



## PIANO DI COMUNICAZIONE GARANZIA PER I GIOVANI

### Piano Attività 2016

Capo Progetto: Daniela Rita Vacirca

Firma *Daniela Rita Vacirca*

## INDICE

SCHEDA ANAGRAFICA	3
1. Descrizione delle attività per l'annualità 2016	5
2. Gantt di progetto	12
3. Piano dei rilasci	16
4. Fabbisogni di professionalità	17
5. Budget economico	18

Piano di attività 2016	PIANO DI COMUNICAZIONE GARANZIA PER I GIOVANI	
------------------------	--	--

### SCHEMA ANAGRAFICA

Titolo dell'iniziativa	
PIANO DI COMUNICAZIONE GARANZIA PER I GIOVANI	
Codice Progetto	150N

Durata complessiva		
Data inizio	Data fine	Durata in mesi
01/04/2014	31/12/2016	33

Decreto di concessione del contributo
D.D. 355\Segr D.G.\2014 del 08/05/2014 - DD 20\Segr D.G.\2015 del 11/02/2015 D.D. 231\II\2015 del 07/07/2015 - D.D. 440\II\2015 del 30/12/2015 D.D. 55\II\2016 del 21/03/2016 - Nota Prot. 0008574 del 07/06/2016

Fonti finanziarie		
FSE 2014-2020 - PON SPAO	Asse 5 "Assistenza tecnica"	€ 5.500.000,00
FSE 2014-2020 - PON SPAO (Regioni)	Asse 5 "Assistenza tecnica"	€ 1.229.739,00

Valore di progetto per l'anno di riferimento	2016	€ 580.218,71 *
Valore di progetto per l'anno di riferimento (A.T. Regioni)	2016	€ 557.414,03

\* Come da nostra nota prot. n. 4969 del 05/07/2016

### Premessa

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali ha sviluppato il Piano operativo per l'attuazione della cosiddetta "Garanzia per i giovani" (European Youth Guarantee), il piano europeo per la lotta alla disoccupazione giovanile destinato a Paesi con il tasso di disoccupazione giovanile superiore al 25 per cento. Italia Lavoro S.p.A. cura l'organizzazione e la realizzazione del progetto "Piano di comunicazione della Garanzia per i Giovani", a supporto e accompagnamento dell'attuazione del Piano italiano per l'attuazione della Garanzia Giovani, attraverso azioni di comunicazione volte a informare i diversi target sulle misure a sostegno dell'occupazione e orientarli verso le opportunità previste dal Piano. L'iniziativa progettuale rientra nell'ambito del ventaglio di iniziative a favore dell'occupazione dei giovani, sostenute sia dal finanziamento proveniente dalla Youth Employment Initiative, sia dal Fondo Sociale Europeo (FSE).

Il presente documento esplicita e dettaglia obiettivi operativi e attività previsti per il 2016.

Il presente progetto attua le indicazioni ed è conforme agli adempimenti in materia di informazione e comunicazione sui Programmi operativi cofinanziati dai Fondi strutturali e dalla YEI (Regolamenti Ce 1303/2013 e 1304/2013). Tiene conto, inoltre, nella sua articolazione su tre linee di intervento, dello stretto coordinamento istituzionale tra il Ministero del Lavoro e le Regioni, che ha portato alla definizione del Piano di attuazione della Garanzia Giovani.

Questa iniziativa progettuale agisce in modo sinergico rispetto al progetto COMPA - Comunicare le Politiche Attive del Lavoro, avvalendosi degli strumenti e dei canali da questo resi disponibili trasversalmente a programmi e progetti finanziati nell'ambito del PON FSE Sistemi di Politiche Attive per l'Occupazione, per veicolare le iniziative di comunicazione rivolte ai destinatari della "Garanzia per i giovani", volte ad accompagnare e sostenere le azioni previste dal Piano italiano di attuazione del programma europeo. Le attività di comunicazione sono, quindi, progettate, pianificate e realizzate in base a una strategia e a una logica operativa basate sulla sinergia e sulla complementarità rispetto alle attività e alle risorse definite nel Piano di attività per l'annualità 2016 del progetto COMPA.

