



# **STRATEGIA DI COMUNICAZIONE**

**Programmazione 2014-2020  
Fondo sociale europeo**

**PON SPAO 2014-2020**

## Sommario

|  |    |
|--|----|
| Dati identificativi .....                                    | 3  |
| 1. Premessa .....  | 4  |
| 1.1 Programmazione 2014 – 2020.....                          | 4  |
| 2. La comunicazione 2014-2020 .....                          | 5  |
| 2.1 Obiettivi .....  | 5  |
| 2.2 Destinatari .....  | 6  |
| 3. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione ..... | 6  |
| 4. Cronoprogramma .....                                      | 10 |
| 5. Budget .....  | 10 |
| 6. Valutazione della Strategia .....                         | 11 |
| 7. Organismi amministrativi – Ufficio responsabile .....     | 11 |

## Dati identificativi

|  |  |
|--|--|
| Programma operativo Nazionale                    | Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione   |
| Obiettivo interessato                            | OT 08 – Promuovere un'occupazione sostenibile e di qualità e sostenere la mobilità dei lavoratori<br><br>OT 10 – Investire nell'istruzione, nella formazione e nella formazione professionale per le competenze e l'apprendimento permanente<br><br>OT 11 - Rafforzare la capacità istituzionale delle autorità pubbliche e delle parti interessate e un'amministrazione pubblica efficiente |
| Zona ammissibile interessata                     | Italia   |
| Periodo di programmazione                        | 2014-2020  |
| Numero del programma (numero CCI)                | 2014IT05FOP002   |
| Numero della decisione della Commissione Europea | C(2014) 10100  |
| Data della decisione della Commissione Europea   | 17 dicembre 2014   |
| Autorità di gestione                             | Agenzia Nazionale delle Politiche Attive del Lavoro (ANPAL)  |

## 1. Premessa

I nuovi regolamenti comunitari dei Fondi strutturali confermano il ruolo delle attività di informazione e pubblicità che sono previste come obbligatorie e quale fattore strategico per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Le norme accolgono le crescenti indicazioni della Commissione europea, che sempre più pone l'accento sul ruolo determinante della comunicazione per l'attuazione delle politiche europee, in particolare per quelle che hanno un impatto maggiore e favoriscono l'avvicinamento dell'Europa ai cittadini.

In base all'art. 115 del Regolamento (UE) 1303/2013 l'Autorità di Gestione è responsabile dell'elaborazione di una strategia di comunicazione per ciascun programma operativo o di una strategia comune a più PO. Tale strategia è sottoposta all'approvazione del Comitato di Sorveglianza entro i sei mesi successivi alla decisione della CE di adozione del programma (art. 116.2).

Gli obiettivi previsti nell'ambito della strategia di comunicazione sono:

- supportare la piena realizzazione degli obiettivi previsti dal Programma Operativo Nazionale;
- diffondere l'informazione in merito all'esistenza e al contenuto del attraverso apposite azioni di comunicazione e informazione di natura nazionale;
- offrire al pubblico di riferimento una comunicazione integrata e completa rispetto all'insieme dei servizi e delle opportunità offerte, assicurando la coerenza del messaggio e dei contenuti;
- favorire la coerenza e l'integrazione delle attività di comunicazione dei soggetti coinvolti a livello nazionale e regionale, per concentrare risorse e messaggi;
- garantire su tutto il territorio nazionale un omogeneo accesso ad un set di informazioni generali.

### 1.1 Programmazione 2014 - 2020

Nell'ambito del periodo di programmazione dei Fondi Strutturali europei 2014-2020, l'Agenzia Nazionale delle Politiche Attive del Lavoro è titolare di due Interventi FSE ed esattamente:

- Programma Operativo Nazionale "Iniziativa per l'Occupazione dei Giovani";
- Programma Operativo Nazionale "Sistemi di politiche attive per l'occupazione".

Il Programma Operativo Nazionale "Sistemi di politiche attive per l'occupazione" rappresenta un'importante sfida per il sistema nazionale delle politiche per le risorse umane e l'occupazione da una parte, perché il mercato del lavoro è in rapida trasformazione ed è quindi necessario attivare un percorso di accompagnamento a tali cambiamenti al fine di mantenerne la *governance* e, dall'altra per facilitare il consolidamento e la diffusione di standard minimi e di comportamenti condivisi per garantire "pari opportunità" di accesso e di trattamento a livello nazionale.

