



Regione Toscana



Allegato IX

Piano di comunicazione PON SPAO

Versione 1 del 02/05/2018

PREMESSA

Il Settore Autorità di Gestione del POR FSE, Direzione Generale della Giunta Regionale, delegato alla gestione delle risorse dell'AT per l'OI del PON SPAO, Direzione Istruzione e Formazione della Regione Toscana, in attuazione del Regolamento (UE) 1303/2013 e della Linee Guida per la comunicazione del PON SPAO, ha predisposto il piano delle attività di comunicazione (d'ora in poi PdC).

L'obiettivo prioritario del PdC è la diffusione della conoscenza del PON SPAO.

La Regione Toscana garantisce:

- la più ampia diffusione delle informazioni sul Programma;
- la presenza dei loghi dell'Unione europea, del PON SPAO, dell'ANPAL e della Regione Toscana su tutti i materiali informativi prodotti.

Sui materiali prodotti in precedenza alla disponibilità di tali loghi sono stati utilizzati i loghi dell'Unione europea, dello Stato e della Regione Toscana.

Inoltre la Regione Toscana applica quanto previsto dalle Linee Guida per la comunicazione del PON SPAO ed in particolare sulla presenza dell'emblema dell'Unione europea e del logo dell'Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro (ANPAL), secondo le indicazioni grafiche fornite nelle Linee stesse.

AZIONI

A. Comunicazione di servizio:

Nell'ambito della rete dei CPI sono stati attivati sportelli **Youth Corner dedicati alla Garanzia Giovani** per una maggiore accessibilità dei giovani ai servizi e fruibilità delle informazioni relative alle opportunità offerte dal PON IOG. Gli sportelli Youth Corner sono immediatamente visibili all'utenza giovanile all'interno delle strutture del CPI in quanto riconoscibili attraverso l'esposizione del logo del Programma Garanzia Giovani e di Giovanisì, così come previsto da delibera n. 1055 del 25/11/2014 e successivo decreto n. 5872 del 28/11/2014.

Gli Youth Corner sono dotati di personale altamente qualificati e prevalentemente dedicato allo svolgimento di tutte le attività di accoglienza, informazione, presa in carico, orientamento e avviamento alle misure specialistiche previste dal Piano Esecutivo regionale della Regione Toscana.

Al fine di poter rendere riconoscibili gli Youth Corner si è ritenuto di procedere alla realizzazione di prodotti utili all'allestimento di tali sportelli quali vetrofanie, cartelli vetrina da tavolo, roll up, totem/espositori utilizzabili sia per l'identificazione degli sportelli sia per la distribuzione di materiale informativo.

In particolare sono stati realizzati:

- n. 100.000 volantini, formato A5, stampati su due facce in quadricromia, carta patinata lucida 115 gr;
- n. 300 poster, formato 70 x 100 cm, stampati in quadricromia, carta patinata opaca 200 gr;
- n. 120 vetrofanie, formato 25 x 25 cm, carta PVC trasparente con plastificazione, stampato in quadricromia;
- n. 60 cartelli vetrina da tavolo, formato A5, bifacciale, in pvc, stampato in quadricromia;
- n. 60 totem/espositore, formato 60X180 cm, con almeno una tasca per distribuzione volantini formato A5, in forex lastra piuma con base autoportante, spessore 1,2 cm, stampato in quadricromia.

B. Comunicazione di orientamento:

1. L'OI, in data 16 febbraio 2017, ha trasmesso ai RdM e agli UTR coinvolti nell'attuazione delle Misure del Piano regionale della Garanzia Giovani, pregandoli di diffondere agli enti attuatori, i documenti relativi alle "Linee guida per le attività di comunicazione della Garanzia Giovani in collaborazione con le Regioni" (in vigore dal 1 gennaio 2017) e le "Linee Guida per la comunicazione del PON SPAO" (15 gennaio 2017) ricordando che le stesse sono pubblicate sul portale ANPAL nella sezione "EUROPA". Ha reso noto che gli obblighi di informazione e pubblicità delle iniziative finanziate nell'ambito del Piano esecutivo regionale Garanzia Giovani sono definiti in applicazione:

- 1) degli adempimenti in materia di informazione e comunicazione previsti dai Regolamenti Comunitari n.1303/2013 e n.1304/2013, per il periodo di Programmazione 2014-2020.
- 2) delle "Linee guida per le attività di comunicazione della Garanzia per i giovani in collaborazione con le Regioni" realizzate dall'ANPAL per stabilire le regole per la realizzazione delle iniziative di comunicazione, garantire omogeneità e coerenza tra la comunicazione istituzionale e le attività di comunicazione adottate dall'ANPAL, dagli enti coinvolti nell'attuazione del piano di comunicazione e dalle Regioni.
- 3) di quanto previsto dalle disposizioni regionali in materia di comunicazione.

In allegato la comunicazione del 16 gennaio 2017.

2. In data 9 marzo 2018 è stato organizzato a Firenze presso Palazzo Sacratì Strozzi, sede della Presidenza della Regione Toscana, l'evento "**Futuro in garanzia**" aperto al pubblico, per tracciare, a distanza di tre anni dall'avvio del programma Garanzia Giovani in Toscana, un quadro riassuntivo dell'andamento e dell'evoluzione degli interventi, i cui dati di attuazione confermano sicuramente l'interesse suscitato a livello nazionale tra i giovani **NEET**.

Erano presenti i rappresentanti istituzionali di tutti i livelli coinvolti (Commissione Europea, Agenzia Nazionale per le Politiche Attive per il Lavoro ANPAL e Regione Toscana).

È stata l'occasione per il fare il punto sui risultati raggiunti nella prima fase di Garanzia Giovani e presentare le priorità e gli interventi della seconda fase del Programma Garanzia Giovani 2018 – 2020.

All'evento hanno partecipato anche 7 giovani beneficiari del Programma che hanno raccontato la loro esperienza di alcune delle Misure del Programma.

