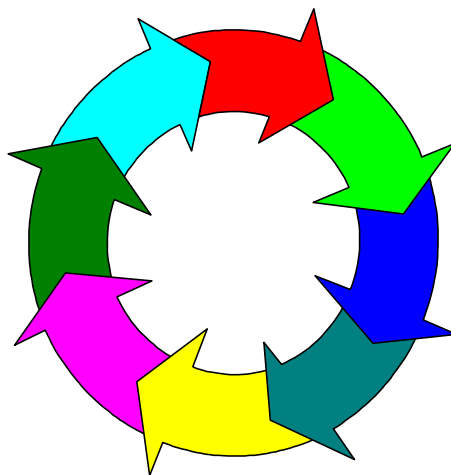




REGIONE MOLISE

PROGRAMMA OPERATIVO REGIONALE 2000 – 2006



***PIANO DI COMUNICAZIONE
rimodulato 2004***

1. LA COMUNICAZIONE PER L'UNIONE EUROPEA

L'Unione Europea assegna grande importanza alla informazione e pubblicità per poter affermare, sempre più, il suo ruolo, i suoi obiettivi che vengono realizzati, tra l'altro, con interventi finanziati con i Fondi Strutturali (Fesr – Fse – Feaog – Sfop).

L'art.46 del Regolamento CE n.1260/99 prevede specificatamente azioni informative e pubblicitarie sugli interventi programmati con risorse strutturali europee.

L'art.34 dello stesso Regolamento stabilisce che sia l'Autorità di gestione, competente per territorio, “responsabile” del rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità e la stessa Autorità dovrà assicurare che gli interventi siano resi pubblici per informare i potenziali beneficiari e tutta l'opinione pubblica regionale del ruolo svolto dalla Unione Europea, per aumentare la notorietà e la trasparenza della sua azione.

L'Unione Europea destina considerevoli risorse finanziarie per far conoscere strumenti ed opportunità offerte ai cittadini per la loro crescita formativa e professionale. In linea con questa politica di sensibilizzazione la Pubblica Amministrazione dovrebbe sviluppare iniziative di informazione e pubblicità per diffondere la conoscenza, gli incentivi, le opportunità promosse dai Fondi strutturali; ciò viene svolto a livello locale dalle Amministrazioni regionali (così come enunciato dall'Allegato alla Decisione della Commissione del 31.5.94 n.94/342/CE).

A sottolineare l'importanza di queste azioni informative la “Guida pratica alle disposizioni di informazione e pubblicità per i Fondi strutturali e lo SFOP” specifica che:”I programmi di Informazione e pubblicità ... possono conferire maggiore efficacia agli sforzi combinati degli Stati Membri e dell'U.E., rendendoli maggiormente comprensibili ai beneficiari ed al grande pubblico che hanno il diritto di essere informati sulle attività comunitarie ...”.

Andando più nello specifico il Libro Verde su “l'Informazione del settore pubblico nella società dell'informazione”(Com 1998 585) rileva che:”L'informazione pubblica in Europa è sovente frammentaria e dispersa ... Questa situazione si deve in gran parte alla diversità delle legislazioni nazionali sul modo in cui fare informazione ...”, inoltre, come premessa generale, lo stesso Libro Verde sottolinea che gli Stati Membri e le Amministrazioni locali, prima di produrre ulteriori informazioni, dovrebbero far sì che le informazioni già disponibili al pubblico siano chiare ed accessibili per tutti i potenziali utenti.

Il principio della trasparenza e dell'accesso di ogni cittadino europeo alle informazioni sulle politiche strutturali viene, dunque, evidentemente, considerato dall'Unione Europea “principio cardine del valore dell'informazione sulle politiche strutturali e condizione necessaria per l'esercizio stesso dei diritti dei cittadini europei”.

Finora le misure relative all'informazione e pubblicità sono state contenute, in genere, in quella parte dei Documenti di Programmazione e dei Programmi operativi che riguarda l'Assistenza tecnica.

Le autorità dell'Unione europea hanno, spesso, affermato che le Amministrazioni pubbliche italiane hanno trascurato l'informazione sulle politiche strutturali. Ciò ha molteplici cause tra cui la mancanza nel nostro Paese di una diffusa cultura dell'informazione e, più in generale, della mancanza di comunicazione da parte delle Amministrazioni pubbliche.

Spesso unica forma di pubblicità per i Fondi strutturali è stata la pubblicazione dei bandi che mettono a disposizione le risorse per poter attuare gli interventi previsti dai documenti di programmazione. Ogni Amministrazione titolare di Programmi comunitari ha l'obbligo di pubblicare i bandi sui suoi organi di informazione. I destinatari di questa informazione sono,

però, generalmente, solo coloro che possono presentare domanda di cofinanziamento, cioè una piccola parte di un pubblico molto più vasto.

Il nuovo Regolamento (CE) n.1159/2000 della Commissione del 30.05.2000 relativo alle “Azioni informative e pubblicitarie a cura degli Stati membri sugli interventi dei Fondi strutturali” afferma che per rendere più incisive tali azioni, e per presentarle in maniera più omogenea, esse vanno programmate e presentate sotto forma di un PIANO di azioni di COMUNICAZIONE per ciascun Programma Operativo.

1.1. Il piano di comunicazione per l’Unione Europea

Un Piano di Comunicazione, elaborato ai sensi del Regolamento (CE) n.1159/2000, prevede azioni informative e pubblicitarie con obiettivi e modalità ben determinati.

Gli obiettivi:

- Informare i potenziali beneficiari finali sulle opportunità offerte dal Programma operativo regionale cofinanziato con i Fondi strutturali:
 - Enti locali ed altre Autorità pubbliche competenti
 - organizzazioni professionali
 - parti economiche e sociali
 - organizzazioni non governative (che promuovono la tutela ed il miglioramento dell’ambiente e la promozione della parità tra donne ed uomini)
 - operatori e promotori di progetti
- Informare l’opinione pubblica circa il ruolo svolto dall’Unione europea, in collaborazione con gli Stati membri, in favore del P.O. e dei risultati che si conseguiranno

Le modalità:

- azioni da intraprendere ed il pubblico a cui sono rivolte
- Piano finanziario (previsioni) del Piano di Comunicazione
- Definizione dei servizi amministrativi ed organismi competenti per la realizzazione del Piano di Comunicazione stesso e designazione dei Responsabili
- Definizione dei criteri per la valutazione delle azioni realizzate

Le misure poste in essere, nel Piano di comunicazione del POR, dovranno contribuire alla realizzazione:

- della trasparenza e dell’informazione nei confronti dei potenziali beneficiari finali
- della informazione dell’opinione pubblica.

