



UNIONE EUROPEA

Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile
Fondo Sociale Europeo
Investiamo nel tuo futuro



*Ministero del Lavoro
e delle Politiche Sociali*



PIANO DI COMUNICAZIONE GARANZIA PER I GIOVANI

Piano esecutivo 2015

INDICE

SCHEDA ANAGRAFICA	3
1. Descrizione delle attività	4
2. Gantt di progetto	11
3. Piano dei rilasci	15
4. Fabbisogni di professionalità	16
5. Budget economico	17

SCHEDA 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	31/12/2015	21 mesi

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 DD 231\II\2015 del 07/07/2015

Fonti finanziarie		
FSE 2014-2020	PON SPAO	Asse 5 "Assistenza tecnica"

Valore di progetto per l'anno di riferimento	2015	€ 1.458.552,72
Valore di progetto per l'anno di riferimento (Regioni)	2015	€ 1.389.927,50*

*COME DA NS. DEL 07/05/15 PROT. N. 0007390/2015

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 ed 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 progetto è realizzato a valere sul Fondo di Rotazione per la formazione professionale e per l'accesso al Fondo Sociale Europeo per il biennio 2014-2015.

Il presente documento esplicita e dettaglia obiettivi operativi e attività previste per l'anno 2015.

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, inoltre, conto, 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.

1. Descrizione delle attività

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. 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 dalle Regioni. 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.

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, risultati e attività

Per il periodo di operatività del progetto (2014-2015), 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

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.

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 2015

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.
- 1.R1.1.2 Prosecuzione della campagna pubblicitaria veicolata al grande pubblico su tutto il territorio nazionale prevalentemente attraverso spot televisivi e radiofonici. Valutazione della campagna pubblicitaria effettuata nel 2014. **(attività aggiornata rispetto al piano biennale)**
- 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 aggiornata rispetto al piano biennale)**
- 1.R1.1.4 Supporto alla promozione di iniziative speciali che rientrano negli obiettivi della Garanzia Giovani. Per l'annualità di riferimento, una delle principali iniziative supportate è stata imperniata sul tema degli artigiani digitali e dell'innovazione come leva occupazionale per i giovani, promossa presso associazioni datoriali e in occasione di eventi di rilevanza nazionale.
- 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 dei prodotti di comunicazione per la pubblicizzazione di misure e opportunità attivate attraverso bandi regionali. **(attività aggiornata rispetto al piano biennale)**

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 2015

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, con stand congiunto Ministero/Regioni o con stand istituzionale della Casa del Welfare ospitante uno spazio dedicato alla Garanzia Giovani. Per l'anno 2015 lo stand istituzionale della Casa del Welfare è organizzato dal Ministero del Lavoro.

Gli eventi nazionali per i quali si è propone la partecipazione con tali formule sono i seguenti:

- GEC2015 - Milano, 16-19 Marzo 2015 - Area espositiva Garanzia Giovani e in collaborazione con Maker Faire;
- Forum PA: punto informativo Garanzia Giovani in collaborazione con la Regione Lazio
- Festival Luci sul Lavoro: spazi dedicati a iniziative sul tema dell'occupazione giovanile.
- Maker Faire 2015: partecipazione per la promozione della misura autoimprenditorialità.
- Smart Education & Technology Days - 28, 29, 30 ottobre 2015, Napoli; stand Garanzia Giovani nazionale con seminari informativi per i docenti (FIXO YEI) e per i giovani;
- JOB&Orienta: promozione del PON Garanzia Giovani nell'ambito dello stand della Casa del Welfare.

Predisposizione di un piano di eventi di promozione della misura autoimprenditorialità in collaborazione con Invitalia (soggetto gestore del Fondo di Garanzia GG per l'autoimprenditorialità).

Si propone, inoltre, la partecipazione, in collaborazione con le Regioni, su un modello standard nazionale (relativamente a modalità di partecipazione, layout espositivo, veste grafica, assistenza informativa e comunicazione) alle manifestazioni regionali che verranno individuate nel corso dell'anno. (*attività aggiornata rispetto al piano biennale*)

- 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.

Verrà ulteriormente sviluppata una specifica attività volta a promuovere la digital innovation promossa dagli artigiani digitali, con particolare riferimento allo sviluppo di forme di autoimprenditoria sulle nuove tecnologie e all'orientamento dei ragazzi verso queste nuove modalità di lavoro e produzione.

Nelle fiere e durante gli eventi verranno organizzati spazi fisici e virtuali per promuovere:

- valore economico e sociale della digital innovation;
- combinazione tra artigianato d'antan e artigianato digitale;
- crowdfunding (forma di reperimento delle risorse) e co-working (modelli e spazi di condivisione di idee, interessi, collaborazioni, eventi);
- e-commerce (risorsa per la diffusione dei prodotti);
- principi di Internet of things and Internet of everything, robotica, hardware open source, prototipazione rapida;
- cultura delle rete e della condivisione;
- uso social media con finalità lavorative (blog, social network, pagine web).

