

LINEE GUIDA PER LE ATTIVITA' DI COMUNICAZIONE DELLA GARANZIA PER I GIOVANI IN COLLABORAZIONE CON LE REGIONI

1.PREMESSA

Le linee guida della comunicazione della Garanzia Giovani derivano dall'applicazione degli adempimenti in materia di informazione e comunicazione previsti dai regolamenti comunitari per il periodo di programmazione 2014-2020 (Regolamenti Ce 1303/2013 e 1304/2013), definiscono gli obblighi di informazione e pubblicità per le Autorità di Gestione dei Programmi Operativi e per tutti i beneficiari degli interventi finanziati dal Fondo sociale europeo e dall'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile (IOG) e hanno il fine di assicurare il rispetto degli obblighi in materia di informazione e pubblicità delle operazioni finanziate

Al momento la Commissione non ha ancora adottato l'*Atto di esecuzione sulle caratteristiche tecniche delle misure di informazione e comunicazione relative all'operazione, le istruzioni per creare l'emblema e una definizione dei colori standard*, in base al quale, pertanto, le indicazioni contenute in queste linee guida potranno essere integrate o modificate.

Le presenti linee guida definiscono inoltre le modalità di raccordo e di integrazione tra le attività di informazione e comunicazione programmate nell'ambito del piano di comunicazione della Garanzia Giovani.

Le linee guida stabiliscono pertanto le regole per la realizzazione delle iniziative di comunicazione, e sono volte a garantire omogeneità e coerenza tra la comunicazione istituzionale e le attività di comunicazione adottate dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, dagli enti coinvolti nell'attuazione del piano e dalle Regioni.

2.OBIETTIVI E PRINCIPI DELLA COLLABORAZIONE

Il principale obiettivo della collaborazione è l'omogenea applicazione su tutto il territorio nazionale delle disposizioni in materia di informazione e pubblicità del Fondo sociale europeo e dell'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile (IOG) contenute nei Regolamenti Ce n. 1303/2013 e 1304/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, da considerare nell'attuazione delle attività di comunicazione della Garanzia Giovani, con specifico riferimento a:

- informazioni da pubblicare sul web relativamente ai beneficiari e ai destinatari finali delle iniziative finanziate;
- standard e modelli per l'utilizzo di emblema e loghi;
- standardizzazione dei materiali per i beneficiari.

Inoltre, al fine di dare piena attuazione a quanto previsto dal Piano di comunicazione per la Garanzia Giovani, gli attori coinvolti dovranno collaborare per:

- offrire ai pubblici di riferimento una comunicazione integrata e completa rispetto all'insieme dei servizi e delle opportunità offerte, assicurando la coerenza del messaggio e dei contenuti;
- assicurare la coerenza e l'integrazione delle attività dei soggetti coinvolti, favorendo la concentrazione delle risorse;
- garantire su tutto il territorio nazionale un omogeneo accesso ad un set di informazioni generali;
- garantire l'accesso informato e puntuale ai prodotti di orientamento e alle opportunità;
- evitare le sovrapposizioni e le frammentazioni nella comunicazione;
- assicurare una comunicazione trasparente e accessibile nei confronti dei cittadini;

- garantire l'integrazione tra la comunicazione istituzionale e la comunicazione di orientamento e di servizio.

3.AMBITI DELLA COLLABORAZIONE

La collaborazione tra il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e le Regioni si applicherà a tutti gli ambiti delle attività di comunicazione. Le attività di comunicazione saranno attuate in conformità con i requisiti indicati nei Regolamenti Ce sopra menzionati.

La collaborazione dovrà comunque garantire l'integrazione e il raccordo tra le attività di comunicazione, a partire dai tre livelli di comunicazione previsti dal Piano:

- una **comunicazione istituzionale**, avviata da iniziative volte a sensibilizzare l'opinione pubblica generale, oltre che i destinatari del Programma, sulle novità, gli strumenti e le politiche che introduce;
- una **comunicazione di orientamento**, primo passo per informare i diversi target e orientarli all'accesso ai servizi loro destinati;
- una **comunicazione di servizio** mirata a informare in maniera puntuale sul territorio il target di riferimento rispetto alle opportunità concrete di lavoro o formazione offerte da programmi, iniziative, misure.