## 1. Descrizione delle attività per l'annualità 2016

### Obiettivi generali

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. 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, di apprendistato o di 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.

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 da parte delle Regioni.

Le linee guida definiscono le modalità di declinazione a livello regionale dell'identità visiva e 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.

### Obiettivo dell'intervento

L'intervento ha l'obiettivo di 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.

### Linee di intervento, obiettivi e attività

Per il periodo di operatività del progetto (2014-2016), si prevede di realizzare un insieme di attività articolate su tre livelli di comunicazione, complementari e integrati tra loro, che si configurano come tre linee di intervento:

1. Comunicazione istituzionale
2. Comunicazione di orientamento
3. Comunicazione di servizio

Il piano di attività 2016 è finalizzato alla comunicazione della fase 2 della Garanzia Giovani e, in particolar modo, supporterà le attività di comunicazione relative alla misura dell'autoimpiego e la misura del bonus occupazionale.

Queste attività sono inserite nelle rispettive linee di intervento, in base alla loro natura (comunicazione istituzionale, di orientamento o di servizio).

Tutte le attività realizzate nel 2016 saranno preventivamente condivise con la Direzione Generale dell'Innovazione Tecnologica e della Comunicazione.

Alle tre linee di operatività del progetto, se ne aggiunge una ulteriore di coordinamento generale di seguito descritta:

### Linea di Coordinamento Generale

La linea di coordinamento generale è trasversale alle linee operative che articolano il progetto e ricomprende tutte le attività attinenti al processo decisionale e le relazioni con gli stakeholder nei vari momenti del ciclo di vita e a vari livelli dell'organizzazione.

Nelle fasi di avvio, definisce i criteri con cui i progetti debbono essere gestiti sulla base degli indirizzi aziendali e delle specifiche esigenze del committente. La governance di progetto recepisce tali politiche e le traduce in un quadro di riferimento entro il quale sarà gestito il progetto in termini di:

- motivazione che porta all'avvio e al suo sviluppo;
- organizzazione preposta alla gestione;
- framework di riferimento per il processo decisionale (ruoli, responsabilità, autorità);
- pianificazione dettagliata delle attività da svolgere e aggiornamento durante le fasi realizzative;
- messa a punto di una strategia per assicurare e controllare la qualità dei prodotti e dei servizi;
- criteri per lo svolgimento delle attività di monitoraggio e controllo;
- criteri per la gestione dei rischi e delle incertezze (minacce e opportunità);
- gestione dei rapporti con la committenza.

Nelle fasi realizzative, la linea di coordinamento provvede all'aggiornamento di attività e requisiti sulla base delle eventuali mutamenti delle condizioni attuative.

## 1. LINEA - COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

La comunicazione istituzionale ha l'obiettivo di far conoscere e promuovere la Garanzia Giovani presso l'opinione pubblica generale, prevalentemente attraverso una campagna media, informando su misure e opportunità che la Garanzia offre. Le azioni comunicative previste sono state precedute da una

campagna “teaser” 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. La campagna ha svolto un’azione propedeutica rispetto alla realizzazione della più vasta campagna di comunicazione realizzata nell’ambito del presente progetto. La gara on line ha prodotto uno spot video che informa sull’esistenza e sulle opportunità offerte dalla Garanzia Giovani, e una creatività che caratterizzerà la comunicazione istituzionale del Programma, sia a livello nazionale che regionale.

