

GARANZIA PER I GIOVANI 2014-2020

PIANO DI COMUNICAZIONE

Febbraio 2014

A cura di

Claudia Caputi

Portavoce e Capo Ufficio Stampa del Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali

Luisa Leonzi

MLPS – Ufficio Stampa

Daniela Vacirca

Italia Lavoro

Alla definizione delle azioni di comunicazione ha contribuito il Gruppo di lavoro “Comunicazione” istituito nell’ambito della *Struttura di Missione per le Politiche Attive* (D.L. 76/2013).

Coordinatore del Gruppo di Lavoro

Claudia Caputi

Rapporteur del Gruppo di Lavoro

Alessandra Migliozi

MIUR - Portavoce del Ministro dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca

Componenti del Gruppo di Lavoro

Daniele Fano, Catia Mastracci, Elisa Gambardella (MLPS - Segreteria Tecnica del Ministro), Luisa Leonzi (MLPS - Ufficio Stampa), Paola Tambuscio (MLPS - DG Politiche attive e passive per il lavoro), Carmen Nettis (MLPS - DG Politiche dei servizi per il lavoro), Giovanna Martino, Laura Fidanzio (MLPS - DG Comunicazione), Elisabetta Mazzeo (MIUR - Segreteria Tecnica del Ministro), Evelina Roselli (MIUR - DG Studente, integrazione, partecipazione e comunicazione), Romano Benini (Unione Province Italiane), Alessandra Altina (Unioncamere), Tiziana Lang, Marco Benadusi (Isfol), Daniela Vacirca (Italia Lavoro)

I Gruppi di lavoro sono stati coordinati dalla Segreteria Tecnica del Ministro del Lavoro Enrico Giovannini.

Indice

1. Il Contesto.....	4
2. Descrizione delle attività	6
2.1 Linea - comunicazione istituzionale.....	6
2.2 Linea - comunicazione di orientamento	13
2.3 Linea - comunicazione di servizio (in collaborazione con le Regioni).....	18
3. Partnership	20
4. Gantt di progetto.....	22
5. Piano dei rilasci	26

La comunicazione della Garanzia per i Giovani

1. Il Contesto

Origini dell’iniziativa

In presenza di un quadro economico e occupazionale caratterizzato dal prolungarsi della crisi e da un alto livello di disoccupazione giovanile, l’Unione Europea ha lanciato la *Youth Employment Initiative (YEI)*, pacchetto di misure volte a favorire, da una parte, una maggiore qualità della formazione e, dall’altra, l’ingresso dei giovani nel mondo del lavoro. L’UE fornisce, infatti, sia le risorse finanziarie (anche attraverso il Fondo Sociale Europeo) sia gli orientamenti strategici. Le misure previste puntano a sviluppare le competenze dei giovani; a garantire che i tirocini offrano un’esperienza lavorativa di elevata qualità in condizioni di sicurezza, offrendo una formazione adeguata in termini di contenuti didattici e protezione sociale; a migliorare la qualità e l’offerta dei programmi di apprendistato; a offrire ai giovani maggiori possibilità di lavorare e formarsi all’estero, favorendo la mobilità nei Paesi attraverso la rete Eures.

Lo sforzo richiesto ai Paesi Membri è quello di mettere in pratica e combinare tra loro le iniziative, far convergere sforzi e risorse, per dare vita a una rete di azioni sinergiche e complementari, entro la logica unitaria definita dalla strategia europea. Con i fondi della YEI l’UE sostiene, in particolare, la Garanzia per i Giovani (Youth Guarantee) chiedendo agli Stati Membri di garantire ai giovani con meno di 25 anni un’offerta qualitativamente valida di lavoro, di proseguimento degli studi, apprendistato o tirocinio entro 4 mesi dall’uscita dal sistema di istruzione formale o dall’inizio della disoccupazione.

Nello specifico contesto economico e occupazionale italiano, i giovani sono la fascia di età maggiormente colpita dalla crisi occupazionale: a ottobre 2013 il tasso di disoccupazione giovanile (15-24 anni) è stato pari al 41,2%. Particolarmente grave è la situazione nel Mezzogiorno, dove si registra un tasso di disoccupazione giovanile vicino al 50%. Mentre sono stimabili in circa un milione 273mila i giovani tra i 15 e i 24 anni non impegnati in un’attività lavorativa, né inseriti in un percorso scolastico o formativo, cosiddetti NEET.

La “Garanzia per i Giovani”, con riferimento a coloro che si registrano presso i Servizi competenti, è già parte della legislazione nazionale sin dal 2002 (D.Lgs. N.297). Con il Decreto Lavoro 76/2013 convertito dalla L.99/2013, il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha introdotto ulteriori disposizioni per facilitare l’ingresso dei giovani nel mercato del lavoro, prevedendo misure che, con riferimento anche all’attuazione della Garanzia Giovani e coerentemente con la Raccomandazione del Consiglio dell’Unione Europea del 22 Aprile 2013, sono volte ad assicurare ai giovani una formazione adeguata alle loro attitudini e sostenerli e indirizzarli opportunamente verso il mondo del lavoro.

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha sviluppato un Piano di attuazione italiano della Garanzia per i Giovani, fornendo misure di sostegno all’istruzione, alla

formazione e all’occupazione giovanile, in cui tutti i soggetti pubblici e privati possano fare la loro parte attraverso le misure e gli incentivi che vengono messi a disposizione. Ed è in particolare ai NEET che guarda il Piano italiano, che vedrà svolgere un ruolo preminente dalle Regioni.

L’attuazione della Garanzia Giovani prevede il coinvolgimento di tutte le istituzioni che hanno competenze in materia di lavoro. In particolare il Ministero del Lavoro, così come previsto dall’art. 5 del Decreto Lavoro, ha istituito una Struttura di Missione che è composta dai rappresentanti del Ministero del Lavoro e delle sue agenzie tecniche (Italia lavoro e Isfol), del Ministero dell’Istruzione dell’Università e della Ricerca, dell’INPS, delle Regioni e delle Province Autonome, delle Province, dell’Unione italiana delle Camere di Commercio, del Ministero dello Sviluppo Economico, del Ministero dell’Economia e delle Finanze e del Dipartimento della Gioventù della Presidenza del Consiglio.

Da questo contesto di riferimento scaturisce la necessità di accompagnare e sostenere le azioni previste dal piano esecutivo della Garanzia per i Giovani con azioni di comunicazione, volte a informare i giovani sulle misure a sostegno dell’occupazione e orientarli verso le opportunità previste dal Piano.

Il presente documento è stato redatto dal gruppo di lavoro composto dal Ministero del Lavoro e Italia Lavoro.