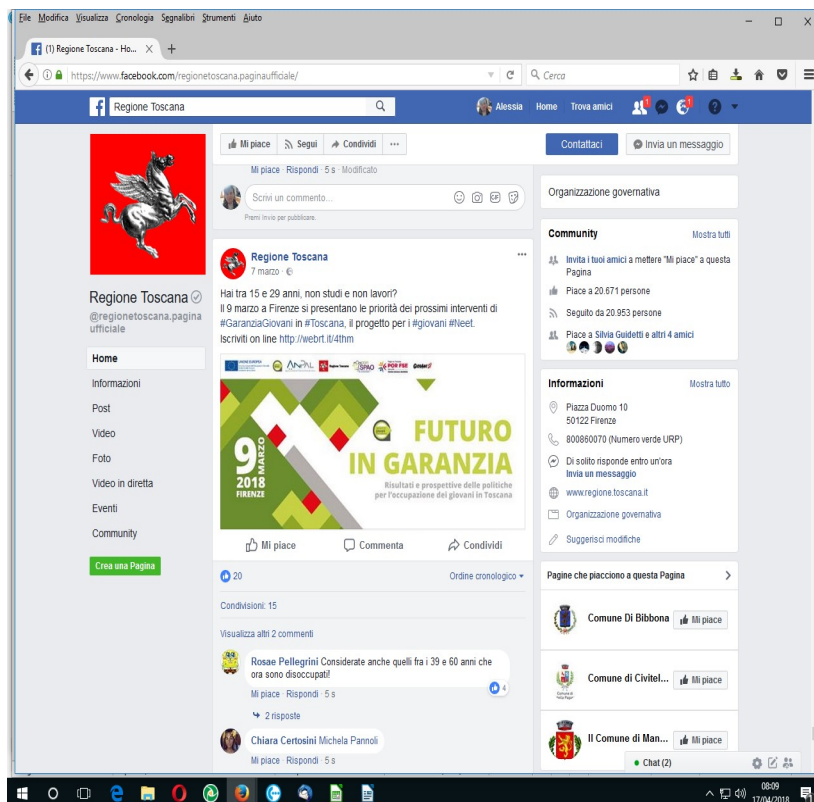
Le testimonianze raccolte sono state riportate in un video diffuso presso i principali canali istituzionali della Regione Toscana.

Si riportano sotto alcune foto e la locandina dell'evento.

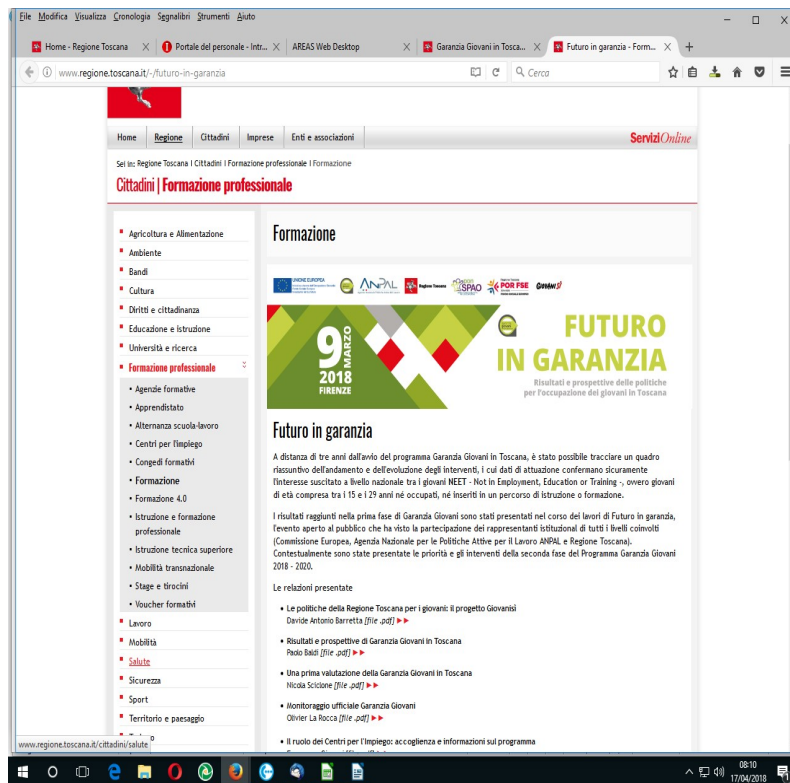




L'evento è stato pubblicizzato tramite Facebook, come di seguito illustrato.



L'evento è stato pubblicizzato sul sito della Regione Toscana, come di seguito illustrato.



A seguito della giornata sono stati realizzati 2 video finanziati dal PON SPAO.

Nelle giornate annuali dedicate al POR FSE, il Responsabile dell'Organismo Intermedio del PON SPAO presenta l'avanzamento fisico e finanziario delle varie misure;

A livello di programmazione e indirizzi, questi vengono presentati durante il Comitato di Sorveglianza del POR FSE.

Tra le altre iniziative previste è in corso la predisposizione di una pagina dedicata al PON SPAO sul sito della Regione Toscana.



Prot. n.

Da citare nella risposta

Data 16 febbraio 2017

Oggetto: utilizzo loghi per l'attuazione del Piano Esecutivo Regionale Garanzia Giovani

Ai Responsabili di Misura
del Piano Esecutivo Regionale
Garanzia Giovani
LORO SEDI

Si trasmettono i documenti relativi alle “Linee guida per le attività di comunicazione della Garanzia Giovani in collaborazione con le Regioni” (in vigore dal 1 gennaio 2017) e “Comunicazione del PON SPAO sistemi di politiche attive per l'occupazione” (15 gennaio 2017) ricordando che le stesse sono pubblicate sul portale ANPAL nella sezione “EUROPA”.