La comunicazione istituzionale, si avvale di:

- identità visiva;
- sito web nazionale www.garanzia giovani.gov.it;
- prodotti di comunicazione: comprendono brochure con informazioni di primo livello sulla Garanzia Giovani, kit per i beneficiari, format dei materiali di supporto, supporti per i desk informativi, banner e icone per il web, grafiche a completamento di prodotti pubblicitari e video promozionali, cartella stampa e materiali informativi per i giornalisti;
- campagna pubblicitaria a mezzo TV, radio, stampa, cinema, web e outdoor;
- timbro YG, applicabile a ogni iniziativa o prodotto coerente con la campagna Garanzia Giovani per i quali sarà accertato il possesso dei requisiti per l'attribuzione;
- social media e diffusione web.

La comunicazione di orientamento comprende:

- e-magazine della Garanzia Giovani, realizzato attraverso l'utilizzo di un'applicazione che consente di impaginare e rendere fruibili in modo integrato contenuti provenienti da diverse fonti informative (sito web Garanzia Giovani, siti di partner);
- format televisivo/web sui mestieri e le professioni;
- eventi e manifestazioni che avranno lo scopo di diffondere la Garanzia Giovani nel suo complesso o le iniziative specifiche attuate nel suo ambito;
- predisposizione e diffusione di guide, vademecum e materiale di orientamento in formato cartaceo o digitale, con il "timbro YG".

La comunicazione di servizio utilizzerà:

- Youth Corner installati presso i "servizi competenti", che potranno essere realizzati con il layout nazionale e la veste grafica coordinata con l'identità visiva della campagna;
- materiali informativi sugli interventi attuati a livello regionale;
- kit informativo standard della Garanzia Giovani, con i materiali "Youth Guaranteed".

4.LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

La comunicazione istituzionale risponde al compito di assicurare una comunicazione e informazione puntuale e omogenea, con una diffusione per l'intero pubblico di riferimento su tutto il territorio nazionale.

Gli elementi che caratterizzano la comunicazione istituzionale sono rappresentati da:

L'identità visiva

Selezionata tramite il contest creativo on line, la linea grafica prescelta ha caratteristiche di linearità, replicabilità e adattabilità a media di varia natura.

Consiste in una testata recante diversi elementi: un simbolo grafico che contiene la dicitura "garanzia giovani" e l'indirizzo web del sito nazionale, e una fascia con lo slogan dell'iniziativa ("Un'impresa per il tuo futuro").

Tale grafica va riportata nella sua interezza in tutto il materiale di comunicazione e informazione prodotto sulla base di quanto previsto dal Piano di comunicazione (sito web nazionale, le pubblicazioni e gli altri mezzi di comunicazione utilizzati per diffondere l'iniziativa).



I colori del logo sono due:

Grigio #585858

Verde #cadc2e

I caratteri delle diciture sono Museo Sans 700 per il grassetto e Museo Sans 100 per la scritta regolare.

Il Marchio “Garanzia Giovani”

