REGIONE PUGLIA

Area Politiche per lo sviluppo economico, lavoro e innovazione

SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE

Piano di Comunicazione Servizio Attività Estrattive

Novembre 2010

INDICE

1. PREMESSA 5

2. LO SCENARIO 7

2.1. Attività istituzionale Servizio Attività Estrattive anni 1980-2006 9
2.1.1. Leggi e regolamenti 9
2.1.1. Deliberazioni della giunta regionale 9

2.2. Attività istituzionale del Servizio Attività Estrattive anni 2007-2010 10
2.2.1. PRAE - Piano regionale delle attività estrattive 10
2.2.2. Promozione del settore estrattivo 12
2.2.3. Attività istruttorie 13
2.2.4. Sistema informativo delle attività estrattive 15
2.2.5. Concessione contributi 16
2.2.6. Ricerca e coltivazione idrocarburi 18
2.2.7. Acque minerali e termali 19
2.2.8. Statistica mineraria 19
2.2.9. Progetti, studi e ricerche 20

2.3. Distretto Materiali lapidei 27
2.3.1. Marchio collettivo 27

2.4. Gruppo di lavoro 28

3. ANALISI SWOT 29

4. STAKEHOLDER 31

5. OBIETTIVI DEL PIANO DI COMUNICAZIONE 32

5.1. Obiettivi generali 32

5.2. Obiettivi specifici 32

6. TARGET DELLA COMUNICAZIONE 35

6.1. Target primario 35

6.2. Target secondario 35

7. SCELTE STRATEGICHE 37

7.1. Per il Servizio Attività Estrattive 37
7.1.1. Comunicazione istituzionale 37
7.1.2. Comunicazione interna 37
7.1.3. Comunicazione di marketing e promozione di progetto 37
7.1.4. Azioni di Sensibilizzazione 38
7.1.5. Azioni di Promozioni e relazioni pubbliche 39
7.1.6. Azioni di Advertising 40

7.2. Per il Marchio Pietre di Puglia 41
7.2.1. Comunicazione istituzionale e interna 41

7.2.2. Azioni di Sensibilizzazione 41
7.2.3. Azioni di Promozione e relazioni pubbliche 42
7.2.4. Azioni di Advertising 45

8. MESSAGGI CHIAVE 47

9. STRUMENTI PER LA COMUNICAZIONE 48

9.1. Per il Servizio Estrattivo 48

9.2. Per il Marchio Pietre di Puglia 50

10. TABELLA STRUMENTI / AZIONI 52

10.1. Per il Sevizio Attività estrattive 52

10.2. Per il Marchio Pietre di Puglia 54

11. BUDGET 56

12. MONITORAGGIO 57

13. CRONOPROGRAMMA 58

13.1. Per il Sevizio Attività estrattive 58

13.2. Per il Marchio Pietre di Puglia 58

1. Premessa

Per anni si è registrato in Italia un disinteresse per il valore economico delle attività estrattive in generale, e della produzione di materiali lapidei in particolare, non giustificato, dato che siamo il paese a maggior produzione in assoluto di prodotti grezzi e lavorati, con un giro d'affari che si aggira intorno a un miliardo e settecentotrentacinque milioni di Euro l'anno, che ha un ruolo egemone nell'export dei prodotti lavorati nonché quello che registra il maggior volume di importazioni. In ultimo l'Italia detiene anche la guida del settore della produzione della macchine per l'escavazione e per la trasformazione del prodotto grezzo.

L'Unione Europea, dal suo canto, ha introdotto una serie di normative tecniche per l'utilizzo del materiale lapideo nel settore edilizio che insistono sulla certificazione della qualità dei materiali e del processo produttivo e, per adeguarsi agli standard imposti dalle normative di settore, le imprese rivolgono agli enti predisposti una pressante richiesta di attestazioni di qualità, sia da un punto di vista estetico (colore, valore decorativo, disegno, venatura) che tecnico (idoneità a certi impieghi, durevolezza, comportamento prima della posa in opera, ecc.).

Il comparto, ritenuto fortemente dipendente dal trend del settore edile, è stato sottovalutato a lungo; basti pensare che il contesto normativo nazionale vede ancora oggi in vigore un Regio Decreto del 1927, in un quadro in cui nel 1977 sono stati trasferiti i poteri in materia alle Regioni, largamente impreparate a rispondere con intento programmatorio alle esigenze del settore.

Perciò, da un lato la necessità di aumentare la competitività delle imprese per reggere la concorrenza nazionale e internazionale, dall'altro i limiti normativi imposti dall'Unione Europea hanno imposto alle Regioni di imprimere un accelerazione alla loro azione sul territorio.

In Puglia, dal punto di visto economico, le attività estrattive occupano un posto di rilievo per lo sviluppo della regione e al suo interno la produzione di materiali lapidei, semilavorati e prodotti finiti è senz'altro il mercato principale per importanza e per volume del fatturato. La produzione registra alcuni tra i materiali per uso ornamentale di maggior pregio sul panorama nazionale e si cavano, ogni anno, circa venticinque milioni di tonnellate di soli inerti che fruttano oltre 300 milioni di Euro agli imprenditori pugliesi.

La Regione, d'altro canto, in questi ultimi anni ha ben compreso l'esigenza di investire sull'innovazione dell'intero settore lapideo per aumentarne la competitività sui mercati nazionali e internazionali, perseguire una maggiore efficienza produttiva e una riduzione di tempi e costi di produzione, mantenendo elevata la qualità del prodotto finito e garantendo la sicurezza nei processi di lavorazione. Per queste ragioni l'apparato amministrativo ha intensificato la sua azione legislativa e normativa, registrando un nuovo dinamismo apportatore di benefici e innovazioni per l'intero comparto.

2. Lo scenario

Dunque il settore è oggi oggetto di un grande rinnovamento e in questo contesto la Regione Puglia, preso atto della dinamicità del settore, ha raggiunto anche la consapevolezza di possedere, localizzati sul territorio regionale, alcuni dei più importanti bacini di estrazione. È importante anche ricordare che oltre alle competenza autorizzative, il Servizio Attività Estrattive della Regione Puglia ha competenze di studio finalizzate soprattutto alla redazione di piani finanziabili con risorse nazionali o comunitarie per il recupero delle cave esaurite, dismesse o abbandonate. Sono di pertinenza della Regione pure le attività disciplinate dalle leggi regionali 44/75 e 37/85 relative alla ricerca e coltivazione di acque minerali e termali e di sostanze minerali industrialmente utilizzabili. Così come nelle materie delegate, la Regione esercita attività di Polizia Mineraria a tutela dell'igiene del lavoro e della sicurezza degli scavi, esprime pareri sull'attività di ricerca di acque sotterranee a uso irriguo o igienico sanitario e per la realizzazione di linee elettriche o elettrodotti.

L'Ente regionale ha perciò deciso di intervenire con un intervento legislativo organico, teso a meglio identificare lo stato dell'arte del settore e introdurre alcune significative innovazioni strutturali.

Chiaro è stato l'intento pianificatore della Regione Puglia che ha proceduto a rinnovare profondamente il contesto normativo attraverso alcuni mirati interventi legislativi perseguendo l'obiettivo di promuovere lo sviluppo di nuovi cicli produttivi, nel rispetto della tutela ambientale dei giacimenti e con costi energetici contenuti.

L'azione è partita dalla consapevolezza che, in un contesto estremamente dinamico, quale quello rappresentato in premessa, è estremamente importante per la Regione Puglia, conoscere lo stato dell'arte del settore, in modo da rispondere al meglio alle esigenze del territorio.

La realizzazione del catasto cave ha raggiunto questo obiettivo e, in questo senso, ha rappresentato un punto di svolta nell'attività istituzionale. Lo strumento è un work in progress, un lavoro in continuo aggiornamento e affinamento, sviluppato a partire dalla costruzione di un database contenente le informazioni in possesso del Servizio Attività Estrattive relativamente alle concessioni minerarie sul territorio regionale. Alcune di queste informazioni sono inserite in un Sistema Informativo Territoriale dove, associate al

poligono georiferito dell'area di cava autorizzata, è possibile verificare oltre alle indicazioni relative alla località, comune, provincia, estensione, lo stato della cava (attiva/non attiva), quello autorizzativo e il materiale estratto.

Per governare l'intero processo, nell'ambito dei processi di riorganizzazione delle strutture della Giunta Regionale della Regione Puglia, con DECRETO DEL PRESIDENTE DELLA GIUNTA REGIONE 30 luglio 2009, n. 787 - Istituzione dei Servizi ricadenti nelle otto Aree di Coordinamento della Presidenza e della Giunta della Regione Puglia è stato adottato l'atto di organizzazione che ha istituito i Servizi ricadenti nelle Aree di Coordinamento della Presidenza e della Giunta Regionale e delle funzioni ad essi assegnate.

Dunque attualmente le funzioni del Servizio Attività Estrattive sono le seguenti:

- Redigere e periodicamente aggiornare il Piano regionale dedicato alle attività estrattive (PRAE), curandone la corretta impostazione sotto il profilo tecnico e nel rispetto del quadro normativo comunitario e nazionale;
- Curare gli adempimenti autorizzativi/concessori relative alle domande di attivazione di cave e miniere, anche attraverso l'apposito Sportello Unico (SURAE), disciplinato con Regolamento n. 3 dell' 8 aprile 2008;
- Contribuire alla definizione e all'aggiornamento degli indirizzi legislativi e normativi in materia, anche avvalendosi della consulenza delle Facoltà e dei Dipartimenti universitari specializzati nella materia;
- Formulare pareri e istruttorie, fornendo supporto al CTRAE nell'esercizio delle funzioni di valutazione e controllo;
- Compiere sistematiche azioni di monitoraggio e verifica dello stato dell'arte in materia, gestendo l'archivio informatizzato e georeferenziato dei siti di cava e contribuendo a dettare indirizzi sul loro ripristino alla fine del periodo di coltivazione.

Dall'analisi di questo scenario complesso il primo elemento di riflessione è rilevare un cambiamento di passo compiuto negli ultimi anni nella programmazione e direzione del Servizio Attività Estrattive.

A questo scopo è utile elencare le principali attività istituzionali svolte dalla Regione Puglia a partire dal 1980.

2.1. Attività istituzionale Servizio Attività Estrattive anni 1980-2006

2.1.1. Leggi e regolamenti

Legge n. 7 del 17/01/1980 - Esercizio delle funzioni amministrative nelle materie acque minerali e termali e cave e torbiere da parte della Regione - Disposizioni transitorie. Istituzione dell'Ufficio minerario

Legge n. 15 del 10/04/1985 - Nuova normativa concernente gli interventi regionali nel settore estrattivo.

Provvidenze ed incentivazioni nel settore estrattivo

Legge n. 37 del 22/05/1985 - Norme per la disciplina dell'attivita' delle cave. La presente legge disciplina la ricerca e la coltivazione in superficie o in sotterraneo delle sostanze minerali industrialmente utilizzabili sotto qualsiasi forma o condizione fisica, appartenenti alla seconda categoria ai sensi dell'art. 2, terzo comma, del R.D. 29 luglio 1927, n. 1443 e comunque non compresi nella prima categoria ai sensi del secondo comma dello stesso art. 2. Istituzione del PRAE.

Legge n. 13 del 09/06/1987 - Modifiche ed integrazioni alla legge regionale 22 maggio 1985, n. 37.

Legge n. 4 del 10/04/1989 - Modifiche all' art. 36 della legge regionale 22 maggio 1985, n. 37.

Legge n. 21 del 12/11/2004 - Disposizioni in materia di attività estrattiva. Istituzione dello Sportello unico regionale per le attività estrattive e del CTRAE (COMITATO TECNICO REGIONALE DELLE ATTIVITA' ESTRATTIVE).

2.1.1. Deliberazioni della giunta regionale

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE del 11 Dicembre 2000, n. 1744 Adozione del PR.A.E. con le modifiche apportate dal Settore Attività Estrattive (ex Ufficio Minerario Regionale).

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE. n. 824 del 13 giugno 2006 L.R. 37/85 e successive modifiche ed integrazioni. - Approvazione Piano Regionale delle Attività Estrattive – PRAE

2.2. Attività istituzionale del Servizio Attività Estrattive anni 2007-2010

Il dinamismo espresso dal settore negli ultimi anni si è ripercosso anche nell'ambito degli strumenti di programmazione regionale.

2.2.1. PRAE - Piano regionale delle attività estrattive

Negli ultimi tre anni la Regione Puglia ha cercato di rendere più efficace ed efficiente il quadro normativo attraverso l'approvazione del PRAE (Piano Regionale Attività Estrattive) avvenuta con il **D.G.R. n. 580 del 15/05/07**. Lo strumento, già previsto nella precedente normativa (legge n°37/85), ha come principio ispira tore quello di consentire la coltivazione delle cave solo nell'ambito di specifici Bacini estrattivi che devono essere a loro volta disciplinati da piani riferiti a ciascuno di esso. Ma le difficoltà riscontrate nella redazione dei piani di bacino, hanno indotto l'amministrazione regionale a rivedere alcuni dei principi ispiratori del Piano Regionale, e a fletterli verso un approccio che autorizza la coltivazione nelle aree meno sensibili del territorio e quindi non gravate da vincoli di tutela paesaggistica, naturalistica, storico-testimoniale e/o idrogeologica.

