

Oggetto: Convenzione per l'affidamento all'Università degli Studi Molise della "Ricerca sulle implicazioni tecnologiche, economiche e sociali della diffusione del digitale terrestre televisivo in Molise. Relazione Attività svolta e richiesta liquidazione incarichi interni.

In riferimento alla convenzione di cui all'oggetto finalizzata alla realizzazione di un'analisi sull'intero mondo dei media digitali per individuare nuove opportunità tecnologiche, economiche e sociali per la riduzione del *digital divide* sul territorio del Molise, i cui obiettivi principali erano diretti a:

- ✓ aumentare l'intensità d'uso degli strumenti ICT da parte dei cittadini e delle imprese molisane;
- ✓ costruire un modello sperimentale di utilizzo della tematica ICT, con riferimento al DTT, che consenta di sviluppare nuove modalità di interazione tra la domanda e l'offerta di servizi pubblici e privati;
- ✓ diffondere adeguatamente i risultati ottenuti a seguito della sperimentazione e verifica di funzionamento del modello, al fine di agevolare ed incentivare l'introduzione dell'innovazione tecnologica nei processi produttivi delle imprese e, più in generale nel sistema sociale regionale;

si relaziona sull'attività svolta.

La ricerca è stata, così come previsto dal disciplinare di convenzione, sviluppata in tre fasi:

Fase 1 Analisi delle infrastrutture

Fase 2 Realizzazione prototipale

Fase 3 Osservatorio dei nuovi media.

La **Fase 1**, finalizzata a conoscere la dotazione infrastrutturale in termini tecnologici e di ICT esistente e potenziale della Regione Molise, è stata realizzata sia con strumenti di indagine diretti (questionari, panel di esperti e incontri con stakeholders), sia con strumenti indiretti. Lo studio In particolare, ha evidenziato lo stato generale di diffusione e di adozione di strumenti ICT da parte di cittadini e imprese e penetrazione dei servizi di *e-governement*.

è stata riservata

Nell'indagine particolare attenzione è stata dedicata alle rilevazioni delle opportunità che si aprono per i servizi al cittadino attraverso nuove piattaforme digitali di derivazione non informatica e nel mondo dei media digitali in generale con riferimento alla:

- ✓ penetrazione della telefonia mobile sul territorio e tipologia di utenza;

- ✓ penetrazione delle reti Bancomat sul territorio, istituti di credito di appartenenza, tipologia di utilizzo, servizi dispositivi di terze parti presenti.
- ✓ penetrazione della tv digitale terrestre sul territorio, reti di copertura, nazionali e locali, piattaforme utenti presenti.

Sul lato della domanda di tecnologia e servizi erogati mediante l'ICT è stata operata una ricognizione sulle aspettative attuali dei pubblici con l'individuazione delle attese e delle immagini sociali circolanti attorno a questi media e alle loro potenzialità nonché. Sono stati, inoltre, analizzati i servizi esistenti e potenziali a cittadini e imprese che possono essere oggetto di sperimentazione attraverso le piattaforme individuate.

Sul fronte della **Fase 2** il cui obiettivo è stato la messa a punto di prototipi per migliorare il quadro conoscitivo sull'utilizzabilità dei media digitali ha riguardato la realizzazione prototipale che ha visto coinvolti l'Ateneo, per quanto riguarda lo sviluppo dei prototipi e come centro servizi, ed il *broadcaster* Telemolise per la messa in onda di quest'ultimi sul proprio canale digitale terrestre.

Sono stati realizzati tre prototipi applicativi denominati rispettivamente:

- Studiare all'Università del Molise
- Bollettino della Protezione Civile
- Offerte di Lavoro.

I primi due servizi sono del tipo informativo mentre il terzo ha previsto l'utilizzo del canale di interazione.