## Risultato

**1.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell’ambito della “Garanzia per i giovani”, in sinergia con i partner istituzionali.**

## Obiettivi specifici per il 2016

**1.R1.1 Diffondere presso l’opinione pubblica generale e i destinatari della “Garanzia per i giovani” informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotti dal Piano di attuazione**

### Attività:

- 1.R1.1.1 Declinazione della creatività sui prodotti di comunicazione, ivi inclusi quelli destinati alla campagna pubblicitaria, e spot nazionale per la campagna di comunicazione su tutti i prodotti di comunicazione. Per l’utilizzo dell’identità visiva della Garanzia Giovani scaturita dal contest creativo, per la comunicazione della Garanzia Giovani sono state elaborate le linee guida che regolano l’uso del marchio, le regole di comunicazione, le attività di comunicazione nazionali e quelle a cura delle Regioni.
- 1.R1.1.2 Campagna pubblicitaria rivolta al target giovani. *(Attività eliminata per il 2016)*
- 1.R1.1.3 Istituzione di un marchio Garanzia Giovani da applicare alle iniziative che rientrano nelle finalità della Garanzia Giovani. Definizione e presidio delle modalità di applicazione. *(Attività eliminata per il 2016)*
- 1.R1.1.4 Supporto alla promozione di iniziative speciali che rientrano negli obiettivi della Garanzia Giovani.
- 1.R1.1.5 Diffusione sul web e sui social media, per coinvolgere direttamente il target principale
- 1.R1.1.6 Promozione del sito web nazionale, sviluppato dal Ministero del Lavoro nell’ambito delle attività di realizzazione delle piattaforme tecnologiche a supporto dell’attuazione della Garanzia Giovani, attraverso tutti gli strumenti e i canali predisposti.
- 1.R1.1.7 Progettazione ed elaborazione, a partire dagli elementi di identità visiva adottati per la campagna, di un insieme coordinato di prodotti di comunicazione che le Regioni potranno adottare e contribuire a diffondere. È stato prodotto e reso disponibile alle Regioni un catalogo dei prodotti di comunicazione, che ne definisce anche le modalità di utilizzo e approvvigionamento, nonché le indicazioni per la declinazione a livello regionale.  
Aggiornamento del catalogo e predisposizione prodotti di comunicazione sui bandi regionali.

Per il 2016 verranno progettati e realizzati ulteriori prodotti di comunicazione relativi a:

- novità introdotte con la Fase II di Garanzia Giovani
- misura autoimpiego

- misura bonus occupazionale

Per la misura “autoimpiego”, verrà implementato il piano di comunicazione Selfiemployment approvato nel corso del I semestre 2016.

Il progetto agirà di concerto con la DG Innovazione Tecnologica e Comunicazione.

## 2. LINEA - COMUNICAZIONE DI ORIENTAMENTO

Le attività svolte su questa linea hanno la finalità di orientare i target verso i servizi loro destinati, e prevede il contributo di Regioni e partner, sia nell'alimentazione di canali di comunicazione, sia nella presentazione congiunta della Garanzia Giovani per quanto riguarda specifiche iniziative e servizi, come anche nella segnalazione di servizi e opportunità da loro realizzati o promossi.

### Risultato

2.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell'ambito della “Garanzia per i giovani”, in sinergia con i partner istituzionali

### Obiettivi specifici per il 2016

2.R1.1 Predisposizione e realizzazione di iniziative e prodotti per favorire l'accesso ai servizi da parte dei target

#### Attività

-2.R1.1.1 Realizzazione di un E-magazine della Garanzia Giovani consultabile da PC e dispositivi mobili che svolgerà il ruolo di aggregatore di risorse informative qualificate (sito nazionale, siti dei partner istituzionali e dei partner che sottoscrivono protocolli di collaborazione nell'ambito della Garanzia Giovani). *(Attività eliminata nel 2015)*

- 2.R1.1.2 Partecipazione a fiere dedicate (manifestazioni nazionali, saloni di orientamento etc.) per dare visibilità alla Garanzia Giovani o alle iniziative specifiche a questa collegate. Il progetto agirà di concerto con la DG Innovazione Tecnologica e Comunicazione che definisce il calendario delle manifestazioni.

Partecipazione alla iniziativa “Vivi il presente, al futuro ci pensiamo noi” a cura di INPS. L'iniziativa prevede un tour congiunto con un TIR personalizzato anche con gli elementi grafici della Garanzia Giovani, presso 15-20 Università italiane.