Conseguentemente la revisione del PRAE ha portato alla redazione della carta giacimentologica e all'eliminazione dei problematici Piani di Bacino, pur confermando l'esigenza, per alcune aree particolarmente compromesse dalla precedente attività estrattiva, della redazione di Piani Particolareggiati a cura dei Comuni interessati.

La realizzazione di questo orientamento pianificatorio ha prodotto numerosi provvedimenti normativi e deliberativi.

2.2.1.1. Atti regionali relativi al PRAE

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 15 maggio 2007, n. 580 - Legge regionale n. 37/85 e successive modifiche ed integrazioni – Piano Regionale delle Attività Estrattive - (P.R.A.E.). Approvazione definitiva.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 31 ottobre 2007, n. 1794 - Direttiva in materia di attività estrattiva – Modifiche ed integrazioni alla Deliberazione di Giunta regionale n. 538/07.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 13 novembre 2007, n. 1849 - Approvazione modifiche ed integrazioni alla Deliberazione di Giunta regionale n. 580/07 di approvazione definitiva del PRAE.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 31 marzo 2008, n. 475 - Convenzione tra la Regione Puglia ed il Politecnico di Bari per la rielaborazione del PRAE di cui alla Legge regionale n. 37/85.

Dunque il PRAE, a causa del lungo tempo trascorso per la sua approvazione definitiva, pur rappresentando un importante punto fermo in materia di indirizzo e gestione delle attività estrattive, risente di alcune incongruenze e incertezze nella pianificazione delle aree individuate e nelle procedure di attuazione e nella cartografia, ormai vetusta.

Con tale premessa, appare evidente come si rende opportuno, oltre che necessario, procedere a una sua nuova rielaborazione che, introducendo elementi innovativi di programmazione, alla luce dei nuovi orientamenti di pianificazione del territorio, consenta il riassetto del comparto e renda l'attività estrattiva maggiormente compatibile con il rispetto dell'ambiente. Ecco la serie di atti regionali che hanno interessato il PRAE dopo la sua prima approvazione.

DETERMINAZIONE DIRIGENTE SETTORE ATTIVITA' ESTRATTIVE 7/4/2008, n. 35 - Convenzione tra Regione Puglia – Assessorato all'Ecologia e Dipartimento Ingegneria Civile ed Ambientale del Politecnico di Bari per la rielaborazione del

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 8 aprile 2008, n. 515 - Modifiche ed integrazioni agli artt. 22 e 25 delle norme tecniche di attuazione del P.R.A.E.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 25 giugno 2008, n. 1046 – Ulteriori correzioni e rettifiche materiali alla cartografia approvata

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 10 febbraio 2009, n. 123 – Approvazione della circolare esplicativa in materia di pianificazione delle attività estrattive. Artt. 2, 3 e 4 delle N.T.A. del PRAE inerenti la redazione dei Piani di Bacino.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 10 novembre 2009, n. 2112 - Adozione delle variazioni al Piano Regionale delle Attività Estrattive - art. 33 l.r. 37/85.

La principale innovazione introdotta nella normativa ha comportato il passaggio dalla carta geologica a quella giacimentologica, con l'eliminazione dei Piani di Bacino di difficile attuazione. Nella modifica legislativa si è comunque tenuto conto dell'esigenza della redazione di Piani Particolareggiati per alcune aree particolarmente compromesse dall'attività estrattiva, disponendo che essa dovesse essere realizzata a cura dei comuni interessati e potesse godere di finanziamenti e contributi regionali. Dunque, la revisione del PRAE ha conseguito due fondamentali obiettivi: primo il raggiungimento dell'equilibrio tra le esigenze del mondo produttivo e la necessità di tutelare ambiente e paesaggio e secondo l'affermazione del bisogno di costruire un patrimonio informativo condiviso che sia alla base di corrette scelte di programmazione regionale.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 febbraio 2010, n. 445 - Variazione PRAE - Approvazione Cartografia, Norme Tecniche di Attuazione e relativo Regolamento Piano regionale delle Attività Estrattive - art. 33 l.r. 37/85.

2.2.2. Promozione del settore estrattivo

Con la LEGGE REGIONALE 15 novembre 2007, n. 31 "Norme per il sostegno e lo sviluppo del settore estrattivo", la Regione Puglia, al fine di sostenere la competitività del settore estrattivo pugliese, svolge azioni di promozione delle produzioni a rilevanza regionale, con la partecipazione a convegni, mostre e manifestazione fieristiche e predispone la progettazione e la pubblicazione di materiale illustrativo e promozionale del settore estrattivo pugliese.

La legge ha finanziato azioni di promozione, erogato finanziamenti per studi e ricerche, per l'innovazione del settore e per gli interventi di recupero degli scarti e dei prodotti inquinanti, ma soprattutto ha istituito il marchio collettivo Pietre di Puglia. Il marchio è proprietà della Regione Puglia ed è concesso in uso a quelle imprese che utilizzano tecniche di produzione compatibili con la tutela del territorio e dell'ambiente, nel rispetto di specifici disciplinari. Pensato come sostegno alla competitività del settore lapideo, Pietre di Puglia è segno distintivo di promozione, garanzia di qualità del prodotto e del processo produttivo, elemento di promozione del territorio regionale, portatore di un preciso

significato aggiuntivo di rispetto della legalità e di controllo e riduzione degli eventuali effetti negativi sul territorio dell'attività estrattiva.

2.2.2.1. Atti regionali relativi alla promozione

LEGGE REGIONALE 15 novembre 2007, n. 31 - "Norme per il sostegno e lo sviluppo del settore estrattivo".

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 13 giugno 2008, n. 980 – Attività di promozione del Settore Attività Estrattive – Variazione al Bilancio di previsione 2008.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 22 luglio 2008, n. 1381 – Art. 5 L.r. n. 31/07 – Approvazione marchio collettivo e Regolamento d'uso.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 30 giugno 2009, n. 1158 - Affidamento incarico a Innovapuglia s.p.a. per la realizzazione del'"Osservatorio domanda di materiali lapidei per la pianificazione del volume di produzione in Puglia" e "Implementazione del marchio regionale con assistenza tecnica allo Sportello Unico Regionale Attività Estrattive S.U.R.A.E.".

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 22 giugno 2010, n. 88 - Costituzione Comitato Tecnico inerente il "Marchio Pietre di Puglia" - Approvazione progetti esecutivi ai sensi della delibera di G.R n°1158/09.

2.2.3. Attività istruttorie

Per ciò che attiene l'attività istruttoria tipica dell'ente regionale, il Servizio Attività Estrattive ha inteso utilizzare uno strumento innovativo per assicurare l'unicità di conduzione e la semplificazione di tutte le procedure autorizzative e concessorie, l'eliminazione delle duplicazioni procedimentali e documentali, l'assoluta trasparenza e assistenza alle imprese: lo Sportello Unico Regionale delle Attività Estrattive – SURAE.

Lo Sportello unico opera, presso le diverse strutture interessate al rilascio di pareri e nulla osta, in deroga alle rispettive norme di riferimento, in sostituzione del soggetto proponente, con la finalità di semplificare e migliorare le relazioni tra la Pubblica Amministrazione e le aziende del settore, attraverso la riduzione dei costi e dei tempi necessari all'espletamento dei provvedimenti amministrativi, l'accesso semplificato alla modulistica, ai dati e alle notizie utili, l'assistenza alle aziende del settore e all'utenza in generale.

Fornisce inoltre supporto al CTRAE nell'esercizio delle funzioni di valutazione e controllo, con la formulazione di pareri e istruttorie.

Quindi, con il Regolamento Regionale n. 3 del 8 aprile 2008 si è disciplinato il funzionamento del SURAE (Sportello Unico Regionale per le Attività Estrattive) istituito con Legge regionale n. 21/2004.

Il regolamento ha definito le finalità, le procedure e la struttura organizzativa del SURAE che diventa l'unico riferimento per funzioni amministrative e informative, quali la gestione dei procedimenti e l'interfaccia informativa su modulistica, iter procedurali, referenti e tempi. Lo sportello riunisce in sé le funzioni di Ufficio Rapporti con il Pubblico e di Ufficio per i procedimenti interni all'amministrazione, è punto di raccordo con gli altri enti interessati e porta alla semplificazione delle procedure con l'intento esplicito di velocizzare in particolare gli iter autorizzativi, garantendo trasparenza dell'operato dell'amministrazione e fornendo assistenza agli utenti.

Se analizziamo il flusso dei procedimenti istruiti dagli uffici del SURAE possiamo riscontrare lo stesso dinamismo che caratterizza il comparto estrattivo, come si può osservare dalle tabelle seguenti dove sono forniti i dati relativi ai procedimenti avviati e conclusi.

FLUSSO DEI PROCEDIMENTI NEL PERIODO 2007-2010						
	AVVIATI			**CONCLUSI**		
Anni	totale	di parte	d'ufficio	totale	di parte	d'ufficio
2007	146	129	17	75	58	17
2008	58	43	15	68	53	15
2009	95	68	27	90	63	27
2010	90	60	30	92	62	30
periodo 2007-2010	**389**	**300**	**89**	**325**	**236**	**89**

MEDIA DEI PROCEDIMENTI AVVIATI E CONCLUSI		
	Avviati	Conclusi
Periodo 2000-2006	100	71
Periodo 2007-2010	97	81

2.2.4. Sistema informativo delle attività estrattive

Per fornire un supporto informativo all'attuazione delle politiche regionali in tema di attività estrattive, e in particolare alle procedure regionali relative alla gestione del PRAE e alle procedure regionali relative al rilascio delle autorizzazioni (sportello unico), è stato sviluppato il sistema informativo delle attività estrattive.

L'iniziativa si inquadra all'interno di un'azione più ampia che l'Amministrazione regionale ha posto in essere, partita dalla necessità di possedere un quadro di conoscenza omogenea e condivisa e arrivata alla realizzazione del Sistema informativo Territoriale (SIT) regionale e del Sistema Informativo Pugliese dell'Ambiente (SIPA), sistemi innovativi che offrono servizi implementati su informazioni e dati di conoscenza del territorio regionale condivisi, digitali, georiferiti e forniti in forma di carte tecniche aggiornate per l'intero territorio pugliese.

Il sistema informativo del Servizio Attività estrattive è anch'esso basato su una conoscenza adeguata e aggiornata delle peculiarità del territorio e delle attività estrattive, ed è stato costruito attraverso attività di censimento, rilevamento e analisi dello stato di fatto e delle pratiche di autorizzazione.

2.2.4.1. Atti regionali relativi al Sistema Informativo

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 4 luglio 2007, N. 1057 - Proroga dei termini per la prestazione delle domande di proroga all'esercizio dell'attività estrattiva.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 3 agosto 2007, n. 1365 - Proroga dei termini stabiliti dagli artt. 22 e 23 delle N.T.A. del PRAE con cui si fissano le scadenze ultime per la presentazione delle fidejussioni e delle richieste di proroga.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 132 - Proroga ai termini stabiliti dall'art. 23 delle N.T.A. del PRAF. sia per la presentazione della fidejussione e della richiesta di proroga, che all'autorizzazione a proseguire l'attività estrattive

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 18 marzo 2008, n. 359 - Convenzione tra Regione Puglia – Assessorato all'Ecologia e Dipartimento Ingegneria Civile ed Ambientale del Politecnico di Bari per l'analisi dei progetti nell'ambito dell'istruttoria delle richieste di autorizzazione all'attività estrattiva nella Regione Puglia.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SETTORE ATTIVITA' ESTRATTIVE 31 marzo 2008, n. 31 - Convenzione tra Regione Puglia – Assessorato all'Ecologia e Dipartimento Ingegneria Civile ed Ambientale del Politecnico di Bari per l'analisi dei progetti nell'ambito dell''istruttoria delle richieste di autorizzazione all'attività estrattiva nella Regione Puglia. Impegno di spesa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 6 maggio 2008, n. 685 - Ulteriore proroga al 31 dicembre 2008 i termini fìssati dalle N.T.A. del PRAE di autorizzazione a proseguire l'attività estrattiva in assenza dell'atto formale di autorizzazione, alle condizioni tutte fissate dall'art. 23 delle succitate norme

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 20 gennaio 2009, n. 17 - Proroga dei termini fissati dall'art. 23 delle N.T.A. del PRAE ex l.r. 37/85.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 giugno 2009, n. 1035 - Disposizioni in merito all'esercizio dell'attività estrattiva.