Inoltre si rende noto che gli obblighi di informazione e pubblicità delle iniziative finanziate nell'ambito del Piano esecutivo regionale Garanzia Giovani sono definiti in applicazione:

- 1) degli adempimenti in materia di informazione e comunicazione previsti dai Regolamenti comunitari n.1303/2013 e n.1304/2013, per il periodo di programmazione 2014-2020.
- 2) delle “Linee guida per le attività di comunicazione della Garanzia per i giovani in collaborazione con le Regioni” realizzate dall' ANPAL per stabilire le regole per la realizzazione delle iniziative di comunicazione, garantire omogeneità e coerenza tra la comunicazione istituzionale e le attività di comunicazione adottate dall' ANPAL, dagli enti coinvolti coinvolti nell'attuazione del piano di comunicazione e dalle Regioni.
- 3) di quanto previsto dalle disposizioni regionali in materia di comunicazione.

La verifica del rispetto degli obblighi di informazione e pubblicità degli enti attuatori di Garanzia Giovani finanziati nell'ambito del Piano di attuazione regionale è della Regione Toscana e **qualora la pubblicizzazione delle attività risultasse non conforme alle disposizioni, il relativo finanziamento non sarà ammissibile.**

Ogni atto e documento riguardante le iniziative finanziate nell'ambito di Garanzia Giovani deve obbligatoriamente recare in testa, da sinistra a destra (**Allegato 1 – Testata loghi**):

- 1) Emblema dell'Unione europea, con il riferimento al Fondo sociale europeo e all'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile
- 2) Logo Garanzia Giovani
- 3) Logo ANPAL
- 4) Logo della Regione Toscana

I loghi dovranno essere trasmessi a cura dei Responsabili di Misura agli Uffici Territoriali Regionali coinvolti nell'attuazione delle misure del Piano Garanzia Giovani, con indicazione di trasmetterli agli enti erogatori.

Cordiali saluti

Il Responsabile dell' Organismo Intermedio
Regione Toscana
Paolo Baldi



UNIONE EUROPEA

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



**LINEE GUIDA PER LE ATTIVITÀ DI
COMUNICAZIONE
DELLA GARANZIA PER I GIOVANI
IN COLLABORAZIONE CON LE REGIONI**

Data di entrata in vigore: 1/1/2017

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

1. PREMESSA

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

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

Le linee guida stabiliscono pertanto le regole per la realizzazione delle iniziative di comunicazione, e sono volte a garantire omogeneità e coerenza tra la comunicazione istituzionale e le attività di comunicazione adottate dall'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro), dagli enti coinvolti nell'attuazione del piano di comunicazione e dalle Regioni.

L'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro) guida l'attuazione del nuovo ciclo di programmazione, curando l'interlocuzione con le autorità europee e guidando le Autorità di gestione all'attuazione della strategia complessiva, nel rispetto delle regole e delle procedure.

L'Agenzia svolge tale ruolo in attuazione dell'accordo di partenariato e nell'ambito delle proprie competenze in materia di promozione e coordinamento dei programmi cofinanziati dal Fondo Sociale Europeo, nonché di programmi cofinanziati con fondi nazionali negli ambiti di intervento del Fondo Sociale Europeo. Gestisce in maniera diretta il PON IOG (Iniziativa Occupazione Giovani).

2. OBIETTIVI E PRINCIPI DELLA COLLABORAZIONE

Il principale obiettivo della collaborazione è l'omogenea applicazione su tutto il territorio nazionale delle disposizioni in materia di informazione e pubblicità del Fondo sociale europeo e dell'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile contenute nei Regolamenti (UE) n. 1303/2013 e n.

1304/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, da considerare nell'attuazione delle attività di comunicazione della Garanzia Giovani, con specifico riferimento a:

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

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

- offrire ai pubblici di riferimento una comunicazione integrata e completa rispetto all'insieme dei servizi e delle opportunità offerte, assicurando la coerenza del messaggio e dei contenuti;



- assicurare la coerenza e l'integrazione delle attività dei soggetti coinvolti, favorendo la concentrazione delle risorse;
- garantire su tutto il territorio nazionale un omogeneo accesso ad un set di informazioni generali;
- garantire l'accesso informato e puntuale ai prodotti di orientamento e alle opportunità;
- evitare le sovrapposizioni e le frammentazioni nella comunicazione;
- assicurare una comunicazione trasparente e accessibile nei confronti dei cittadini;
- garantire l'integrazione tra la comunicazione istituzionale e la comunicazione di orientamento e di servizio.

3. AMBITI DELLA COLLABORAZIONE

La collaborazione tra l'ANPAL e le Regioni si applicherà a tutti gli ambiti delle attività di comunicazione. Le attività di comunicazione saranno attuate in conformità con i requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati.

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

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

La comunicazione istituzionale si avvale di:

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

La comunicazione di orientamento comprende:

- eventi e manifestazioni che avranno lo scopo di diffondere la Garanzia Giovani nel suo complesso o le iniziative specifiche attuate nel suo ambito;
- predisposizione e diffusione di guide, vademecum e materiale di orientamento in formato cartaceo o digitale, con il "timbro YG".

La comunicazione di servizio utilizzerà:

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



4. LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

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

Gli elementi che caratterizzano la comunicazione istituzionale sono rappresentati da:

- **l'identità visiva**

La linea grafica prescelta, selezionata tramite il contest creativo on line, ha caratteristiche di linearità, replicabilità e adattabilità a media di varia natura. Consiste in una testata recante diversi elementi: un simbolo grafico che contiene la dicitura "Garanzia Giovani" e l'indirizzo web del sito nazionale, e una fascia con lo slogan dell'iniziativa ("Un'impresa per il tuo futuro"). Tale grafica va riportata nella sua interezza in tutto il materiale di comunicazione e informazione prodotto sulla base di quanto previsto dal Piano di comunicazione (sito web nazionale, le pubblicazioni e gli altri mezzi di comunicazione utilizzati per diffondere l'iniziativa).