Il tour ha come oggetto una campagna di educazione previdenziale curata da INPS e rivolta agli studenti e un'attività di comunicazione e sensibilizzazione su Garanzia Giovani curata da operatori del Programma FIXO YEL, in raccordo con le Regioni che ospitano le Università.

Nel IV trimestre 2016 si prevede di estendere il tour a ulteriori Università e la partecipazione alla Borsa del Placement, manifestazione nazionale che si terrà a Napoli nel mese di dicembre.

- 2.R1.1.3 Ricognizione e selezione dei prodotti di orientamento realizzati da operatori pubblici e privati e rivolti ai target di riferimento, finalizzata all'attribuzione del “timbro YG”; diffusione dei prodotti individuati.

- 2.R1.1.4 Realizzazione di un format Web e TV per orientare giovani e famiglie, dedicato alla conoscenza delle opportunità e delle storie legate a una serie selezionata di mestieri e professioni, e che potrà essere distribuita attraverso reti televisive o canali web. *(Attività eliminata nel 2015)*

### 3. LINEA - COMUNICAZIONE DI SERVIZIO

#### Motivazione

Le attività previste in questo ambito saranno di carattere nazionale, complementari e di supporto a quanto realizzato direttamente dalle Regioni. Si prevede la predisposizione dei format e dei kit di comunicazione rivolti ai beneficiari, che potranno essere utilizzati e personalizzati dalle Regioni in base alle specifiche esigenze, nonché l'individuazione di modalità di raccordo e armonizzazione tra i canali predisposti dalle Regioni e i canali nazionali.

#### Risultato

#### 3.R1 Indirizzare i target verso le opportunità di lavoro e formazione disponibili

#### Obiettivi specifici per il 2016

#### 3.R1.1 Supporto alla comunicazione di interventi e iniziative riconducibili alla Garanzia Giovani realizzate dalle Regioni

##### Attività

- 3.R1.1.1 Supporto all'applicazione di linee guida e format per la personalizzazione della comunicazione di interventi e iniziative attuate dalle Regioni nell'ambito della Garanzia Giovani. Le linee guida definiscono le modalità di declinazione a livello regionale dell'identità visiva e degli elementi della campagna di comunicazione nelle varie fattispecie. *(attività modificata nel 2016)*

- 3.R1.1.2 Personalizzazione regionale dei prodotti/strumenti di comunicazione definiti a livello nazionale con contenuti gli elementi dell'identità visiva regionale, secondo le modalità indicate dal catalogo; individuazione e progettazione congiunta di nuovi prodotti/strumenti di comunicazione da inserire a catalogo

- 3.R3.1.3 Supporto alle attività di comunicazione e informazione delle singole Regioni nell'ambito dell'attuazione dei piani regionali della Garanzia Giovani, complementari e sinergiche rispetto a quelle previste dal Piano di comunicazione nazionale.

Il supporto alle attività di comunicazione regionale è attuato nel quadro dell'assistenza tecnica attivata su richiesta della Regione a valere sul budget regionale.

Gli specifici ambiti di collaborazione e supporto previsti nell'ambito dell'assistenza tecnica in tema di comunicazione sono individuati sulla base delle specifiche esigenze della Regione e potranno riguardare:

- personalizzazione e fornitura digitale e stampa dei prodotti di comunicazione, in sinergia con il Piano nazionale;
- integrazione del piano mezzi nazionale con piano mezzi individuato dalla Regione e acquisto di spazi pubblicitari;
- organizzazione di eventi regionali o organizzazione della partecipazione a manifestazioni regionali rivolte a giovani e aziende, predisposizione di prodotti di orientamento sulla Garanzia Giovani per imprese, giovani e operatori;

- progettazione e animazione di canali web regionali, inclusi i social network e più in generale gli strumenti di social communication.