Riattivazione delle procedure istruttorie riguardanti la coltivazione di materiali di pregio, archiviate a vario titolo, relative alle domande di proroga, rinnovo, ampliamento o apertura di nuove attività estrattive che dovevano essere presentate secondo le disposizioni delle norme vigenti in materia, pena la loro decadenza ed archiviazione.

2.2.5. Concessione contributi

Tra le attività tipiche del Servizio la concessione di contributi al settore produttivo rappresenta uno dei più significativi e ha rappresentato in questi anni un importante

insieme di atti regionali messi in campo a sostegno delle imprese. Quella che segue è la rassegna del lavoro svolto dal Servizio.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SETTORE ATTIVITA' ESTRATTIVE 24 ottobre 2007, n. 92 - Avviso pubblico per la concessione di contributi ai Consorzi di imprese estrattive per la redazione dei Piani di bacino - Impegno di spesa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 ottobre 2007, n. 1727 - Approvazione criteri e modalità per la concessione dei contributi per la formazione dei piani di Bacino attuativi del PRAE di cui alla l.r. 37/85, ai Consorzi secondo quanto stabilito all'art. 4 delle N.T.A. del PRAE;

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 10 febbraio 2009, n. 122 - Piano Regionale Attività Estrattive. Art. 5 e 27 N.T.A. delega per la redazione del P.P. del bacino estrattivo di Pietra leccese di Cursi-Melpignano al Comune di Cursi. Concessione contributo per la redazione del Piano.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 10 marzo 2009, n. 46 - Piano Regionale Attività Estrattive. Art. 5 e 27 N.T.A. delega per la redazione del P.P. del bacino estrattivo di Pietra Leccese di Cursi-Melpignano al Comune di Cursi. Concessione contributo per la redazione del Piano. Impegno di spesa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 13 maggio 2009, n. 822 - Piano Regionale Attività Estrattive. Artt. 5 e 27 N.T.A. delega per la redazione del P.P. del bacino estrattivo di Cutrofiano. Concessione contributo per la redazione del Piano.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 18 giugno 2009, n. 86 - Piano Regionale Attività Estrattive. art. 5 e art. 27 delle N.T.A. del P.R.A.E. - Concessione contributo e delega per la redazione del Piano Particolareggiato del bacino estrattivo di Cutrofiano (LE). -Impegno di spesa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 13 ottobre 2009, n. 1857 - Piano Regionale Attività Estrattive artt. 5 e 27 N.T.A. delega per la redazione del P.P. del bacino estrattivo di Apricena, Poggio Imperiale e Lesina. Concessione contributo per la redazione del Piano.

Infine con la legge regionale sulle disposizioni per la formazione del bilancio di previsione 2009 si sono approvate le modifiche alla legge regionale 28 maggio 1975, n. 44. La

modifica ha comportato l'aumento del diritto annuo da corrispondere alla Regione (fissato in trenta euro per ettaro per il 2009) per le attività di ricerca e coltivazione delle acque minerali e termali.

La disposizione introduce un tema importante per il settore estrattivo: l'esigenza di uniformare la Regione Puglia a quanto già previsto nelle regioni principali produttrici in materia di attività di estrazione. Si rende necessaria, infatti, l'introduzione di una tariffa regionale pensata anche e soprattutto come stimolo per i produttori, in maniera tale che essi siano indotti a una maggiore programmazione delle loro scelte strategiche imprenditoriali e commerciali e a un conseguente innalzamento della qualità dell'intero settore. La misura, oggetto di un disegno di legge regionale il cui iter non si è ancora concluso, completerebbe il ciclo di riforme legislative e apporterebbe nuovi flussi finanziari all'ente regionale che, a sua volta, potrebbe utilizzarli soprattutto nella riconfigurazione del territorio, nella tutela ambientale, nel recupero delle cave dismesse e nella programmazione di maggiori controlli a garanzia del rispetto della legalità del settore.

2.2.6. Ricerca e coltivazione idrocarburi

Anche l'attività di ricerca e coltivazione di idrocarburi ha generato un insieme di atti regionali di seguito elencati.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 131 - Istanza permesso di ricerca idrocarburi "Fiume Bradano" Intesa ex art. 3 comma 1 lett. b) e art. 5 Accordo Stato - Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 133 - Concessione di coltivazione idrocarburi "Torrente Celone" Istanza variazione integrativa programma lavori. Intesa ex art. 3, comma 1 lett. c) e art. 5 Accordo Stato - Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 134 - Istanza permesso di ricerca idrocarburi "Monte Carbone" Intesa ex art. 3 comma 1 lett. b) e art. 5 Accordo Stato - Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 135 - Istanza permesso di ricerca idrocarburi "Manduria" Intesa ex art. 3 comma 1 lett. b) e art. 5 Accordo Stato - Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 12 febbraio 2008, n. 136 - Istanza permesso di ricerca idrocarburi "Massafra" Intesa ex art. 3 comma 1 lett. b) e art. 5 Accordo Stato - Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 26 febbraio 2008, n. 230 - Concessione di coltivazione idrocarburi "Lucera". Istanza di proroga. Intesa ex art. 3, comma 1, lett. b) e art. 5 Accordo Stato-Regioni del 24/04/2001.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 7 ottobre 2008, n. 1871 - Concessione di coltivazione idrocarburi "Candela". Istanza di proroga. Intesa ex art. 3, comma 1 lett. b) e art. 5 – Accordo Stato Regioni del 24.01.2001.

2.2.7. Acque minerali e termali

Piccolo, ma significativo, il settore delle acque minerali e termali ha visto anch'esso un azione deliberativa che ha prodotto in particolare la ridefinizione delle tariffe relative alle attività di ricerca, in una logica generale in cui le tariffe introducono elementi positivi per i cavatori, costringendoli all'innalzamento della qualità del settore, e apportano nuovi flussi finanziari all'amministrazione, utili alla riconfigurazione del territorio nel recupero delle cave dismesse.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 3 giugno 2010, n. 1314 - Diritto annuo da corrispondere per l'attività di ricerca (art. 7 l.t. 44/75) e coltivazione (art.22 l.r.44/75) delle acque minerali e termali ai sensi art. 28 l.r. 30/4/2009 n. 10. Rideterminazione delle tariffe per le attività di ricerca e coltivazione delle acque minerali

2.2.8. Statistica mineraria

Il Servizio Estrattivo ha infine preso atto dell'obbligo di collegarsi al sistema statistico nazionale (ISTAT) per fornire periodicamente i dati pugliesi e, a tale scopo dal 2009 è stato richiesto agli operatori del settore estrattivo di compilare schede statistiche. Il lavoro di raccolta e analisi dei dati ha portato alla pubblicazione dei rapporti sullo Stato delle Attività Estrattive in Puglia 2008 e sullo Stato dell'arte nell'estrazione di acque minerali e termali in Puglia 2008.

Considerata la necessità di raccogliere dati e informazioni di dettaglio sulle attività estrattive in corso, soprattutto per migliorare l'efficacia delle attività istituzionali, conoscere

lo stato dei luoghi e garantire la sicurezza sul lavoro, questa attività è diventata ordinaria per il Servizio Estrattivo ed è stata stabilita la produzione sistematica dei rapporti con cadenza annuale.

2.2.8.1. Atti regionali in materia di statistica mineraria

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 25 gennaio 2010, n. 8 - Disposizioni in merito alla statistica mineraria regionale e alla presentazione delle istanze

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 5 giugno 2009, n. 85 - Disposizioni sulla coltivazione di acque minerali e termali site sul territorio della Regione Puglia. Schede Statistiche.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 4 marzo 2009, n.38 - Disposizioni in merito alla statistica mineraria regionale - Approvazione la scheda statistica, richiesta di compilazione alle ditte in eservizio e presentazione annuale dei piani topografici

2.2.9. Progetti, studi e ricerche

Nell'attività propria della Regione Puglia rientra anche il coordinamento e lo stimolo alla produzione di progetti di innovazione, studi e ricerche sul settore. Anche in questo campo nel trienno in corso è stata svolta una cospicua azione legislativa.

La **Legge Regionale 15 Novembre 2007, n. 31** - "Norme per il sostegno e lo sviluppo del settore estrattivo" ha teso a favorire le condizioni per una più incisiva politica dell'ambiente e stabilito norme per il sostegno e la riqualificazione dell'attività estrattiva attraverso la promozione di studi e ricerche volti alla conoscenza del settore estrattivo regionale e alle sue prospettive di sviluppo. La legge è il quadro istituzionale all'interno del quale l'ente regionale predispone piani, programmi e progetti, regionali o d'interesse regionale, finalizzati al recupero, riqualificazione e fruibilità di aree dismesse dall'attività estrattiva. L'azione si avvale di soggetti pubblici, con cui stabilire apposite convenzioni, che siano in possesso dei necessari requisiti tecnici, organizzativi e di terzietà, nel rispetto della normativa nazionale e comunitaria.

Nei paragrafi che seguono una rassegna completa dell'azione del Servizio Estrattivo in questo ambito.

2.2.9.1. Studio per l'analisi dello stato dell'arte sulla geotermia a bassa entalpia in Puglia

La dicitura completa dell'indagine scientifica avviata è "Studio di ricerca nell'ambito delle risorse energetiche alternative riconducibili all'uso della geotermia a bassa entalpia nella Regione Puglia e verifica delle condizioni per lo sviluppo della tecnologia dei sistemi di riscaldamento/raffreddamento basati sulla geotermia a bassa entalpia".

Lo studio, partendo dalla stato dell'arte sull'argomento, si proporrà di individuare un'area che, attraverso indagini in sito, possa essere caratterizzata con i parametri per la valutazione della risorsa geotermica. Il fine della ricerca è, successivamente, verificare l'applicazione specifica della risorsa a un esempio reale.

Definiti i parametri fisico-tecnici e avuta una specifica conoscenza delle potenzialità del sottosuolo pugliese, si procederà alla predisposizione di un protocollo per la procedura riguardante la progettazione e installazione di un impianto geotermico e la predisposizione di un regolamento autorizzativo con l'adozione di norme per l'utilizzo di questo tipo di risorsa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 febbraio 2010, n. 465 - Regione Puglia - Servizio Attività Estrattive/Politecnico di Bari - DICA Convenzione per la redazione dello "Studio per l'analisi dello Stato dell'arte sulla geotermia a bassa entalpia nella Regione Puglia.

2.2.9.2. Osservatorio domanda di materiali lapidei per la pianificazione del volume di produzione

Le operazioni estrattive di materiali lapidei presentano caratteristiche che richiedono un equilibrio attento e talvolta delicato tra considerazioni economiche, ambientali e sociali, quindi è necessario pensare allo sviluppo di una strategia che possa evitarne un uso sconsiderato.

Con una delibera del 2009 è stata approvata la convenzione tra Regione Puglia e InnovaPuglia con cui alla società in-house è stato affidato, tra gli altri, il progetto per la costituzione dell'Osservatorio della domanda di materiali lapidei. L'osservatorio elaborerà un database informatico per raccogliere tutte le informazioni cruciali e fornire un quadro chiaro dell'evoluzione del settore, con l'obiettivo di supportare gli organi d'indirizzo strategico della Regione Puglia. In particolare, saranno raccolte le informazioni relative alla produzione delle imprese pugliesi (volumi e valore dei materiali estratti, per ogni tipologia)

e ai volumi di produzione autorizzati sul territorio, e saranno messi in correlazione con la disponibilità giacimentologica e con l'andamento dei mercati di sbocco (dimensione, tasso di sviluppo, indicatori di attrattività, concorrenza e distribuzione delle quote di mercato). Queste informazioni, con l'ausilio di database relazionali, dovranno essere analizzate per ottenere un quadro il più possibile chiaro della evoluzione del settore e per definire, con metodi quantitativi e qualitativi, il volume da estrarre. Questo dato sarà fornito dall'osservatorio agli organi di indirizzo strategico della regione per pianificare le politiche estrattive.

Lo strumento, oltre al supporto per la pianificazione dell'ente amministrativo, si rivelerà uno strumento utile alle singole imprese nella definizione delle proprie strategie e delle politiche produttive e commerciali.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 30 giugno 2009, n. 1158 - Affidamento incarico a Innovapuglia s.p.a. per la realizzazione del'"Osservatorio domanda di materiali lapidei per la pianificazione del volume di produzione in Puglia" e "Implementazione del marchio regionale con assistenza tecnica allo Sportello Unico Regionale Attività Estrattive S.U.R.A.E.".

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 7 luglio 2009, n.94 - Affidamento incarico a Innovapuglia S.p.a. per "Osservatorio domanda di materiali lapidei e implementazione del marchio regionale con assistenza al S.U.R.A.E." - Impegno di spesa.

2.2.9.3. Studio per la realizzazione attività di cava

Lo studio è finalizzato a individuare una metodologia di interventi per azioni di recupero in aree fortemente compromesse dall'attività estrattiva in corso e la ridefinizione dei piani di recupero in coerenza con le suddette metodologie. In particolare gli obiettivi sono:

- Definire le caratteristiche geologiche, geomorfologiche ed idrogeologiche dei territori interessati dall'attività estrattiva;
- Analisi delle cave in esercizio in riferimento alla morfologia e geologia, ai vincoli urbanistici, all'impatto sul territorio e al paesaggio al fine di comprendere la vocazione di riuso dell'area;

- Conciliare le esigenze industriali legate all'estrazione e trasformazione dei materiali con i principi di salvaguardia dell'ambiente;

- Indicare le norme, i criteri e le modalità di estrazione per le aree maggiormente interessate e/o degradate dall'attività estrattiva ai fini del riuso.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 24 marzo 2009, n. 430 - Programma regionale per la tutela dell'ambiente. Predisposizione dello "Studio per la realizzazione attività di cava" Asse 7 linea di intervento h). Affidamento incarico all'università di Lecce.

2.2.9.4. Studio per la realizzazione di piani e linee guida per la gestione dei rifiuti derivanti da attività estrattive

Lo studio, affidato all'ARPA, si prefigge di predisporre le Linee Guida per la redazione del "Piano di Gestione dei rifiuti di estrazione, di inventariare le strutture di deposito di rifiuti di estrazione dell'attività estrattiva in attuazione del D.Lgs 117/08 e di redigere di un Piano di Emergenza Esterno.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 26 novembre 2008, n. 2273 - Affidamento di incarico all'ARPA, per la predisposizione dello "Studio per la realizzazione di piani e linee guida per la gestione dei rifiuti derivanti da attività estrattive", di cui alla delibera di G.R. n. 1935/2008 del Servizio Ecologia.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 10 dicembre 2008, n. 110 - Affidamento di incarico all'ARPA, per la predisposizione dello "Studio per la realizzazione di piani e linee guida per la gestione dei rifiuti derivanti da attività estrattive, di cui alla delibera di G.R. n. 1935/2008 del Servizio Ecologia. Impegno di spesa.

2.2.9.5. Studio di fattibilità per l'individuazione di modelli di gestione pubblico-privato e criteri di selezione per il recupero di paesaggi degradati a causa delle attività estrattive dismesse

Lo studio, affidato all'ARPA, si prefigge di identificare le variabili per la caratterizzazione dei paesaggi degradati a causa di attività estrattive dismesse, definire criteri di priorità di intervento e modalità di recupero ambientale e paesaggistico, definire un approccio per stimare la sostenibilità economica delle tipologie di recupero assegnate, proporre modelli di gestione pubblico-privato e strumenti normativi applicabili alle attività di recupero delle cave dismesse.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 30 settembre 2008, n. 1819 - Affidamento incarico all'ARPA per predisporre per conto del Settore Attività Estrattive lo studio di fattibilità l'individuazione di modelli di gestione pubblico-privato e criteri di selezione per il recupero di paesaggi degradati a causa delle attività estrattive dismesse"

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SERVIZIO ATTIVITA' ESTRATTIVE 10 dicembre 2008, n. 109 - Delibera CIPE n. 35/05 -Realizzazione Studio di Fattibilità n. 7 Asse 2° - Affidamento incarico all'Arpa - Agenzia Regionale per l'ambiente- Bari. Impegno di spesa.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 maggio 2008, n. 820 - Approvazione schema di convenzione Regione Puglia/DIASS Politecnico di Bari relativo al progetto "individuazione di modelli di gestione pubblico-privato e criteri di selezione per il recupero di paesaggi degradati a causa delle attività estrattive dismesse"

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SETTORE ATTIVITÀ" ESTRATTIVE 7 agosto 2008, n. 71 - Delibera Cipe n. 35/05 - Realizzazione Studio di Fattibilità n.7 Asse II - Affidamento incarico al Dipartimento di Ingegneria dell'Ambiente e per lo Sviluppo Sostenibile - Politecnico Bari. Revoca Impegno di Spesa.

DETERMINAZIONE DEL DIRIGENTE SETTORE ATTIVITA' ESTRATTIVE 14 maggio 2008, n. 43 - Delibera CIPE n. 35/05 – Realizzazione Studio di Fattibilità n. 7 Asse 2° - Affidamento incarico al Dipartimento di Ingegneria dell'Ambiente e per lo Sviluppo Sostenibile – Politecnico Bari.

2.2.9.6. Realizzazione del catasto informatico delle cave

Come è già stato affermato precedentemente, un altro importante traguardo raggiunto dalla Regione Puglia per rendere più efficiente il quadro normativo e più efficaci le scelte di programmazione, è stato la realizzazione del catasto cave. Con una Determina Dirigenziale del 2009 il Servizio ha chiesto a tutti i referenti delle cave autorizzate e attive di compilare una scheda statistica preimpostata per gli anni 2006-2007-2008, nonché di ricevere l'aggiornamento del Piano topografico per il 2008. In questa maniera è stato possibile organizzare il catasto cave, un work in progress che fornisce preziose informazioni inserite in un Sistema Informativo Territoriale georiferito e integrato nel Sistema Informativo Territoriale (SIT) della Regione Puglia.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 5 dicembre 2007, n. 2081 - Modifiche allo schema di convenzione approvato con la delibere di Giunta regionale n. 1337/07

relativa al progetto per la “Realizzazione del catasto informatico delle cave” e all’avviso pubblico per la selezione di 5 esperti.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 3 agosto 2007, n. 1337 - Prosecuzione ed ampliamento del progetto “Realizzazione del catasto informatico delle cave” ed avviso pubblico per la selezione di 5 esperti.

Tutte le informazioni, accompagnate da dati statistici rilevati direttamente dalle cave autorizzate, sono state alla base della redazione di due rapporti: quello sullo Stato delle Attività Estrattive e quello sullo Stato dell’arte nell’estrazione delle acque minerali e termali in Puglia. Per la prima volta in Puglia sono stati forniti i dati, disaggregati per provincia, rilevati in maniera organica, incrociati con quelli economici e sulla manodopera impegnata, sugli infortuni incorsi, sull’uso delle tecnologie e dei macchinari, per fornire alfine un quadro attento e puntuale dell’andamento del settore nel triennio 2006-2008. Il catasto cave è consultabile on-line sul sito del SIT (www.sit.puglia.it), per permettere agli stakeholder di usufruire di una serie di informazioni sul settore in ambito geografico, oltre che tabellare. A seguito di questa prima positiva esperienza, si prevede di continuare la rilevazione dei dati per il futuro e, attraverso un progetto specifico, di strutturarli in maniera organica all’interno del Sistema Informativo Territoriale della Regione Puglia.

L’insieme dei dati ha registrato anche la profonda arretratezza del settore lapideo pugliese, completamente privo di strutture di eccellenza specializzate in tecnologie di trasformazione e lavorazione, nonostante l’elevata produzione e commercializzazione di materiale grezzo. Alla luce di tale considerazione si è anche potuto dare avvio a un importante lavoro di progetti d’innovazione, studi di fattibilità, analisi e monitoraggio, realizzato in collaborazione con il Dipartimento di Ingegneria Civile e Ambientale del Politecnico di Bari, l’Arpa Puglia, il Comando di tutela ambientale dei Carabinieri, l’Università del Salento e InnovaPuglia. Lo scopo è da un lato rendere possibile un profondo aggiornamento delle tecniche estrattive e costruttive tradizionali della pietra, attraverso l’utilizzo delle tecnologie informatiche e ad alto contenuto tecnologico, dall’altro garantire il sistematico monitoraggio ambientale, esercitato per la verifica della regolarità dell’esercizio e per garantire efficacia alla lotta all’abusivismo e al rispetto delle leggi in materia di tutela ambientale. Ciò ha reso possibile un opportuno riposizionamento dell’intero settore lapideo in Puglia, potenzialmente non più vissuto come portatore di elementi negativi e causa di distruzione dell’ambiente, bensì da valorizzare nel suo apporto economico allo sviluppo della regione, nel recupero della tradizione dei processi

costruttivi pugliesi in pietra portante e del valore architettonico – ornamentale della pietra di Puglia.

2.2.9.7. Collaudo carta giacimentologica del piano delle attività estrattive della Regione Puglia

Strutturato come sistema informativo territoriale dinamico, costituito da diversi strati informativi continuamente aggiornabili, la Carta Giacimentologica costituisce lo strumento di supporto all'analisi del territorio e alla gestione delle risorse lapidee. Oltre alle informazioni di carattere prettamente giacimentologico, in esso sono presenti informazioni rivenienti da altri strumenti di pianificazione/gestione del territorio, utili alla identificazione delle aree effettivamente suscettibili di attività estrattiva.

La Carta Giacimentologica è attualmente in fase di collaudo.

2.2.9.8. Progetto di gestione delle cave di materiali lapidei nella Regione Puglia

Il progetto definisce le procedure per la gestione delle Cave di Materiali Lapidei nella Regione Puglia lungo tutto il loro ciclo di vita, dalla richiesta di autorizzazione, alla coltivazione, al recupero del vuoto di cava. In particolare, sono state definite le linee guida per l'impostazione dell'Osservatorio della domanda di materiali lapidei per la pianificazione del volume di produzione in Puglia, per il sistema di tariffazione delle attività estrattive e per il recupero delle cave. Inoltre, è stato impostato un modello di Business Plan che può essere utile per progettare e gestire le attività di cava.

2.2.9.9. Assistenza tecnica per l'attività di verifica e controllo della regolarità dell'esercizio di cava a supporto del servizio attività estrattive

Le Regione Puglia si avvale delle competenze espresse dal C.C.T.A. (Comando Carabinieri Tutela Ambiente) per l’ausilio nelle attività di vigilanza sulle violazioni alle norme in materia di estrazione di sostanze minerali. Tale collaborazione riveste particolare importanza in quanto le attività di indagine possono essere attivate con riferimento a segnalazioni e ad analisi territoriali condotte sulla scorta delle ortofoto degli archivi cartografici disponibili su web-gis dell’Assessorato all’Ecologia.
Inoltre, sarà possibile alimentare i sistemi informativi regionali con le informazioni aggiornate del Sistema Informativo per la Tutela dell’Ambiente (S.I.T.A.) i cui dati sono in possesso del Comando Carabinieri Tutela Ambiente.

2.3. Distretto Materiali lapidei

Completa lo scenario, la creazione del **Distretto dei materiali lapidei** pensato per garantire un ulteriore sviluppo del comparto e rafforzare l'immagine di un prodotto potenzialmente di alta gamma, proveniente da questa Regione. Compiti principali del distretto saranno: studiare le modalità di commercializzazione e la collocazione dei materiali sui mercati (regionale, nazionale ed estero) e fornire servizi di assistenza manageriale, in particolare per la formazione di centri tecnologico-gestionali del settore. L'intenzione è di applicare nel distretto, di prossima istituzione formale, un nuovo modello di gestione, in grado di produrre uno straordinario processo di rilancio e riconversione sostenibile del settore.

2.3.1. Marchio collettivo

In questo contesto nasce il Marchio collettivo Pietre di Puglia, quale segno distintivo di promozione del settore e strumento a sostegno della competitività del settore lapideo. Pietre di Puglia è un marchio collettivo, proprietà della Regione Puglia ed è concesso in uso al sistema produttivo, previa verifica dell'applicazione di un rigido regolamento d'uso; è rappresentativo del sistema di qualità sotteso al suo rilascio e ha l'obiettivo di rappresentare la qualità del prodotto pugliese di cui è garanzia. Lo strumento è utile anche per rafforzare e valorizzare i prodotti e le lavorazioni artigianali che sono a rischio di scomparsa con grande nocumento per la tradizione pugliese. È anche garante della qualità del processo di produzione con cui sono fabbricati i materiali lapidei e veicola i valori connessi al "made in Italy", concetti quali bellezza, stile e design. In generale si comporta come strumento di promozione del territorio e intorno ad esso si potranno organizzare interventi di promozione turistica e culturale.

Affinché l'efficacia del Marchio collettivo sia effettiva, è opportuno anche valorizzarlo con un Piano di comunicazione, promosso dalla Regione Puglia, che, identificati i valori sui quali sarà strutturato, avvii un mix di interventi di promozione, relazioni pubbliche e pubblicità.

Il Piano di comunicazione terrà anche conto di quanto disposto dal Piano di marketing del Distretto Lapideo e delle leve da esso indicate per:

- Migliorare l'efficienza

- Migliorare il prodotto
- Creare l'immagine del distretto
- Migliorare il servizio
- Riposizionare l'intero settore
- Ridurre l'offerta e contestualmente migliorarne la qualità.

2.4. Gruppo di lavoro

Infine per la gestione della mole di lavoro predisposta e sin qui elencata dal Servizio Attività Estrattive si è reso necessaria l'istituzione di un gruppo di lavoro adeguato e competente e anche questo iter deliberativo è stato portato a compimento.

Con le delibere G.R. n. 143/07 e n. 984/07 è stato costituito un gruppo di lavoro interassessorile, integrato da esperti esterni componenti di Comitati regionali competenti per materia. Ll gruppo di lavoro, ha il compito di supportare gli uffici del Settore Attività Estrattive nel definire gli obiettivi inerenti sia l'aggiornamento della l.r. 37/85 che l'attuazione del "Catasto Cave" e dell' "Osservatorio Cave".

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 26 febbraio 2007, n. 143 - Costituzione gruppo di lavoro.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 26 giugno 2007, n. 984 - Delibera n. 143/07 Costituzione gruppo di lavoro - Modifiche ed integrazioni.

DELIBERAZIONE DELLA GIUNTA REGIONALE 23 ottobre 2007, n. 1726 - Delibera n. 143/07 – Costituzione gruppo di lavoro. Integrazione competenze.

3. Analisi SWOT

Stante lo scenario complesso fin qui descritto e l'intensa attività legislativa e normativa, prima della stesura del Piano di Comunicazione, si ritiene opportuno procedere con una sintetica analisi SWOT.

I dati rilevati sull'attività al 2008 in Puglia parlano di un settore con un fatturato di oltre un milione e mezzo di euro per un totale di imprese estrattive nella regione pari a 1.727, suddivise in maniera non omogenea tra attività di lavorazione (in parte artigianale) e di estrazione (74,6%, 25,5%). Gli addetti diretti del comparto si attestano intorno alle 7.000 unità, ma si allargano a un indotto che comprende i settori della logistica e dei trasporti, della manutenzione e delle tecnologie di comparto. Le destinazioni finali della produzione sono i settori edile, arredamento, chimico e della ricomposizione ambientale.

Il primo segmento di mercato è rappresentato dalla "pietra grezza", dove l'Italia è tra i principali produttori con Africa e India, mentre tra i maggiori consumatori c'è il Medio Oriente.

Il secondo segmento di mercato è quello dei prodotti finiti o i semilavorati, destinati prevalentemente al comparto edile. Il segmento si colloca nel mercato dei prodotti "Made in Italy" ed è quello che dovrebbe risentire i maggiori benefici dalla promozione del settore.

Un terzo segmento, che definiremo di nicchia, riguarda l'utilizzo artistico della Pietra leccese e ha una forte base localistica, ma potrebbe compiere un importante salto qualitativo su base nazionale.

Un ultimo segmento è quello dell'utilizzo degli scarti lapidei e degli sfridi di lavorazione, interessante per le sue ricadute sul versante della sperimentazione, della ricerca, della produzione e dell'applicazione di materiali innovativi.

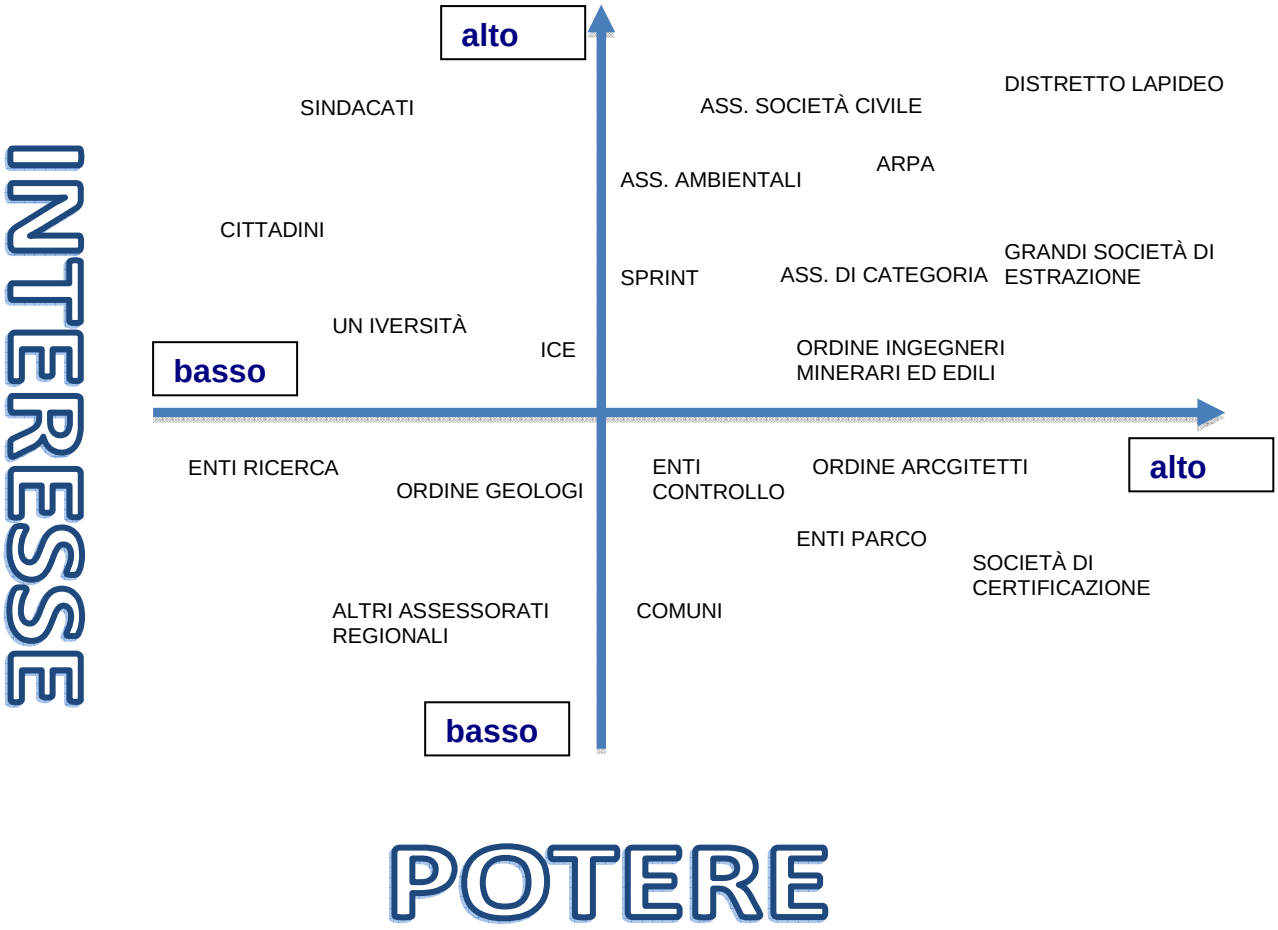
Ogni segmento è caratterizzato da differenti specificità e stakeholder, dei quali si terrà conto nella definizione delle attività di promozione.

Fatta questa premessa, si procede con l'analisi dei punti di forza e di debolezza interni al sistema Servizio Attività Estrattive, nonché delle minacce e delle opportunità esterne al sistema.

PUNTI DI FORZA	**PUNTI DI DEBOLEZZA**
• Presenza di un insieme organico di strumenti mirati al riequilibrio del mercato e all'incremento della produttività del settore. • Esistenza di una rilevazione puntuale di dati, finalizzata alla realizzazione di un patrimonio informativo utile all'orientamento delle scelte di programmazione del settore. • Effettiva semplificazione delle procedure e delle modalità di accesso alle stesse. • Introduzione della tariffa quale stimolo di reazioni positive tra i cavatori, per l'innalzamento della qualità del settore e l'apporto di nuovi flussi finanziari, utili al finanziamento della riconfigurazione del territorio e del recupero delle cave dismesse.	• Persistenza di uno scarso coordinamento tra le strutture regionali del settore. • Permanenza di alcune contraddizioni irrisolte nella legislazione di riferimento (es. contraddizione tra PRAE e DRUG). • Assenza di un'opportuna azione di sensibilizzazione e formazione verso le imprese, per ridurre le naturali resistenze alla introduzione dell'innovazione. • Incapacità di far vivere il marchio come un patrimonio collettivo e un vantaggio per le imprese.
OPPORTUNITÀ	**MINACCE**
• Riposizionamento dell'intero settore • Nascita del Distretto Produttivo del settore lapideo, quale facilitatore di relazioni tra i diversi attori. • Intrapresa della strada di tutela ambientale, non più vista in contrapposizione con l'attività estrattiva • Nelle imprese, crescita della cooperazione, vista come elemento decisivo nel riposizionamento del settore. • Consapevolezza condivisa nelle imprese del valore economico e delle potenzialità produttive del settore. • Consapevolezza nelle imprese di poter compiere un decisivo salto competitivo attraverso l'azione sinergica degli attori e l'azione condivisa dei soggetti regionali deputati all'internazionalizzazione, allo sviluppo economico, alla tutela ambientale.	• Poca consapevolezza nelle imprese dell'utilità del catasto cave, con la possibilità che, in assenza di aggiornamento, diventi presto obsoleto. • Poca consapevolezza nelle imprese del settore dell'utilità dell''osservatorio che può diventare uno strumento datato, in mancanza di costante aggiornamento. • Difficoltà del marchio Pietre di Puglia a essere vissuto come un patrimonio collettivo dell'intero settore e poca effettiva sua diffusione. • Creazione di vantaggi competitivi "impropri", prodotti dal disordine legislativo a livello nazionale. • Permanenza di un'oggettiva diffidenza, in particolare tra gli operatori del settore, sull'efficacia della lotta per l'eliminazione dell'abusivismo e il rispetto della legalità. • Registrazione di naturali resistenze all'innovazione, particolarmente rilevanti nel settore.

L'analisi dello scenario si conclude con l'identificazione degli stakeholder del sistema.

4. Stakeholder



5. Obiettivi del Piano di comunicazione

Tenendo presente tutto quello sin qui elaborato, e sulla base di quanto già definito nel Piano di Marketing contenuto nel Piano di Sviluppo del nascente Distretto Lapideo Pugliese, gli obiettivi che il Piano di comunicazione intende raggiungere possono essere sinteticamente riassunti come segue:

5.1. Obiettivi generali

- **Comunicare l'azione del Servizio Attività Estrattive della Regione Puglia.**

  È necessario rendere visibile il cambiamento avvenuto all'interno della struttura regionale nell'organizzazione del lavoro e nell'approccio nei confronti degli utenti. La messa a regime del SURAE, da questo punto di vista, è uno dei punti di forza. Bisognerà pubblicizzare la sua esistenza e le sue funzioni. L'idea guida sulla quale sarà impostata la campagna sarà: semplificazione e dematerializzazione.

5.2. Obiettivi specifici

- **Favorire la condivisione del patrimonio informativo e la cooperazione tra gli attori del settore.**

  Come più volte ricordato nei precedenti capitoli di analisi, uno dei fattori sui quali puntare è la consapevolezza della necessità di condividere le informazioni per razionalizzare gli interventi e programmare correttamente lo sviluppo del settore. Il catasto cave e la pubblicazione dei rapporti sullo stato dell'arte delle attività estrattive sono, da questo punto di vista, un elemento fondamentale da pubblicizzare e valorizzare per stimolare la cooperazione tra gli operatori. Il Catalogo dei materiali lapidei pugliesi, la cui realizzazione è prevista a cura del Distretto Lapideo, oltre ad essere la raccolta delle informazioni conoscitive del patrimonio diffuso sul territorio, è il punto di partenza naturale per l'avvio di un processo cooperativo verso l'innovazione del settore.

- **Supportare l'azione del Distretto Lapideo nel riposizionamento dell'intero settore e nel miglioramento della comunicazione all'interno della filiera.**

Il nascente Distretto Lapideo è il luogo naturale nel quale confluiscono gli interessi del settore per trovare risposte e valorizzazione. È ovvio pertanto che sarà anche il luogo naturale dello scambio informativo tra gli operatori della filiera produttiva. Il coordinamento delle azioni di pubblicizzazione e promozione previste dal distretto sono pertanto uno degli elementi di forza per raggiungere l'obiettivo. L'azione di supporto potrà essere concentrata sul portale del distretto che deve diventare lo strumento elettivo per il miglioramento della comunicazione.

- **Supportare l'introduzione dell'innovazione normativa e tecnologica attraverso la formazione e la sensibilizzazione dei funzionari pubblici coinvolti e degli imprenditori del settore.**

  Per sconfiggere la naturale resistenza all'introduzione dell'innovazione, sarà opportuno prevedere azioni di formazione specifiche sia per gli operatori pubblici locali che per gli imprenditori. Compito della comunicazione sarà quello di accompagnare le azioni formative con una campagna di sensibilizzazione.

- **Comunicare e promuovere il prodotto Pietre di Puglia sui mercati nazionali e internazionali (riposizionamento).**

  È necessario far compiere al prodotto delle attività estrattive pugliesi un importante salto di qualità che ne valorizzi le specifiche e il suo uso, anche in termini di marketing territoriale, come produzione di eccellenza "Made in Italy". Complessivamente è necessario riposizionare l'intero settore attraverso la rivalutazione dell'importanza della sua storia in Puglia e la ricostruzione dei percorsi delle antiche famiglie di cavatori. Bisogna riportare alla luce reperti fotografici storici e recuperare, anche attraverso i pochi testimoni ancora in vita, gli antichi mestieri artigiani, dai cavatori agli scalpellini. Il prodotto "pietra" non deve più ricoprire nell'immaginario collettivo la casella "materiale povero" per riposizionarsi invece come "materiale di lusso", efficiente in termini di risparmio energetico e isolamento acustico. Infine, sarà necessario sottolineare la bellezza dei prodotti in pietra e dell'arte antica della loro costruzione che ha prodotto alcune opere oggi simbolo per il nostro territorio, dai muretti a secco si trulli, a Castel del Monte e al recente Duomo di San Pio. Da questo punto di vista è fondamentale lo strumento marchio collettivo "Pietre di Puglia" che deve simbolicamente assumere su di sé significati di

certificazione di qualità, stile e bellezza, coniugati con il recupero dell'antica tradizione pugliese nell'uso architettonico della pietra.

- **Promuovere e sensibilizzare i produttori all'uso del marchio collettivo.**

  In coerenza con il punto precedente è necessario, da un lato far conoscere il marchio collettivo alla platea vasta dei produttori pugliesi e dall'altro promuoverne l'uso anche a garanzia della qualità del prodotto e del processo, ma anche come segno del rispetto delle leggi in materia di sicurezza del lavoro e di tutela ambientale. Da questo punto di vista è fondamentale il coordinamento con le azioni promosse dallo Sprint Puglia attraverso il "Programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali" approvato lo scorso 15 marzo con DGR n. 697 e con quelle previste dal Programma di Sviluppo del nascente Distretto Lapideo Pugliese.

6. Target della comunicazione

Nell'identificazione del target della comunicazione sarà opportuno distinguere tra un target primario, sul quale ricadrà fondamentalmente l'azione di comunicazione e un target secondario, di minore importanza, ma sul quale sarebbe il caso prevedere comunque un'azione mirata.

6.1. Target primario

Fondamentalmente l'azione sarà diretta su due fronti:

- **Il mondo produttivo del settore lapideo.** In primo luogo saranno coinvolte con azioni di sensibilizzazione le associazioni di categoria del settore con l'obiettivo di far prevalere l'azione collettiva su quella individuale, ma è da prevedere anche un'azione diretta sulle imprese di produzione e di servizi, attraverso distribuzione di materiali a tale scopo ideati e l'organizzazione di incontri one-to one o a piccoli gruppi omogenei. L'azione sui consulenti e sugli enti di ricerca riguarderà invece soprattutto la certificazione della qualità del prodotto e del processo.

- **Il mondo della Pubblica Amministrazione.** L'azione sarà condotta in particolar modo nei confronti di assessori e funzionari alle attività produttive e alla tutela dell'ambiente delle province e dei comuni nei quali le attività estrattive pugliesi hanno il maggior impatto. Un'azione specifica dovrà essere studiata per favorire il coordinamento tra il SURAE e gli sportelli unici degli enti locali interessati.

6.2. Target secondario

I cittadini e la società civile sono un obiettivo non di diretto interesse per l'efficacia del piano di comunicazione in questa fase, ma è indispensabile progettare, già oggi per il futuro, un'azione di più ampio impatto svolta attraverso una campagna di comunicazione di massa che utilizzi gli strumenti pubblicitari tipici dell'advertising quali spot televisivi e radiofonici, affissioni, pubblicità sui grandi quotidiani nazionali. Per tale campagna sarà necessario trovare altre risorse specifiche non afferenti a questo progetto. Si ritiene comunque opportuno mettere in campo da subito azioni di sensibilizzazione e informazione mirate e da organizzare esclusivamente nelle aree geografiche del territorio pugliese maggiormente interessate dall'attività estrattiva. È

particolarmente opportuno che tali azioni siano organizzate in sinergia con l'attività di comunicazione dei comuni coinvolti.

In questa fase si pensa di organizzare, invece, in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale, un concorso di disegni nelle scuole elementari pugliesi sulla conoscenza dell'attività estrattiva e la tutela ambientale, con particolare attenzione al recupero delle cave dismesse. Il concorso ha il chiaro obiettivo di rimuovere l'approccio negativo ancora persistente verso l'attività estrattiva che è ritenuta, ancora oggi, depredatoria del territorio. La presentazione e la pubblicizzazione del concorso sarà l'occasione per veicolare l'idea, partendo dai bambini per coinvolgere le famiglie, del valore economico delle cave, della bellezza del prodotto e di come tale attività sia rispettosa dell'ambiente e anzi fornisca materiale ornamentale per renderlo migliore.

7. Scelte strategiche

Conseguentemente all'analisi sin qui effettuata, nel piano di comunicazione si prevede di utilizzare essenzialmente azioni "below the line", declinate in un mix di relazioni pubbliche, promozione e direct marketing che rispondano a esigenze di Comunicazione istituzionale, Comunicazione interna e Comunicazione di marketing e promozione di progetto.

Per le azioni "above the line" si ritiene di dover utilizzare, tra i media tradizionali, esclusivamente le riviste specializzate di settore. Sarà invece utilizzata ampiamente la rete internet attraverso la diffusione di prodotti multimediali e la sinergia con i portali di settore.

Vista la particolare importanza del brand "Pietre di Puglia" si ritiene di dover identificare una linea di comunicazione che in particolare si occupi di promuovere il marchio collettivo, per i quale, dunque, saranno identificate azioni ad hoc e un percorso particolareggiato.

7.1. Per il Servizio Attività Estrattive

7.1.1. Comunicazione istituzionale

Attraverso questo tipo di comunicazione s'intende veicolare ai diversi target di riferimento il ruolo e i tratti distintivi del Servizio. A tale scopo saranno utilizzati strumenti quali la Brand identity e la Brochure istituzionale del Servizio.

7.1.2. Comunicazione interna

Con questo tipo di comunicazione s'intende tutto l'insieme delle azioni e degli strumenti mirati al coinvolgimento dei soggetti interni al "sistema attività estrattive pugliese". In particolare sarà ideato un Manuale di identità visiva e sarà identificata una linea coordinata per la realizzazione di strumenti di promozione specifica. Saranno anche ideate azioni di sensibilizzazione per promuovere la condivisione del patrimonio informativo e la cooperazione.

7.1.3. Comunicazione di marketing e promozione di progetto

Con questo tipo di comunicazione s'intendono le attività informative e promozionali atte a creare visibilità sul servizio e diffondere conoscenza ai principali attori. A tale scopo saranno realizzati strumenti di promozione specifica.

Il punto di avvio sarà la **creazione di una brand identity forte, rappresentativa del processo di innovazione,** insieme a una specifica linea editoriale che caratterizzi i singoli elementi del processo. Fulcro dell'immagine coordinata è il brand **Pietre di Puglia** per il quale è prevista la valorizzazione e la stesura di un apposito Piano di Comunicazione per il riposizionamento dell'intero settore produttivo. Pertanto gli strumenti funzionali alla realizzazione delle azioni di comunicazione saranno realizzati in coordinamento e in sintonia con quanto previsto dal suddetto piano.

Infine, sin dalla prima stesura delle linee guida del piano di comunicazione si è ritenuto indispensabile costituire un tavolo con i principali stakeholder ai quali sottoporre in prima istanza le idee forza e le linee guida sulle quali si basa il piano e che, in itinere, sarà punto di riferimento costante per il monitoraggio dell'intero progetto di comunicazione.

Di seguito si specificano nel dettaglio le azioni previste.

7.1.4. Azioni di Sensibilizzazione

Le azioni di sensibilizzazioni utilizzeranno fondamentalmente strategie di direct marketing e saranno rivolte al target principale opportunamente segmentato in gruppi omogenei.

In particolare si prevede di organizzare:

- **Eventi informativi / formativi**

  Organizzazione di almeno tre incontri, uno per ognuna delle province maggiormente interessate dalle attività estrattive (BAT, Foggia e Lecce), per presentare le attività del settore, il marchio collettivo, le funzioni del SURAE e i contenuti dell'Osservatorio. Gli eventi saranno rivolti alle associazioni di categoria, agli amministratori locali e ai principali stakeholder del territorio di interesse. In concomitanza con gli incontri informativi, saranno organizzati tre seminari formativi sull'utilizzo degli strumenti innovativi adottati (SURAE, Nuovo PRAE, Osservatorio, ecc.). Tali seminari saranno una sessione ad hoc degli incontri di presentazione e saranno organizzati in collaborazione con il Distretto Lapideo Pugliese.

- **Eventi informativi (realizzati in coordinamento con il Piano di Comunicazione del Marchio Pietre di Puglia)**

Organizzazione di almeno tre incontri per ognuna delle tre province maggiormente interessate dalle attività estrattive (BAT, Foggia e Lecce) rivolti a piccoli gruppi o cluster di imprese del settore, organizzati con l'obiettivo di presentare nello specifico i vantaggi dell'uso e il regolamento del marchio collettivo nonché per promuovere e diffondere il suo utilizzo tra gli operatori.

7.1.5. Azioni di Promozioni e relazioni pubbliche

Accanto alle azioni di sensibilizzazioni si metteranno in campo azioni di promozione e di pubbliche relazioni. In particolare saranno organizzate le azioni di seguito specificate.

- **Conferenza stampa**

In concomitanza con la redazione del Catalogo dei materiali lapidei pugliesi, la cui realizzazione è a cura del Distretto Lapideo, sarà organizzata una conferenza di presentazione alla stampa del Catalogo, del Marchio Pietre di Puglia, delle attività del Servizio regionale e delle azioni previste dal distretto. Per l'occasione sarà predisposto un dossier che raccoglierà tutti gli interventi legislativi compiuti ad evidenza del cambiamento avvenuto nel settore.

- **Convegno**

Organizzazione di un convegno di studi, a carattere nazionale / europeo, sulle metodologie innovative utilizzate nel settore e con particolare attenzione alle tecniche per la tutela ambientale e i piani di recupero delle cave dismesse. Al convegno saranno invitati esperti di chiara fama, saranno presentate le esperienze locali e saranno presentate best practice nazionali ed europee sul tema.

- **Esposizioni**

Le azioni di Promozione e Relazioni Pubbliche saranno coordinate con il Piano di Comunicazione del Marchio Pietre di Puglia e avranno il loro fulcro nella partecipazione condivisa a fiere nazionali e internazionali. La partecipazione, organizzata in sinergia con le attività dello SPRINT, prevede l'organizzazione di uno spazio espositivo collettivo incentrato sul marchio Pietre di Puglia. Lo spazio avrà un'immagine ben delineata e declinata in un set di materiali definiti nel Piano di

Comunicazione del marchio Pietre di Puglia. In ogni caso, la promozione dei singoli eventi sarà parte di un progetto organico in grado di veicolare l'insieme dei valori espressi dalla campagna.

- **Presentazione alla stampa di prodotti editoriali**

Saranno predisposti prodotti editoriali e/o multimediali specifici sui materiali lapidei, definiti meglio nella sezione strumenti: filmati, relazioni e rapporti periodici sullo stato dell'arte del settore. Saranno anche opportunamente valorizzati quelli già esistenti attraverso presentazioni alla stampa con conferenze o altri eventi organizzati ad hoc.

7.1.6. Azioni di Advertising

Per quanto attiene alle azioni di advertising, come specificato precedentemente, non si intende in questa fase dare avvio a una campagna di comunicazione di massa che utilizzi in maniera indifferenziata i mezzi tradizionali della pubblicità, quali spot televisivi e radiofonici o campagne di affissioni. Pertanto si ritiene di dover utilizzare spazi sui media come di seguito specificato.

- **Inserzioni pubblicitarie su stampa**

Si predisporranno publi-redazionali e/o inserzioni pubblicitarie per la promozione del Servizio Attività Estrattive su riviste specializzate dei settori lapideo, edile e turistico. e in concomitanza con il convegno previsto dalle azioni di promozione.

- **Inserzioni pubblicitarie su web**

Più ampia sarà la campagna su web. Saranno redatte e tenute aggiornate pagine informative sul portale ambientale della Regione Puglia, saranno predisposte inserzioni e banner pubblicitari sui siti internet principali afferenti al settore, sarà predisposto e costantemente aggiornato uno spazio pubblicitario / informativo sul portale di prossima realizzazione del Distretto Lapideo Pugliese, con cui sarà anche valutata l'ipotesi di progettare una newsletter multimediale da inviare esclusivamente in via telematica e con frequenza almeno mensile al target del Piano di Comunicazione.

7.2. Per il Marchio Pietre di Puglia

7.2.1. Comunicazione istituzionale e interna

L'approccio istituzionale della comunicazione veicolerà i tratti distintivi della comunità espressa dal Marchio Collettivo attraverso gli strumenti propri della Brand identity e un'azione di riposizionamento dell'intero settore. La comunicazione interna invece organizzerà un insieme di azioni e strumenti mirati al coinvolgimento dei soggetti interni al "sistema attività estrattive pugliese".