Indicazioni colore e font

Ogni riproduzione di materiale stampato va realizzato in quadricromia. Il marchio non prevede la stampa in colori pantone o altri colori speciali.

Verde **quadricromia**
c 30%
m 0%
y 85%
k 0%

Verde **RGB**
R 202
G 216
B 65
#C7D540

Grigio **quadricromia**
c 60%
m 50%
y 50%
k 40%

Grigio **RGB**
R 88
G 88
B 86
#585856

Fascia in grigio retinato al 70%

Testo interno in bianco o in verde



Font
Museo Sans 100 (font Typekit)
Museo Sans 700 (font Typekit)

O in alternativa
Avenir

Grigio testo **quadricromia**
c 65%
m 55%
y 55%
k 60%

Grigio testo **RGB**
R 61
G 61
B 60
#3D3D3B

- **Il Marchio “Garanzia Giovani”**

Il Marchio della Garanzia Giovani deve essere utilizzato su tutti i materiali di comunicazione e diffusione inerenti a misure e iniziative facenti parte della Garanzia Giovani e messi in atto dagli stakeholder.

Il marchio Garanzia Giovani può essere utilizzato come “timbro” nel caso in cui venga apposto a iniziative o materiali che hanno già una loro propria identità visiva, come meglio descritto di seguito.

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



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

Marchio della Garanzia Giovani nella Regione:



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

Il marchio o il nome di una particolare iniziativa o un marchio regionale della Garanzia Giovani possono essere apposti nello spazio sottostante alla fascia.



• **Timbro “Garanzia Giovani”**

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



• **Utilizzo di emblemi e loghi**

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

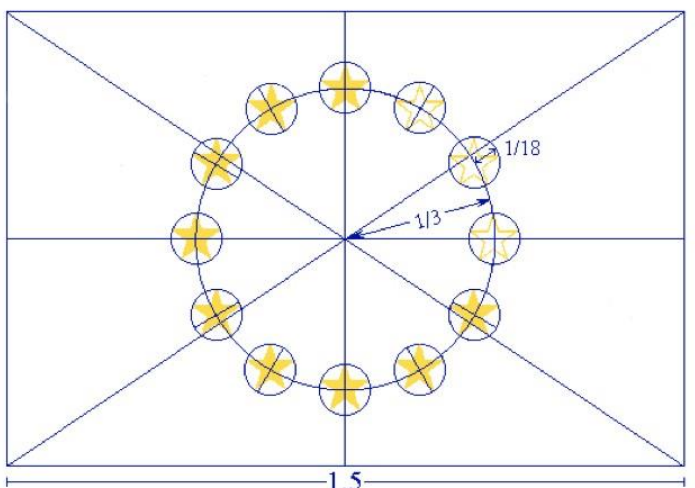
- l'emblema dell'Unione europea, con il riferimento al Fondo sociale europeo e all'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile;
- Il logo dell'ANPAL;
- Il logo della Regione se l'iniziativa descritta vede la partecipazione o l'attuazione in ambito regionale.

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

L'emblema dell'Unione europea

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

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



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

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

L'utilizzo monocromatico prevede:
l'emblema in bianco e nero (fondo bianco e stelle in nero);
l'emblema in blu (Reflex blue), (fondo blu e stelle in bianco).



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

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



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

Logo dell'ANPAL

Logo a colori, con dicitura non separabile e riportata per intero.



Il logo sarà trasmesso dall'ANPAL agli aventi diritto con apposite comunicazioni, vincolanti all'uso dello stesso esclusivamente per i prodotti/iniziative previste dal presente piano.

DISPOSIZIONE DI EMBLEMA E LOGHI



L'emblema dell'Unione europea, il logo d Garanzia Giovani e il logo dell'ANPAL vanno affiancati, con l'emblema UE a sinistra. L'allineamento tra i simboli può essere in alto o al centro.

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



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

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

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

4.1 AREA WEB NAZIONALE

Le attività di comunicazione trovano nell'area web Garanzia Giovani l'hub informativo e il luogo di accesso ai servizi. Viene realizzata un'area web unica della Garanzia Giovani, in grado di garantire un'informazione unitaria sul programma operativo. Il sito web è sviluppato e gestito dall'ANPAL nell'ambito delle attività di realizzazione delle piattaforme tecnologiche a supporto dell'attuazione della Garanzia Giovani.

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

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

accreditati del mercato del lavoro, associazioni datoriali, associazioni giovanili e del terzo settore, intermediari privati, aziende...) sui loro obblighi in materia di informazione e comunicazione e a fornire loro modelli/format (utilizzo dei loghi; poster; certificati di frequenza, ecc.).

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

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

4.2 SEZIONI WEB DEI PORTALI REGIONALI

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

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

5. ATTORI E STAKEHOLDER

La comunicazione della Garanzia per i Giovani è responsabilità primaria dell'ANPAL, che la attua attraverso un apposito progetto finanziato dal FSE, con l'assistenza tecnica di ANPAL SERVIZI. L'ANPAL collabora con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca e con altri Enti centrali per quanto riguarda la comunicazione istituzionale, sovrintende e monitora la diffusione nazionale.

ANPAL SERVIZI appronta i canali e i prodotti di comunicazione adatti ai tre livelli di diffusione:

- **comunicazione istituzionale**, in collaborazione con l'ANPAL e altre Amministrazioni centrali;
- comunicazione di **orientamento** e comunicazione relativa ai **servizi** in collaborazione con le Regioni.

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



UNIONE EUROPEA

Fondo Sociale Europeo
Investiamo nel tuo futuro

ANPAL
Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro



*COMUNICAZIONE DEL PON SPAO
SISTEMI DI POLITICHE ATTIVE PER L'OCCUPAZIONE*

Linee guida

Versione 15 gennaio 2017

PREMESSA

La politica di coesione è il più importante mezzo di investimento di cui l'Unione europea dispone per conseguire gli obiettivi della strategia Europa 2020.