Obiettivo e destinatari dell’intervento

L’iniziativa intende accompagnare e sostenere l’attuazione del piano italiano della Garanzia per i Giovani attraverso la progettazione, la realizzazione e la gestione di canali e strumenti informativi e di comunicazione volti a:

- sviluppare la ricerca attiva del lavoro da parte dei giovani e aumentare la loro consapevolezza nelle capacità/possibilità di essere parte attiva nella costruzione del proprio futuro
- informare sulle opportunità offerte dal Piano Garanzia per i Giovani
- indirizzare verso i servizi offerti on-line, face-to-face e dalla rete degli sportelli pubblici e privati.

Le azioni previste si rivolgono ai seguenti destinatari:

- Giovani tra i 15 e i 29 anni
- Famiglie e persone che hanno un ruolo di orientamento e sostegno nelle scelte formative e lavorative dei giovani
- Imprese: opportunità messe in campo per loro (es. incentivi per assunzioni)
- Soggetti intermedi: Servizi per l’Impiego, operatori dei servizi di *placement* (scuola e università), consulenti del lavoro, operatori accreditati del mercato del lavoro, associazioni datoriali, ecc.

Le azioni e gli strumenti di comunicazione di seguito descritti saranno differenziati a seconda del gruppo di destinatari.

Linee di intervento, risultati e attività

La strategia di comunicazione su cui si basa la presente proposta progettuale prevede l'articolazione delle attività di comunicazione su tre livelli, complementari e integrati tra loro:

- 1) una **comunicazione istituzionale**, avviata dalle iniziative “teaser” destinate a sensibilizzare l'opinione pubblica generale, oltre che i destinatari del Piano, attraverso la diffusione di informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche che introduce;
- 2) una **comunicazione di orientamento**, primo passo per informare i diversi target all'accesso ai servizi a loro destinati;
- 3) una **comunicazione di servizio**, mirata a informare in maniera puntuale il target rispetto a opportunità concrete di lavoro o formazione offerte da programmi, iniziative, misure, attive sin da ora e riconducibili agli obiettivi della Garanzia per i Giovani, o di prossima attivazione.

Riconducibile al livello della comunicazione istituzionale è, invece, la realizzazione del sito dedicato alla Garanzia per i Giovani, che rappresenterà il principale “hub” informativo, verso il quale convergeranno tutte le iniziative e garantirà continuità e coerenza con il piano nel suo complesso. Allo stesso livello comunicativo è riconducibile il contest on line che apre la campagna.

2. Descrizione delle attività

2.1 Linea - comunicazione istituzionale

CONTEST CREATIVO PER L'IDEAZIONE DELLA CAMPAGNA

Propedeutico alla realizzazione di una campagna di informazione di ampio respiro su tutte le misure e le risorse messe in campo a livello nazionale ed europeo, e al tempo stesso di stimolo rispetto a comportamenti proattivi da parte dei giovani destinatari degli interventi, è l'avvio di una campagna “teaser”. L'obiettivo è il coinvolgimento diretto dei giovani nella proposta di idee e strumenti per la realizzazione di una campagna di informazione/comunicazione riguardante l'insieme di opportunità che deriveranno da questa “call to action” europea.

Per l’iniziativa si intende organizzare una gara on line (*contest*) rivolta a giovani creativi, con l'intento di coinvolgere il pubblico giovanile nella stessa produzione del messaggio e nella sua propagazione.

Il concorso verrà realizzato avvalendosi di una piattaforma di *crowdsourcing* attraverso la quale è possibile richiedere la progettazione e lo sviluppo di un’idea, di un progetto o di un prodotto a un insieme distribuito di persone, organizzate in una comunità virtuale attraverso la rete Internet. Questa modalità offre il vantaggio di valorizzare anche gli strumenti di *social network* e *videosharing*, che consentono di raggiungere in maniera più ampia ed efficace il pubblico giovane.

È prevista la realizzazione di:

- uno spot video che informi sulle opportunità offerte dal Piano Garanzia per i Giovani;
- una grafica che verrà utilizzata per il materiale divulgativo, applicandola ai diversi strumenti di comunicazione (volantini, affissioni, sportelli informativi, stand fieristico, ecc.);
- un claim efficace (da associare allo spot e alla grafica);
- un “timbro” o un tratto distintivo che verrà applicato a ciascuna iniziativa o strumento di comunicazione che possa in qualche modo essere associato al Piano Garanzia per i Giovani per filosofia, obiettivi e finalità.

L’attività è stata già avviata nell’ambito del Progetto Supporti Tecnico Informativi al PON, finanziato dalla DGPAPL e attuato da Italia Lavoro nell’ambito dei PON FSE 2007-2013.

CAMPAGNA PUBBLICITARIA

La campagna sarà veicolata al grande pubblico su tutto il territorio nazionale prevalentemente attraverso spot televisivi e radiofonici. L’importanza del tema, l’estensione e l’articolazione dei suoi destinatari diretti e indiretti, motivano il ricorso alla campagna anche sui media tradizionali.

Coerentemente con la strategia di comunicazione, sarà elaborato un "piano mezzi" articolato in modo da garantire il raggiungimento di tutti i target e da coprire in modo capillare il territorio nazionale (comprendendo canali RAI, TV tematiche, TV commerciali e TV locali, radio, cinema e carta stampata). I mezzi individuati agiscono separatamente sui vari target, ognuno di essi con la sua funzione specifica, il suo target, la sua efficacia.

Le proposte qui indicate contribuiranno a comporre il piano definitivo più rispondente agli obiettivi di comunicazione previsti. In tale piano definitivo saranno indicate per ciascun canale la quantificazione, le fasce orarie, il periodo:

- Stampa: testate sia quotidiane sia periodiche
- Televisione: considerata l’utilità sociale della campagna, la Rai può mettere a disposizione gratuitamente gli spazi riservati alla comunicazione istituzionale.

Per assicurare alti risultati di copertura, la diffusione sulle reti Rai è integrata attraverso TV tematiche sia satellitari sia digitali, TV commerciali, TV locali

- Radio: CANALI Rai, network che si rivolgono ad un pubblico giovane (Rtl, Rds, Radio Capital etc)
- Cinema: vengono considerati i principali circuiti cinematografici nazionali per la proiezione di spot lunghi
- Canali web: sono i canali più utilizzati dal principale target di riferimento, i giovani. In particolare: principali quotidiani online, portali generalisti, portali tematici.

MARCHIO “YOUTH GUARANTEE”

A ogni iniziativa o prodotto che è parte integrante degli strumenti dell’azione di comunicazione prevista dal presente piano verrà applicato un timbro o tratto distintivo con l’obiettivo di qualificarlo come rispondente alla filosofia, agli obiettivi e finalità della Garanzia per i Giovani.

