione. Tale analisi consente di verificare la capacità del CRM di contribuire alla continuità informativa, riducendo il rischio di frammentazione delle informazioni e favorendo una visione unitaria delle relazioni con l'utenza.

Ulteriore ambito di monitoraggio riguarda l'efficienza operativa dei processi supportati dal CRM, in termini di organizzazione dei flussi informativi, chiarezza delle comunicazioni e supporto alle strutture amministrative coinvolte. L'analisi consente di individuare eventuali criticità procedurali o organizzative e di valutare l'adeguatezza dello strumento rispetto alle esigenze informative dell'Amministrazione e dei destinatari.

I risultati del monitoraggio sono utilizzati per orientare le azioni di miglioramento del sistema CRM, rafforzarne l'integrazione nel modello di comunicazione integrata delineato dal Piano e sostenere una gestione più efficace, coerente e trasparente delle relazioni informative. In tale prospettiva, il monitoraggio del CRM contribuisce al rafforzamento della qualità della comunicazione istituzionale e al miglioramento complessivo dell'azione amministrativa della Regione Molise.



12. ASSETTO ORGANIZZATIVO DELLA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



L'assetto organizzativo della comunicazione istituzionale della Regione Molise è definito in coerenza con il quadro normativo nazionale in materia di informazione e comunicazione pubblica, con particolare riferimento alla **legge 7 giugno 2000, n. 150**, che disciplina le attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

In tale cornice normativa, la comunicazione istituzionale è riconosciuta come **funzione pubblica essenziale e trasversale, finalizzata a garantire trasparenza, accessibilità, comprensibilità dell'azione amministrativa e qualità della relazione tra l'Amministrazione regionale e i cittadini.**

L'assetto organizzativo della comunicazione istituzionale della Regione Molise è strutturato secondo un **modello integrato e coordinato**, finalizzato a garantire coerenza, chiarezza e corretto equilibrio funzionale tra le diverse attività di informazione e comunicazione, nel rispetto dei principi di imparzialità, trasparenza e buon andamento dell'azione amministrativa.

Tale assetto non individua specifiche strutture organizzative né definisce modelli rigidi di organizzazione interna, ma si fonda sui **principi e sulle funzioni delineate dalla legge n. 150/2000**, assicurando un presidio qualificato e continuativo delle attività di comunicazione istituzionale e favorendo il coordinamento tra le strutture regionali coinvolte.

La comunicazione è pertanto assunta come **funzione strategica a supporto dei processi di governo, programmazione e attuazione delle politiche pubbliche,**

esercitata in modo coerente e coordinato all'interno dell'organizzazione regionale, secondo indirizzi comuni e criteri condivisi definiti dal presente Piano.

12.1 CABINA DI REGIA DELLA COMUNICAZIONE

Nel quadro del Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale, la Regione Molise adotta un modello di governance della comunicazione fondato sulla **condivisione, sull'integrazione e sulla coerenza complessiva dell'azione comunicativa**, riconoscendo la comunicazione come funzione trasversale a supporto delle politiche pubbliche e della relazione con cittadini, imprese e stakeholder.

In tale contesto, **la Cabina di Regia della Comunicazione costituisce il presidio organizzativo e tecnico di raccordo** attraverso cui l'Amministrazione favorisce una visione unitaria della comunicazione istituzionale, assicurando coerenza dei messaggi, omogeneità dei linguaggi e riconoscibilità dell'identità regionale, nel rispetto dei principi di imparzialità, trasparenza e buon andamento dell'azione amministrativa.

La Cabina di Regia non svolge funzioni di indirizzo politico né di coordinamento gerarchico delle strutture, ma opera come **sede stabile di confronto e condivisione**, finalizzata a mettere a sistema le attività comunicative dell'Ente e a prevenire frammentazioni e disallineamenti.

12.1.1 COMPOSIZIONE

La Cabina di Regia della Comunicazione è configurata come **struttura di raccordo amministrativo e tecnico-funzionale del sistema di comunicazione istituzionale della Regione Molise**. Essa opera nel rispetto delle competenze attribuite alle singole strutture regionali e **senza poteri autorizzativi, sostitutivi o gerarchici**, svolgendo esclusivamente funzioni di condivisione, integrazione e allineamento delle attività comunicative.

La Cabina di Regia è **istituzionalmente incardinata nel Servizio di supporto alla Direzione Generale**, che ne assicura il coordinamento organizzativo e il raccordo con i processi di programmazione strategica dell'Ente, in coerenza con il PIAO e con il ciclo della performance.

La Cabina di Regia è composta da **strutture e figure esclusivamente amministrative**, individuate in relazione ai diversi livelli di responsabilità organizzativa e di attuazione delle politiche pubbliche, in coerenza con i principi e le funzioni della comunicazione istituzionale **definiti dalla legge 7 giugno 2000, n. 150**.

In particolare, ne fanno parte:

- la **Direzione Generale**, quale sede di raccordo organizzativo complessivo;
- la **Direzione Salute**, in considerazione della rilevanza strategica delle politiche sanitarie e socio-sanitarie e dell'impatto informativo e comunicativo delle relative attività nei confronti dei cittadini;
- i **Coordinamenti d'Area**, quali punti di collegamento tra Direzioni e Servizi afferenti alla rispettiva area di competenza;
- le **Direzioni regionali** competenti in materia di informazione e comunicazione istituzionale;
- le **Autorità di Gestione** e i referenti dei programmi e dei fondi regionali, nazionali ed europei (PR Molise 2021–2027 – FESR, FSE+, FSC, PNRR, FEASR, PSR, FEAMPA e altri strumenti a gestione regionale), limitatamente agli aspetti di raccordo informativo e comunicativo connessi all'attuazione dei programmi.

La composizione della Cabina di Regia può essere modulata in funzione delle esigenze di condivisione e integrazione delle attività comunicative.

12.1.2 FUNZIONI

La Cabina di Regia **esercita funzioni di riferimento tecnico** condiviso del sistema di comunicazione istituzionale, finalizzate a:

- favorire una **visione unitaria della comunicazione** regionale;
- promuovere la **condivisione delle priorità comunicative** e dei messaggi chiave;
- assicurare **coerenza e uniformità dei linguaggi** istituzionali;
- assicurare il **coordinamento e il presidio dell'identità visiva** istituzionale della Regione Molise, garantendone un'applicazione coerente nelle attività di comunicazione;
- **rafforzare la riconoscibilità dell'identità** comunicativa della Regione Molise in tutte le attività di comunicazione;
- **prevenire frammentazioni, sovrapposizioni e disallineamenti** nella comunicazione dell'Ente.

12.1.3 ATTIVITÀ

Nell'ambito delle proprie funzioni, la Cabina di Regia svolge attività di **raccordo, accompagnamento e condivisione operativa**, orientate all'integrazione delle iniziative comunicative. In particolare:

- **condivisione preventiva** delle principali iniziative e campagne di comunicazione di rilievo istituzionale;
- **raccordo** tra le strutture regionali per l'allineamento delle attività comunicative alle priorità strategiche;
- **supporto** alla definizione di linee operative e indirizzi comuni per la comunicazione istituzionale;
- **coordinamento informativo** in relazione a politiche pubbliche, programmi strategici e iniziative trasversali;
- **monitoraggio** dell'attuazione del Piano di Comunicazione e dei Piani annuali, in raccordo con le strutture competenti;
- **promozione** della diffusione di una cultura organizzativa orientata alla comunicazione strategica e alla trasparenza.

12.1.4 STRUMENTI

La Cabina di Regia della comunicazione si avvale di strumenti organizzativi e di supporto finalizzati a favorire il coordinamento, la condivisione delle informazioni e l'allineamento delle attività comunicative agli indirizzi del Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale. Tali strumenti hanno funzione di raccordo e facilitazione e non comportano gestione diretta dei canali né sostituzione delle competenze delle singole strutture.

In particolare, la Cabina di Regia opera attraverso:

- **Riunioni periodiche** di coordinamento, finalizzate alla condivisione delle priorità comunicative, delle principali iniziative istituzionali, dei messaggi chiave e delle tempistiche di diffusione delle informazioni;
- **Strumenti collaborativi e piattaforme di condivisione**, a supporto della circolazione delle informazioni, della condivisione dei contenuti e del raccordo operativo tra le strutture coinvolte nei processi comunicativi;
- **Documenti di indirizzo, linee operative e format condivisi**, volti a garantire coerenza nei linguaggi, uniformità nell'utilizzo dell'identità istituzionale e omogeneità nelle modalità di rappresentazione delle informazioni sui diversi canali;
- **Strumenti di reporting e monitoraggio**, finalizzati a raccogliere informazioni sull'attuazione delle attività comunicative, sull'andamento delle iniziative e sui risultati conseguiti, in coerenza con i sistemi di programmazione, controllo e valutazione dell'Ente.

Nel loro insieme, tali strumenti costituiscono un sistema di supporto al coordinamento e alla condivisione, volto a rafforzare la coerenza, la continuità e la qualità complessiva della comunicazione istituzionale regionale.

12.1.5 ARTICOLAZIONE TEMPORALE DELLE ATTIVITÀ

Le attività della Cabina di Regia della comunicazione si sviluppano lungo l'intero arco di validità del Piano Triennale di Comunicazione Istituzionale e sono articolate in modo coerente con i cicli di programmazione, attuazione e valutazione dell'Amministrazione regionale. L'articolazione temporale è finalizzata a garantire continuità, coordinamento e adattabilità dell'azione comunicativa, in relazione all'evoluzione del contesto istituzionale, organizzativo e normativo.

In particolare, le attività della Cabina di Regia si articolano nelle seguenti fasi:

- **Fase di pianificazione**, connessa alla definizione e all'aggiornamento dei Piani annuali di comunicazione, nella quale vengono condivise le priorità comunicative, gli obiettivi di riferimento e le principali iniziative da sviluppare nel corso dell'anno;
- **Fase di coordinamento in itinere**, svolta durante l'attuazione delle azioni comunicative, finalizzata ad assicurare l'allineamento tra le strutture coinvolte, la coerenza dei messaggi e la gestione coordinata delle iniziative di comunicazione di rilievo istituzionale;
- **Fase di monitoraggio e verifica**, orientata alla raccolta e all'analisi delle informazioni sull'andamento delle attività comunicative e sui risultati conseguiti, in raccordo con i sistemi di monitoraggio, valutazione e controllo dell'Ente;
- **Fase di aggiornamento e adeguamento**, attivata in funzione delle evidenze emerse dal monitoraggio e dell'evoluzione delle esigenze informative, al fine di apportare eventuali adeguamenti alle priorità, alle modalità operative e agli strumenti di coordinamento.

Tale articolazione temporale consente alla Cabina di Regia di operare in modo continuativo e flessibile, accompagnando l'intero ciclo di attuazione del Piano di Comunicazione e contribuendo al miglioramento progressivo della qualità e dell'efficacia della comunicazione istituzionale regionale.

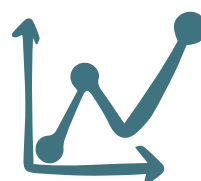
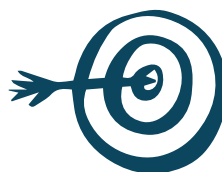
13. INTEGRAZIONE CON GLI STRUMENTI DI PROGRAMMAZIONE, IL PIAO E IL CICLO DELLA PERFORMANCE

13

La strategia di comunicazione della Regione Molise è progettata in piena coerenza con il Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) e con il ciclo della performance, assicurando un collegamento strutturato e continuo tra indirizzi strategici, obiettivi organizzativi, azioni comunicative e risultati attesi. In tale prospettiva, la comunicazione è integrata nei processi di programmazione, attuazione e valutazione dell'azione amministrativa, superando una concezione meramente accessoria o strumentale.

L'integrazione con il PIAO consente di allineare gli obiettivi della comunicazione agli obiettivi strategici dell'Ente e di rendere esplicito il contributo della comunicazione al raggiungimento dei risultati organizzativi. Le azioni comunicative sono pertanto definite in coerenza con le priorità strategiche, con le politiche pubbliche e con gli obiettivi di performance, garantendo una relazione chiara tra ciò che viene programmato, ciò che viene realizzato e gli effetti prodotti.

In questo quadro, la comunicazione istituzionale è assunta come **funzione misurabile e valutabile, il cui contributo al miglioramento dell'efficacia amministrativa**, della qualità dei servizi e della trasparenza può essere monitorato e rendicontato in modo sistematico. L'utilizzo di indicatori di output e outcome consente di valutare il grado di raggiungimento degli obiettivi comunicativi e di supportare i processi di miglioramento continuo, in coerenza con il ciclo della performance e con i meccanismi di accountability dell'Ente.



14. ORIZZONTE TEMPORALE E CAPACITÀ DI ADATTAMENTO



La strategia di comunicazione è definita su **un orizzonte temporale triennale**, in coerenza con la programmazione strategica dell'Ente e con il ciclo del **PIAO**, al fine di garantire stabilità, continuità e coerenza all'azione comunicativa nel medio periodo. La dimensione triennale consente di pianificare in modo strutturato gli obiettivi, le priorità e le linee di intervento, assicurando un allineamento costante con gli indirizzi politico-amministrativi e con gli obiettivi di performance.

All'interno di tale quadro strategico, il Piano triennale è **attuato e declinato annualmente attraverso specifici Piani annuali di comunicazione**, che definiscono le azioni operative, i target di riferimento, i messaggi chiave, i canali, le risorse e gli indicatori di risultato per ciascun esercizio. I Piani annuali rappresentano lo strumento di raccordo tra la programmazione strategica e l'attuazione operativa della comunicazione istituzionale.

Pur in presenza di un impianto strategico stabile, la strategia di comunicazione è concepita come **un sistema flessibile e dinamico**, capace di adattarsi all'evoluzione del contesto istituzionale, normativo e organizzativo. In tale prospettiva, i Piani annuali possono essere oggetto di aggiornamenti e adeguamenti mirati, al fine di rispondere tempestivamente a cambiamenti normativi, riorganizzazioni interne, nuove priorità politiche o situazioni emergenziali.

La capacità di adattamento consente di mantenere elevata l'efficacia della comunicazione nel tempo, senza compromettere la coerenza complessiva del Piano triennale. Gli eventuali aggiornamenti sono realizzati in continuità con le linee strategiche definite, garantendo il raccordo con il ciclo della performance e con i sistemi di monitoraggio e valutazione. In questo modo, la comunicazione istituzionale conserva una direzione strategica chiara, pur restando in grado di rispondere in modo flessibile e responsabile alle esigenze emergenti dell'Amministrazione e del contesto di riferimento.

15. CONCLUSIONI, ATTUAZIONE E PROSPETTIVE DI SVILUPPO DEL PIANO DI COMUNICAZIONE

15

Il presente Piano di Comunicazione istituzionale rappresenta l'esito di un processo di analisi, progettazione e strutturazione finalizzato a dotare l'Ente di un sistema organico, integrato e misurabile di comunicazione pubblica, capace di sostenere in modo continuativo l'azione amministrativa e di garantire il pieno rispetto dei principi di trasparenza, responsabilità, accessibilità e qualità del servizio pubblico. La comunicazione è riconosciuta come funzione strategica e trasversale dell'organizzazione, strettamente connessa alla programmazione, all'attuazione e alla valutazione delle politiche pubbliche, e non come attività accessoria o meramente strumentale.