Per l'annualità di riferimento le attività di assistenza tecnica saranno effettuate per le seguenti Regioni:

Regione	Tipologia di AT richiesta
Abruzzo	Produzione e stampa materiali Realizzazione eventi Allestimento Youth Corner
Campania	Produzione e stampa materiali Campagna pubblicitaria regionale Assistenza per i social network Realizzazione eventi Allestimento Youth Corner
Lazio	Produzione e stampa materiali Campagna pubblicitaria regionale Assistenza per i social network Realizzazione eventi Allestimento Youth Corner
Piemonte	Produzione e stampa materiali Realizzazione eventi
Valle d'Aosta	Produzione e stampa materiali
Emilia Romagna	Produzione e stampa materiali
Sardegna	Produzione e stampa materiali Campagna pubblicitaria regionale Realizzazione eventi Allestimento Youth Corner

### Obiettivi specifici per il 2016

Linea	Obiettivi
Coordinamento Generale	A.R1.1 Garantire efficacia ed efficienza nel raggiungimento degli obiettivi di progetto A.R1.1.1 Presentazione di eventuali rimodulazioni di progetto motivate e documentate entro 30 giorni dalla fine prevista delle attività A.R1.1.2 Informativa sullo stato di attuazione progettuale A.R1.1.3 Rendicontazione delle spese sostenute
Linea 1: Comunicazione istituzionale	1.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell'ambito della "Garanzia per i Giovani", in sinergia con i partner istituzionali. 1.R1.1 Diffondere presso l'opinione pubblica generale e i destinatari della "Garanzia per i giovani" informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotti dal Piano di attuazione
Linea 2: Comunicazione di Orientamento	2.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell'ambito della "Garanzia per i giovani", in sinergia con i partner istituzionali 2.R1.1 Predisposizione e realizzazione di iniziative e prodotti per favorire l'accesso ai servizi da parte dei target
Linea 3: Comunicazione di servizio	3.R1 Indirizzare i target verso le opportunità di lavoro e formazione disponibili 3.R1.1 Supporto alla comunicazione di interventi e iniziative riconducibili alla Garanzia Giovani realizzate dalle Regioni

## 2. Gantt di progetto

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'		2016				
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
<b>LINEA DI COORDINAMENTO GENERALE (A)</b>						
Garantire efficacia ed efficienza nel raggiungimento degli obiettivi di progetto	01/01/2016	31/12/2016				
Presentazione di eventuali rimodulazioni di progetto motivate e documentate entro 30 giorni dalla fine prevista delle attività	01/01/2016	31/12/2016				
Informative sullo stato di attuazione progettuale	01/01/2016	31/12/2016				
Rendicontazione delle spese sostenute	01/01/2016	31/12/2016				
<b>LINEA DI INTERVENTO: 1. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE</b>						
<b>RISULTATO 1.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell'ambito della "Garanzia per i giovani", in sinergia con i partner istituzionali</b>						
1.R1.1 Diffondere presso l'opinione pubblica generale e i destinatari della "Garanzia per i giovani" informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotti dal Piano di attuazione	01/01/2016	31/12/2016				
1.R1.1.1 Declinazione della creatività sui prodotti di comunicazione, ivi inclusi quelli destinati alla campagna pubblicitaria, e spot nazionale per la campagna di comunicazione su tutti i prodotti di comunicazione. Per l'utilizzo dell'identità visiva della Garanzia Giovani scaturita dal contest creativo, per la comunicazione della Garanzia Giovani sono state elaborate le linee guida che regolano l'uso del marchio, le regole di comunicazione, le attività di comunicazione nazionali e quelle a cura delle Regioni	01/01/2016	31/12/2016				
1.R1.1.2 Campagna pubblicitaria rivolta al target giovani.			Attività eliminata nel 2016			



SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'					2016			
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim		
1.R1.1.3 Istituzione di un marchio Garanzia Giovani da applicare alle iniziative che rientrano nelle finalità della Garanzia Giovani. Definizione e presidio delle modalità di applicazione.			<i>Attività eliminata nel 2016</i>					
1.R1.1.4 Supporto alla promozione di iniziative speciali che rientrano negli obiettivi della Garanzia Giovani.	01/01/2016	31/12/2016						
1.R1.1.5 Diffusione sul web e sui social media, per coinvolgere direttamente il target principale.	01/01/2016	31/12/2016						
1.R1.1.6 Promozione del sito web nazionale, sviluppato dal Ministero del lavoro nell'ambito delle attività di realizzazione delle piattaforme tecnologiche a supporto dell'attuazione della Garanzia Giovani, attraverso tutti gli strumenti e i canali predisposti.	01/01/2016	31/12/2016						
1.R1.1.7 Progettazione ed elaborazione, a partire dagli elementi di identità visiva adottati per la campagna, di un insieme coordinato di prodotti di comunicazione che le Regioni potranno adottare e contribuire a diffondere. È stato prodotto e reso disponibile alle Regioni un catalogo dei prodotti di comunicazione, che ne definisce anche le modalità di utilizzo e approvvigionamento, nonché le indicazioni per la declinazione a livello regionale. Aggiornamento del catalogo e predisposizione prodotti di comunicazione sui bandi regionali.	01/01/2016	31/12/2016						
<b>LINEA DI INTERVENTO: 2. COMUNICAZIONE DI ORIENTAMENTO</b>								
<b>RISULTATO 2.R1 Informazione, orientamento e supporto ai target di riferimento su contenuti, strumenti e interventi attivati nell'ambito della "Garanzia per i giovani", in sinergia con i partner istituzionali</b>								
2.R1.1 Predisposizione e realizzazione di iniziative e prodotti per favorire l'accesso ai servizi da parte dei target	01/01/2016	31/12/2016						

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'					2016			
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim		
2.R1.1.1 Realizzazione di un E-magazine della Garanzia Giovani consultabile da PC e dispositivi mobili che svolgerà il ruolo di aggregatore di risorse informative qualificate (sito nazionale, siti dei partner istituzionali e dei partner che sottoscrivono protocolli di collaborazione nell'ambito della Garanzia Giovani).			Attività eliminata nel 2015					
2.R1.1.2 Partecipazione a fiere dedicate (manifestazioni nazionali, saloni di orientamento etc.) per dare visibilità alla Garanzia Giovani o alle iniziative specifiche a questa collegate.	01/01/2016	31/12/2016						
2.R1.1.3 Ricognizione e selezione dei prodotti di orientamento realizzati da operatori pubblici e privati e rivolti ai target di riferimento, finalizzata all'attribuzione del "timbro YG"; diffusione dei prodotti individuati.	01/01/2016	31/12/2016						
2.R1.1.4 Realizzazione di un format Web e TV per orientare giovani e famiglie, dedicato alla conoscenza delle opportunità e delle storie legate a una serie selezionata di mestieri e professioni, e che potrà essere distribuita attraverso reti televisive o canali web.			Attività eliminata nel 2015					
<b>LINEA DI INTERVENTO: 3. COMUNICAZIONE DI SERVIZIO</b>								
<b>RISULTATO 3.R1 Indirizzare i target verso le opportunità di lavoro e formazione disponibili</b>								
3.R1.1 Supporto alla comunicazione di interventi e iniziative riconducibili alla Garanzia Giovani realizzate dalle Regioni	01/01/2016	31/12/2016						
3.R1.1.1 Supporto all'applicazione di linee guida e format per la personalizzazione della comunicazione di interventi e iniziative attuate dalle Regioni nell'ambito della Garanzia Giovani. Le linee guida definiscono le modalità di declinazione a livello regionale dell'identità visiva e degli elementi della campagna di comunicazione nelle varie fattispecie. (attività modificata nel 2016)	01/01/2016	31/12/2016						