INIZIATIVE SPECIALI

Nell’ambito della Youth Guarantee rientrano a pieno titolo le iniziative speciali, già attive o di prossima attivazione, destinate a sostenere l’occupazione giovanile. Queste sono riconducibili a tre categorie:

- Iniziative, quali il progetto Neet, che offrono opportunità a livello nazionale e/o regionale
- Iniziative di comunicazione, quali l’iniziativa bollino “Io investo nei giovani”, realizzate secondo una logica di co-marketing tra i principali attori
- Iniziative che prevedono vere e proprie partnership (es. iniziative congiunte con Media Partner, Fondazioni etc.).

Tali iniziative sono supportate da una loro specifica comunicazione, che sarà comunque armonizzata con la comunicazione del Piano Garanzia Giovani.

SOCIAL MEDIA E DIFFUSIONE WEB

La campagna sarà integrata con i “media sociali” che consentono il coinvolgimento e la partecipazione, essendo i mezzi di comunicazione più utilizzati dalla fascia più giovane. I contenuti che caratterizzano i media sociali sono di tipo *user-generated*, cioè prodotti dagli stessi utenti che li fruiscono.

I social media sono oggi utilizzati per trasmettere e condividere messaggi e informazioni con un pubblico sempre più vasto, anche in seguito alla proliferazione dei *device* mobili, con cui gli utenti navigano su web e utilizzano le applicazioni. Recenti indagini (Nielsen e NM Incite, per citarne alcune) dimostrano che chi va online passa più tempo sui social media e social network che su qualsiasi altra categoria di siti.

A rafforzamento delle attività di diffusione nella rete sarà realizzata una campagna di *web advertising*. La campagna sarà condotta sui siti “in target” di amministrazioni partner, siti istituzionali, siti di enti e organizzazioni, siti tematici ecc.. Potrà comprendere: posizionamento del sito web nei motori di ricerca, scambio link, spazio su newsletter di partner e su newsletter tematiche per raggiungere in maniera capillare tutti i target.

Una delle potenzialità maggiori offerte dalle campagne di advertising online è la possibilità di raggiungere target di utenti precisi, entro un arco temporale predefinito. In questa prospettiva, si possono identificare due tipologie di intervento per la diffusione Web dell'iniziativa:

- Inserimento di lanci testuali e banner su siti istituzionali e di organizzazioni a livello nazionale e locale (inclusi i Partner)
- Inserimento di lanci e banner su siti e prodotti editoriali specializzati. Quest'azione richiede l'individuazione di prodotti editoriali specializzati, quali ad esempio le newsletter tematiche, in grado di ospitare lanci o banner all'interno del loro spazio.

IL SITO WEB PER LA COMUNICAZIONE E L'INFORMAZIONE

L'importanza della comunicazione della Garanzia per i Giovani trova attuazione concreta nella scelta di sviluppare un sito dedicato.

Le funzioni principali del sito **www.garanziaperigiovani.it** sono:

- **Informazione e approfondimento**
Fornisce tutte le informazioni generali sul piano italiano “Garanzia per i Giovani” e sulle opportunità offerte
- **Diffusione**
Diffonde i programmi e le iniziative per il lavoro, l'orientamento e la formazione dei giovani attuati su scala nazionale e locale
- **Vetrina delle opportunità**
Rende facilmente consultabili tutte le opportunità di lavoro, orientamento e formazione, gli incentivi, le doti messi in campo dagli attori istituzionali coinvolti a livello nazionale e locale, le iniziative assunte dai partner, dalle associazioni di categoria o da particolari gruppi di imprese e di istituzioni non-profit
- **Punto di riferimento per la campagna pubblicitaria**
È il punto di rimando delle varie iniziative di comunicazione e funziona da “federatore” dei siti già sviluppati sull'argomento, adotta un linguaggio burocratico chiaro e puntuale ed è fortemente improntato alle indicazioni pratiche per aderire ai programmi e alle iniziative
- **Punto di riferimento per gli operatori**
Rende disponibili, all'interno di un'area riservata agli operatori dei Servizi per l'impiego, dei servizi di *placement*, ai consulenti del lavoro, agli orientatori e

agli operatori autorizzati o accreditati, un insieme di strumenti di collaborazione e condivisione di informazioni, pratiche, conoscenze

- **Uno spazio per i giovani**

Il sito presenta uno spazio Forum Giovani per accogliere commenti, istanze ecc..

La consultazione avviene attraverso quattro modalità principali:

Target - I destinatari delle iniziative

Territorio - Livello Nazionale e Regionale

Servizi - La mappa di chi fa cosa per l'occupazione giovanile e dove rivolgersi per maggiori **informazioni** (livello regionale)

Opportunità – Le informazioni sulle iniziative rivolte a ciascun target. Questo include incentivi, programmi, orientamento e formazione professionale (corsi).

Ogni rubrica, guida tematica, approfondimento e risorsa viene filtrata per queste chiavi di consultazione.

Importanti aree operative del sito sono:

- ❖ Incrocio domanda offerta di lavoro (Cliclavoro), dove sarà anche possibile registrarsi per aderire al programma
- ❖ Autoimprenditorialità dove saranno presenti tutte le informazioni utili a chi voglia iniziare un percorso di sviluppo e realizzazione di una propria idea o progetto
- ❖ Orientamento (servizio online in autoconsultazione)
- ❖ Accesso ai dati nella modalità che consente il loro riutilizzo (open data)
- ❖ Programmi speciali e in partenariato (es. Bollino Giovani)

Il sito si raccorda con il sito web del MLPS e i siti dei partner istituzionali. Ogni partner potrà realizzare e gestire sul proprio sito web la propria pagina Garanzia per i Giovani, in coordinamento con le guide line grafiche che saranno condivise.

Il sito sarà promosso nella rete tramite una campagna di diffusione in grado di creare una rete logica di rimando al sito stesso. Sarà adeguatamente pubblicizzato in tutti i messaggi promozionali della campagna informativa per accrescerne la visibilità e attraverso tutti gli altri strumenti e canali predisposti.

Si prevede la redazione di un piano operativo per definire nel dettaglio modalità, tempi e strutture necessarie per lo sviluppo e la gestione a regime del sito. Verrà anche definita la responsabilità editoriale dello stesso e il modello organizzativo necessario per la realizzazione e la gestione.

Di seguito un’ipotesi di schema della struttura informativa (il layout grafico verrà definito dopo il contest creativo).

Home Page



PRODOTTI DI COMUNICAZIONE

La strategia adottata si basa su una logica di comunicazione integrata e multicanale, per garantire una copertura capillare e costante per l’intero periodo previsto per la campagna. A tal fine è quindi necessario completare il kit di prodotti e strumenti a supporto della diffusione dei messaggi.