Il PON SPAO risponde a questa esigenza in modo articolato e quindi necessita di una particolare attenzione nella definizione degli obiettivi della strategia di comunicazione e dell'attività di comunicazione che dovranno tenere in considerazione il ruolo del PON nella promozione del sistema paese.

È da tenere in considerazione, infine, come le informazioni che vengono scambiate siano notevolmente aumentate sia in termini di quantità che in termini di rapidità di scambio. La fruizione della comunicazione, inoltre, è sempre più personalizzata sia nelle modalità che nei tempi e nei canali.

## **1.2 Il ruolo strategico della comunicazione - Approccio della Strategia di Comunicazione**

Nell'attuale programmazione le attività di comunicazione costituiscono parte integrante del regolamento generale dei Fondi strutturali.

In continuità con la precedente programmazione e alla luce dei risultati conseguiti, l'ANPAL, nel predisporre il Piano di comunicazione, adotta principi di trasparenza, di adattamento alla domanda, di coordinamento e di semplicità.

Nel contempo, il suddetto Piano tiene in considerazione i mutamenti intervenuti in termini di operatività, obiettivi, destinatari e mezzi.

## **2. La comunicazione 2014-2020**

L'ANPAL, nel definire la strategia di comunicazione, si ispira ai seguenti principi:

- Accompagnare e supportare le azioni previste dal PON;
- Ascoltare gli interlocutori istituzionali e facilitarne la cooperazione;
- Puntare su di un maggiore utilizzo delle reti e delle comunità d'interesse per la diffusione di informazione specialistica e la implementazione della conoscenza;
- Proporsi a livello nazionale con un ruolo di coordinamento e armonizzazione per le attività di comunicazione FSE.

La strategia mira a differenziare i canali e le attività in base alla specificità dell'utenza.

Ci si prefigge, inoltre, l'obiettivo di rafforzare l'identità del Fondo Sociale europeo e di fornire una visione unitaria degli interventi che vengono finanziati attraverso questo strumento, anche attraverso l'utilizzo di un logo dedicato e di una linea grafica ad *hoc*.

Questa scelta è mirata a mantenere una sorta di continuità rispetto al passato ma anche a consentire di identificare in maniera più efficace la fonte del messaggio.

### **2.1 Obiettivi**

Obiettivo generale dell'attività di comunicazione nel suo insieme è quello di valorizzare quanto realizzato attraverso l'utilizzo dei fondi comunitari e garantire la trasparenza dell'intervento dei Fondi, realizzando un sistema di comunicazione efficace, integrato negli strumenti, al fine di dare ampio risalto e accessibilità agli interventi previsti, nonché a tutte le informazioni relative ai contributi finanziari e alle possibilità di accesso ai finanziamenti medesimi, così come previsto dal Regolamento UE 1303/2013.

Obiettivo strategico è la diffusione della conoscenza ed implementare la qualità e l'integrazione dei sistemi di istruzione, formazione e lavoro nonché alla realizzazione degli obiettivi europei della Strategia Europa 2020.

Nello specifico il presente Piano di Comunicazione si propone di:

- promuovere la conoscenza delle azioni previste dal PON;
- agevolare la condivisione delle scelte delle politiche di *governance* e il coinvolgimento degli attori coinvolti;
- agevolare il ruolo di coordinamento dell' ANPAL nei confronti delle Regioni;
- rafforzare l'identità nazionale promuovendo la cittadinanza europea e il ruolo del FSE;
- promuovere le reti di conoscenza e di scambi per la diffusione dell'informazione.

## 2.2 Destinatari

Le azioni previste nel Piano si rivolgono alle seguenti categorie di destinatari:

- Potenziali beneficiari:
  - Soggetti coinvolti nella programmazione;
  - Istituzioni pubbliche centrali e territoriali;
  - Parti economiche e sociali;
  - Sistemi di formazione e lavoro;
  - Organismi di parità;
  - Associazioni ONG.
- Beneficiari:
  - Coloro che accedono ai finanziamenti previsti dai PON;
  - Beneficiari finali delle azioni finanziate.
- Pubblico:
  - Opinione pubblica;
  - Cittadini.