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'					2016			
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim		
3.R1.1.2 Personalizzazione regionale dei prodotti/strumenti di comunicazione definiti a livello nazionale con contenuti gli elementi dell'identità visiva regionale, secondo le modalità indicate dal catalogo; individuazione e progettazione congiunta di nuovi prodotti/strumenti di comunicazione da inserire a catalogo.	01/01/2016	31/12/2016						
3.R3.1.3 Supporto alle attività di comunicazione e informazione delle singole Regioni nell'ambito dell'attuazione dei piani regionali della Garanzia Giovani, complementari e sinergiche rispetto a quelle previste dal Piano di comunicazione nazionale. Il supporto alle attività di comunicazione regionale è attuato nel quadro dell'assistenza tecnica attivata su richiesta della Regione a valere sul budget regionale.	01/01/2016	31/12/2016						

### 3. Piano dei rilasci

Descrizione	Output fisici	DATA RILASCIO (gg/mm/aaaa)	DESTINATARIO
<b>LINEA DI COORDINAMENTO GENERALE</b>			
Presentazione di eventuali rimodulazioni di progetto motivate e documentate entro 30 giorni dalla fine prevista delle attività	Piano rimodulato	ove ricorra, entro il 30/11/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE
Informative sullo stato di attuazione progettuale	Relazioni sullo stato di avanzamento delle attività	10/05/2016 10/08/2016 10/11/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE
Rendicontazione delle spese sostenute	Prospetto di rendicontazione	10/05/2016 10/08/2016 10/11/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE
1.R1.1.7 Progettazione ed elaborazione, a partire dagli elementi di identità visiva adottati per la campagna, di un insieme coordinato di prodotti di comunicazione che le Regioni potranno adottare e contribuire a diffondere. I prodotti di comunicazione saranno in particolar modo rivolti alla promozione della Fase II del Programma e alle misure autoimpiego e bonus occupazionale.	Catalogo prodotti aggiornato	30/04/2016 31/10/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE
3.R1.1.2 Personalizzazione regionale dei prodotti/strumenti di comunicazione definiti a livello nazionale con contenuti gli elementi dell'identità visiva regionale, secondo le modalità indicate dal catalogo; individuazione e progettazione congiunta di nuovi prodotti/strumenti di comunicazione da inserire a catalogo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prodotti di comunicazione per le Regioni individuati con progettazione congiunta</li> <li>• Prodotti di comunicazione a catalogo personalizzati per le Regioni</li> </ul>	31/12/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE
3.R3.1.3 Supporto alle attività di comunicazione e informazione delle singole Regioni nell'ambito dell'attuazione dei piani regionali della Garanzia Giovani, complementari e sinergiche rispetto a quelle previste dal Piano di comunicazione nazionale. Il supporto alle attività di comunicazione regionale è attuato nel quadro dell'assistenza tecnica attivata su richiesta della Regione a valere sul budget regionale.	Documenti di pianificazione delle attività di comunicazione a supporto delle Regioni	31/12/2016	MLPS - DG POLITICHE ATTIVE, I SERVIZI PER IL LAVORO E LA FORMAZIONE

#### 4. Fabbisogni di professionalità

Si elencano di seguito le figure professionali che si prevede di coinvolgere per la realizzazione dell'intervento, con la stima dell'impegno previsto. La situazione rappresentata riporta un'ipotesi non vincolante.

Famiglia Professionale	Profilo	N.ro risorse	Perc. 2016
<b>COORDINAMENTO</b>			
Dirigente		1	5
Organizzazione e sviluppo	Professional	1	15
Controllo di gestione	Esperto	1	5
Controllo di gestione	Professional	1	5
Controllo di gestione	Professional	1	5
Monitoraggio e valutazioni	Professional	1	5
Affari Legali	Esperto	1	5
Supporto Tecnico Amministrativo	Addetto	1	5
Progettazione	Esperto	1	5
<b>LINEA 1</b>			
Coord. Tecn. Strut. Staff	Esperto	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Esperto	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Esperto da Albo	Esperto	1	100
<b>LINEA 2</b>			
Coord. Tecn. Strut. Staff	Esperto	1	5
Coord. Tecn. Strut. Staff	Esperto	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Esperto	1	5
<b>LINEA 3</b>			
Progettazione	Esperto	1	5
Comunicazione	Esperto	1	5
Comunicazione	Professional	1	5
Comunicazione	Professional	1	5

## 5. Budget economico

Si riporta di seguito il budget economico per l'annualità 2016.