Di seguito si riporta l’elenco dei prodotti da realizzare in modo armonizzato rispetto alla linea grafica e qualificati dal “timbro” che ne indicherà la comunanza di filosofia rispetto al Piano Garanzia per i Giovani:

- Brochure con le informazioni essenziali sull’iniziativa e con il rimando al sito web

- Format invito da utilizzare per gli eventi
- Supporti per i desk fieristici (segnaletica, roll up, ...)
- Banner per web e icona per fan page su Facebook
- Grafiche a completamento annunci pubblicitari e video promozionali
- Cartella stampa e materiali informativi per i giornalisti.

Verrà prodotto anche un flyer personalizzabile su base territoriale, con il logo del partner e con l’indicazione degli sportelli a cui rivolgersi. Questo tipo di prodotto, che potrà anche essere declinato in locandine e manifesti, potrà essere distribuito, in collaborazione con i Partner, presso i luoghi normalmente frequentati dai giovani:

- ❖ Scuole
- ❖ Università
- ❖ Informagiovani
- ❖ Centri sportivi
- ❖ Associazioni di volontariato o culturali
- ❖ Etc.

Con ciascun partner verrà definito un piano di produzione e distribuzione del materiale.

I prodotti di comunicazione necessari per l’attivazione del piano mezzi sono invece:

- Spot televisivo e radiofonico
- Creatività Pubblicità web
- Creatività Pubblicità cartacea tabellare.

GADGET

Per rafforzare la comunicazione della Garanzia per i Giovani nel suo complesso, potrebbero essere predisposti dei gadget con funzione di “*reminding*”, ossia di amplificazione e persistenza del messaggio che si vuole veicolare.

Si ipotizza di coinvolgere nell’ideazione e produzione dei gadget le organizzazioni del terzo settore che operano nell’ambito di progetti volti a sostenere giovani in condizioni di disagio.

I gadget potranno essere distribuiti in occasione di eventi e manifestazioni nelle quali viene presentata la Garanzia per i Giovani nel suo complesso, sia in occasione di incontri finalizzati a iniziative specifiche.

2.2 Linea - comunicazione di orientamento

L'eMAGAZINE DELLA GARANZIA PER I GIOVANI

Esistono migliaia di iniziative e di opportunità offerte da tanti operatori, pubblici e privati. Il problema è che le informazioni sono disperse e frammentate e spesso si trovano in maniera casuale. Inoltre, è praticamente impossibile intercettarle, verificarle e pubblicarle sul sito web ufficiale con la tempestività necessaria. Per questo motivo si propone di realizzare un Magazine ad aggiornamento continuo e consultabile con una APP.

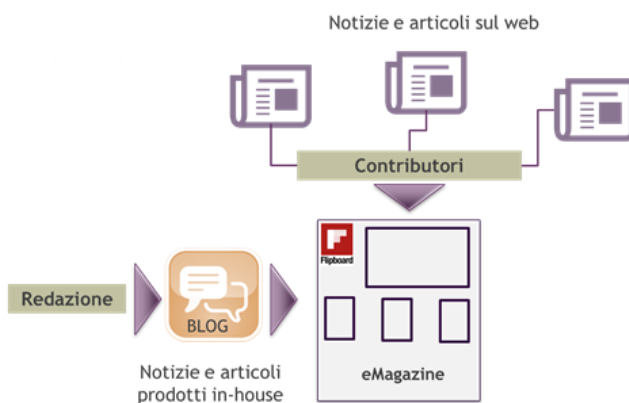
Il magazine sarà basato su Flipboard, una app molto diffusa su tutte le tipologie di *device* mobili, come tablet e smartphone. Questa app consente di impaginare e rendere fruibili in maniera integrata contenuti provenienti da diverse fonti informative: dal portale www.garanziaperigiovani.it, dai siti dei partner istituzionali e da partner che sottoscrivono protocolli di collaborazione con il Ministero del lavoro e delle politiche sociali nell'ambito della Garanzia per i Giovani, secondo il modello della “redazione diffusa”. Lo strumento d'impaginazione fornito via web dall'applicazione consente infatti l'alimentazione, la composizione e l'organizzazione dei contenuti da parte di tutti i contributori a vario titolo coinvolti nell'ampio ventaglio di iniziative per l'attuazione della Garanzia per i Giovani: in primo luogo i partner istituzionali partecipanti alla Struttura di Missione istituita presso il Ministero del Lavoro, che segnaleranno le iniziative di rilevanza nazionale; gli enti locali, che segnaleranno le iniziative a livello territoriale; le parti sociali, che contribuiranno con aggiornamenti e spunti sul tema; le organizzazioni giovanili e del terzo settore che contribuiranno anch'esse a fornire argomenti e testimonianze; infine, ma non meno importante, il mondo delle imprese, e in particolare delle imprese coinvolte nell'attuazione di progetti di responsabilità sociale, con pratiche e case histories. Una delle fonti primarie di produzione dei contenuti può essere rappresentata anche da uno o più blog in tema, ospitanti contenuti e articoli creati ad hoc.

La redazione del sito www.garanziaperigiovani.it avrà la facoltà di vagliare e ordinare i contributi, che saranno automaticamente organizzati nelle rubriche tematiche definite dal palinsesto, fornendo un'informazione sempre aggiornata in tempo reale.

Il magazine è predisposto inoltre per l'integrazione con i social network: associando ad uno stesso profilo le informazioni presenti nella rete, il magazine consentirà al singolo utente di visualizzare entro un unico ambiente le informazioni di suo interesse distribuite nei network cui appartiene. La stessa redazione del sito dedicato alla Garanzia per i Giovani potrà segnalare e mettere in evidenza i contenuti più interessanti.

Grazie alla funzione di impaginazione fornita via web dall’applicazione, l’eMagazine potrà avere un proprio brand e una propria linea grafica, che si armonizzerà con l’identità visiva dei diversi prodotti e canali che saranno attivati per la campagna.

Di seguito lo schema di funzionamento del eMagazine.