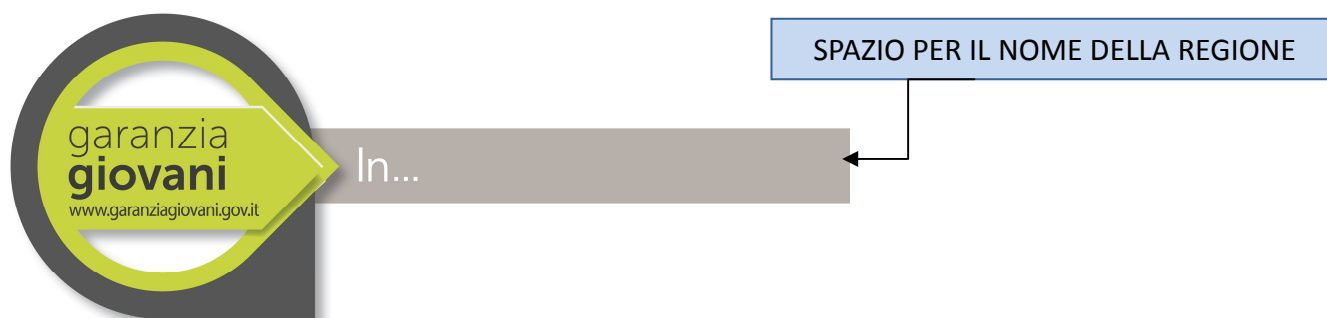
Il Marchio della Garanzia Giovani deve essere utilizzato su tutti i materiali di comunicazione e diffusione inerenti a misure e iniziative facenti parte della Garanzia Giovani e messi in atto dagli stakeholder. Il marchio Garanzia Giovani può essere utilizzato come “timbro” nel caso in cui venga apposto a iniziative o materiali che hanno già una loro propria identità visiva, come meglio descritto di seguito.

Il Marchio consiste in un unico elemento grafico indivisibile, che reca la dicitura “garanzia giovani” e l’indirizzo del sito nazionale. Va apposto secondo regole che saranno comunicate agli aventi diritto al momento dell’attribuzione.



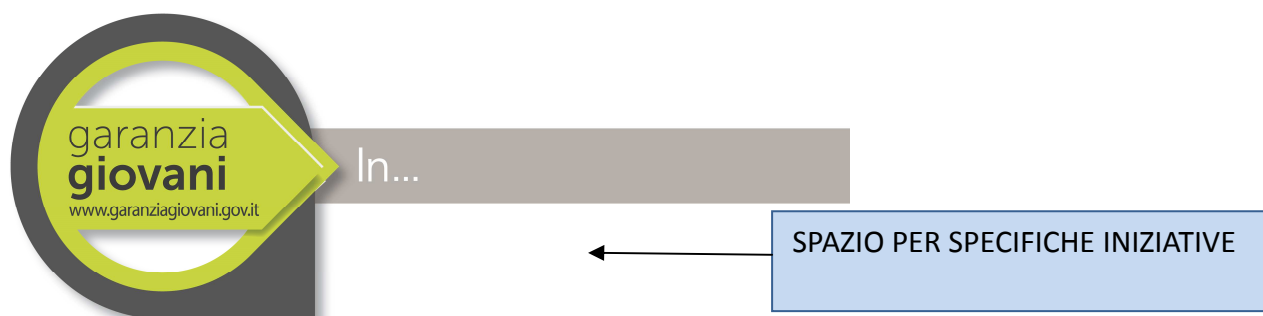
Il Marchio può avere una declinazione regionale. In questo caso si presenta nei modi descritti di seguito.

Marchio della Garanzia Giovani nella Regione:



Il nome della Regione è ospitato nella fascia a destra del Marchio.

Marchio di una particolare iniziativa o compresenza di un marchio regionale della Garanzia Giovani.



Il nome dell'iniziativa è ospitato sotto la fascia a destra del Marchio che reca il nome della Regione.

Timbro “Garanzia Giovani”

Si tratta di una declinazione del marchio, che assume funzione di bollino nel caso in cui venga a identificare iniziative e relativi materiali di comunicazione realizzati dagli stakeholder e caratterizzati da una identità visiva autonoma e preesistente.



Utilizzo di emblemi e loghi

Ogni iniziativa, supporto e atto di comunicazione o diffusione inerente alla Garanzia Giovani deve obbligatoriamente recare in testa, da sinistra a destra:

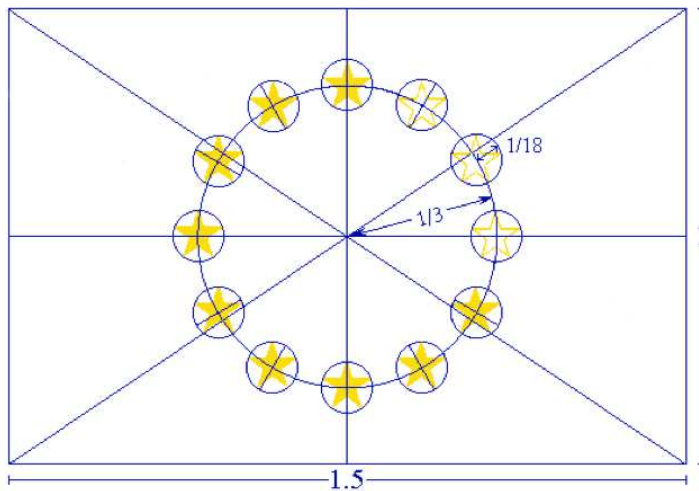
- L'emblema dell'Unione europea, con il riferimento al Fondo sociale europeo e all'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile;
- Il logo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali
- Il logo della Regione se l'iniziativa descritta vede la partecipazione o l'attuazione in ambito regionale.

Eventuali altri loghi di partner vanno apposti in diversa posizione e non allo stesso livello dei simboli sopra descritti e non fanno parte della testata. Inoltre la loro dimensione non deve eccedere quella dell'emblema dell'Unione europea.

L'emblema dell'Unione europea

L'emblema ha forma di bandiera rettangolare, con lunghezza 1,5 volte l'altezza.
In ogni caso l'altezza minima non può essere minore di 2 cm.

Ha fondo azzurro pieno e 12 stelle di colore giallo disposte come in figura.



FONDO:
PANTONE REFLEX BLUE
Quadricromia: 100% CYAN
e 100% MAGENTA
Web: RGB:0/0/153 (esadecimale: 000099)

STELLE:
PANTONE YELLOW
Quadricromia: 100% YELLOW
Web: RGB:255/204/0 (esadecimale: FFCC00)

L'utilizzo monocromatico prevede:

L'emblema in bianco e nero (fondo bianco e stelle in nero).

L'emblema in blu (Reflex blue), (fondo blu e stelle in bianco).



Per la riproduzione su fondo colorato va inserito un bordo bianco intorno all'emblema dello spessore di $\frac{1}{25}$ mo dell'altezza del rettangolo.

La dicitura, mostrata di seguito, va posta a destra dell'emblema.

Il carattere della dicitura può essere scelto a piacimento tra o seguenti (in funzione dell'armonizzazione con il resto dell'elaborato):
Arial, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana. La grandezza dei caratteri è facoltativa, tuttavia l'altezza totale della scritta non deve eccedere l'ingombro dell'emblema.
La distanza tra dicitura ed emblema è libera.



UNIONE EUROPEA

Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile
Fondo Sociale Europeo

L'emblema deve avere dimensioni almeno equivalenti a quelle di qualsiasi altro logo presente e deve essere esposto in posizione dominante.

Logo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Logo monocromatico in nero, con dicitura in corsivo non separabile e riportata per intero.

Il logo sarà trasmesso dal Ministero Lavoro e delle Politiche Sociali agli aventi diritto con apposite comunicazioni, vincolanti all'uso dello stesso esclusivamente per i prodotti/iniziative previste dal presente piano.

Non vengono indicate Direzioni ministeriali nella dicitura.



*Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali*

DISPOSIZIONE DI EMBLEMA E LOGHI (modificare la scritta a fianco della bandiera, come sopra)



L'emblema dell'Unione europea e il logo del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali vanno affiancati, con l'emblema a sinistra. L'allineamento tra i due simboli può essere in alto o al centro.

Nel caso di presenza di logo regionale la disposizione è la seguente:



A partire dagli elementi della comunicazione istituzionale, sono stati elaborati i prodotti di comunicazione che le Regioni possono adottare e contribuire a diffondere.

Verrà condiviso e reso disponibile un catalogo che descrive tutti i prodotti di comunicazione resi disponibili e ne definisce le modalità per una corretta personalizzazione.

Tutti i prodotti finali della campagna dovranno essere resi disponibili in formati accessibili alle persone con disabilità.