Piano di Comunicazione Garanzia per i Giovani		BUDGET 2016 (ns. Nota del 05/07/2016 prot. n. 4969)	
<b>A) RISORSE UMANE</b>	Risorse Interne	€	87.157,79
	Risorse Esterne	€	39.273,95
	Spese di viaggio, vitto e alloggio	€	15.000,00
	<b>Sub-Totale A)</b>	€	<b>141.431,75</b>
<b>B) ACQUISTO BENI E SERVIZI</b>	Prestazioni varie società	€	359.000,00
	Materiale e attrezzature varie	€	36.000,00
	Altri costi per servizi	€	32.536,03
	<b>Sub-Totale B)</b>	€	<b>427.536,03</b>
<b>C) ALTRI COSTI DI GESTIONE</b>	Locazione, manutenzione, leasing e noleggi	€	10.559,27
	Ammortamento immobilizzazioni materiali e immateriali	€	-
	Oneri diversi di gestione	€	691,67
	<b>Sub-Totale C)</b>	€	<b>11.250,93</b>
<b>Totale</b>		€	<b>580.218,71</b>

Si riporta di seguito il budget 2016 suddiviso per linea di intervento.

Piano di Comunicazione Garanzia per i Giovani		BUDGET 2016 (ns. Nota del 05/07/2016 prot. n. 4969)	
DESCRIZIONE DELLE ATTIVITA'			
<b>COORDINAMENTO GENERALE</b>		€	37.470,80
LINEA 1	COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE	€	55.429,40
LINEA 2	COMUNICAZIONE ORIENTAMENTO	€	456.183,49
LINEA 3	COMUNICAZIONE DI SERVIZIO	€	31.135,02
<b>Totale Progetto</b>		€	<b>580.218,72</b>



Si riporta di seguito il budget 2016 relativo alla Assistenza Tecnica alle Regioni.

Piano di Comunicazione Garanzia per i Giovani - REGIONALE		Valle d'Aosta	Piemonte	Emilia Romagna	Lazio	Abruzzo	Campania	Sardegna	Totale
BUDGET 2016 - DD.55/VI/2016		€ 12.580,87	€ 21.993,87	€ 15.000,00	€ 160.080,74	€ 13.218,42	€ 303.405,17	€ 31.134,96	
DESCRIZIONE DELLE MACROVOCI DI COSTO									
<b>A) RISORSE UMANE</b>	Risorse Interne	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Risorse Esterne	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Spese di viaggio vitto e alloggio	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	<b>Sub-Totale A)</b>	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>B) ACQUISTI BENI E SERVIZI</b>	Prestazioni varie società	€ 9.000,00	€ 5.000,00	€ 8.000,00	€ 120.000,00	€ 12.500,00	€ 250.000,00	€ 15.000,00	€ 419.500,00
	Materiale e attrezzature varie	€ 2.000,00	€ 15.000,00	€ 3.000,00	€ 30.000,00	€ 500,00	€ 1.000,00	€ 1.134,96	€ 52.634,96
	Altri costi per servizi	€ 1.580,87	€ 1.993,87	€ 4.000,00	€ 10.080,74	€ 218,42	€ 52.405,17	€ 15.000,00	€ 85.279,07
	<b>Sub-Totale B)</b>	€ 12.580,87	€ 21.993,87	€ 15.000,00	€ 160.080,74	€ 13.218,42	€ 303.405,17	€ 31.134,96	€ 557.414,03
<b>C) ALTRI COSTI DI GESTIONE</b>	Locazione, manutenzione, leasing e noleggi	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Ammortamento immobilizzazioni materiali e immateriali	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	Oneri diversi di gestione	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
	<b>Sub-Totale C)</b>	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -	€ -
<b>Totale per Progetto</b>		€ 12.580,87	€ 21.993,87	€ 15.000,00	€ 160.080,74	€ 13.218,42	€ 303.405,17	€ 31.134,96	€ 557.414,03