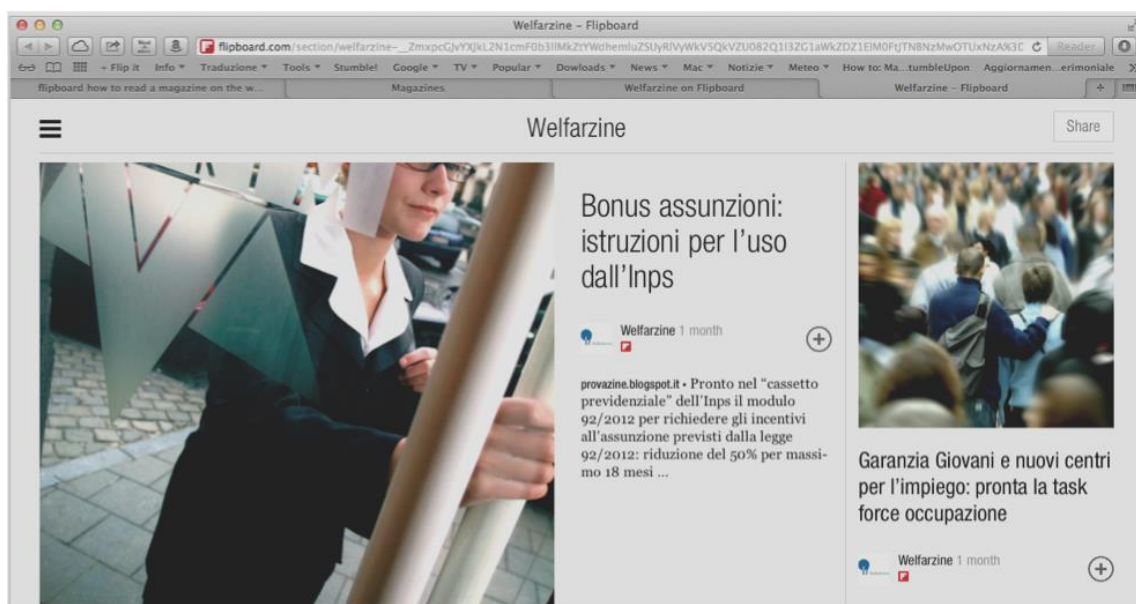


Un esempio di fruizione dell’eMagazine.

Tablet e Smartphone



Web



PARTECIPAZIONE A FIERE DEDICATE

Nel corso dell'anno vengono organizzati da enti pubblici e privati eventi, fiere, saloni di orientamento rivolti ai giovani. Fino ad oggi il Ministero e gli Enti vigilati hanno partecipato a questo tipo di manifestazioni con la formula della Casa del Welfare, stand espositivo che raggruppa in un unico spazio i servizi del Ministero del Lavoro, Italia Lavoro, Isfol, INPS, Inail e Covip con la metafora dei quattro passi nel mercato del lavoro: orientamento in ingresso, funzionamento, tutele e previdenza.

L'obiettivo è di attuare una simile strategia anche per la promozione della Garanzia Giovani che può prevedere la partecipazione con uno stand congiunto Ministero/Regioni o con lo stand istituzionale della Casa del Welfare con uno spazio dedicato alla Garanzia per i Giovani.

Verrà quindi predisposto in collaborazione con gli Enti interessanti (CdW, altri Ministeri e Regioni) un calendario condiviso che di volta in volta definisca le modalità di partecipazione.

In ogni caso lo spazio dedicato alla Garanzia Giovani dovrà consentire ai giovani di informarsi, di beneficiare di servizi, di consultare autonomamente stazioni informatiche, di conoscere e accedere alla Community. In questo modo è possibile ottenere un'informazione integrata, chiara e tarata sui bisogni, secondo modalità social in termini di tempistica e approccio.

Di seguito si riportano le principali manifestazioni organizzate in Italia e rivolte al target dei giovani:

Periodo	Titolo	Info manifestazione
agosto	Meeting di Rimini	Evento dedicato alle tematiche delle famiglie italiane, con focus per i giovani.
marzo- ottobre	Io Lavoro	Manifestazione (Job fair) di incontro tra lavoratori e imprese in cerca di personale. Si basa su colloqui a iscrizione preventiva on-line
novembre	ABCD Orienta	Una Fiera che offre una visione a 360° sul mondo dell’educazione, con incontri, laboratori e congressi su temi che vanno dall’orientamento alla ricerca universitaria, includendo anche le nuove tecnologie multimediali. Suddivisa in due aree Orientamenti Junior e Senior.
novembre	Job & Orienta	JOB&Orienta, il salone nazionale sull’orientamento, la scuola, la formazione e il lavoro. La Mostra-Convegno è strutturata in due aree tematiche: la prima dedicata al mondo dell’istruzione che comprende le sezioni JOBScuola, JOBItinere, ExpoLingue, JOBEducational e MultimediaJOB, la seconda all’università, la formazione e il lavoro con le sezioni Pianeta Università, Arti, mestieri e professioni e TopJOB.
marzo - aprile - ottobre - novembre - dicembre	Saloni dello studente	I Saloni dello Studente “Campus Orienta”, sono manifestazioni di settore dedicate all’orientamento universitario, formativo e professionale post-diploma e post laurea. Il Salone dello Studente si pone come evento per incontrare i giovani studenti che si affacciano al mondo del lavoro post-laurea o dello studio post-diploma ed hanno la necessità di conoscere la realtà di un panorama estremamente complesso e variegato.
ottobre	Young International Forum e OrientaSud	YIF manifestazione "Study&Job". Per chi cerca info su stage, lavori all'estero e prima occupazione. OrientaSud è una manifestazione che da tredici anni richiama studenti degli ultimi anni delle scuole superiori, insieme ai docenti delegati all’orientamento, per fornire tutti gli elementi necessari per una scelta consapevole.
marzo - aprile - ottobre - novembre - dicembre	Career day e saloni dell’orientamento	I Career Day offrono ai giovani opportunità concrete di inserimento lavorativo e sono anche un'occasione per allenarsi ad affrontare un colloquio di selezione e sperimentare le proprie abilità comunicative e relazionali.

***Nota Bene: questa tabella sarà integrata con i principali appuntamenti dei partner.

GUIDE - VADEMECUM - MATERIALE CARTACEO E DIGITALE DI ORIENTAMENTO

Verrà effettuata una ricognizione dei prodotti già realizzati da operatori pubblici e privati per l’orientamento e rivolti ai target di riferimento. I materiali selezionati verranno resi disponibili in formato cartaceo e digitale con il “marchio YG”.

FORMAT TRASMISSIONE TELEVISIVA

L’esigenza è offrire uno sguardo più ampio e coinvolgente alle numerose professioni che il mercato del lavoro richiede e far uscire dagli stereotipi che condizionano l’orientamento dei giovani e delle loro famiglie. Questo anche per contrastare il fenomeno di “*mismatch*”, che è uno degli aspetti che caratterizzano l’attuale fase di crisi e di trasformazione del mercato del lavoro. L’idea è quindi di creare un format televisivo dedicato alla conoscenza delle opportunità e delle storie legate a una serie selezionata di mestieri e professioni.

Produzione

La serie potrà essere realizzata secondo due diverse modalità:

1. Lo sviluppo dell’idea progettuale (soggetto, sceneggiatura e produzione) potrà essere realizzato dal servizio televisivo pubblico nazionale che ne curerà anche la programmazione e la messa in onda.
2. Lo sviluppo dell’idea progettuale e la produzione potranno essere realizzati da una società terza incaricata dal Ministero del Lavoro attraverso una gara. In questo secondo caso la distribuzione potrà avvenire con le seguenti modalità:
 - 2a. La serie viene distribuita attraverso uno dei canali televisivi RAI
 - 2b. La serie viene distribuita attraverso i diversi possibili canali web che saranno individuati (youtube, sito dedicato alla Garanzia per i giovani etc.).