## 3. Azioni di comunicazione e modalità di realizzazione

Il presente Piano di comunicazione descrive le azioni di informazione e comunicazione e degli strumenti necessari affinché l'informazione e la comunicazione relative al PON SPAO risulti efficace ed efficiente. Infatti, l'attuazione degli interventi dei PON è necessariamente accompagnata da azioni di informazione e comunicazione e dalla predisposizione di strumenti che hanno la finalità di combattere la disoccupazione giovanile attraverso l'integrazione dei giovani nel mercato del lavoro, anche sostenendo la transizione tra istruzione e occupazione; integrare i più vulnerabili (donne, lavoratori anziani, immigrati e persone a rischio d'esclusione sociale e povertà) nel mercato del lavoro; migliorare la qualità dell'istruzione e della formazione, accompagnando l'aumento degli investimenti privati in R&S e innovazione con lo sviluppo del capitale umano; promuovere la mobilità dei lavoratori; contribuire ad ammodernare e rafforzare le istituzioni del mercato del lavoro, con particolare riferimento ai servizi per l'impiego, pubblici e privati; combattere il lavoro sommerso.

Occorre precisare che le azioni previste saranno realizzate nel rispetto della Legge n. 4 del 9 gennaio 2004 "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici" e dei successivi

regolamenti attuativi, che riconosce e tutela il diritto di accesso ai servizi informatici e telematici della pubblica amministrazione da parte dei disabili, nel rispetto del principio di pari opportunità. Pertanto l'AdG è impegnata nell'abbattimento delle barriere digitali che limitano o impediscono l'accesso agli strumenti della società dell'informazione da parte dei disabili.

Al fine di accompagnare e sostenere le azioni previste dal Programma Operativo "Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione", è prevista la realizzazione di azioni di comunicazione, volte a informare i destinatari sulle misure a sostegno dell'occupazione e orientarli verso le opportunità previste dal Piano, come di seguito descritto:

- **Eventi lancio:** Realizzazione di un evento nazionale per informare e pubblicizzare l'avvio del PON SPAO e diffondere le buone prassi della passata programmazione nonché rafforzare l'identità del ruolo svolto dall'Unione europea come previsto dal Regolamento UE 1303/2003. L'evento potrebbe consistere nell'organizzazione di una conferenza nazionale, da tenersi entro il 2015 che preveda oltre ad una tavola rotonda anche workshop tematici di approfondimento.
  - Risultati attesi: conoscenza diffusa delle attività e delle iniziative promosse dal FSE nonché delle attività previste nei PON nell'ambito della programmazione 2014-2020.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Attività di informazione annuale:** Organizzazione di un'attività informativa annuale, da realizzarsi in concomitanza con l'avvio/chiusura di progetti significativi e/o di particolare impatto, finalizzata alla diffusione e alla divulgazione delle attività previste nel PON SPAO e al loro stato di attuazione.
  - Risultati attesi: conoscenza dello stato di attuazione e dei risultati della programmazione.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Partecipazione eventi:** Partecipazione con uno stand espositivo e informativo, con personale esperto e materiale realizzato ad *hoc* a manifestazioni nazionali e/o europee di rilevanza istituzionale, ad esempio in concomitanza della Mostra Convegno "Job&Orienta".
  - Risultati attesi: conoscenza diffusa sull'avvio delle singole attività realizzate con il contributo del FSE e sulla rispettiva attuazione e maggiore visibilità del ruolo svolto dall'Unione europea.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Realizzazione logo:** progettazione e realizzazione dell'idea grafica del logo del PON SPAO.
  - Risultati attesi: logo PON SPAO. Tale attività potrà essere espletata tramite procedura di gara/affidamenti diretti.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Realizzazione prodotti promozionali:** Ideazione, realizzazione e personalizzazione con logo e linea grafica coordinata di prodotti promozionali (gadget) e biglietti da visita da distribuire nel corso di eventi, seminari, convegni, fiere e incontri istituzionali al fine di consolidare l'identità del Fondo Sociale europeo.
  - Risultati attesi: veicolazione e diffusione dell'immagine/logo del FSE e dell'Unione tramite la diffusione di prodotti promozionali.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.