Far conoscere e fornire informazioni su tali obiettivi, sulle opportunità di finanziamento e i risultati dei programmi e dei progetti della politica di coesione è pertanto un aspetto fondamentale dell'attività svolta negli Stati membri dalle Autorità di gestione e dai beneficiari.

Nel periodo di programmazione 2014-2020 le disposizioni in materia di informazione e comunicazione godono di una maggiore visibilità in quanto sono contenute nel Regolamento (UE) n. 1303/2013 del parlamento europeo e del consiglio e non, come nel precedente periodo 2007-2013, in un atto di esecuzione della Commissione.

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.

Alla comunicazione vengono quindi attribuiti un ruolo primario e precise regole di attuazione. In particolare, l'identità e la riconoscibilità del Fondo Sociale Europeo e della sua azione di supporto alle politiche sono di fondamentale importanza.

L'ANPAL (Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro) guida l'attuazione del nuovo ciclo di programmazione, raccordandosi con l'Agenzia per la coesione territoriale e il Dipartimento per le politiche di coesione della Presidenza del Consiglio, curando l'interlocuzione con le autorità europee e guidando le Autorità di gestione all'attuazione della strategia complessiva, nel rispetto delle regole e delle procedure.

L'Agenzia svolge tale ruolo in attuazione dell'accordo di partenariato e nell'ambito delle proprie competenze in materia di promozione e coordinamento dei programmi cofinanziati dal Fondo Sociale Europeo, nonché di programmi cofinanziati con fondi nazionali negli ambiti di intervento del Fondo Sociale Europeo.

L'ANPAL inoltre gestisce in maniera diretta due Programmi Operativi Nazionali (PON): il PON IOG (Iniziativa Occupazione Giovani) e il PON SPAO (Sistemi di Politiche Attive per l'Occupazione).

Il presente documento ha l'obiettivo di definire le linee guida per la comunicazione del PON SPAO – "Sistemi di Politiche Attive per l'Occupazione".

Tutti gli organismi intermedi e i beneficiari del PON SPAO sono tenuti ad applicare le presenti linee guida.

In appendice, sono riportati esempi e format per l'applicazione delle linee guida sui principali prodotti di comunicazione.

Obiettivi e principi della comunicazione

Il principale obiettivo della comunicazione è l'omogenea applicazione su tutto il territorio nazionale delle disposizioni in materia di informazione e pubblicità del Fondo Sociale Europeo contenute nei Regolamenti (UE) n. 1303/2013 e n. 1304/2013 del Parlamento Europeo e del Consiglio, con specifico riferimento a:

- Informazioni da pubblicare sul web relativamente ai beneficiari e ai destinatari finali delle iniziative finanziate.
- Standard e modelli per l'utilizzo di emblema e loghi.
- Standardizzazione dei format per i beneficiari.

Nelle azioni di comunicazione gli attori coinvolti operano in sinergia per:

1. offrire agli enti pubblici di riferimento una comunicazione integrata e completa rispetto all'insieme dei servizi e delle opportunità offerte, assicurando la coerenza del messaggio e dei contenuti;
2. assicurare la coerenza e l'integrazione delle attività, favorendo la concentrazione delle risorse;
3. garantire su tutto il territorio nazionale un accesso omogeneo a un set comune di informazioni generali;
4. garantire l'accesso informato e puntuale ai prodotti di orientamento e alle opportunità offerte.
5. evitare le sovrapposizioni e le frammentazioni nella comunicazione;
6. assicurare una comunicazione trasparente e accessibile nei confronti dei diversi target.

Ambiti della comunicazione

La sinergia tra l'ANPAL e gli attori coinvolti si applica a tutti gli ambiti delle attività di comunicazione che sono attuate in conformità con i requisiti indicati nei Regolamenti UE sopra menzionati.

L'integrazione e il raccordo tra le attività di comunicazione delle iniziative e dei programmi finanziati dal FSE vengono comunemente applicati a due livelli di comunicazione:

- una **comunicazione istituzionale**, caratterizzata da iniziative volte a sensibilizzare l'opinione pubblica generale, oltre che i destinatari delle iniziative, sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotte. Questa tipologia di comunicazione riguarda, ad esempio, il Fondo Sociale Europeo, i PON e le iniziative più importanti;
- una **comunicazione di orientamento e servizio**, per informare i diversi target e orientarli all'accesso ai servizi loro destinati a livello nazionale o territoriale rispetto alle opportunità concrete offerte da programmi, iniziative e misure.

La comunicazione istituzionale si avvale di:

- identità visiva, centrata sull'emblema dell'Unione Europea, sul logo dell'FSE e altri loghi applicabili a ogni progetto o prodotto coerente con i relativi obiettivi;
- materiali e iniziative di comunicazione che promuovono gli obiettivi generali del Fondo Sociale Europeo, le azioni finanziate e i risultati.

La comunicazione istituzionale è curata direttamente dall'Ente che gestisce il Programma Operativo (nazionale o regionale), attraverso l'Autorità di gestione o la struttura delegata.

La comunicazione di orientamento e di servizio comprende la comunicazione realizzata nell'ambito delle iniziative di ciascun programma ed è finalizzata a far conoscere i servizi e le opportunità offerte. Questo tipo di comunicazione è normalmente di competenza degli organismi intermedi e dei beneficiari.

Tutte le iniziative realizzate nell'ambito del PON SPAO devono applicare le indicazioni contenute nelle presenti linee guida. In appendice si fornisce, a titolo di esempio e non in via esaustiva, un elenco di materiali, prodotti e canali di comunicazione con esempi di applicazione delle linee guida.