4.1 SITO WEB NAZIONALE

Le attività di comunicazione trovano nel sito Garanzia Giovani l'hub informativo e il luogo di accesso ai servizi. Viene realizzato un sito web unico della Garanzia Giovani, in grado di garantire un'informazione unitaria sul programma operativo. Il sito web è sviluppato e gestito dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali nell'ambito delle attività di realizzazione delle piattaforme tecnologiche a supporto dell'attuazione della Garanzia Giovani.

L'aspetto grafico e la predisposizione dei contenuti del sito web terranno conto degli adempimenti previsti dai Regolamenti Ce. In base ad essi il sito dovrà contenere:

- informazioni per i potenziali beneficiari su: opportunità di finanziamento (avvisi e bandi); condizioni di ammissibilità delle spese; procedure e criteri di selezione e scadenze; i contatti a livello nazionale, regionale o locale;
- informazioni aggiornate sull'attuazione, sulle principali realizzazioni e sui relativi tempi;
- informazioni per i cittadini su risultati e impatto dell'iniziativa e delle sue azioni;
- esempi di azioni, anche in un'altra lingua oltre all'italiano;
- l'elenco dei membri del Comitato di sorveglianza del relativo Programma operativo nazionale (quando disponibile);
- le valutazioni del relativo Programma operativo nazionale (quando disponibili);
- l'elenco delle operazioni, aggiornato almeno ogni sei mesi, in formato elettronico aperto (es. CSV o XML) che consenta di selezionare, cercare, estrarre, comparare i dati; è possibile indicare le norme in materia di licenza ai sensi delle quali i dati sono pubblicati;
- una sezione dedicata ad informare beneficiari e soggetti intermedi (assessorati al lavoro e fp, servizi per l'impiego, operatori dei servizi di placement, consulenti del lavoro, operatori accreditati del mercato del lavoro, associazioni datoriali, associazioni giovanili e del terzo settore, intermediari privati, aziende...) sui loro obblighi in materia di informazione e comunicazione e a fornire loro modelli/format (utilizzo dei loghi; poster; certificati di frequenza, ecc.).

In attuazione del Regolamento, il sito dovrà riportare l'emblema dell'Unione (bandiera) con il nome dell'Unione europea e il nome dei fondi (Fse/IOG).

Anche il sito web, come gli altri strumenti della campagna di comunicazione, dovrà essere reso disponibile in formato accessibile alle persone con disabilità.

4.2 SEZIONI WEB DEI PORTALI REGIONALI

I Portali regionali potranno, in base a quanto definito dagli accordi di collaborazione, implementare sezioni specifiche dedicate a iniziative, progetti e opportunità che ricadono nell'ambito della Garanzia Giovani sul proprio territorio. Queste sezioni dovranno essere armonizzate nella veste grafica con la creatività sviluppata a livello nazionale, e dovranno garantire la conformità sia ai criteri di trasparenza che alle regole di comunicazione previste dal Regolamento Ce 1303/2013, come sopra indicato.

A tal fine, verranno prodotte e rese disponibili linee guida per la progettazione delle aree web (linee guida per la web identity).

5.ATTORI E STAKEHOLDER

La comunicazione della Garanzia per i Giovani è responsabilità primaria del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, che la attua attraverso un apposito progetto finanziato dal FSE, affidando a Italia Lavoro le attività progettuali e operative previste dal piano. Il Ministero collabora con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e con altri Enti centrali per quanto riguarda la comunicazione istituzionale, sovrintende e monitora la campagna di diffusione nazionale.

Italia Lavoro appronta i canali e i prodotti di comunicazione adatti ai tre livelli di diffusione:

- **comunicazione istituzionale**, in collaborazione con il Ministero del Lavoro e altre Amministrazioni centrali;
- comunicazione di **orientamento** e comunicazione relativa ai **servizi** in collaborazione con le Regioni.

Le Regioni e il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali costituiscono una **cabina di regia** che coordina, con il supporto tecnico di Italia Lavoro, la comunicazione verso i target dell'iniziativa e si relaziona con gli altri stakeholder sul territorio: **operatori** pubblici e privati, **aziende**, **associazioni**, **parti sociali**.