- 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 2015

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

Attività

- 3.R1.1.1 Predisposizione 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.
- 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.

Le attività a piano saranno specificate con apposita progettazione condivisa.

Le attività riguarderanno tutte le Regioni che intendano utilizzare i format e i prodotti realizzati con il Piano di comunicazione nazionale.

Alcune Regioni hanno presentato al Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali richiesta di assistenza tecnica per le attività di comunicazione sulla Garanzia Giovani di propria competenza (ex Art.11 convenzione MLPS - Regioni), e relativa delega delle attività di comunicazione al Piano di comunicazione nazionale, come da tabella riepilogativa prodotta di seguito.

Le attività di comunicazione delle Regioni che hanno presentato richiesta di assistenza tecnica sono finanziate a valere sull'asse Assistenza Tecnica del PON Sistemi di politiche attive per l'occupazione con D.D.20\Segr.D.G.\2015, che integra il Piano e recepisce la richiesta di rimodulazione del progetto Piano di comunicazione Garanzia per i Giovani presentata con nota 0030906 il 23/12/2014 e approvata a far data dal 1 gennaio 2014.

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

	Realizzazione eventi Allestimento Youth Corner
Sardegna	Produzione e stampa materiali Realizzazione eventi Supporto per i Social Network Allestimento Youth Corner

2. Gantt di progetto

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'		2015				
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
LINEA DI INTERVENTO: 1. COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE						
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.						
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	01/01/2015	31/12/2015				
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	01/01/2015	31/12/2015				
1.R1.1.2 Prosecuzione della campagna pubblicitaria veicolata al grande pubblico su tutto il territorio nazionale prevalentemente attraverso spot televisivi e radiofonici. Valutazione della campagna pubblicitaria effettuata nel 2014. (attività aggiornata rispetto al piano biennale)	01/01/2015	31/03/2015				
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 aggiornata rispetto al piano biennale)	01/01/2015	31/12/2015				
1.R1.1.4 Supporto alla promozione di iniziative speciali che rientrano negli obiettivi della Garanzia Giovani	01/01/2015	31/12/2015				

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'		2015				
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE	I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
1.R1.1.5 Diffusione sul web e sui social media	01/01/2015	31/12/2015				
1.R1.1.6 Promozione del sito web nazionale	01/01/2015	31/12/2015				
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 dei prodotti di comunicazione per la pubblicizzazione di misure e opportunità attivate attraverso bandi regionali. (attività aggiornata rispetto al piano biennale)	01/01/2015	31/12/2015				
LINEA DI INTERVENTO: 2. COMUNICAZIONE DI ORIENTAMENTO						
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						
2.R1.1 Predisposizione e realizzazione di iniziative e prodotti per favorire l'accesso ai servizi da parte dei target	01/01/2015	31/12/2015				
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)	<i>attività eliminata nel 2015</i>					

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'		2015			
		I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE			
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, con stand congiunto Ministero/Regioni o con stand istituzionale della Casa del Welfare ospitante uno spazio dedicato alla Garanzia Giovani. Predisposizione di un piano di eventi di promozione della misura autoimprenditorialità in collaborazione con Invitalia (soggetto gestore del Fondo di Garanzia GG per l'autoimprenditorialità). Partecipazione in collaborazione con le Regioni, su un modello standard nazionale (alle manifestazioni regionali che verranno individuate nel corso dell'anno. (attività aggiornata rispetto al piano biennale)	01/01/2015	31/12/2015			
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	01/01/2015	31/12/2015			
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			<i>attività eliminata nel 2015</i>		
LINEA DI INTERVENTO: 3. COMUNICAZIONE DI SERVIZIO					
RISULTATO: 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	01/01/2015	31/12/2015			

SCHEDULAZIONE OBIETTIVI/ATTIVITA'		2015			
		I Trim	II Trim	III Trim	IV Trim
Descrizione	DATA INIZIO	DATA FINE			
3.R1.1.1 Predisposizione di linee guida e format per la personalizzazione della comunicazione di interventi e iniziative attuate dalle Regioni nell'ambito della Garanzia Giovani	01/01/2015	31/12/2015			
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	01/01/2015	31/12/2015			
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	01/01/2015	31/12/2015			