1. EMBLEMI ISTITUZIONALI

Ogni iniziativa, supporto e atto di comunicazione o diffusione inerente al PON SPAO devono obbligatoriamente recare in testa:

- l'emblema dell'Unione europea;
- il logo dell'Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro (ANPAL)

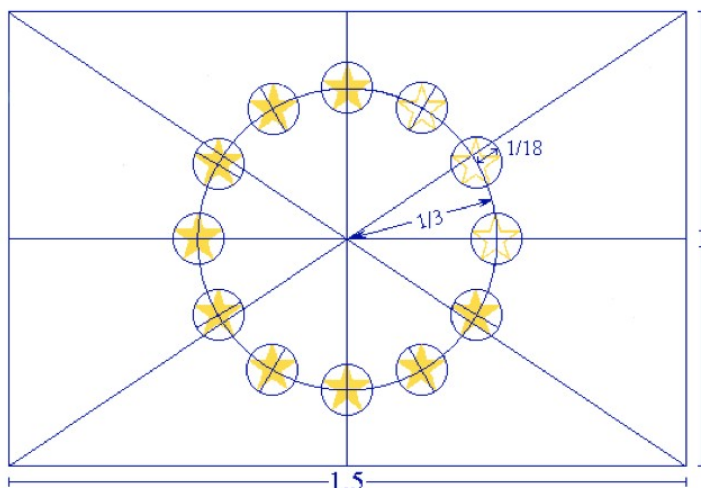
Eventuali altri loghi vanno apposti in diversa posizione e non allo stesso livello dei simboli sopra descritti e non fanno parte della testata. Inoltre, la loro dimensione non deve eccedere quella dell'emblema dell'Unione europea.

L'emblema dell'Unione europea

L'emblema ha forma di bandiera rettangolare, con lunghezza 1,5 volte l'altezza.

In ogni caso l'altezza minima non può essere minore di 2 cm.

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



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

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

L'utilizzo monocromatico prevede:

- l'emblema in bianco e nero (fondo bianco e stelle in nero);
- l'emblema in blu (Reflex blue), (fondo blu e stelle in bianco).



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

Dicitura



La dicitura va posta a destra dell'emblema.

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

La distanza tra dicitura ed emblema è libera.

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

Utilizzo non corretto dell'emblema

- L'emblema non deve essere allungato, schiacciato, spezzato o riprodotto con colori diversi da quelli elencati.
- L'emblema non deve essere riprodotto in un carattere diverso o essere ruotato.
- L'emblema non deve avere alcuna dicitura o illustrazione aggiunto ad esso.
- L'emblema non deve usare un testo in corsivo o sottolineato né variazioni o effetti di carattere.
- La dicitura "Unione Europea" non deve discostarsi dai tipi di font dei caratteri elencati.
- Il posizionamento del testo nell'emblema non deve interferire con l'emblema dell'Unione europea in alcun modo.
- Quando si ridimensiona l'emblema deve rimanere in proporzione e non deve diventare distorto. La pixelatura o sfocatura dell'emblema risultante dall'uso di un formato non corretto e/o di una risoluzione insufficiente devono essere evitate.

Il logo dell'ANPAL – Agenzia Nazionale Politiche Attive del Lavoro

Il logo dell'ANPAL è obbligatorio in quanto Autorità di Gestione del PON SPAO.

Deve essere riportato accanto all'emblema dell'Unione Europea in posizione di evidenza.
Logo a colori, completo di dicitura non separabile e riportata per intero.

Il logo sarà trasmesso dall'ANPAL agli aventi diritto con apposite comunicazioni, vincolanti all'uso dello stesso esclusivamente per i prodotti/iniziativa previste e approvate nell'ambito dei programmi finanziati dal PON SPAO.



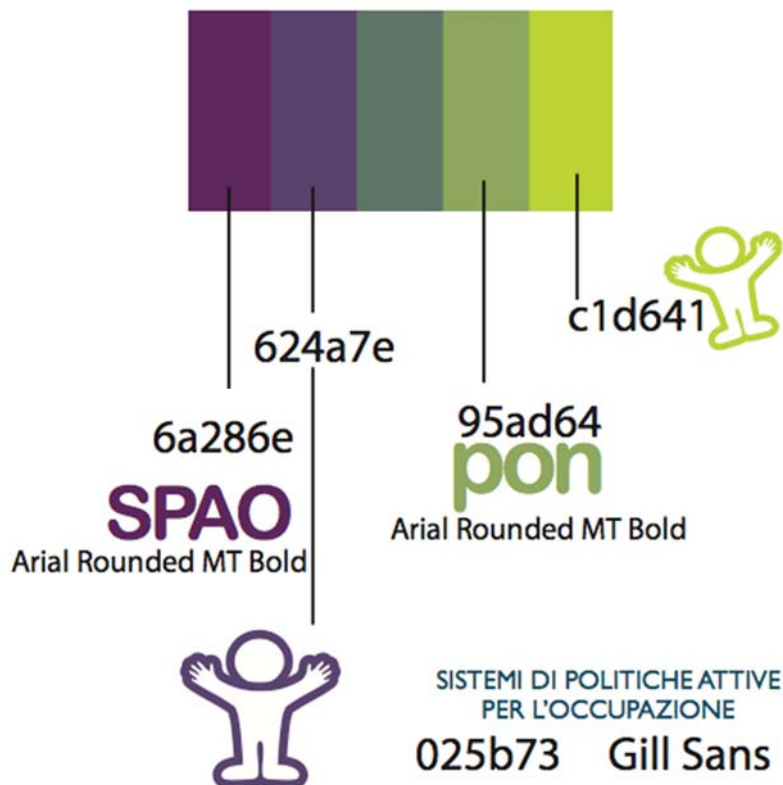
3. COMUNICAZIONE DEL PON SPAO

Il PON SPAO dispone di un proprio logo che caratterizza le relative iniziative.

Logo a colori, composto di un simbolo e di due diciture, non separabili.