Format

Il taglio del format sarà basato sullo “storytelling”, per raccontare con un linguaggio immediato e in presa diretta le storie individuali di approccio ai mestieri e alle professioni e per valorizzare le esperienze positive e le best practices. I target sono famiglie, educatori, giovani.

La serie è divisa in episodi, nei quali vengono raccontati più mestieri. Il protagonista è il giovane alla scoperta del mestiere, affiancato da mentor aziendali. Il filo della narrazione sarà dato da un racconto-cornice che terrà unite le narrazioni.

Ogni episodio avrà una durata di circa 20 minuti, durante i quali saranno presentati fino a tre mestieri. Ogni mestiere può anche costituire un episodio indipendente ed essere quindi trasmesso con la modalità della “striscia” (quotidiana, bisettimanale o con altra frequenza da definire) essendo strutturato come un’unità di racconto autonoma e in sé conclusa, della durata di 7-10 minuti.

Nella progettazione della serie sarà possibile utilizzare l’esperienza e il network capitalizzati da programmi nazionali come AMVA e FIXO.

Attività:

- Macroprogettazione
- Progettazione esecutiva (soggetto/sceneggiatura)
- Programmazione della produzione
- Produzione
- Post-produzione
- Distribuzione

IL SITO WEB PER LA COMUNICAZIONE E L’INFORMAZIONE

Il sito www.garanziperigiovani.it svolge anche una funzione di **orientamento**. In apposite aree del sito sono consultabili tutte le informazioni in grado di facilitare l’accesso ai servizi di orientamento a livello nazionale e locale.

2.3 Linea - comunicazione di servizio (in collaborazione con le Regioni)

SPORTELLI GIOVANI/YOUTH CORNER (YG)

L’azione di comunicazione e informazione su attuazione e contenuti della Garanzia Giovani è integrata da azioni informative e di orientamento in merito alle opportunità di lavoro e formazione offerte. A questo fine si prevede la creazione di un punto di contatto “Garanzia Giovani” (Youth Corner) che avrà soprattutto una prima funzione di accoglienza e informazione per poi indirizzare l’utente verso servizi specialistici e di secondo livello. Lo YC potrà essere realizzato presso i “servizi competenti”, presso i luoghi deputati del sistema di istruzione e formazione o presso altre istituzioni o soggetti della società civile. Sarà chiaramente identificato all’interno delle singole strutture e presidiato da professionalità adeguatamente formate su finalità e obiettivi della Garanzia.

Per gli sportelli sarà definita, in coerenza con la linea generale di comunicazione, la veste grafica e la dotazione di strumenti informativi, compresi i prodotti di comunicazione qualificati dal “timbro” che ne indicherà la comunanza di intenti e filosofia con il Piano Garanzia per i Giovani.

COMUNICAZIONE DI INTERVENTI

Saranno attivate iniziative ad hoc per la promozione e diffusione di bandi, iniziative e agevolazioni sul territorio rivolte a cittadini e ad aziende attraverso la rete degli sportelli organizzati a livello territoriale. Restano condizioni essenziali per la realizzazione della comunicazione “di servizio” sulle opportunità specifiche di lavoro, formazione, apprendistato o tirocinio, la definizione delle risorse disponibili per

ciascun beneficiario e delle loro modalità di utilizzo sugli specifici servizi e dispositivi (tirocini retribuiti, voucher etc.), nonché i meccanismi per la loro fruizione (es. modalità di candidatura per i giovani, modalità di adesione per le aziende) nell’ambito degli specifici bandi.

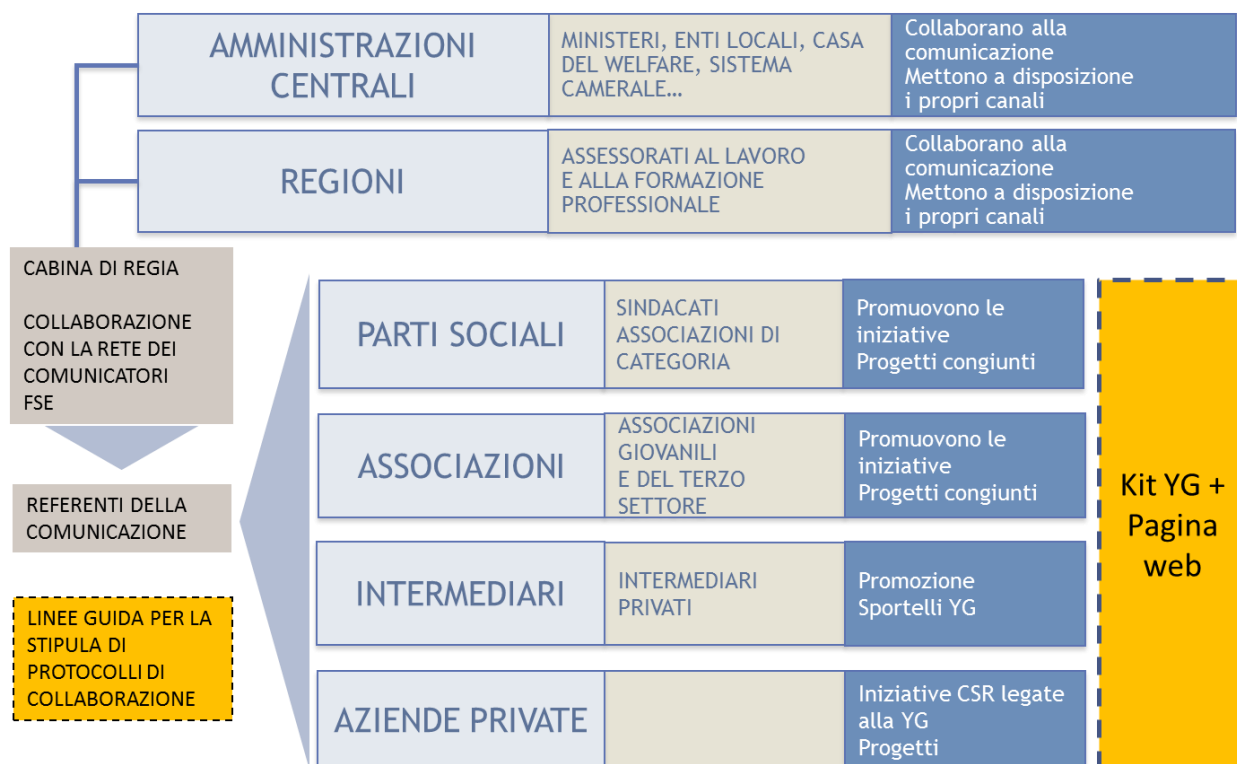
SEZIONI WEB DEI PORTALI REGIONALI DEDICATE ALLA GARANZIA PER I GIOVANI

I Portali regionali potranno, in base a quanto definito dagli accordi di collaborazione che saranno attivati, implementare delle sezioni specifiche dedicate a iniziative, progetti e opportunità che ricadono nell’ambito della Garanzia per i Giovani sul proprio territorio.