- **Pagina web**: Implementazione delle pagine web sul FSE realizzate nella passata programmazione. Tale strumento, trasversale ai diversi target, svolge una funzione di supporto e complementarietà alle altre attività di comunicazione previste nel Piano.
  - **Risultati attesi**: rispetto agli operatori di settore conoscenza approfondita ed aggiornata sulla programmazione 2014-2020; rispetto ai cittadini un'informazione di primo livello, per valorizzare il ruolo del Fondo sociale europeo e dell'Unione europea.
  
- **Network**: Implementazione di una rete di scambio tra i referenti della comunicazione Fondo Sociale europeo al fine di assicurare, a livello nazionale, la circolazione delle informazioni, dei documenti, delle esperienze, nonché di buone pratiche. Si prevede l'organizzazione di incontri tecnici on-line, basati sul principio della condivisione, tra i referenti della comunicazione Fse a livello regionale e centrale, per fare il punto della situazione, fissare scadenze e sperimentare soluzioni a problemi comuni; la creazione di una piattaforma informatica di confronto e di scambio.
  - **Risultati attesi**: condivisione e scambio di informazioni e di buone prassi tra tutti i referenti della comunicazione FSE nazionali e regionali.
  - **Destinatari**: potenziali beneficiari.
  
- **Registro**: Implementazione di un registro nazionale on-line per la pubblicazione dell'elenco dei beneficiari dei finanziamenti FSE relativamente alle attività espressamente previste nei Programmi operativi nazionali.
  
- **Newsletter**: Redazione, realizzazione e invio di una newsletter elettronica mensile complementare alla pagine web dedicate al FSE. La newsletter segnala tempestivamente agli iscritti alla *mailing list* (cittadini e operatori) gli aggiornamenti del sito (prodotti editoriali di nuova pubblicazione, progetti, avvisi e bandi, nuove sezioni, seminari e convegni) e le iniziative a livello nazionale e comunitario.
  - **Risultati attesi**: promozione della cittadinanza attiva europea; aggiornamento degli operatori sulle novità del settore.
  - **Destinatari**: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Pubblicazioni monografiche**: Pubblicazione della documentazione di supporto alla programmazione 2014 - 2020, con eventuali approfondimenti.
  - **Risultati attesi**: conoscenza e diffusione di documentazione, ricerche, studi nazionali e comunitari su tematiche promosse dal FSE.
  - **Destinatari**: potenziali beneficiari, beneficiari.
  
- **Brochure informativa**: Realizzazione di brochure ad ampia diffusione contenente informazioni di primo livello sulla programmazione 2014 - 2020 e sui Programmi operativi nonché riferimenti utili all'approfondimento delle tematiche di interesse.
  - **Risultati attesi**: ampia conoscenza della nuova programmazione.
  - **Destinatari**: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
  
- **Campagna pubblicitaria**: La campagna sarà veicolata su tutto il territorio nazionale prevalentemente attraverso spot televisivi e radiofonici. Coerentemente con la strategia di comunicazione, sarà elaborato un Piano Programmatico nel quale verranno esplicitati i target, la copertura nazionale, gli obiettivi di comunicazione previsti ed infine la quantificazione, le fasce



orarie e il periodo di pubblicazione. In particolare la campagna pubblicitaria verrà diffusa su canali RAI, TV tematiche, TV commerciali e TV locali, radio, web TV, canale YouTube cinema e stampa: testate sia quotidiane sia periodiche.

- Risultati attesi: ampia conoscenza della nuova programmazione.
  - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
- 
- **Strumenti di comunicazione social**: sarà presente sui social network di maggiore diffusione, strumenti di messaggistica on-line e videoconferenza, quali Facebook, LinkedIn, Twitter, Whatsapp e Skype. Inoltre verrà implementata un'applicazione dedicata che consenta di impaginare e rendere fruibili in maniera integrata contenuti provenienti da diverse fonti informative.
    - Risultati attesi: ampia conoscenza della nuova programmazione.
    - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.
- 
- **Eventuali aggiornamenti/integrazioni del Piano di comunicazione**: a seguito delle attività di valutazione il Piano di comunicazione potrà essere integrato con informazioni/attività aggiuntive e/o maggiormente rispondenti alle necessità evidenziate.
    - Risultati attesi: ampia conoscenza della nuova programmazione.
    - Destinatari: potenziali beneficiari, beneficiari, pubblico.