Tale attività ha consentito di verificare:

- le opportunità che per le pubbliche amministrazioni si aprono attraverso i media digitali;
- le interfacce utili alla cittadinanza digitale;
- I servizi indispensabili per la cittadinanza digitale (servizi diretti al cittadino, servizi interni alle P.A., servizi per l'integrazione verticale delle differenti competenze istituzionali in ambito territoriale)

In questa fase l'Ateneo in collaborazione con partner selezionati del territorio ha attivato un laboratorio sperimentale o "Media Farm" nel quale sono confluiti ed hanno trovato supporto anche le professionalità espresse dai partner e dalle strutture regionali che operano nel settore della ICT. La Media Farm ha individuato i nuovi media ed ha realizzato interfacce che potranno essere oggetto di una successiva analisi, risolvere problemi di integrazione tra le diverse tipologie di interfacce e sistemi "legacy" sotto stanti, oppure di reingegnerizzare, dove richiesto, l'intero processo funzionale nelle sue componenti di "back end" e "front end".

Nella **Fase3 - Osservatorio dei nuovi media** è stato predisposto un progetto di realizzazione di un Osservatorio dei nuovi media al quale prenderanno parte la Regione Molise ed altri operatori istituzionali pubblici e privati secondo modalità che saranno individuate in fase costitutiva dello stesso.

1 CONCLUSIONI

Le riflessioni conclusive riguardano tre distinti temi:

- i) le caratteristiche “intrinseche” del territorio molisano in ragione delle possibilità di sviluppo di servizi *cross-mediali* del tipo oggetto dello studio;
- ii) le caratteristiche dell’attuale distribuzione, tra le famiglie molisane, della domanda e dell’offerta per gli strumenti di diffusione mediale ed i servizi ad essi connessi;
- iii) le possibilità di sviluppo futuro sia attraverso l’implementazione di ulteriori lavori di ricerca sperimentale, sia attraverso l’attivazione di vere e proprie politiche territoriali volte ad un più sviluppato ricorso agli strumenti della *e-government* ed alla realizzazione di azioni di *empowerment* della P.A. regionale;

Le caratteristiche del territorio molisano

Il Molise è la quart’ultima Regione in Italia per densità della popolazione, con un valore di 72,30 abitanti per Km², contro una media nazionale, nel 2007, di 197,85, seguita solo da Valle d’Aosta, Basilicata e Sardegna. In termini di concentrazione territoriale si posiziona su valori di indice del tutto simili a quelli assunti dal Sud nel suo complesso e ben al di sotto dei valori medi nazionali (rispettivamente: 29,5 per il Molise, 28,31 per il Sud, 41,61 per l’Italia).

Si tratta di una popolazione piuttosto anziana, con 11,16 abitanti ogni 100 in età superiore ai 75 anni, una media superiore sia al dato nazionale (9,47), sia al dato relativo al Sud (8,21), sia ancora al dato del Centro (10,33). L’indice di dipendenza totale, calcolato dall’ISTAT per il 2006, mostra valori regionali superiori alle medie circoscrizionali e nazionali, mentre l’indice di ricambio della popolazione si presenta sensibilmente più basso rispetto alle stesse medie (59,55 in Molise, contro 70,57 in Italia).

La presenza di ben 136 comuni per “soli” 320.000 residenti circa, la rende anche una Regione dove il ruolo della Pubblica Amministrazione appare molto importante non solo per la sua diffusione territoriale, ma anche per il peso che assume nella formazione dei redditi familiari. Nel complesso si contano 172 istituzioni pubbliche, per un totale di circa 23.600 addetti.

Il sistema imprenditoriale è per il 99,6% costituito da imprese al di sotto dei 50 addetti a testimonianza di un tessuto imprenditoriale fatto da piccole e piccolissime imprese piuttosto diffuse sul territorio.

In effetti, la fotografia che emerge dai dati raccolti dalle statistiche ufficiali è quella di una Regione con una considerevole diffusione antropica, poco dotata di grandi centri urbani di aggregazione, con una imprenditoria ugualmente diffusa e spesso a carattere familiare, con un ruolo decisivo giocato dalla presenza molto incisiva della Pubblica Amministrazione.