In particolare sarà ideato un Manuale di identità visiva e sarà identificata una linea coordinata per la realizzazione di strumenti di promozione specifica. Saranno anche ideate azioni di sensibilizzazione per promuovere la condivisione del patrimonio informativo e la cooperazione.

Il punto di avvio sarà la **creazione di una brand identity forte e** fulcro dell'immagine coordinata, intorno al quale sarà costruito il riposizionamento del settore, è il brand **Pietre di Puglia** per il quale è prevista la valorizzazione e la declinazione in una serie di strumenti funzionali alla realizzazione delle azioni di comunicazione. Il marchio dovrà essere rappresentativo del processo di innovazione e a questo scopo potrà avere anche una fase di restyling che aggiunga ai valori già espressi da quello esistente, un tratto grafico rappresentativo della comunità, della qualità espressa dal sistema e dell'attenzione alla tutela ambientale.

La creazione della brand identity e la realizzazione degli strumenti previsti dal piano sarà oggetto di un appalto pubblico con offerta vantaggiosa e sarà il primo atto della realizzazione del piano di comunicazione.

Di seguito si specificano nel dettaglio le azioni previste.

7.2.2. Azioni di Sensibilizzazione

Le azioni di sensibilizzazioni utilizzeranno fondamentalmente strategie di direct marketing e saranno rivolte al target principale opportunamente segmentato in gruppi omogenei.

In particolare si prevede di organizzare:

- **Eventi informativi**

Organizzazione di almeno tre incontri per ognuna delle tre province maggiormente interessate dalle attività estrattive (BAT, Foggia e Lecce) rivolti a piccoli gruppi o cluster di imprese del settore, organizzati con l'obiettivo di presentare nello specifico i vantaggi dell'uso e il regolamento del marchio collettivo, nonché per promuovere e diffondere il suo utilizzo tra gli operatori e descrivere le potenzialità espresse dalla promozione collettiva.

- **Incontri one-to-one**

Presentazioni individuali rivolte alle maggiori imprese del settore, organizzate con l'obiettivo di coinvolgere direttamente gli imprenditori nel processo virale di comunicazione per diffondere la consapevolezza dei vantaggi espressi dall'uso del marchio.

- **Concorso per bambini**

Organizzazione di un concorso di disegni, collage o altri lavori analoghi nelle scuole elementari pugliesi con oggetto il recupero creativo delle zone fortemente interessate da attività estrattive. L'azione avrà più il carattere della sensibilizzazione che quello della promozione, in quanto lo scopo primario è rimuovere l'approccio negativo di cui risente il settore. Il concorso premierà le cinque scuole pugliesi che avranno presentato i migliori disegni, selezionati da una commissione scelta ad hoc; i premi potranno consistere in materiale e tecnologie didattiche per gli istituti e/o macchine fotografiche da utilizzare per fotografare l'ambiente per i cinque alunni autori dei migliori disegni.

Tutte le attività di sensibilizzazione saranno organizzate in collaborazione con il Distretto Lapideo Pugliese.

7.2.3. Azioni di Promozione e relazioni pubbliche

Accanto alle azioni di sensibilizzazioni si metteranno in campo azioni di promozione e di pubbliche relazioni. In particolare saranno organizzate le azioni di seguito specificate.

- **Conferenza stampa di presentazione del Marchio collettivo**

Momento iniziale delle azioni di Promozione e Relazioni pubbliche sarà l'organizzazione di una conferenza stampa per la presentazione ufficiale del marchio e del sistema di qualità ad esso connesso, organizzata in stretta sinergia con il Distretto Lapideo e, possibilmente, in concomitanza con eventi di rilievo del settore.

- **Esposizioni**

Punto chiave delle azioni di Promozione e Relazioni Pubbliche sarà invece la partecipazione a fiere nazionali e internazionali. La partecipazione, organizzata in sinergia con le attività dello SPRINT, prevede l'organizzazione di uno spazio espositivo collettivo ad hoc. Lo spazio avrà un'immagine ben delineata, incentrata sul marchio Pietre di Puglia e declinata in un set di materiali utili alla divulgazione dei messaggi chiave dell'intera campagna di comunicazione. In particolare, sarà curata la presenza al maggiore evento nazionale, Marmomacc, in programma a Verona dal 21 al 24 settembre 2011, pur non escludendo la programmazione della partecipazione ad altri eventi fieristici italiani afferenti al settore estrattivo e/o a quello edilizio, quali ad esempio Alpenstones a Bolzano dal 20 al 22 maggio 2011, Restructura a Torino dal 25 al 28 novembre 2011 e la prestigiosa Marmotec a Carrara dal 23 al 26 maggio 2012.

Sarà valutata la partecipazione ad almeno tre eventi a carattere internazionale (ad esempio AIA Design for the New Decade - Miami, Coverings – Orlando, The Big Five Show – Dubai) anche in relazione a quanto già definito dal programma di promozione dell'internazionalizzazione dei sistemi produttivi locali per il 2010, a valere sulla Linea d'intervento 6.3. "Interventi per il marketing territoriale e l'internazionalizzazione dei sistemi produttivi e delle imprese" del P.O. FESR Puglia 2007-2013 e quanto dovesse programmare l'Area Sviluppo Economico della Regione Puglia per il 2011-2012. In ogni caso, la promozione dei singoli eventi sarà parte di un progetto organico in grado di veicolare l'insieme dei valori espressi dalla campagna e attuato in sinergia con le azioni previste dal Piano di comunicazione del Servizio Attività Estrattive e del Distretto Materiali Lapidei e finanziato con fondi ordinari e straordinari nei programmi di promozione previsti da altre strutture regionali.

A puro titolo indicativo si riportano alcuni tra i principali eventi internazionali dei prossimi mesi.

Elenco Fiere internazionali:

- Stone Expo, Las Vegas (USA) 22-26 gennaio 2011
- Technostone, Kiev (Ucraina) 23 – 26 febbraio 2011
- Stone Xiamen**,** Xiamen (Cina) 6 - 9 marzo 2011
- Coverings, Orlando (USA) 14-17 marzo 2011
- ISH, Francoforte (Germania) 15-19 marzo 2011.
- The London Stone Show Londra, (Gran Bretagna) 15 - 17 marzo 2011
- AIA – Design for the New Decade, Miami (USA) 10-14 maggio 2011
- Stonetech Pechino, Pechino (Cina) 20-23 aprile 2011
- Saudi Stone Tech Riyadh (Arabia Saudita) 10 - 13 ottobre 2011
- The Big Five Show, Dubai (Emirati Arabi Uniti) … 2012 (data da definire)

- **Show room**

Sempre nell'ambito della promozione internazionale del Marchio Pietre di Puglia, in collaborazione con l'Associazione dei Pugliesi nel mondo, saranno organizzati incontri di presentazione presso ambasciate e consolati, in particolare in USA e in Australia. Saranno anche organizzati showroom permanenti o di lunga durata presso le stesse ambasciate o in punti chiave da loro indicati.

- **Valorizzazione culturale**

Anche in collaborazione con l'assessorato alla cultura della Regione Puglia saranno organizzate iniziative di forte spessore culturale per mettere in risalto l'importanza in chiave architettonica dei materiali lapidei pugliesi. A tale scopo, in sinergia e collaborazione con il Distretto Lapideo Pugliese, saranno organizzate iniziative teatrali nella Cava-teatro di Cursi, percorsi di valorizzazione archeologica nella Cava-museo di Apricena e in tutta la regione e, in collaborazione con gli assessorati regional, provinciali e comunali allo sport, saranno ideate manifestazioni sportive di mountain bike e free climbing. Sarà anche organizzato un "info point" e/o showroom in concomitanza del festival musicale "Suoni in cava ad Apricena" per il quale si prevede di dare evidenza al marchio collettivo, valutando anche la possibilità della sponsorizzazione di un evento all'interno della manifestazione.

- **Valorizzazione turistica**

  In collaborazione con le Aziende di Promozione Turistica della Regione, saranno organizzati info point caratterizzati dal Marchio Pietre Puglia presso le migliori strutture turistiche regionali. In sinergia con l'assessorato al turismo della Regione Puglia, sarà anche prevista la distribuzione di materiale informativo e pubblicitario in concomitanza con le maggiori manifestazioni turistiche organizzate dalla e nella regione e in particolare in occasione di esposizioni nelle quali sia prevista la presenza organizzata del sistema Puglia.

Altri eventuali interventi di promozione saranno messi in atto in sinergia con quanto predisposto nel Piano di Comunicazione del settore e del servizio, dando evidenza ed enfatizzando il ruolo del marchio collettivo in occasione della presentazione alla stampa di prodotti editoriali, della conferenze stampa per la presentazione del Catalogo dei materiali lapidei pugliesi, realizzato a cura del Distretto Lapideo, delle campagne di valorizzazione culturale e turistica del settore, di convegni ed eventi di rilievo organizzati intorno ai materiali lapidei.

7.2.4. Azioni di Advertising

Per quanto attiene alle azioni di advertising, come specificato precedentemente, non si intende in questa fase dare avvio a una campagna di comunicazione di massa che utilizzi in maniera indifferenziata i mezzi tradizionali della pubblicità, quali spot televisivi e radiofonici o campagne di affissioni. Pertanto si ritiene di dover utilizzare spazi sui media come di seguito specificato.

- **Inserzioni pubblicitarie su stampa**

  Si predisporranno publi-redazionali e/o inserzioni pubblicitarie per la promozione del Marchio Pietre di Puglia su riviste specializzate dei settori lapideo, edile e turistico.

- **Inserzioni pubblicitarie su web**

  Più ampia sarà la campagna su web. Saranno redatte e tenute aggiornate pagine informative ospitate sul portale ambientale della Regione Puglia, saranno predisposte inserzioni e banner pubblicitari sui principali siti internet afferenti al settore, sarà predisposto e costantemente aggiornato uno spazio pubblicitario /

informativo sul portale di prossima realizzazione del Distretto Lapideo Pugliese, con cui sarà anche valutata l'ipotesi di progettare una newsletter multimediale da inviare esclusivamente in via telematica e con frequenza almeno mensile al target del Piano di Comunicazione.

8. Messaggi chiave

L'azione comunicativa dovrà essere finalizzata a offrire un'informazione strutturata, a supporto del complessivo processo di cambiamento intrapreso e che veicoli i seguenti messaggi chiave:

- Contesto regionale fortemente orientato all'**innovazione, l'efficienza amministrativa, la semplificazione degli atti e la trasparenza delle procedure.**
- **Semplificazione legislativa**, quale chiave per l'efficienza amministrativa e l'efficacia produttiva.
- **Forte valenza economica** del comparto Attività estrattive, nel pieno rispetto della **tutela ambientale** e della **legalità**.
- **Cooperazione e informazione condivisa**, quale valore aggiunto per incrementare la competitività sui mercati nazionali e internazionali.
- **Promozione collettiva**, quale elemento rappresentativo di un sistema di qualità del prodotto, del processo, del sistema.
- **Marchio Pietre di Puglia**, simbolo dell'eccellenza del territorio, recupero della tradizione storica e garanzia di tutela ambientale e rispetto della legalità.

9. Strumenti per la comunicazione

Per supportare l'intero Piano di comunicazione si dovranno realizzare idonei strumenti da utilizzare per veicolare efficacemente i messaggi chiave. Sarà realizzato un set di documentazione / strumenti, variamente assemblato, che accompagnerà le azioni previste dal piano. L'elenco dettagliato che segue, suddiviso in strumenti atti a promuovere il Servizio attività estrattive e utili a promuovere il marchio collettivo, sarà in ogni caso soggetto a continua verifica nella fase di monitoraggio del piano e, a seconda delle opportunità che dovessero presentarsi nel corso dello svolgimento delle azioni, potrà subire delle variazioni che saranno in ogni caso attentamente valutate e concordate con il tavolo degli stakeholder.

9.1. Per il Servizio Estrattivo

- **Brochure istituzionale**

Sarà predisposta una brochure istituzionale che presenti il Servizio Attività estrattive, la profonda innovazione legislativa attuata e il processo di condivisione dell'informazione e di semplificazione al quale è stato dato avvio. Sarà un prodotto di alta qualità, segno distintivo dell'intero servizio, che accompagnerà tutte le principali azioni di sensibilizzazione, promozione e relazioni pubbliche.

- **Pieghevole di presentazione del Marchio collettivo**

Sarà ampiamente utilizzato il pieghevole di presentazione predisposto dal Piano di Comunicazione del Marchio collettivo

- **Pieghevole di presentazione del SURAE**

Il Pieghevole dovrà presentare il SURAE, illustrare le funzioni amministrative e informative da esso svolte e dovrà fornire le informazioni utili agli utenti. Il pieghevole farà parte del set di comunicazione di più ampia diffusione.

- **Pieghevole di presentazione dell'Osservatorio**

Il Pieghevole dovrà presentare l'Osservatorio, descrivere la tipologia di informazioni contenute nel database, le principali elaborazioni prodotte su tali informazioni e l'uso

che ne possono fare gli utenti, in particolare nella definizione delle loro strategie commerciali. Il pieghevole farà parte del set di comunicazione di più ampia diffusione.