Colori e caratteri

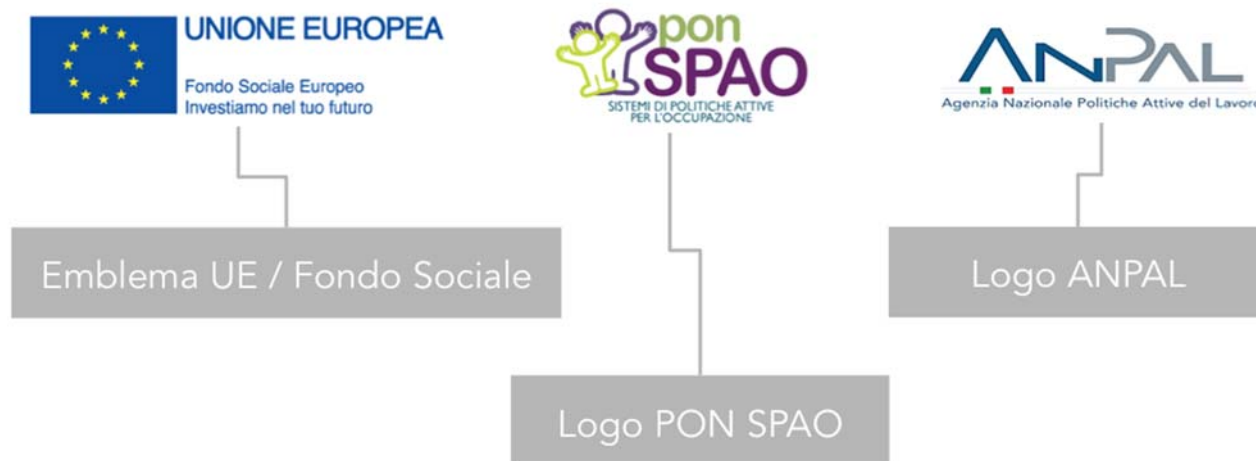


Per le titolazioni dei materiali si consigliano i seguenti caratteri:

- Arial
- Gill Sans

Disposizione di emblema e loghi

L'emblema dell'Unione europea, il logo del PON SPAO e il logo dell'ANPAL vanno affiancati. L'allineamento verticale tra i tre simboli può essere in alto o al centro.



Logo del beneficiario

Il logo del beneficiario, se presente, va collocato in fondo alla pagina, in posizione centrale o laterale.

Nel caso in cui il beneficiario non abbia un proprio logo, o nel caso in cui siano presenti i loghi di una pluralità di soggetti coinvolti assieme al beneficiario nell'iniziativa/progetto, in sostituzione del logo potrà essere riportata la dicitura: *“L’iniziativa/corso/bando... è organizzato dal progetto XYZ, finanziato nell’ambito del PON SPAO con il contributo del Fondo Sociale Europeo 2014-2020”*.

Format e applicazioni

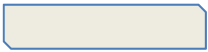
I loghi e gli emblemi che costituiscono gli elementi dell'identità visiva della Comunicazione del PON SPAO sono resi disponibili nei diversi formati per la riproduzione destinata alla carta e al web.

I loghi, nelle modalità indicate, si applicano a tutti i prodotti di comunicazione.

APPENDICE: Format e applicazioni

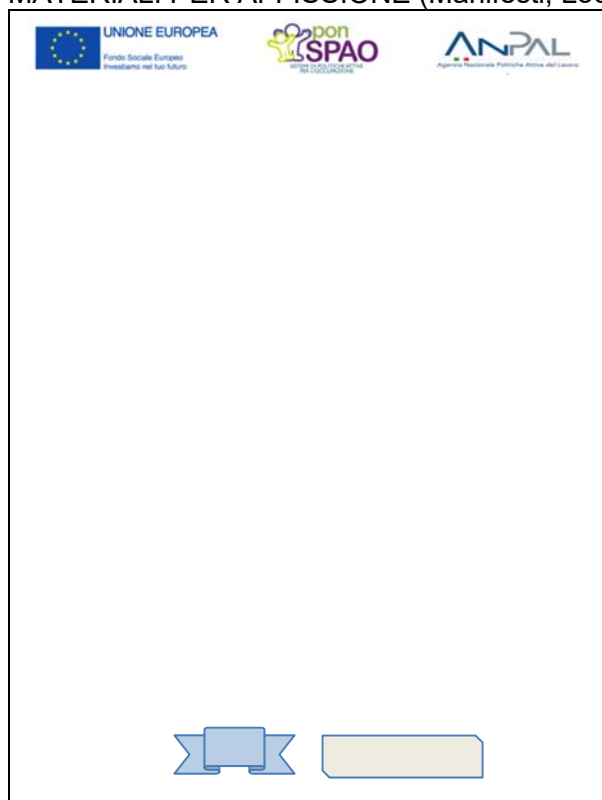
Questa sezione riporta alcuni esempi di materiali di comunicazione con il posizionamento dei loghi.

Il logo del beneficiario è indicato con il simbolo .

La dicitura *“L’iniziativa/corso/bando... è organizzato dal progetto XYZ, finanziato nell’ambito del PON SPAO con il contributo del Fondo Sociale Europeo 2014-2020”* è indicata con il simbolo .

Eventuali altri loghi di partner vanno posti al di sotto dei loghi in testata.
Solitamente vengono posti sotto al logo del beneficiario o di lato nella pagina. La stessa regola vale per grafiche, illustrazioni ed elementi di identità visiva in genere, che trovano posto in altre parti della pagina al di sotto dei loghi in testata.