2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O.R. MOLISE 2000-2006 RIMODULAZIONE 2004

2.1. Finalità del Piano di comunicazione

La comunicazione ai potenziali beneficiari e l'informazione all'opinione pubblica sono le finalità che l'Unione Europea si impone, ed impone agli Stati Membri ed alle Regioni titolari di Programmi operativi, di raggiungere con un Piano di comunicazione.

Per meglio realizzare tali finalità e, quindi, per far giungere prima e meglio le informazioni agli operatori e per sensibilizzare, in maniera più forte, l'opinione pubblica, circa il ruolo svolto dall'Unione Europea, la Regione Molise si propone di intraprendere delle azioni più incisive nel campo dell'informazione e della pubblicità, con l'intento di determinare un impatto informativo che sappia rendere più "visibile" l'intervento comunitario nel Programma operativo regionale e nello sviluppo del territorio regionale.

2.2. Il target

Per meglio raggiungere le finalità che il Piano di comunicazione si propone, si evidenzia che "il target" è rappresentato dai **"beneficiari finali"** intendendo con ciò non solo gli **operatori economici e gli enti locali**, cioè coloro che, quali beneficiari potenziali dei fondi, parteciperanno alla realizzazione del POR ma, in un'ottica più ampia, anche tutti coloro che trarranno beneficio, nella vita quotidiana, dalla realizzazione del POR cioè **tutta la comunità molisana** compresa quella residente all'estero.

2.3. Gli obiettivi del Piano di comunicazione

Da una rilettura in chiave comunicazionale del POR Molise 2000-2006, ed in linea con il Regolamento CE n.1159/2000 in materia di informazione e pubblicità, l'attività che la Regione Molise porrà in essere può essere suddivisa in due momenti che si propongono di perseguire le stesse finalità attuando obiettivi diversi:

- Attività prioritaria con **obiettivi prioritari**
- Attività specifica con **obiettivi specifici**

Tale suddivisione non comporta una priorità in termini di importanza delle azioni da intraprendere ma va vista in termini funzionali allo sviluppo di tutto il Piano di comunicazione. Per "attività prioritaria" si intendono quelle azioni che mirano ai risultati generali ai quali la comunicazione deve tendere e sarà il frutto dei risultati ottenuti con la generalità delle azioni previste; per "attività specifica" si intendono quelle azioni il cui risultato dipende da una o più azioni specifiche che determinano il raggiungimento di un *fine specifico* o "di settore".

- **OBIETTIVI PRIORITARI** (*generali e finali*)

1. Sensibilizzare l'opinione pubblica ed informare gli operatori economici sulle azioni del POR

2. Aumentare la notorietà dell'U.E. evidenziando, in modo esplicito, la sua azione e quella della Regione Molise
 3. Favorire il conseguimento di un efficace livello di partenariato con i potenziali beneficiari finali del POR
 4. Favorire il concorso finanziario dei privati per la realizzazione degli interventi previsti dal POR attraverso la loro partecipazione ai Bandi ed alla programmazione negoziata.
- **OBIETTIVI SPECIFICI** (*intermedi o specifici di misura*)
 - a) sensibilizzare ed informare l'opinione pubblica sulla programmazione cofinanziata con i Fondi strutturali
 - b) informare i potenziali beneficiari, operatori pubblici e privati, anche molisani all'estero, in particolare le PMI, organizzazioni professionali, sulle opportunità offerte dalle singole misure del POR Molise
 - c) informare sui lavori del Comitato di sorveglianza e sulle manifestazioni importanti legate alle riunioni del Comitato e sull'andamento del POR
 - d) garantire l'informazione diffusa, non solo con la pubblicità sui media ma anche con altre manifestazioni informative (conferenze, seminari...), pubblicazioni (opuscoli, pieghevoli...), nonché altri strumenti di informazione e di comunicazione che l'Autorità di gestione del POR riterrà opportuno utilizzare
 - e) fornire indicazioni chiare ed esaurienti su procedure, pratiche amministrative da espletare, dispositivi di gestione dei fascicoli, criteri di selezione che saranno utilizzati nelle gare d'appalto e criteri di valutazione degli interventi, i nominativi dei referenti regionali e locali ai quali rivolgersi per ottenere spiegazioni sul funzionamento degli interventi e sui criteri di ammissibilità, nonché ogni altro adempimento necessario per partecipare alla realizzazione degli interventi del PORevidenziare l'impatto economico-sociale che si determinerà con il cofinanziamento comunitario
 - f) evidenziare il ruolo dell'Unione Europea a tutela dell'ambiente e sottolineare che tutti gli interventi dovranno essere realizzati nel rispetto dell'ambiente

2.4. Le Misure e le Azioni per la realizzazione del Piano di Comunicazione

Gli obiettivi del presente Piano di comunicazione saranno realizzati attraverso **le misure** di seguito elencate:

- **Misura 1- Informazione**

Attività informativa divulgativa

Predisposta per la sensibilizzazione dell'opinione pubblica circa il ruolo svolto dall'Unione Europea e dalla Regione Molise in favore degli interventi programmati con il POR. Sarà, a questo scopo, predisposta una opportuna campagna pubblicitaria che dovrà prevedere anche azioni informative relative alla fase di rimodulazione del POR e del Complemento di Programmazione ed alle conseguenti nuove opportunità di cofinanziamento che scaturiranno dalla possibilità di partecipare a nuovi bandi. Specifiche azioni informative saranno previste per evidenziare i risultati conseguiti a fine programmazione.

*Attività informativa **tecnica***

Predisposta per attuare il principio della trasparenza a livello dei potenziali beneficiari finali di cui al punto 2.1 del Regolamento CE n.1159/2000. Gli operatori economici pubblici e privati saranno informati, come lo sono stati nei primi anni di programmazione, in modo specifico sulle fasi procedurali degli interventi previsti nel POR Molise utilizzando gli strumenti di comunicazione più efficaci come il sito web dell' Ufficio Europa.

- **Misura 2 - Promozione**

*Attività di promozione **divulgativa***

Continuerà ad essere realizzata sviluppando la collaborazione efficacemente intrapresa con il mondo della scuola per continuare a coinvolgere le scuole-pilota per la diffusione della cultura europea, già individuate con un pubblico concorso, gli operatori scolastici, ma soprattutto i ragazzi, sui grandi temi europei e sulle opportunità offerte dal POR Molise, dando così piena attuazione al Programma Molise-Scuola-Europa che, attraverso l'organizzazione di eventi di presentazione dei lavori realizzati dalle scuole su argomenti di interesse comunitari e sul POR, consentirà di raggiungere il grande pubblico nonché i soggetti socio-economici ed istituzionali della regione.

*Attività di promozione **tecnica***

Sarà realizzata attraverso il Progetto denominato "Partenariato della Comunicazione" per sviluppare una collaborazione, con gli Enti Locali ed i soggetti socio-economici molisani, che consenta di perseguire l'obiettivo di organizzare sul territorio un sistema attivo di diffusione delle informazioni sui contenuti e l'attuazione del POR e del Complemento di Programmazione, nonché sui grandi temi europei. Scopo di tale progetto sarà la promozione di una rete di "Punti Europa" sul territorio regionale, che potranno avere la funzione specifica di "antenne informative". Questo progetto, (promosso dalle Regioni all'interno del Gruppo di lavoro "Informazione e Pubblicità" del QCS, è stato già realizzato in Sicilia e si sta realizzando in Puglia) sarà sottoposto agli attori destinatari attraverso un calendario di incontri e seminari

- **Misura 3 – Diffusione**

*Attività di diffusione **istituzionale***

Con la realizzazione della rete extranet, prevista in attuazione della Misura 6.3 "Società dell'Informazione", si attueranno scambi di dati e informazioni con le altre strutture regionali, in particolare il Consiglio regionale, gli Assessorati e gli Enti locali della regione

*Attività di diffusione **extraistituzionale***

Tale attività sarà attuata con opportuni strumenti di comunicazione per determinare una capillare diffusione di tutte le informazioni concernenti i Fondi strutturali e per rendere efficace il monitoraggio degli interventi

L'attuazione di tale Misura sarà determinata dalla piena realizzazione della Misura 6.3 "Società dell'Informazione" che potrà consentire la messa in rete delle strutture

regionali con i soggetti individuati con il Programma Molise-Scuola-Europa ed il Progetto “Partenariato della Comunicazione” al fine di consentire un trasferimento in tempo reale delle notizie e delle informazioni necessarie agli operatori economici ed istituzionali della Regione.

2.5. Gli strumenti del Piano di comunicazione

La comunicazione, ai fini del raggiungimento degli obiettivi prefissati al punto 1.3, può essere realizzata con vari strumenti di informazione; ogni strumento di informazione e comunicazione presenta caratteristiche differenti e raggiunge un pubblico diverso. Ciò determina che una buona comunicazione, per essere anche efficace, deve agire su più campi d'interesse e, quindi, deve, necessariamente, utilizzare strumenti diversi.

Conseguenza di ciò e del proposito di rendere più “visibile” l'intervento comunitario è la necessità di far giungere il messaggio in modo più radicale possibile agli operatori economici ed ai cittadini molisani, sfruttando collaborazioni e mezzi già utilizzati per le precedenti programmazioni (incontri con le parti sociali, stampa, radio, televisione), ma prestando grande attenzione anche ai nuovi mezzi di comunicazione. Dopo una attenta valutazione della funzione che ogni strumento può svolgere, si ritiene di dover riservare grande spazio a:

- o Internet
- o Brochure
- o Campagna pubblicitaria
- o Extranet
- o Opuscoli
- o Pubblicazioni
- o Manifesti, cartelloni, targhe esplicative (ove previste dalla normativa)

2.5.1 Perché Internet

Le “autostrade informatiche” sono, ormai, una realtà anche nella nostra Regione e costituiscono il nuovo canale di comunicazione da sfruttare in sinergia con i canali d'informazione tradizionali.

La grande diffusione della rete web (www = world wide web) è stata determinata anche dall'utilità che se ne può ricavare, dalla semplicità dell'utilizzo.

Tecnicamente ciò è stato reso possibile dal linguaggio HTML (Hyper Text Markup Language) che consente di realizzare collegamenti (link) tra una pagina e l'altra della rete; ciò consente di creare documenti costituiti da un insieme di informazioni sparse sui diversi sistemi della rete. All'uso di *Internet* è legata la possibilità di utilizzare l'E-MAIL (electronic mail) = posta elettronica.

Utilizzare *Internet* consente di fornire la massima apertura possibile con un'informazione ampia, completa e che si potrà aggiornare in tempo reale; con l'*e-mail* si offrirà la possibilità di mettersi in contatto con l'ufficio che gestisce il sito per chiedere informazioni, fornire suggerimenti.

Tutto ciò sta già consentendo alla Regione Molise di:

- presentare le informazioni in modo generalizzato ed economicamente poco costoso anche per l'utente

- stabilire una comunicazione diretta con l'utente tramite la posta elettronica
- dare un'immagine di sé aperta ed innovativa
- pubblicare bandi e graduatorie finali
- fornire modulistica
- acquisire informazioni dai data-base esistenti in rete
- pubblicare le schede di monitoraggio

L'utilizzazione di questo strumento è stata agevole per l'esistenza del sito dell'Ufficio Europa in cui sono state predisposte specifiche pagine che riguardano il P.O.R., il Comitato di sorveglianza, la gestione del Complemento di programmazione e lo stesso Piano di comunicazione.

I *tempi di realizzazione*, sono stati immediati, essendo legati alla sola predisposizione tecnica delle nuove pagine sul sito dell'Ufficio Europa. Quanto previsto è stato predisposto con *costi di gestione e controllo* praticamente *nulli* considerata la possibilità di utilizzare l'assistenza tecnica fornita dal personale dell'Ufficio Europa del Settore Programmazione della Regione Molise.

2.5.2 Perché la brochure

Tale strumento di comunicazione è, forse, quello più flessibile nell'utilizzo e presenta delle caratteristiche intermedie tra la campagna pubblicitaria ed Internet raggiungendo un pubblico specializzato e più direttamente coinvolto nella fase di attuazione del POR. La stessa U.E. suggerisce l'utilizzo di pubblicazioni per promuovere i contenuti dei P.O.

La brochure che si prevede di realizzare avrà l'obiettivo di fornire un quadro d'insieme degli interventi destinatari di cofinanziamento comunitario e per evidenziare, con singole schede riepilogative, le caratteristiche degli interventi realizzati o che si stanno realizzando sul territorio regionale

In particolare, gli argomenti trattati con la brochure saranno:

- o quadro di sintesi con le finalità degli investimenti, localizzazioni, soggetti Interessati
- o Gli Assi del P.O. con obiettivi, copertura finanziaria, misure ed interventi realizzati o che si stanno realizzando

La Regione Molise considererà la possibilità di una brochure che riprenda le schede di misura pubblicate all'interno della Guida per il cittadino (pubblicata nel 2002) e ne riporti l'aggiornamento in funzione della rimodulazione del POR e del suo Complemento di programmazione.

Nella realizzazione della brochure, come di qualsiasi altro stampato relativo ai Fondi comunitari, occorrerà tener presente che, nel rispetto della normativa europea per la riproduzione e posizionamento del marchio dell'U.E., lo stesso dovrà essere posizionato con le proporzioni previste ed i colori appropriati.

2.5.3 Perché una campagna pubblicitaria

La campagna pubblicitaria, rispetto ad un bollettino cartaceo, è un mezzo di comunicazione pubblico e sociale relativamente nuovo per la Pubblica Amministrazione. La Regione Molise ha utilizzato questo strumento di comunicazione

per pubblicizzare il P.O.P. 1994/99; ritiene necessario utilizzarlo anche per il P.O.R.2000-2006.

Ciò con l'intento di far giungere l'informazione sui Fondi strutturali europei ad un pubblico molto più vasto e differenziato che comprenda sia i beneficiari, potenziali promotori di interventi cofinanziati, sia i fruitori finali di tali interventi e, cioè, tutti i cittadini molisani anche residenti fuori Regione.

La Regione Molise, nel considerare le specifiche competenze tecniche necessarie per la realizzazione di una buona ed efficace campagna pubblicitaria, ritiene opportuno affidare ad un soggetto attuatore esterno, specializzato, la progettazione e gestione della campagna pubblicitaria riservandosi il coordinamento, il controllo e la possibilità di correggere il progetto proposto che dovrà, essenzialmente, essere costituito da spazi televisivi mirati, da spot televisivi e radiofonici e da pubblicazioni a mezzo stampa.

La campagna pubblicitaria si esplicherà; nella fase intermedia di realizzazione del POR e nella fase di chiusura evitando che si limiti a soli spot pubblicitari.. La campagna pubblicitaria potrà riguardare anche altre iniziative, connesse al POR, che l'Amministrazione regionale ha previsto nel presente Piano di comunicazione.

L'allestimento di una campagna pubblicitaria è una prestazione che rientra nella categoria dei servizi, pertanto, l'affidamento avverrà nel rispetto della normativa comunitaria dettata dalla Direttiva 92/50/CEE del Parlamento europeo e del Consiglio, integrata dalla Direttiva 97/52/CE, e recepita dalla normativa italiana con il Decreto legislativo 17 marzo 1995 n.157 e successive integrazioni e modificazioni.

L'intento dell'Amministrazione regionale è quello di assicurarsi un servizio che, nel rispetto delle risorse disponibili, realizzi, con il massimo grado di creatività, gli obiettivi del proprio Piano di comunicazione e, cioè, diffondere il più efficacemente possibile il POR, il Complemento di Programmazione e gli interventi che si stanno attuando o che ci si propone di attuare.

Una volta affidato l'appalto, attraverso un Bando pubblico, l'Amministrazione dovrà avere a disposizione un progetto coerente con i propri obiettivi e un gruppo di professionisti di cui avvalersi per eventuali ritocchi al progetto presentato. Con loro si metterà a punto la campagna pubblicitaria in maniera più dettagliata, con la definizione dei testi dei messaggi, della grafica delle immagini, la scelta di eventuali testimonial, ecc. Il lavoro di confronto continuerà in itinere per verificare l'impatto che la campagna pubblicitaria avrà ed, eventualmente, "correggere il tiro" apportando le necessarie correzioni.

La caratteristica potenziale di una campagna pubblicitaria è quella di poter determinare un forte e diffuso impatto su un vasto pubblico; in genere non offre, la possibilità di approfondire tematiche specifiche ma prevedendo spazi televisivi mirati può servire anche a suscitare e stimolare interesse su determinate tematiche ed opportunità per demandare poi ad altri mezzi di comunicazione il compito di informare più nel dettaglio.

Per questo si prevede l'utilizzo di ulteriori strumenti informativi, esplicitati in altri punti del presente Piano di comunicazione, da utilizzare in maniera sinergica per un più efficace risultato comunicativo.

2.5.4 Perché extranet

L'utilizzo della rete extranet è finalizzato allo scambio di dati ed informazioni tra le strutture regionali ed altri Enti locali. La misura 6.3 "Società dell'Informazione" del POR Molise 2000-2006 prevede finanziamenti per la realizzazione di tale rete.

L'obiettivo della suindicata misura è quello di creare una rete intranet ed extranet (internet) per la raccolta di dati e informazioni e l'erogazione di servizi, utilizzando i canali telematici esistenti.

A tal fine la Regione intende progettare ed attuare il cosiddetto "Sistema Telematico Molise" il cui principio ispiratore si fonda sulla costituzione di un "sistema di relazioni cooperative" tra tutti i soggetti istituzionali (Regione, Enti Locali, Comunità Montane, Consorzi industriali, ASL, Camere di Commercio, Centri per l'impiego, ecc.) che aderiranno all'iniziativa. Esso da una parte consentirà ai suddetti soggetti lo scambio di informazioni e dati utili ad innalzare il loro livello di efficienza e di funzionalità; dall'altro permetterà a tutti i potenziali utenti della rete di conoscere la realtà della Regione Molise e di utilizzare le informazioni ed i servizi *on line* che verranno via via attivati.

L'attuazione della Misura 6.3 suindicata consentirà di conseguenza la realizzazione della Misura 4 "Diffusione" del presente Piano di comunicazione.

2.5.5 Perché gli opuscoli, le pubblicazioni, i manifesti, i cartelloni, le targhe esplicative

Se la *brochure* potrà, in maniera efficace e rapida, consentire la consultazione degli interventi che si sono realizzati o che si stanno realizzando con i finanziamenti POR, gli **opuscoli di misura** potranno essere un ottimo strumento per una informazione funzionale sulle singole misure del POR.

In collaborazione con i Responsabili di misura, si provvederà ad analizzare la tipologia di tali opuscoli e le varie fasi di realizzazione e di pubblicazione.

Per quanto riguarda le **pubblicazioni**, considerata la buona accoglienza ottenuta dalla Guida per il cittadino, la Regione Molise prenderà in considerazione la possibilità di predisporre e pubblicare manuali, altre guide, raccolte di documenti, di informazioni ed esperienze specifiche realizzate.

I **manifesti** saranno utilizzati per informare l'opinione pubblica del ruolo svolto dall'U.E. e dalla Regione Molise nei settori di sviluppo delle risorse umane, della formazione professionale, dell'occupazione, degli investimenti produttivi e dello sviluppo rurale. Saranno utilizzati in occasione di manifestazioni e convegni; saranno affissi presso gli Organismi che realizzano azioni finanziate dai Fondi strutturali.

I **cartelloni** saranno installati nei luoghi in cui si stanno realizzando i progetti di investimenti infrastrutturali; dove i costi superano i 500.000 euro per azioni cofinanziate dallo SFOP e 3 milioni di euro per azioni cofinanziate dagli altri Fondi, una volta terminati i lavori, tali cartelloni saranno sostituiti da **targhe esplicative** permanenti.

2.6. Collaborazioni

Ribadendo la necessità delle collaborazioni sviluppate negli anni precedenti con le parti sociali, le associazioni di categoria, gli Enti locali, la Regione Molise ha ritenuto di rilevante importanza aprire un dialogo anche con il mondo della scuola sui grandi temi europei ed ha colto l'occasione del Piano di comunicazione del POR per realizzare azioni specifiche indirizzate direttamente ad informare anche i ragazzi ed i giovani sugli interventi della programmazione regionale dei Fondi strutturali.

2.6.1 Collaborazione con Enti locali e parti sociali

La collaborazione con le parti sociali, le Associazioni di categoria, gli Enti locali va sicuramente rafforzata; attraverso il Progetto "Partenariato della comunicazione" si svilupperanno una serie di incontri in cui saranno concordati convegni e seminari rivolti agli operatori economici ed ai cittadini delle diverse realtà locali:

- a) per illustrare e promuovere la rimodulazione del POR, eventuali studi e ricerche svolti sul territorio regionale, gli interventi che con il POR si vogliono realizzare in questa seconda fase di attuazione
- b) per informare ed aggiornare su argomenti ed eventi di interesse comunitario, per comunicare le varie fasi di attuazione del POR
- c) per confrontarsi sulle eventuali difficoltà che si determinano durante le fasi di realizzazione del POR
- d) per verificare il livello di coinvolgimento raggiunto con le diverse azioni del Piano di comunicazione

Il Progetto denominato "Partenariato della Comunicazione" potrà realizzare una più fattiva collaborazione con gli Enti Locali ed i soggetti socio-economici molisani, che consenta di perseguire l'obiettivo di organizzare sul territorio un sistema attivo di diffusione delle informazioni sui contenuti e l'attuazione del POR e del Complemento di Programmazione, nonché sui grandi temi europei. Scopo di tale progetto sarà la promozione di una rete di "Punti europa" sul territorio regionale affinché possano divenire "antenne informative" territoriali.

2.6.2 Collaborazione con la SCUOLA

La collaborazione che si è instaurata con il mondo della scuola nasce dalla convinzione della necessità di dover coinvolgere le strutture, gli operatori scolastici ma, soprattutto, gli alunni nella fase di comunicazione del Programma operativo regionale dei fondi strutturali comunitari.

Ciò per dar modo ai ragazzi, ai giovani, di conoscere, direttamente, quelle opportunità che anche a loro può offrire un Programma operativo che utilizza Fondi strutturali europei; per informarli su quelle opportunità che sono loro riservate ma che, spesso, restano inutilizzate per assenza di informazione o perché non si utilizzano idonei mezzi di comunicazione che meglio possono raggiungere il mondo giovanile. Prevedendo un loro diretto coinvolgimento si è determinata una crescita di interesse sui temi europei ed una conoscenza più approfondita delle opportunità offerte dai Fondi strutturali

In questa prima esperienza collaborativa con il mondo della scuola l'obiettivo che la Regione Molise si è proposta è stato quello di sensibilizzare i ragazzi sui temi europei ed, in particolare, sui Fondi strutturali per poter far emergere una rete di scuole-pilota della Regione

in grado di promuovere la conoscenza delle varie opportunità offerte dall'U.E. attraverso la sua politica strutturale.

Alla scuola, che ha l'impegnativo compito di formare le nuove generazioni, è stata richiesta, attraverso il Programma MOLISE-SCUOLA-EUROPA una collaborazione per stimolare i ragazzi alla scoperta del senso di appartenenza all'Unione Europea ed alla riscoperta dell'appartenenza al proprio territorio, alla propria Regione, in funzione dei nuovi spazi ed opportunità offerte dall'Unione Europea.

Il Programma Molise-Scuola-Europa si è proposto, attraverso l'indizione di un Bando di concorso aperto a scuole elementari e medie inferiori e superiori, di invitare i ragazzi a cimentarsi nella progettazione e realizzazione di materiale che possa essere utile alla diffusione della politica strutturale europea e dei grossi temi europei.

Il Programma Molise-Scuola-Europa è stato rivolto a tutte le scuole del Molise, ha coinvolto Dirigenti scolastici, insegnanti ed alunni con giornate informative sul territorio e attraverso un Concorso pubblico, aperto agli alunni dei tre gradi scolastici, ha individuato otto scuole-pilota per la diffusione della cultura europea. Questa iniziativa ha raccolto il favore delle Autorità scolastiche ed è stata realizzata in uno spirito di grande collaborazione ed entusiasmo.

I lavori realizzati dalle scuole, esaminati da una apposita Commissione, sono stati premiati e saranno utilizzati per la diffusione sul territorio degli argomenti comunitari trattati. Prossimamente si imposterà il calendario delle attività di diffusione dei lavori realizzati dalle singole scuole.

La Regione Molise, in questa seconda fase di attuazione, potrà lanciare l'ambizioso obiettivo, previsto dal Programma Molise-Scuola-Europa, di estendere alle altre Regioni italiane lo stesso Programma per ampliare la rete delle scuole-pilota, per la diffusione della cultura europea, di cui sarà capo-fila la Regione Molise con le sue scuole.

2.7. I soggetti attuatori

Considerata la specificità del programma del Piano di Comunicazione, che risulta incentrato sulla pubblicità ed informazione, e considerate le competenze tecniche necessarie, si ritiene indispensabile dividere la realizzazione del Piano di Comunicazione in due segmenti:

- 1) Comunicazione gestita direttamente dall'Amministrazione regionale
- 2) Comunicazione prodotta e gestita da altri soggetti ma coordinata, controllata e corretta dall'Amministrazione regionale (la vera e propria campagna pubblicitaria)

Per la **Comunicazione gestita direttamente** si svilupperanno le seguenti azioni:

- Individuazione di un logo che renda facilmente riconoscibile il POR Molise
- Realizzazione pagine web specifiche all'interno del sito dell'Ufficio Europa
- Brochure del POR (per assi di intervento)con gli interventi realizzati o che si stanno realizzando
- Rete extranet (con Consiglio regionale, assessorati ed enti locali) in attuazione misura 6.3 "Società dell'Informazione"

- Comunicazione sul territorio e coordinamento sinergie interne (convegni, incontri, collaborazioni)
- Pubblicazione sul sito delle schede di monitoraggio
- Realizzazione opuscoli di misura
-

La **Comunicazione svolta da terzi** realizzerà la vera e propria campagna pubblicitaria e alcune azioni che necessitano di supporto tecnico-specialistico; sarà regolamentata e disciplinata da apposita convenzione contenente:

- Risorse disponibili
- Periodi di riferimento della campagna pubblicitaria
- Oggetto della campagna pubblicitaria

Il soggetto terzo sarà individuato con apposito Bando ad evidenza pubblica.

2.8. I soggetti valutatori

Ogni programma di azione, e dunque anche il Piano di Comunicazione, prevede una sua valutazione per verificarne l'efficacia. Dopo la valutazione effettuata nella fase intermedia di realizzazione del POR è prevista la valutazione a realizzazione ultimata. Per consentire tale valutazione sarà necessaria:

- un'attività di rilevazione dei risultati delle singole azioni (numero di contatti ottenuti, modifica del grado di informazione del soggetto target di una certa azione....)
- un'attività di monitoraggio
- un'attività di effettiva valutazione dei risultati

Di ciò, e della predeterminazione dei criteri necessari per le suddette attività, tenendo conto delle indicazioni fornite dall'Area Informazione e Comunicazione della DG Regio, si farà carico, a garanzia di una valutazione oggettiva, un soggetto esterno, diverso dal soggetto attuatore. Tale soggetto sarà lo stesso valutatore esterno selezionato dalla Regione Molise ed incaricato della valutazione del POR.

2.9. Le risorse finanziarie

L'Asse 7 – “Assistenza tecnica” del POR Molise 2000-2006, in seguito alla riprogrammazione 2004, riserva una disponibilità di risorse pari a complessivi euro 600.000,00 per l'attuazione del Piano di comunicazione. Le tabelle n. 1, n. 2, n. 3 e n. 4, di seguito riportate, evidenziano le previsioni indicative di spesa per le singole misure ed azioni previste dal presente Piano di comunicazione.

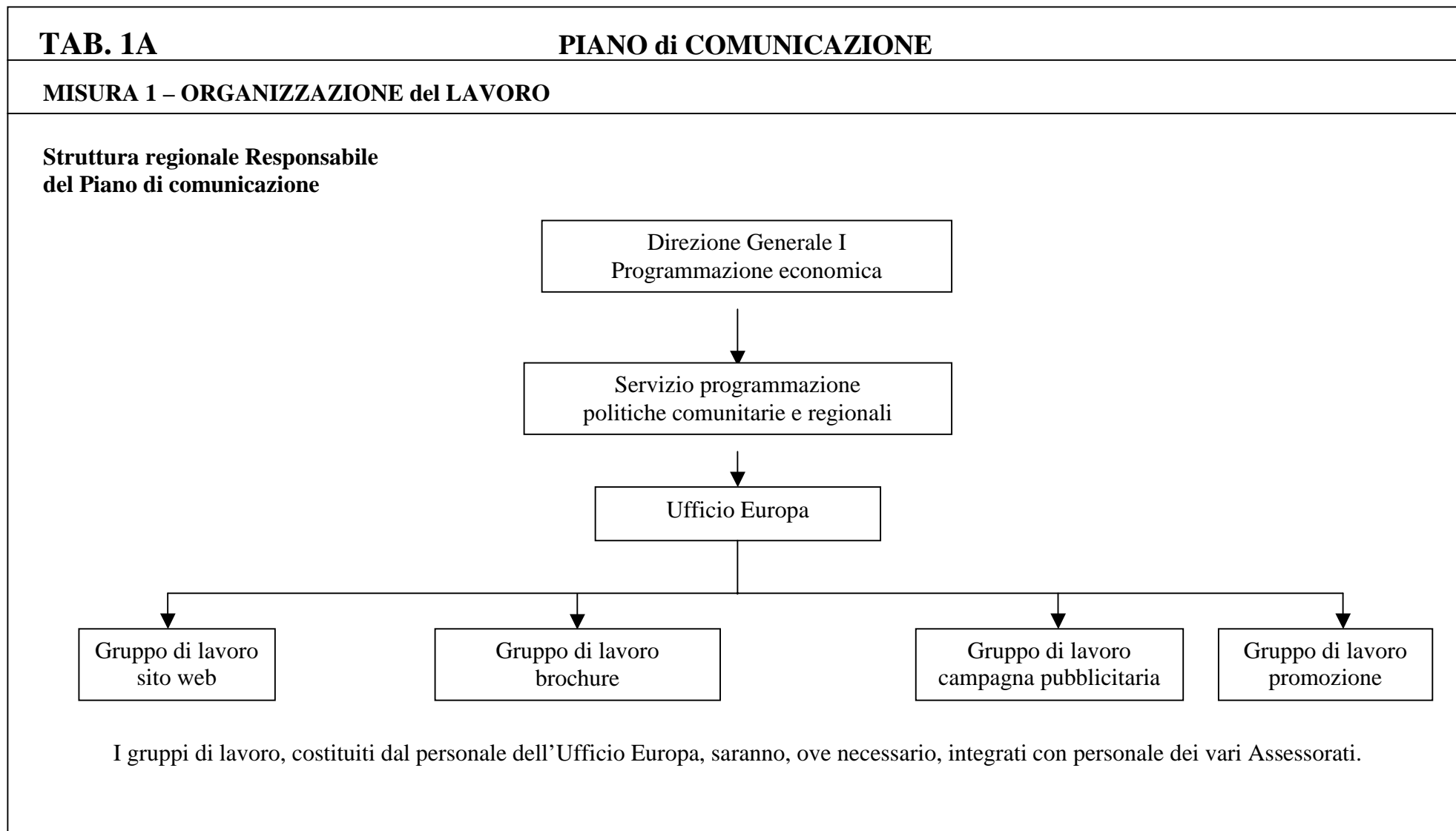
TAB. 1- PIANO DI COMUNICAZIONE - RIPARTIZIONE FINANZIARIA	
MISURA	RISORSE PREVISTE in euro
Misura 1 – Organizzazione del lavoro	36.400,00
Misura 2 – Informazione	285.800,00
Misura 3 – Promozione	236.600,00
Misura 4 – Diffusione	41.200,00
TOTALE COMPLESSIVO	600.000,00

TAB. 2 - RIPARTIZIONE FINANZIARIA DI PREVISIONE – MISURA 2		
MISURA	AZIONI	RISORSE PREVISTE in euro
2 INFORMAZIONE		
2.1 Informazione divulgativa	Campagna pubblicitaria	185.000,00
	2.1.1 Spot televisivi e radiofonici	-
	2.1.2 Pubblicità mezzo stampa	
2.2 Informazione tecnica	2.2.1 Pagina Web sul sito Ufficio Europa	15.000,00
	2.2.3 Brochure	21.000,00
	2.2.4 Pubblicazioni e opuscoli	35.800,00
	2.2.5 Spazi televisivi mirati	(costi compresi nella campagna pubblicitaria)
	2.2.6 Convegni di settore	15.500,00
	2.2.7 Attività di pubbliche relazioni con associazioni di categorie, associazioni dei molisani nel mondo	7.000,00
	2.2.8 Incontri periodici c/o sedi Istituzionali	5.000,00-
TOTALE di MISURA		285.800,00

TAB. 3 - RIPARTIZIONE FINANZIARIA DI PREVISIONE – MISURA 3		
MISURA	AZIONI	RISORSE PREVISTE in euro
3 PROMOZIONE		
3.1 Promozione divulgativa	Collaborazione con la scuola (pubblicazioni e materiale informativo sull'Unione Europea e i Fondi strutturali – Incontri con gli operatori scolastici)	37.800,00
	3.1.1 Scuole Medie Superiori <ul style="list-style-type: none">Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo per rimborso spese e per viaggio-studio c/o U.E.	74.800,00
	3.1.2 Scuole Medie Inferiori <ul style="list-style-type: none">Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo per acquisto materiale informatico e viaggio c/o Uffici U.E. a Roma	15.500,00
	3.1.3 Scuole Elementari <ul style="list-style-type: none">Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo per acquisto materiale informatico e viaggio c/o Uffici Regionali (Giunta , Consiglio , Ufficio Europa)	15.500,00
	Collaborazione con le parti sociali	
3.2 Promozione tecnica <ul style="list-style-type: none">Promozione di studi e ricerca sul territorioStato di attuazione P.O.R.Confronti sulle eventuali difficoltà di realizzazioneVerifica del livello di coinvolgimento raggiunto con il piano di comunicazione		60.000,00
	3.2.1 Enti locali <ul style="list-style-type: none">Incontri e seminari Convegni	13.000,00
	3.2.2 Imprenditori <ul style="list-style-type: none">Incontri e seminari Convegni	10.000,00
	3.2.3 Parti Sociali <ul style="list-style-type: none">Incontri e seminari Convegni	10.000,00
	TOTALE di MISURA	

TAB. 4 - RIPARTIZIONE FINANZIARIA DI PREVISIONE – MISURA 4		
MISURA	AZIONI	RISORSE PREVISTE in euro
4 DIFFUSIONE		
4.1 Istituzionale	4.1.1 Reti Extranet <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scambio di dati ed informazione con strutture regionali (Consiglio e Assessorati) ed Enti locali - Realizzazione sistema telematico Molise (Misura 6.3 del P.O.R.) 	Misura 6.3 – Società dell'informazione del POR
4.2 Extraistituzionale	4.2.1 Internet <ul style="list-style-type: none"> ▪ sito web Ufficio Europa - Punto centrale per l'attività di diffusione di tutte le informazioni concernenti i fondi strutturali - Monitoraggio 	20.600,00
	4.2.2 Reti di collegamento a livello locale <ul style="list-style-type: none"> ▪ altri Uffici Europa - Infopoint – Informagiovani ▪ rete scuole pilota 	20.600,00
TOTALE di MISURA	=	41.200,00

2.10. Tabelle di misura e per pubblico di riferimento



TAB. 2A - MISURA E AZIONI DA INTRAPRENDERE ED IL PUBBLICO A CUI SONO RIVOLTE PER LA REALIZZAZIONE DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O.R.