IL SITO WEB PER LA COMUNICAZIONE E L’INFORMAZIONE

Sarà presente sul sito www.garanziperigiovani.it una sezione dedicata alla valorizzazione delle opportunità attivate a livello territoriale. Saranno quindi consultabili tutte le occasioni di lavoro, gli incentivi, le doti messi in campo a livello locale, le iniziative assunte dalle associazioni di categoria o da particolari gruppi di imprese e di istituzioni non-profit.

3. Partnership



La collaborazione con i partner istituzionali coinvolti nel Piano è di fondamentale importanza, soprattutto per le sinergie auspicabili per le iniziative di comunicazione nazionali e per il coordinamento delle stesse. Potranno, infatti, collaborare nella comunicazione, anche mettendo a disposizione i propri canali. Al fine di coordinare i contributi dei partner e garantire unitarietà nell’azione, sarà attivata una cabina di regia con le Regioni, anche attraverso la collaborazione con la Rete dei comunicatori FSE già attivata nella Direzione Generale Politiche Attive e Passive del Lavoro.

Rappresenta altresì un fattore critico di successo nell’attuazione dell’azione comunicativa il coinvolgimento di partner di ogni dimensione (piccole e grandi aziende, associazioni di categoria, associazioni di volontariato), che potranno avere un ruolo di “moltiplicatori” e assicurare la copertura capillare dell’intero territorio nazionale.

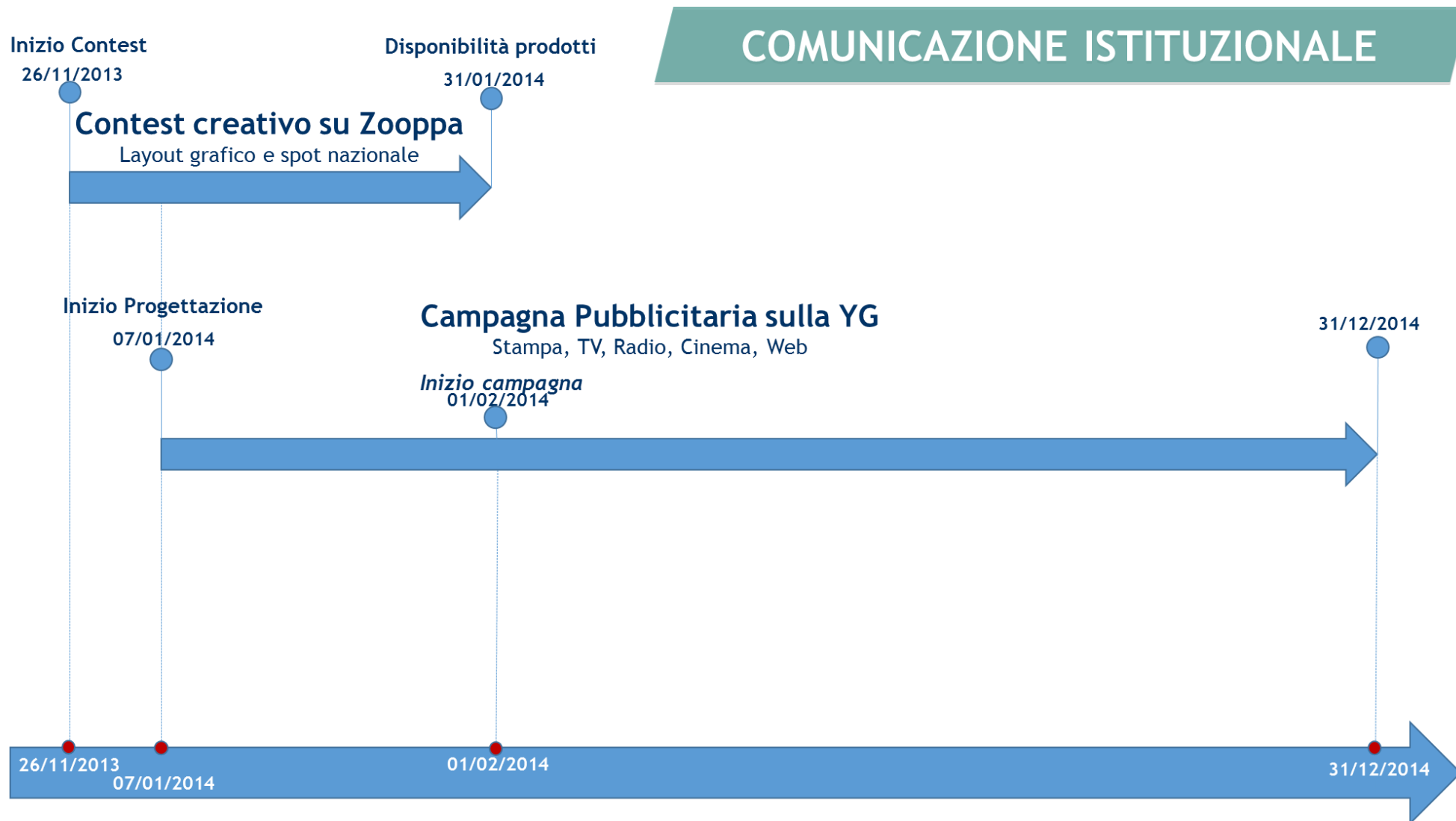
La collaborazione con i partner istituzionali può essere attivata immediatamente attraverso:

- La ricognizione di prodotti, iniziative, strumenti di comunicazione esistenti (o in imminente fase di lancio) che possono essere etichettati *YouthGuaranteed* e diventare parte integrante del piano di comunicazione;
- La proposta di canali di comunicazione a disposizione dei partner attraverso i quali veicolare anche le iniziative YG.