A queste considerazioni è necessario aggiungere:

- l’esistenza di una sostanziale dicotomia nelle caratteristiche orografiche, con l’Alto Molise (sostanzialmente la provincia di Isernia) prevalentemente montano ed il Basso Molise (la parte orientale della provincia di Campobasso) prevalentemente pianeggiante o collinare;

- la presenza di tanti piccoli centri, spesso localizzati in aree di difficile accesso, con pochi residenti spesso anziani;
- la mancanza di reti di connessione viaria e ferroviaria di livello qualitativo alto.

In questo contesto la “normale” offerta di servizi pubblici per potersi realizzare garantendo l’accesso a tutti i residenti, rischia di risultare o troppo costosa (quindi inefficiente), o inefficace (quindi non in grado di soddisfare tutti i bisogni). Il ricorso a strumenti innovativi, almeno nella produzione di servizi della P.A., quali il DTT, potrebbe configurarsi come una possibile soluzione, permettendo una diffusione del servizio pubblico a costi ragionevoli e con il necessario grado di segmentazione.

Le caratteristiche attuali della diffusione dei media

Dalle indagini svolte presso le famiglie molisane, attraverso la redazione e somministrazione di un questionario mirato, ad un campione rappresentativo dell’universo regionale, emerge un quadro piuttosto interessante dell’attuale grado di utilizzo degli strumenti mediali presso la popolazione.

In particolare, appare interessante sottolineare i seguenti punti:

- i) la diffusione di internet è attualmente limitata al 34% delle famiglie;
- ii) solo il 36% della popolazione che accede ad internet presenta un uso “frequente” dello stesso (almeno una volta negli ultimi tre mesi);
- iii) internet è diffuso soprattutto tra i giovani, la fasce più acculturate, quelle con livello professionale più alto;
- iv) la televisione è posseduto da praticamente tutte le famiglie;
- v) solo il 12% è dotato di DTT.

La scarsa diffusione di internet è probabilmente spiegabile con le caratteristiche del territorio discusse al punto precedente. La conformazione del territorio e la diffusione dei comuni certo non contribuisce alla realizzazione delle reti necessarie a garantire accessi veloci ed agevoli. La presenza di una popolazione anziana che non utilizza affatto internet (e non intende utilizzarla in futuro) rende questo strumento utile solo alle componenti più giovani, preferibilmente localizzate nei centri urbani di maggiori dimensioni ed alle imprese.

Nel futuro, quindi, il ricorso ad internet per sviluppare servizi pubblici alla popolazione potrebbe rivelarsi fallace, almeno nel medio periodo, in quanto non in grado di raggiungere le fasce più deboli della popolazione e, cioè, gli anziani e coloro che vivono nei comuni maggiormente isolati.

Il DTT al contrario, sebbene ancora scarsamente diffuso, potrebbe rivelarsi come un potente strumento per raggiungere con semplicità e a basso costo tutto il territorio regionale, garantendo possibilità di accesso semplice e veloce anche alle fasce più deboli e marginali della popolazione.

L’esperimento portato a termine con la presente ricerca, mostra che, pur in presenza ancora di notevoli limiti e difficoltà, la realizzazione di servizi interattivi con l’utente non solo sarebbe possibile, ma consentirebbe,

con efficienza ed efficacia, di conseguire l'importante obiettivo di un sostanziale *empowerment* dell'azione della P.A. regionale.

Nel momento in cui il DTT diverrà l'ordinario mezzo di diffusione via etere dei segnali televisivi, la sua utilizzazione a fini di servizio pubblico potrebbe risultare un potente mezzo di aiuto e sostegno alle componenti più deboli, soprattutto in una Regione con le caratteristiche come quelle del Molise.

Le possibilità future

Farsi trovare pronti all'appuntamento non è particolarmente difficile. Il lavoro svolto nel corso della ricerca ha consentito di sviluppare, ancora in fase di prototipo, alcuni semplici modelli di offerta di servizi che possono raggiungere la popolazione utilizzando la diffusione dei segnali via etere. Le possibilità di sviluppo futuro di questi prototipi sono molte, solo per fare un esempio nel settore della sanità, oppure dell'assistenza agli anziani, ed i tempi per una traduzione dei prototipi in prodotti effettivamente operanti nel territorio è molto breve.