#### 4. Cronoprogramma

| Azioni                                    | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|
| Evento di lancio                          |      |      |      |      |      |      |      |
| Attività di informazione annuale          |      |      |      |      |      |      |      |
| Realizzazione Logo                        |      |      |      |      |      |      |      |
| Partecipazione ed organizzazione eventi   |      |      |      |      |      |      |      |
| Realizzazione prodotti promozionali       |      |      |      |      |      |      |      |
| Pagine web                                |      |      |      |      |      |      |      |
| Network dei referenti della comunicazione |      |      |      |      |      |      |      |
| Registro dei beneficiari                  |      |      |      |      |      |      |      |
| Newsletter                                |      |      |      |      |      |      |      |
| Pubblicazioni monografiche                |      |      |      |      |      |      |      |
| Brochures                                 |      |      |      |      |      |      |      |
| Campagna pubblicitaria                    |      |      |      |      |      |      |      |
| Strumenti di comunicazione social         |      |      |      |      |      |      |      |
| Valutazione della Strategia               |      |      |      |      |      |      |      |

#### 5. Budget

Per la realizzazione delle attività descritte nel presente Piano di Comunicazione sono previsti € 5.000.000 (euro cinquemilioni/00).

## 6. Valutazione della Strategia

Come da Regolamento UE 1303/2013 si prevede la valutazione dell'efficacia degli interventi contenuti nel Piano di comunicazione, in termini di visibilità del PON e del livello di consapevolezza del ruolo svolto dall'Unione europea.

La valutazione terrà conto degli indicatori previsti dal PON, al fine di misurare l'efficacia delle azioni intraprese, per misurare l'efficacia delle azioni intraprese, anche attraverso parametri qualitativi, quantitativi e d'impatto.

La valutazione degli interventi contenuti nel Piano di comunicazione utilizzerà come indicatori:

- N. di interventi attivati per tipologia di attività;
- N. di destinatari raggiunti dagli interventi.

Si prevede, inoltre, di affidare ad un valutatore esterno, individuato tramite procedura di gara ad *hoc*, le valutazioni inerenti le attività di comunicazione che dovranno essere predisposte nelle Relazioni annuali da presentare nel 2017 e nel 2019 e nel rapporto finale di esecuzione.

## 7. Organismi amministrativi – Ufficio responsabile

L'AdG FSE è responsabile della elaborazione della strategia di comunicazione e della predisposizione del relativo Piano di comunicazione e di tutta l'attività di comunicazione di natura istituzionale.

La Direzione Generale dei sistemi informativi, dell'innovazione tecnologica e della comunicazione sarà invece responsabile di tutta la comunicazione inerente i progetti che saranno realizzati nel corso della programmazione e supporterà i beneficiari nell'attuazione delle precipe attività di comunicazione, con un duplice scopo, ovvero garantendo una certa omogeneità alla stessa e evitando il rischio di sovrapposizione.

In attuazione dell'articolo 117 del Regolamento 1303/2013, ogni Stato membro designa un funzionario incaricato dell'informazione e della comunicazione che coordina le azioni di informazione e di comunicazione in relazione a uno o più fondi, compresi i programmi pertinenti nell'ambito dell'obiettivo Cooperazione territoriale europea, e ne informa la Commissione.

| PON Investimenti in favore della crescita e dell'occupazione                                   |  |  |   |
|--|--|--|---|
| Autorità   | Struttura Amministrativa                       | Funzione   | Recapiti  |
| Autorità di Gestione   | Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro  | Dirigente Divisione 3<br>Dott.ssa Marianna<br>D'Angelo | tel 06 46834406<br>fax 06 46834131<br>divisione3@anpal.gov.it   |
| Responsabile dell'informazione e della comunicazione   | Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro  | Ricercatore  | tel 06 46834406<br>fax 06 46834131<br>divisione3@anpal.gov.it   |
| Direzione Generale dei sistemi informativi, dell'innovazione tecnologica e della comunicazione | Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali | Funzionario  | Tel.: 06/46834800<br>Fax: 06/46834794<br>DGInnovazione@lavoro.gov.it<br>sistemiinformativi@mailcert.lavoro.gov.it |