- **Cartella**

Sarà realizzata una cartella per la raccolta dei materiali promozionali prodotti, comprensiva di blocco e penna ed eventualmente corredata di gadget informativi, quali pen-drive sulle quali rendere disponibile documentazione elettronica. Il prodotto accompagnerà in particolar modo gli eventi che saranno organizzati, ma sarà distribuito anche in accompagnamento delle azioni di direct marketing e, in maniera selettiva, in occasione delle esposizioni e degli show room.

- **Video istituzionale**

Sarà realizzato un video istituzionale di presentazione del Servizio che valorizzerà le pietre di Puglia, illustrerà il loro utilizzo multiforme e si riallaccerà alla tradizione della costruzione architettonica in Pietra, dai muretti a secco ai trulli, alla maestosità di Castel del Monte. Best practice sarà il duomo di San Pio costruito da Renzo Piano. Sarà un prodotto di qualità, incentrato sui messaggi chiave, con particolare attenzione al valore economico dell'attività estrattiva nel rispetto dell'ambiente e della legalità.

- **Kit espositivo**

Per la presenza collettiva negli showroom e nelle fiere sarà utilizzato il kit di strumenti realizzato dal Piano di Comunicazione del Marchio collettivo.

- **Linea editoriale**

In coerenza con la linea grafica coordinata, sarà studiata una linea editoriale che valorizzi il marchio collettivo nei prodotti esistenti e in quelli da elaborare nel prossimo futuro. Sarà anche progettata una linea grafica per l'edizione multimediale dei principali prodotti realizzati dal settore. In particolare sarà progettata con cura, e in collaborazione con il distretto, l'edizione del Catalogo dei materiali lapidei pugliesi, fulcro dell'azione comunicativa, per il quale sarà realizzata anche un'edizione multimediale, fruibile in internet.

- **Newsletter**

Sarà progettata una linea grafica e un modello di contenuti tipico per la realizzazione di una newsletter di settore da realizzare in collaborazione con il Distretto dei Materiali Lapidei.

- **Gadget**

Saranno ideati, in collaborazione con il Distretto dei Materiali Lapidei, alcuni gadget e/o piccoli oggetti ornamentali realizzati in pietra, da distribuire in occasione dei principali eventi organizzati nel piano di comunicazione.

9.2. Per il Marchio Pietre di Puglia

- **Manuale di identità visiva**

Il Marchio Pietre di Puglia sarà declinato per il suo utilizzo su tutti i principali mezzi e strumenti di comunicazione e, laddove lo si ritenesse opportuno sarà soggetto a un restyling che esprima la forte valenza di comunità di qualità da esso espressa. Sarà predisposto il manuale di identità visiva nel quale saranno descritte con precisione tutte le norme per il suo corretto uso. Il manuale sarà fornito anche ai principali stakeholder e diventerà parte integrante del regolamento del marchio collettivo.

- **Pieghevole di presentazione del Marchio collettivo**

Il Pieghevole dovrà presentare il marchio collettivo, i principali vantaggi offerti dal suo utilizzo e gli elementi fondamentali del regolamento per l'uso. Si dovrà puntare sul processo di qualità rappresentato dal simbolo e sui significati non secondari di rispetto dell'ambiente e della legalità ad esso connessi. Il pieghevole farà parte del set di comunicazione di più ampia diffusione che sarà predisposto dal Piano di Comunicazione del settore e del Servizio.

- **Video**

Sarà realizzato un breve video che valorizzerà il marchio collettivo e le Pietre di Puglia, illustrerà il loro utilizzo multiforme e si riallaccerà alla tradizione della costruzione architettonica in Pietra, dai muretti a secco ai trulli, alla maestosità di Castel del Monte. Best practice sarà il duomo di San Pio costruito da Renzo Piano. Sarà un prodotto di qualità, incentrato sui messaggi chiave, con particolare attenzione al valore economico dell'attività estrattiva nel rispetto dell'ambiente e della legalità.

- **Archivio fotografico storico**

Sarà avviato un lavoro di recupero della documentazione fotografica storica del settore che sarà opportunamente catalogata. L'insieme del materiale sarà utilizzato per mostre fotografiche, organizzate anche in collaborazione con gli Assessorati alla Cultura e al Turismo, nel corso degli show room previsti dalle azioni di promozione. Il patrimonio fotografico sarà valorizzato anche nella realizzazione di allestimenti "emozionali" degli spazi espositivi, durante le fiere a cui si prevede di partecipare con stand collettivi.

- **Kit espositivo**

Sarà studiato un kit di strumenti coerenti tra loro e in linea con l'immagine coordinata del progetto, utile a omogeneizzare la presenza nelle più importanti fiere di settore. A questo scopo si progetteranno roll up, espositori e una linea di cartellonistica facilmente riproducibili in loco o trasportabili.

- **Newsletter**

Sarà progettata una linea grafica e un modello di contenuti tipico per la realizzazione di una newsletter di settore da realizzare in collaborazione con il Distretto dei Materiali Lapidei.

- **Gadget**

Saranno ideati, in collaborazione con il Distretto dei Materiali Lapidei, alcuni gadget e/o piccoli oggetti ornamentali realizzati in pietra, da distribuire in occasione dei principali eventi di settore organizzati.

10. TABELLA STRUMENTI / AZIONI

10.1. Per il Sevizio Attività estrattive

1.	**BRAND IDENTITY**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti / Prodotti**
1.1	Declinazione del Marchio	Comunicazione istituzionale	Comunicare Servizio Attività Estrattive RP	Immagine coordinata Marchio
1.2	Realizzazione strumenti di comunicazione	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	Comunicare Servizio Attività Estrattive RP	– Cartella – Brochure istituzionale – Video – Pieghevoli
2.	**SENSIBILIZZAZIONE**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti / Prodotti**
2.1	Eventi informativi / formativi	Comunicazione istituzionale	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Favorire condivisione patrimonio informativo e la cooperazione – Supportare introduzione dell'innovazione normativa	– Cartella – Brochure istituzionale – Video – Pieghevoli – Archivio fotografico (dal Piano di Comunicazione Marchio)
2.2	Eventi informativi	- Comunicazione promozionale - Comunicazione interna	Promuovere uso marchio collettivo	- Pieghevoli - Linea editoriale - Newsletter
3.	**PROMOZIONE E RELAZIONI PUBBLICHE**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti**
3.1	Conferenza stampa	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP	- Cartella - Brochure istituzionale - Video - Pieghevoli - Linea Editoriale
3.2	Convegno	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale - Comunicazione interna	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Promuovere uso marchio collettivo - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Cartella - Brochure istituzionale - Video - Pieghevoli - Gadget - Linea editoriale
3.3	Esposizioni	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Kit espositivo (dal Piano di Comunicazione Marchio) - Cartella

				- Brochure istituzionale - Video - Pieghevoli - Gadget - Linea editoriale
3.4	Presentazione prodotti editoriali	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Cartella - Brochure istituzionale - Video - Pieghevoli - Linea editoriale
4.	**ADVERTISING**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti**
4.1	Inserzioni pubblicitarie su stampa	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Manchette pubblicitarie
4.2	Inserzioni pubblicitarie su web	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale - Comunicazione interna	- Comunicare Servizio Attività Estrattive RP - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento Favorire condivisione patrimonio informativo e la cooperazione - Supportare introduzione dell'innovazione normativa	– Publiredazionali – Banner – Prodotti multimediali – Newsletter

10.2. Per il Marchio Pietre di Puglia

1.	**BRAND IDENTITY**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti / Prodotti**
1.1	Declinazione del Marchio	Comunicazione istituzionale e interna	Comunicare e promuovere Pietre di Puglia Riposizionamento	Immagine coordinata
1.2	Definizione manuale d'identità visiva	Comunicazione istituzionale interna	Comunicare e promuovere Pietre di Puglia Riposizionamento	Manuale di identità visiva
1.3	Realizzazione strumenti di comunicazione	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	Promuovere e sensibilizzare i produttori all'uso del marchio collettivo	- Pieghevoli - Video - Archivio fotografico storico
2.	**SENSIBILIZZAZIONE**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti / Prodotti**
2.1	Eventi informativi	Comunicazione istituzionale	- Favorire condivisione patrimonio informativo e la cooperazione – Supportare introduzione dell'innovazione normativa	– Incontri – Pieghevoli
2.2	Eventi informativi one-to-one	- Comunicazione promozionale - Comunicazione interna	Promuovere uso marchio collettivo	- Pieghevoli - Newsletter
2.3	Concorso per bambini	-Comunicazione promozionale	Comunicare e promuovere Pietre di Puglia Riposizionamento	- Pieghevoli - Archivio fotografico storico
3.	**PROMOZIONE E RELAZIONI PUBBLICHE**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti**
3.1	Conferenza stampa	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	Comunicare e promuovere Pietre di Puglia	- Materiali promozionali esistenti - Pieghevoli
3.2	Esposizioni	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia - Promuovere e sensibilizzare i produttori all'uso del marchio collettivo	- Materiali promozionali esistenti - Pieghevoli - Annunci e comunicati stampa
3.3	Show room	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia - Promuovere e sensibilizzare i produttori all'uso del marchio collettivo	- Kit espositivo - Materiali promozionali esistenti
3.4	Valorizzazione culturale	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Video - Pieghevoli - Archivio fotografico
3.5	Valorizzazione turistica	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia - Supportare Distretto Lapideo nel riposizionamento	- Video - Pieghevoli - Archivio fotografico
4.	**ADVERTISING**			
	Azione	**Scelta strategica**	**Obiettivi**	**Strumenti**

4.1	Inserzioni pubblicitarie su stampa	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia	- Annunci
4.2	Inserzioni pubblicitarie su web	- Comunicazione istituzionale - Comunicazione promozionale - Comunicazione interna	- Comunicare e promuovere Pietre di Puglia - Promuovere e sensibilizzare i produttori all'uso del marchio collettivo - Favorire condivisione patrimonio informativo e la cooperazione - Supportare introduzione dell'innovazione normativa	– Publiredazionali – Banner – Materiali promozionali esistenti Newsletter

11. Budget

Per la realizzazione del Piano sarà redatto un dettagliato budget che perseguirà le massime economie di scala dall'azione sinergica con il Piano di Comunicazione del Marchio Pietre di Puglia.

12. Monitoraggio

Durante l'intero svolgimento delle azioni previste dal Piano di comunicazione sarà attuato un continuo monitoraggio dell'efficacia degli interventi attraverso la rilevazione periodica del gradimento da parte del target. In particolare saranno predisposti questionari di verifica della soddisfazione e sottoposti agli utenti del SURAE e agli utilizzatori del marchio collettivo e dell'osservatorio.

Metodologicamente sarà istituito un panel dei principali stakeholder che comporrà il tavolo di confronto e verifica dell'azione di comunicazione. Il tavolo, che avrà natura prevalentemente virtuale, utilizzerà strumenti telematici per lo scambio di informazioni e di idee che costituiranno il cuore del monitoraggio del Piano di comunicazione. Riunioni periodiche del tavolo saranno invece convocate in occasione dei punti topici del piano, affinché esso funzioni da guida e orientamento per ogni singola azione. Ogni suggerimento, opportunità o problema dovesse essere verificato in corso d'opera, sarà tenuto in doveroso conto e saranno valutate eventuali modifiche da apportare al piano sulle azioni e/o sugli strumenti da utilizzare.

13. Cronoprogramma

13.1. Per il Sevizio Attività estrattive

Azione		Mese											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	**BRAND IDENTITY**												
1.1	Declinazione del Marchio												
1.2	Realizzazione strumenti di comunicazione												
2.	**SENSIBILIZZAZIONE**												
2.1	Eventi informativi / formativi												
2.2	Eventi informativi												
3.	**PROMOZIONE E PR**												
3.1	Conferenza stampa												
3.2	Convegno												
3.3	Esposizioni												
4.	**ADVERTISING**												
4.1	Presentazione prodotti editoriali												
4.1	Inserzioni pubblicitarie su stampa												
4.2	Inserzioni pubblicitarie su web												

13.2. Per il Marchio Pietre di Puglia

Azione		Mese											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	**BRAND IDENTITY**												
1.1	Declinazione del Marchio												
1.2	Definizione manuale d'identità visiva												
1.3	Realizzazione strumenti di comunicazione												
2.	**SENSIBILIZZAZIONE**												
2.1	Eventi informativi												
2.2	Eventi informativi one-to-one												
2.3	Concorso per bambini												
3.	**PROMOZIONE E PR**												
3.1	Conferenza stampa												
3.2	Esposizioni												
3.3	Show room												
3.4	Valorizzazione culturale												
3.5	Valorizzazione turistica												
4.	**ADVERTISING**												
4.1	Inserzioni pubblicitarie su stampa												
4.2	Inserzioni pubblicitarie su web												