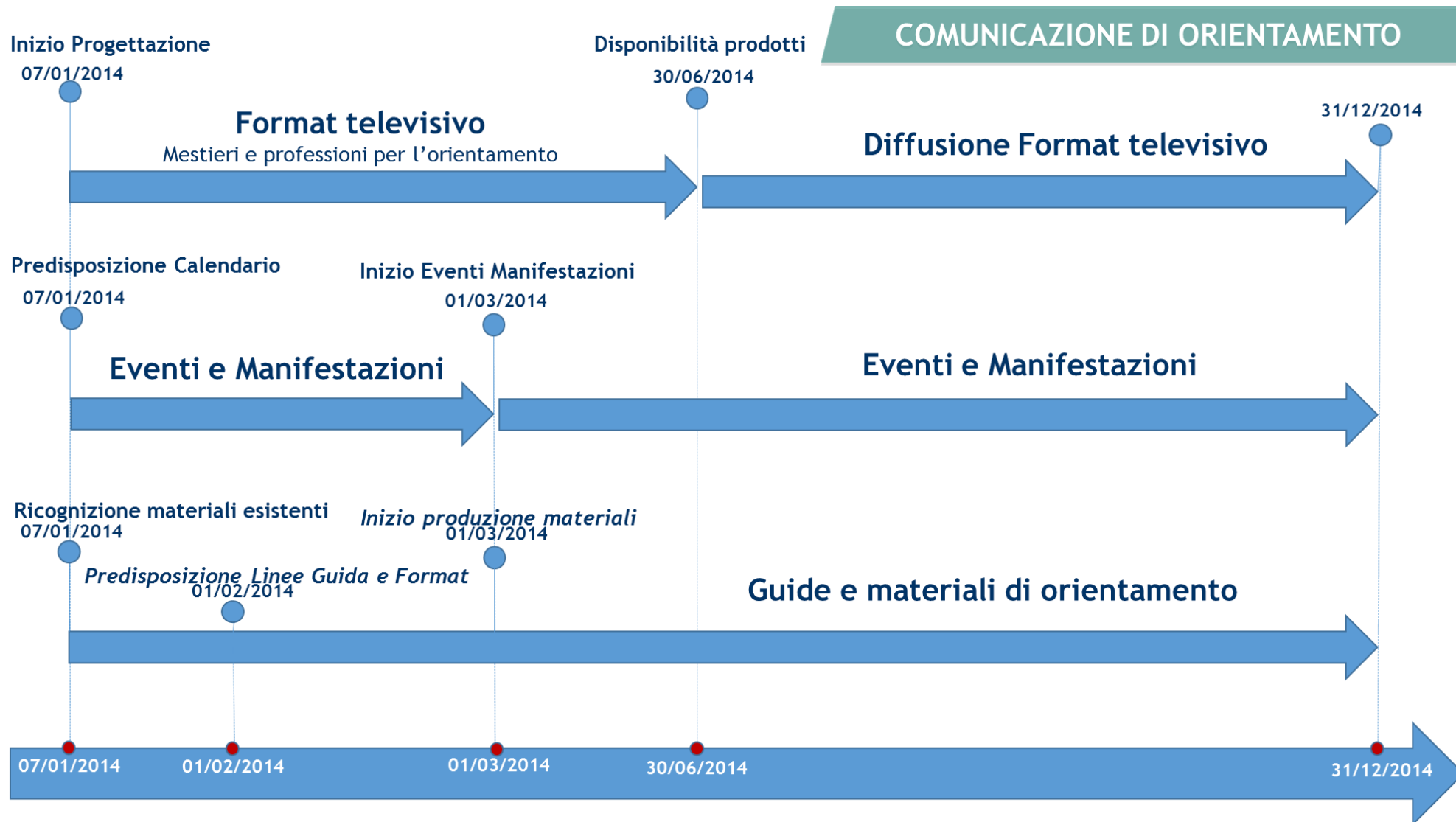
La collaborazione con tutte le altre tipologie di partner sopra descritte potrà invece essere attivata con la stipula di specifici protocolli di collaborazione sulla base di Linee Guida per aderire alla campagna di comunicazione e informazione. A fronte del protocollo sottoscritto, sarà reso disponibile a questa tipologia di partner un kit di comunicazione YG e una pagina web dedicata.

A partire da quanto previsto dal Piano di comunicazione, verrà effettuata una ricognizione delle diverse disponibilità dei Partner e delle modalità del loro coinvolgimento.

4. Gantt di progetto







**COMUNICAZIONE DI SERVIZIO
In collaborazione con le Regioni**

Definizione con le Regioni
delle modalità di
collaborazione e attuazione
07/01/2014

Inizio attività
01/03/2014

31/12/2014

Youth Corner

Comunicazione di interventi

Sezioni Web sui Portali Regionali dedicate alla YG

07/01/2014

01/03/2014

31/12/2014

5. Piano dei rilasci

Descrizione	Output fisici	DATA RILASCIO (gg/mm/aaaa)	DESTINATARIO
Ideazione e realizzazione della linea creativa della campagna Garanzia per i Giovani (contest su Zooppa)	<ul style="list-style-type: none"> Linea grafica Spot nazionale 	31/01/2014	Struttura di Missione
Progettazione e produzione dei materiali di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> Documento Linee Guida per l'utilizzo dei format della campagna Ideazione e/o adattamento creativo per annuncio, spot radio, cinema, web 	15/2/2014	Struttura di Missione
Progettazione e realizzazione della campagna pubblicitaria Garanzia per i Giovani	<ul style="list-style-type: none"> Documento di Pianificazione spazi stampa, Tv, Radio, Cinema e Web 	01/02/2014 01/03/2014	Struttura di Missione
Realizzazione e gestione di un E-Magazine	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione dell'e-magazine 	1/03/2014	Struttura di Missione
Progettazione e realizzazione del Sito Garanzia Giovani	<ul style="list-style-type: none"> Documento di progettazione di dettaglio Layout grafico del sito e concept Definizione del Piano editoriale Sito online 	1/03/2014	Struttura di Missione
Progettazione e configurazione Strumenti Social Media	<ul style="list-style-type: none"> Documento di definizione/strategia di utilizzo degli strumenti social media 	01/03/2014	Struttura di Missione
Ideazione e realizzazione di un Format televisivo	<ul style="list-style-type: none"> Documento di progettazione di dettaglio del Format televisivo Realizzazione della puntata n. 	30/06/2014	Struttura di Missione

Descrizione	Output fisici	DATA RILASCIO (gg/mm/aaaa)	DESTINATARIO
	zero		
Predisposizione di un calendario Eventi/manifestazioni dove siano evidenziati gli eventi dove il Ministero partecipa da solo o dove, invece, partecipa congiuntamente ad una o più Regioni	<ul style="list-style-type: none"> • Calendario eventi generale condiviso 	01/03/2014	Struttura di Missione
Predisposizione di linee guida e format per la produzione di materiali di orientamento già esistenti	<ul style="list-style-type: none"> • Documento di ricognizione dei materiali esistenti • Linee guida e format • Piano di produzione 	01/02/2014	Struttura di Missione
Definizione delle modalità di collaborazione e attuazione della comunicazione relativa alla Garanzia Giovani con le Regioni per la gestione di Youth Corner, comunicazione ed interventi, sezioni web dedicate sui portali regionali	Documenti d'intesa/Linee guida	01/02/2014	Struttura di Missione
Definizione delle modalità di collaborazione e attuazione della comunicazione relativa alla Garanzia Giovani con altri Partner (Aziende, Associazioni di categoria etc)	Documento d'intesa/Linee guida	01/02/2014	Struttura di Missione