Il Piano definisce una visione unitaria della comunicazione istituzionale, fondata sull'integrazione dei canali, sulla coerenza dei messaggi e sulla centralità dei destinatari, e individua obiettivi chiari, strumenti operativi, azioni programmate e un sistema strutturato di monitoraggio e valutazione basato su indicatori di performance. Tale impostazione consente di superare approcci frammentati o episodici, rafforzando la capacità dell'Ente di presidiare in modo consapevole e continuativo l'intero ecosistema comunicativo, sia digitale sia tradizionale, e di garantire uniformità, affidabilità e riconoscibilità dell'informazione istituzionale.

L'attuazione del Piano è strettamente collegata al sistema di governance dell'Ente e si inserisce pienamente nel quadro della programmazione strategica e operativa, con particolare riferimento al Piano Integrato di Attività e Organizzazione (PIAO) e al ciclo della performance. Le azioni di comunicazione e i relativi risultati

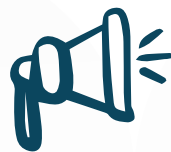
sono monitorati attraverso un sistema di KPI oggettivi e verificabili, che consente di misurare l'efficacia, l'efficienza e l'impatto delle attività comunicative, di individuare tempestivamente eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi programmati e di attivare azioni correttive orientate al miglioramento continuo. In questo modo, la comunicazione istituzionale diventa una funzione valutabile, rendicontabile e direttamente collegata ai risultati dell'azione amministrativa.

Il Piano attribuisce particolare rilievo al coordinamento organizzativo e alla responsabilizzazione delle strutture coinvolte, definendo ruoli, compiti e modalità operative che favoriscono la collaborazione intersettoriale e il superamento delle asimmetrie informative interne. La comunicazione interna è riconosciuta come leva essenziale per il buon andamento dell'Amministrazione, in quanto supporta i processi decisionali, rafforza l'allineamento tra indirizzi politici e azione amministrativa e contribuisce alla coerenza complessiva delle politiche e dei messaggi rivolti all'esterno.

Sul versante esterno, il Piano promuove un modello di comunicazione orientato al cittadino, alle imprese e agli stakeholder, basato su chiarezza, semplicità del linguaggio, accessibilità dei contenuti e utilizzo consapevole dei canali digitali. La qualità dell'esperienza utente, l'affidabilità delle fonti e la capacità di orientare all'utilizzo dei servizi pubblici costituiscono elementi centrali dell'approccio adottato, in coerenza con gli obiettivi di trasformazione digitale e di semplificazione amministrativa.

Il Piano si configura inoltre come strumento dinamico e adattivo, soggetto a revisione e aggiornamento periodico in funzione dell'evoluzione normativa, tecnologica e organizzativa, nonché dei risultati emersi dal sistema di monitoraggio. L'aggiornamento annuale del Piano consente di mantenere allineate le strategie comunicative alle priorità dell'Ente, di valorizzare le buone pratiche emerse e di adeguare strumenti e azioni ai mutamenti del contesto e ai bisogni informativi della collettività.

In questa prospettiva, il Piano di Comunicazione istituzionale rappresenta un impegno formale dell'Amministrazione verso un modello di comunicazione pubblica fondato sulla misurabilità, sulla trasparenza e sulla creazione di valore pubblico. Attraverso l'attuazione coerente e continuativa del Piano, l'Ente rafforza il rapporto di fiducia con i cittadini, migliora la qualità della relazione istituzionale e consolida la comunicazione come leva strategica di governo, capace di accompagnare e rendere comprensibile l'azione amministrativa, di favorire la partecipazione informata e di sostenere l'efficacia complessiva delle politiche pubbliche.



2026



2028



www.regione.molise.it