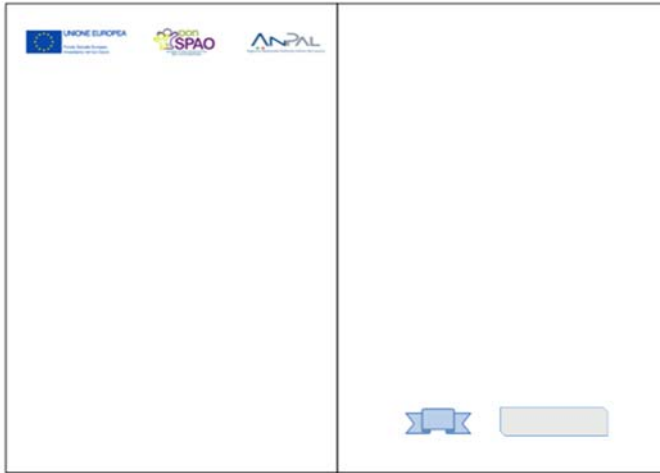
- MATERIALI PER AFFISSIONE (Manifesti, Locandine)



- STAMPE E PUBBLICAZIONI



In alternativa:



- VIDEO

Inizio

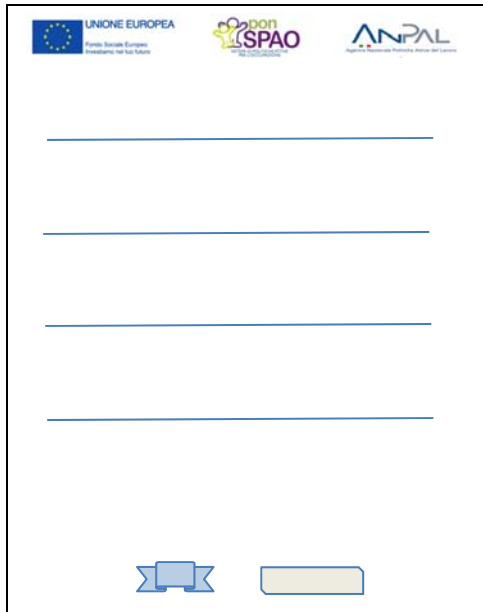


Coda



- MATERIALI PER EVENTI

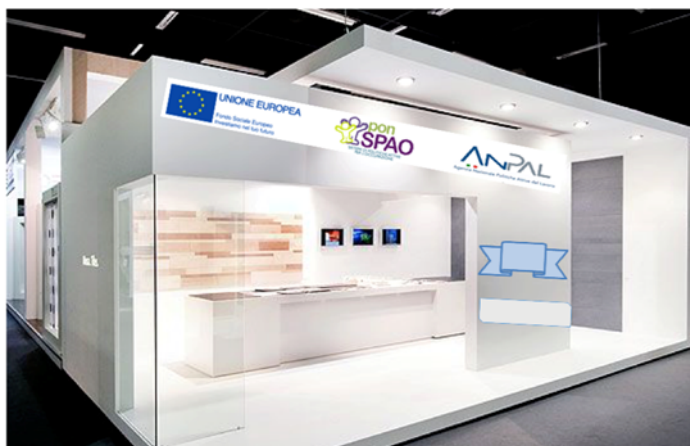
Programma



Nota: Lo stesso formato si applica a materiali come:

- Inviti
- "Save the date"
- Slide di fondo (vedere format slide più sotto)

- ALLESTIMENTI PER EVENTI



Nota: Gli elementi tipici sono:

- Banner superiore
- Desk
- Fondo
- Quinte
- Rollup

I loghi istituzionali vanno riportati nel banner o in altra posizione evidente (come Fondo o Desk).

Le altre parti possono riportare altri elementi grafici tra cui il logo del beneficiario.

La dicitura trova comunque posto in uno degli elementi a vista dell'allestimento.

- GADGET



Nota: Nei casi in cui lo spazio disponibile è ridotto, sui gadget si appone soltanto il logo del Fondo Sociale Europeo e dell'iniziativa a cui il gadget è collegato (se del caso).

- **AREE WEB**



Nota: Le aree Web comprendono anche:

- Banner
- Pagine dei Social Network
- Applicativi di gestione o monitoraggio delle iniziative


- **PRESENTAZIONI E FONDI SLIDE**



- **MATERIALI PER LA FORMAZIONE (Registri, Fogli presenze, ecc.)**



- COMUNICATI STAMPA



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Investiamo nel tuo futuro

FSE
SISTEMA DI PROMOZIONE ATTIVA DEL LAVORO

ANPAL
AGENZIA NAZIONALE POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

Titolo

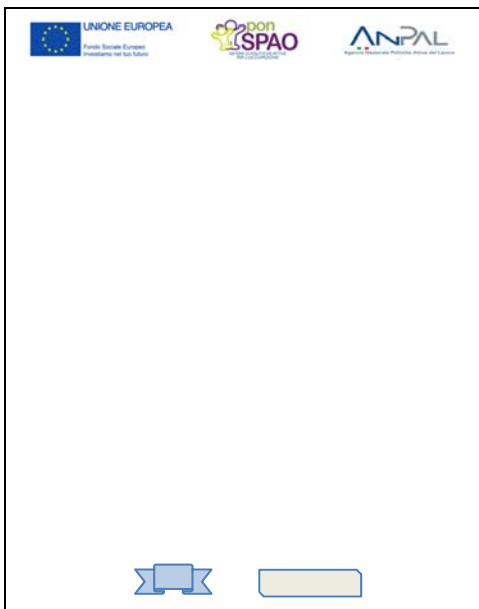
Corpo dell'annuncio

Cos'è il Fondo Sociale Europeo

NOTA: Dopo il corpo dell'annuncio va sempre inserita una breve spiegazione sul FSE:

- Cos'è e l'FSE
- L'iniziativa ha ricevuto un finanziamento di € _____ dal Fondo Sociale Europeo.
- Per maggiori informazioni (siti di riferimento)

- STUDI, DOCUMENTI DI PROGETTO, BANDI



UNIONE EUROPEA
Fondo Sociale Europeo
Investiamo nel tuo futuro

FSE
SISTEMA DI PROMOZIONE ATTIVA DEL LAVORO

ANPAL
AGENZIA NAZIONALE POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO