

CAMPAGNA EUROPEA PER I DIRITTI DEI LAVORATORI STAGIONALI TRANSFRONTALIERI

PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE



 **MINISTERO del LAVORO**
e delle **POLITICHE SOCIALI**

PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE

Campagna europea “RIGHTS FOR ALL SEASONS”

Nel periodo giugno - ottobre 2021, l’Autorità europea del lavoro (ELA) ha in programma una campagna di sensibilizzazione rivolta ai lavoratori stagionali transfrontalieri dell’Unione europea e ai loro datori di lavoro. In particolare, la campagna si rivolgerà al settore agroalimentare dove il lavoro stagionale transfrontaliero è più diffuso e la vulnerabilità dei lavoratori alle frodi e agli abusi è più elevata.

L’iniziativa di comunicazione rientra in un piano d’azione più generale dell’ELA sul lavoro stagionale transfrontaliero e risponde agli inviti della Commissione e del Consiglio europei di attivarsi in questo ambito.

La campagna ha l’obiettivo prioritario di accrescere la conoscenza delle norme esistenti per regolare e tutelare il lavoro stagionale dei cittadini dell’Unione europea (EU), nonché quello di informare sui servizi di assistenza disponibili nel Paese sede di lavoro, e nel Paese di origine.

I destinatari principali sono i lavoratori stagionali, compresi i cittadini di Paesi terzi legalmente residenti e i datori di lavoro nel settore agroalimentare. Il messaggio è comunque rivolto anche a: responsabili politici, operatori delle amministrazioni nazionali, parti sociali europee e nazionali.

Gli Stati membri sono stati invitati a partecipare all’iniziativa, e avranno un ruolo attivo nell’attuazione della campagna nei rispettivi Paesi, seguendo lo stesso modello di collaborazione utilizzato lo scorso anno per la campagna europea sul lavoro dichiarato, #EU4FAIRWORK.

Per la campagna del 2021, l’ELA coordinerà l’elaborazione di un insieme comune di messaggi e di una strategia di divulgazione, curerà lo sviluppo di un toolkit di campagna (identità visiva, modelli, slogan, etc.) e migliorerà la visibilità dell’iniziativa attraverso la propria presenza comunicativa; gli Stati membri potranno personalizzare i messaggi e attuare una strategia di diffusione in linea con la loro prospettiva specifica.

Insieme all’ELA, attore principale della campagna, agiranno con obiettivi specifici anche la **Rete Eures** e la **Piattaforma europea contro il lavoro sommerso**: la Rete Eures per pro-

muovere la consapevolezza dei diritti e dei doveri in fase di reclutamento; la Piattaforma europea per promuovere i vantaggi del lavoro regolare presso i lavoratori stagionali e i loro datori di lavoro. Entrambe si rivolgeranno anche ad altri settori oltre a quello agroalimentare, come il turismo e la trasformazione del cibo.

La coerenza complessiva tra i tre filoni sarà raggiunta attraverso l'uso di messaggi, hashtag e identità visiva, nonché con una Settimana d'Azione congiunta, prevista nei giorni 20-24 settembre 2021.

L'ELA promuoverà la campagna attraverso i suoi canali social e sul sito web, dove saranno pubblicate informazioni, notizie e iniziative in corso sul tema della campagna. Ogni Paese aderente potrà adattare il messaggio al proprio contesto.

Rights for all seasons e ***#Rightsforseasons*** sono rispettivamente lo slogan e l'hashtag della campagna, scelti con l'obiettivo di indicare chiaramente che nonostante la stagionalità del lavoro, i diritti, gli obblighi e il sostegno valgono tutto l'anno e non sono mai "fuori stagione".

L'hashtag ***#EU4FairWork*** potrà creare una connessione con la campagna 2020.

Cronoprogramma

Il cronoprogramma prevede:

- 15 giugno 2021 - lancio della campagna ELA;
- luglio 2021 - lancio della campagna della Rete Eures;
- agosto-settembre 2021 - azioni specifiche della Piattaforma europea contro il lavoro sommerso;
- 20-24 settembre 2021 - Week of action, durante la quale gli Stati aderenti all'iniziativa saranno chiamati ad intensificare gli interventi;
- ottobre 2021 - evento di chiusura.

La campagna di comunicazione in Italia

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, nell'accogliere e dare seguito alle raccomandazioni del Consiglio europeo volte a migliorare le condizioni di vita e di lavoro dei lavoratori stagionali, aderisce alla campagna promossa dall'ELA: *"Rights for all seasons"*.

In Italia i principali settori di occupazione del lavoro stagionale sono quello agroalimentare e quello del turismo, pertanto il target della campagna sarà ampliato in riferimento alle specifiche esigenze del mercato del lavoro nazionale. È previsto, inoltre, un focus sul settore dell'edilizia.

In linea con gli obiettivi indicati dall'ELA, le azioni di comunicazione interverranno per accrescere l'informazione sui diritti e sugli obblighi dei lavoratori stagionali e per favorire l'accesso ai servizi di assistenza e consulenza.

Inoltre, in continuità con la campagna dello scorso anno #EU4FAIRWORK, anche per il tema del lavoro stagionale sarà richiamato il valore del lavoro dichiarato che garantisce condizioni eque e sicure per i lavoratori e che contribuisce a una concorrenza leale tra le imprese.

La campagna sui diritti dei lavoratori stagionali transfrontalieri, d'altra parte, può essere ricondotta nell'alveo delle azioni di contrasto al caporalato e al più ampio tema della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, ambiti che riflettono un impegno costante del Ministero e un lavoro sinergico svolto con l'Ispettorato Nazionale del Lavoro (INL).

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, in ragione delle proprie competenze, si pone come capofila e coordinatore delle iniziative realizzate in sinergia con le Agenzie, gli Enti e le organizzazioni che in Italia sono competenti in materia. Si coordinerà inoltre con le iniziative della Rete EURES.

Obiettivi

- informare i lavoratori stagionali su diritti e obblighi;
- informare i datori di lavoro sulle disposizioni giuridiche relative ai lavoratori stagionali negli specifici settori;
- sensibilizzare i datori di lavoro in merito ai benefici connessi al rispetto delle norme;
- richiamare le particolari misure di sicurezza da rispettare nel contesto della pandemia da COVID-19;

- valorizzare i servizi di assistenza e consulenza;
- valorizzare presso l'opinione pubblica l'effetto positivo e il ruolo essenziale dei lavoratori stagionali.

Target

- lavoratori stagionali del settore agricolo;
- lavoratori stagionali del settore turistico;
- lavoratori stagionali del settore dell'edilizia;
- datori di lavoro;
- parti sociali;
- agenzie di mediazione;
- opinione pubblica.

Messaggi

Il messaggio chiave della campagna, rilevante per tutti i target, si può così riassumere: "Esistono normative nazionali per garantire i diritti e gli obblighi nel lavoro stagionale, per i lavoratori e per i datori di lavoro. Abbiamo una responsabilità condivisa di sostenerli e lavorare insieme per garantire un lavoro sicuro ed equo per tutti".

Di seguito i messaggi per i diversi target:

- **i lavoratori stagionali** hanno diritto a condizioni di lavoro eque, con stessi diritti sociali e del lavoro dei cittadini locali; possono chiedere assistenza e consulenza rivolgendosi ai servizi competenti; hanno diritto di lavorare in condizioni sicure ed eque anche in relazione alle misure previste durante l'emergenza determinata dal COVID-19;
- **i datori di lavoro che assumono lavoratori stagionali** beneficiano di condizioni di equità, possono avere supporto dalle Istituzioni, hanno una responsabilità nei confronti dei lavoratori stagionali che assumono, devono rispettare le condizioni di sicurezza per il COVID- 19;

- **i responsabili** politici e operatori del settore nelle Amministrazioni nazionali hanno la responsabilità condivisa di sostenere sia i lavoratori che i datori di lavoro, e assicurarsi che ricevano le informazioni corrette.

Stile della comunicazione

Lo stile dei messaggi dovrà essere semplice e contenere istruzioni operative ed utili per orientarsi sia per i lavoratori che per i datori di lavoro, soprattutto in relazione alle particolari misure da adottare nel periodo della pandemia.

Canali

Canali di diffusione delle informazioni sia online che offline.

Partner

INL, ANPAL e Rete EURES, parti sociali.

Iniziative in programma

Durante il periodo giugno-ottobre 2021 verranno realizzate le seguenti azioni, proseguendo in continuità con l'attività svolta lo scorso anno per la campagna #EU4FAIRWORK:

- **campagna social in linea con le proposte dell'ELA**, a partire dal 15 giugno sui canali social utilizzati dal Ministero, quali Twitter, Facebook, LinkedIn, Instagram, saranno pubblicati post, immagini, sondaggi e video in materia di lavoro stagionale transfrontaliero;
- **contenuti informativi da veicolare attraverso i siti istituzionali**, a partire dal 15 giugno, in primo luogo il sito istituzionale, con visibilità assicurata mediante la pubblicazione di contenuti (priorità, notizie, articoli, eventi), anche in collaborazione con gli altri enti pubblici coinvolti, Parti sociali e altri stakeholders;
- **help desk interregionale anti caporalato**, disponibile da metà giugno 2021, nell'ambito del progetto Più SUPREME;
- **approfondimento all'interno della newsletter mensile di Cliclavoro**, presumibilmente nel numero di luglio 2021;
- **campagna di comunicazione lavoro di qualità nel settore agricolo** articolata in: spot tv e radio, brochure informative;

- **interventi di rappresentati istituzionali in programmi RAI** radiofonici e televisivi per la presentazione dei temi della campagna, concentrati nel periodo del lancio della campagna e durante la week of action;
- **iniziative in collaborazione con la rete degli stakeholder:** Ispettorato nazionale del lavoro, ANPAL, rete EURES;
- **week of action, 20-24 settembre 2021,** in collaborazione con Ispettorato nazionale del lavoro, INL, ANPAL, rete EURES;
- **task force multi-agenzia:** ispettori INL e mediatori culturali (Progetti Alt! Caporato e Su.Pr.Eme. Italia);
- **evento di chiusura,** ottobre 2021.

Di seguito si presentano schede sintetiche per ogni attività

Tipo attività	<p>Campagna Social in linea con le proposte dell'ELA</p> <p>Account social coinvolti: Twitter @Minlavoro – LinkedIn Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali.</p> <p>Account secondari: Facebook Cliclavoro – Instagram @cliclavoro</p>
Data	<p>Campagna giugno – settembre 2021</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lancio di avvio della campagna coordinato su tutti gli account istituzionali • N.1 post/tweet settimanale su ciascun account principale con focus e grafiche sempre differenti • Periodici lanci dagli altri account social istituzionali secondari e rilanci da profili di opinion leader/media nazionali coinvolti/altro • Monitoraggio performance • Report finale della campagna.
Destinatari	Lavoratori stagionali dei settori agricolo e turistico – datori di lavoro dei settori agricolo e turistico - agenzie di intermediazione
Partner	INL - ANPAL - Rete Eures
Obiettivi di comunicazione	La campagna social avrà il macro-obiettivo di sensibilizzare i lavoratori stagionali sui loro diritti e di informarli sui servizi a loro disposizione. Si rivolgerà inoltre ai datori di lavoro per evidenziare i vantaggi delle assunzioni transfrontaliere regolari. Un focus particolare sarà dedicato alle particolari condizioni di sicurezza e igiene sui luoghi di lavoro da rispettare nel periodo della pandemia da Covid 19
Modalità di comunicazione	<p>Visual</p> <p>Verranno utilizzati i materiali grafici e video messi a disposizione dai promotori europei della campagna e, nel caso in cui nel toolkit siano disponibili anche immagini/banner/grafiche/video adattabili nel formato e/o modificabili nel contenuto, verranno rilanciati con slogan e claim in lingua italiana.</p> <p>Ogni contenuto verrà direzionato secondo stili e linguaggi propri di ciascuna piattaforma.</p> <p>Hashtag</p> <p>Hashtag scelto in accordo coi Paesi partecipanti + #LavoroStagionale</p> <p>Mention</p> <p><u>Twitter:</u> @EU_ELA / EURESjob / @Anpal_gov / @INL_gov / @EU_Commission / @EU_OSHA</p> <p><u>LinkedIn:</u> European Commission / European Labour Authority / ANPAL / EURES</p> <p><u>Facebook:</u> @socialeurope / @ANPAL / @EURES / European Commission</p> <p><u>Instagram:</u> @europeancommission / @europainitalia / @scambieuropei</p> <p>Reazioni attese</p> <p>Le reazioni misurabili che ci si aspetta dagli utenti sono: visualizzazione/interazione tramite like/condivisione dei contenuti lanciati/click su eventuali link/commenti ai post/tweet</p>
Risorse	<i>Da definire</i>

Tipo attività	Pagine dedicate sul sito istituzionale www.lavoro.gov.it e portali
Data	giugno-settembre 2021
Destinatari	Lavoratori, datori di lavoro e opinione pubblica in generale
Partner	INL - ANPAL - Rete EURES
Obiettivi di comunicazione	Sensibilizzare e informare lavoratori e datori di lavori
Modalità di comunicazione	<p>Saranno realizzati dei contenuti ad alta visibilità e impatto visivo. Nello specifico, sulla homepage del sito istituzionale lavoro.gov.it, e nelle aree tematiche di riferimento, sarà pubblicata una “priorità” all’inizio e alla fine della campagna europea per i diritti dei lavoratori stagionali transfrontalieri.</p> <p>La priorità potrà essere raggiunta anche da un banner a scorrimento pubblicato sempre sulla homepage del portale.</p> <p>I contenuti redazionali saranno aggiornati e implementati anche attraverso la pubblicazione di eventuali news sulla base degli eventi che si svolgeranno nel periodo compreso tra maggio e settembre.</p> <p>Nella newsletter mensile Cliclavoro sarà realizzato un approfondimento dedicato alla campagna. Sul portale Cliclavoro sarà inoltre possibile pubblicare un Primo Piano sul tema e inserire eventuali attività programmate nel Calendario in homepage. Qualora ritenuto efficace, nel momento in cui il Primo Piano non comparirà più in home sarà possibile mantenere un piccolo banner rettangolare sulla destra della pagina web, per tutta la durata della campagna, che una volta cliccato possa rimandare a informazioni utili, tra cui il Primo Piano stesso di Cliclavoro e/o la Priorità del sito istituzionale.</p> <p>Parallelamente, sarà informata anche la Redazione del sito istituzionale dell’Ispettorato nazionale del lavoro www.ispettorato.gov.it e sensibilizzata a dare risalto al tema.</p>
Risorse	<i>Da definire</i>

Tipo attività	Campagna di comunicazione sul lavoro di qualità nel settore agricolo
Data	<i>Da definire</i>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Lavoratori a rischio sfruttamento • Consumatori • Parti sociali • Operatori del terzo settore • Responsabili politici e rappresentanti delle istituzioni regionali e locali • Istituzioni/organizzazioni europee e internazionali.
Partner	INL, INPS, INAIL
Obiettivi di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • Informare e prevenire i fenomeni di sfruttamento del lavoro in agricoltura • Intercettare lavoratori a rischio • Informare le associazioni di categoria, i sindacati e le associazioni del terzo settore, i consumatori di prodotti del commercio equo e solidale.
Modalità di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • Brochure • Volantini • Spot TV e Radio • Social media • Presentazione del tema attraverso la partecipazione di rappresentanti istituzionali in programmi RAI.
Risorse	<i>Da definire</i>

Tipo attività	Incontri seminari con le Parti sociali organizzati in collaborazione con l'INL
Luogo	Le sessioni di lavoro verranno organizzate in diverse città basandosi anche sull'articolazione territoriale degli uffici dell'INL
Data	<i>Da definire</i>
Destinatari	Lavoratori e imprese - Parti sociali
Partner	INL
Obiettivi di comunicazione	Sensibilizzare sulle specifiche condizioni del lavoro stagionale, con riferimento anche alla pandemia determinata dal COVID-19
Modalità di comunicazione	Incontri di tipo seminariale con presenza in aula o nella formula di webinar; diffusione di brochure informative cartacee e digitali
Risorse	<i>Da definire</i>

Tipo attività	Help desk interistituzionale anti caporalato per l'informazione e l'accesso ai servizi
Data	Giugno 2021 – Aprile 2022 Data di avvio del servizio: 15 giugno Data della conferenza stampa di lancio on line del servizio: 22 giugno
Destinatari	Lavoratori stagionali nel settore agricolo cittadini di Paesi terzi datori di lavoro e opinione pubblica in generale
Partner	Regione Puglia, Regione Calabria, Regione Basilicata, Regione Siciliana, Regione Campania e Consorzio Nova
Obiettivi di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitare l'attivazione di processi di emersione • Offrire un punto di riferimento interistituzionale per l'accesso alle informazioni dei destinatari • Facilitare l'accesso dei destinatari al sistema integrato dei servizi territorialmente disponibili.
Modalità di comunicazione	<p>Creazione di un HELPDESK con accesso multicanale composto da:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Software per il case management • Accesso telefonico dedicato • Portale web integrato multilingue • APP • Pagine social dedicate. <p>Equipe multidisciplinare con competenze specifiche e di mediazione culturale:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Operatrici legali • Mediatori culturali • Expertise on demand. <p>Consulenze e supporto in inglese, francese, arabo, pidgin, edo/benin, wolof, mandingo, fula e pular. Altre lingue potranno essere attivate on demand.</p> <p>Il servizio sarà attivo dal lunedì al venerdì dalle 9.30 alle 18 (con conservazione messaggi fuori orario)</p> <p>Materiali Informativi istituzionali (pieghevoli in italiano, inglese e francese)</p> <p>Materiali informativi per beneficiari (Redazione contenuti in collaborazione con staff di mediatori interculturali; Divulgazione presso le 5 regioni, gli stakeholder territoriali e divulgazione di prossimità presso insediamenti ecc. (outreach/unità mobili)</p> <p>Social media: canali di contatto per accedere al servizio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestione messaggistica a cura dei mediatori interculturali • Pubblicazione di contenuti legati al servizio • Sponsorizzazione costante della pagina Facebook • Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, LinkedIn. <p>Media Plan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acquisto spazi pubblicitari su testate online con link alla piattaforma • Durata: 15 giorni per banner pubblicitario sino ad ottobre 2021. <p>Comunicazione web:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter di lancio del servizio • Pubblicazione della notizia sui portali nazionali e regionali. <p>Video e messaggi informativi</p> <ul style="list-style-type: none"> • N.5 video da 30" + N.5 video da 90" sottotitolati in diverse lingue • Messaggi vocali multilingue per WhatsApp. <p>Finalizzati ad incentivare il contatto con l'helpdesk sulla base delle principali domande e richieste di supporto</p>
Risorse	FSE PON Inclusion, nell'ambito del progetto Più Supreme

Tipo attività	Task force ispettive multi agenzia con mediatori culturali
Data	Le task force si realizzeranno nei mesi di giugno, luglio, agosto, settembre in diversi territori e in diversi settori (agricoltura, manifatturiero, edilizia e logistica)
Destinatari	Lavoratori stagionali dei settori agricolo, manifatturiero e dell'edilizia e logistica
Partner	Ispettorato Nazionale del Lavoro (INL) e Organizzazione Mondiale delle Migrazioni (OIM)
Obiettivi di comunicazione	Tutela della sicurezza e della dignità delle vittime di sfruttamento della manodopera, attraverso strumenti ed iniziative finalizzati a contrastare la piaga del caporalato
Modalità di comunicazione	<ul style="list-style-type: none"> • Iniziative di formazione e sensibilizzazione sui temi dello sfruttamento lavorativo e del caporalato per il personale ispettivo impiegato nelle operazioni • Incontri di informazione presso i Centri di accoglienza e/o in generale presso i vari luoghi di aggregazione e di ritrovo dei migranti, per favorire la conoscenza dei diritti in ambito lavorativo, sociale, sindacale e sanitario • Diffusione di materiale informativo/promozionale (ad esempio, brochure, locandine, volantini, video multilingue), presso gli Uffici degli IITLL, l'URP dei Comuni, le ASL, le associazioni sindacali e i patronati, i centri di accoglienza per migranti, le associazioni di volontariato e le ONG, i centri religiosi, etc. o tramite social network.
Risorse	Le task force sono finanziate nell'ambito dei progetti Alt! Caporalato e Su.Pr.Eme. Italia (Fondo Nazionale Politiche Migratorie e FAMI emergenziale)

lavoro.gov.it



MINISTERO del LAVORO
e delle POLITICHE SOCIALI