3. Piano dei rilasci

Descrizione	Output fisici	DATA RILASCIO (gg/mm/aaaa)	DESTINATARIO
1.R1.1.2 Continuazione della campagna pubblicitaria rivolta al target giovani. Valutazione della campagna pubblicitaria effettuata nel 2014	Rapporto di valutazione ex-post	31/03/2015	DG per le 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.	Catalogo prodotti aggiornato	31/03/2015 30/09/2015	DG per le politiche attive, i servizi per il lavoro e la formazione
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. Predisposizione di un piano di eventi di promozione della misura autoimprenditorialità in collaborazione con Invitalia (soggetto gestore del Fondo di Garanzia GG per l'autoimprenditorialità)	Piano eventi di promozione della misura imprenditorialità	All'attivazione della misura	D DG per le 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"> • Prodotti di comunicazione per le Regioni individuati con progettazione congiunta • Prodotti di comunicazione a catalogo personalizzati per le Regioni 	31/12/2015	DG per le 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	31/12/2015	DG per le 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 professionale	Numero risorse	Perc. 2015
Dirigente		1	5%
Organizzazione e Sviluppo	Professional	1	5%
Controllo di gestione	Esperto	1	5%
Controllo di gestione	Professional	1	5%
Monitoraggio e Valutazione	Professional	1	5%
Affari Legali e Societari	Esperto	1	5%
Coordinamento tecnico	Esperto	1	5%
Comunicazione	Esperto	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Professional	1	6%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Esperto	1	100%
Comunicazione	Addetto	1	100%
Comunicazione	Professional	1	100%
Coordinamento tecnico	Esperto	1	5%
Comunicazione	Esperto	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Grafico	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Giornalista	Redattore	1	5%
Comunicazione	Professional	1	100%
Comunicazione	Esperto	1	100%
Coordinamento tecnico	Esperto	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Comunicazione	Professional	1	5%
Progettazione	Esperto	1	5%
Comunicazione	Esperto	1	100%
Esperto da Albo	Esperto	1	100%

Le risorse da cercare all'esterno possono subire variazioni numeriche e di costo in relazione alle tipologie contrattuali previste dalla normativa attuativa del Jobs Act.

5. Budget economico

Piano di Comunicazione Garanzia per i Giovani		BUDGET 2015 (DD 231/MR2015 del 07/07/2015)
A) RISORSE UMANE	Risorse Interne	€ 381.347,80
	Risorse Esterne	€ 50.742,24
	Spese di viaggio, vitto e alloggio	€ 20.000,00
	Sub-Totale A)	€ 452.090,04
B) ACQUISTO BENI E SERVIZI	Prestazioni varie società	€ 923.896,28
	Materiale e attrezzature varie	€ 35.000,00
	Altri costi per servizi	€ 10.147,29
	Sub-Totale B)	€ 969.043,56
C) ALTRI COSTI DI GESTIONE	Locazione, manutenzione, leasing e noleggi	€ 35.118,73
	Ammortamento immobilizzazioni materiali e immateriali	
	Oneri diversi di gestione	€ 2.300,40
	Sub-Totale C)	€ 37.419,12
Totale		€ 1.458.552,72

Piano di Comunicazione Garanzia per i Giovani - REGIONALI (Come da ns. del 07/05/15 Prot. N.0007390/2015)	Valle d'Aosta	Piemonte	Emilia Romagna	Lazio	Abruzzo	Campania	Calabria	Sardegna	Totale
	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	Budget 2015	
DESCRIZIONE DELLE MACROVOCI DI COSTO									
A) RISORSE UMANE									
Risorse interne	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Risorse Esterne	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Spese di viaggio vitto e plogging	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Sub-Totale A)	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
B) ACQUISTI BENI E SERVIZI									
Prestazioni varie società	€ .	€ 58.614,00	€ 6.250,00	€ .	€ .	€ 626.586,95	€ .	€ 21.895,04	€ 692.845,99
Materiale e attrezzature varie	€ 11.972,71	€ 58.614,00	€ 6.250,00	€ 235.660,74	€ 22.946,71	€ 98.799,16	€ 241.443,15	€ 21.895,04	€ 677.081,51
Altri costi per servizi	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 2.500,00	€ 20.000,00
Sub-Totale B)	€ 14.472,71	€ 79.728,00	€ 15.000,00	€ 238.160,74	€ 25.446,71	€ 727.886,11	€ 243.943,15	€ 45.290,08	€ 1.389.927,50
C) ALTRI COSTI DI GESTIONE									
Locazione, manutenzione, leasing e noleggi	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Ammortamento immobilizzazioni	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Oneri diversi di gestione	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Sub-Totale C)	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .	€ .
Totale per Progetto	€ 14.472,71	€ 79.728,00	€ 15.000,00	€ 238.160,74	€ 25.446,71	€ 727.886,11	€ 243.943,15	€ 45.290,08	€ 1.389.927,50