<i>MISURA</i>	<i>AZIONI</i>	<i>PUBBLICO DI RIFERIMENTO</i>
2 INFORMAZIONE		
2.1 Informazione divulgativa	Campagna pubblicitaria	
	2.1.1 Spot televisivi e radiofonici	Grande pubblico
	2.1.2 Pubblicità mezzo stampa	Grande pubblico
2.2 Informazione tecnica	2.2.1 Pagina Web sul sito Ufficio Europa	Operatori / Grande pubblico
	2.2.2 Newsletter	Operatori
	2.2.3 Pubblicazioni e opuscoli	Operatori / Grande pubblico
	2.2.4 Spazi televisivi mirati	Operatori / Grande pubblico
	2.2.5 Convegni di settore	Operatori / Grande pubblico
	2.2.6 Attività di pubbliche relazioni con associazioni di categorie, associazioni dei molisani nel mondo	Operatori
	2.2.7 Incontri periodici c/o sedi Istituzionali	Operatori / Pubblico territoriale

TAB. 3A - MISURA E AZIONI DA INTRAPRENDERE ED IL PUBBLICO A CUI SONO RIVOLTE PER LA REALIZZAZIONE DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O.R

<i>MISURA</i>	<i>AZIONI</i>	<i>PUBBLICO DI RIFERIMENTO</i>
3 PROMOZIONE		
3.1 Promozione divulgativa	<p><i>Collaborazione con la scuola</i> (pubblicazioni e materiale informativo sull'Unione Europea e i Fondi strutturali – Incontri con gli operatori scolastici)</p> <p>3.1.1 Scuole Medie Superiori <ul style="list-style-type: none"> Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo per rimborso spese e per viaggio-studio c/o U.E. </p> <p>2.1.1 Scuole Medie Inferiori <ul style="list-style-type: none"> Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo acquisto materiale informatico e viaggio c/o Uffici U.E. a Roma </p> <p>2.1.2 Scuole Elementari <ul style="list-style-type: none"> Concorso per predisposizione materiale divulgativo di informazione sull'U.E. ed i fondi strutturali - Premio contributo per acquisto materiale informatico e viaggio c/o Uffici Regionali (Giunta, Consiglio, Ufficio Europa) </p>	<p>Giovani età 14/19 anni</p> <p>Ragazzi età 11/14 anni</p> <p>Bambini età 6/11 anni</p>
3.2 Promozione tecnica	<i>Collaborazione con le parti sociali</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Promozione di studi e ricerca sul territorio Stato di attuazione P.O.R Confronti sulle eventuali difficoltà di realizzazione. Verifica del livello di coinvolgimento raggiunto con il piano di comunicazione 	<p>3.2.1 Enti locali Incontri e seminari Convegni</p> <p>3.2.2 Imprenditori Incontri e seminari Convegni</p> <p>3.2.3 Parti Sociali Incontri e seminari Convegni</p>	<p>Operatori/ Pubblico territoriale</p> <p>Operatori</p> <p>Operatori</p>

TAB. 4A - MISURA E AZIONI DA INTRAPRENDERE ED IL PUBBLICO A CUI SONO RIVOLTE PER LA REALIZZAZIONE DEGLI OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O.R

<i>MISURA</i>	<i>AZIONI</i>	<i>PUBBLICO DI RIFERIMENTO</i>
4 <i>DIFFUSIONE</i>		
4.1 Istituzionale	4.1.1 Reti Extranet <ul style="list-style-type: none"> ▪ Scambio di dati ed informazione con strutture regionali (Consiglio e Assessorati) ed Enti locali - Realizzazione sistema telematico Molise (Misura 6.3 del P.O.R.) 	Operatori / Pubblico territoriale
4.2 Extraistituzionale	4.2.1 Internet <ul style="list-style-type: none"> ▪ sito web Ufficio Europa - Punto centrale per l'attività di diffusione di tutte le informazioni concernenti i fondi strutturali - Monitoraggio 4.2.2 Reti di collegamento a livello locale <ul style="list-style-type: none"> ▪ altri Uffici Europa - Infopoint – Informagiovani 	Grande pubblico / Operatori Pubblico di settore

SOMMARIO

1.	LA COMUNICAZIONE PER L'UNIONE EUROPEA.....	3
1.1.	Il piano di comunicazione per l'Unione Europea	4
2.	IL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL P.O.R. MOLISE 2000-2006 RIMODULAZIONE 2004	5
2.1.	Finalità del Piano di comunicazione	5
2.2.	Il target	5
2.3.	Gli obiettivi del Piano di comunicazione	5
2.4.	Le Misure e le Azioni per la realizzazione del Piano di Comunicazione	6
2.5.	Gli strumenti del Piano di comunicazione	8
2.5.1	Perché Internet	8
2.5.2	Perché la brochure.....	9
2.5.3	Perché una campagna pubblicitaria.....	9
2.5.4	Perché extranet.....	11
2.5.5	Perché gli opuscoli, le pubblicazioni, i manifesti, i cartelloni, le targhe esplicative	11
2.6.	Collaborazioni	12
2.6.1	Collaborazione con Enti locali e parti sociali	12
2.6.2	Collaborazione con la SCUOLA.....	12
2.7.	I soggetti attuatori	13
2.8.	I soggetti valutatori	14
2.9.	Le risorse finanziarie.....	15
2.10.	Tabelle di misura e per pubblico di riferimento.....	18