



Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali



**PROGRAMMA
DI COMUNICAZIONE
2015**



Indice

Premessa	4
I principi fondamentali del programma	7
Coordinamento	7
Adattamento alla domanda	8
Integrità e trasparenza	8
Analisi, monitoraggio e valutazione	9
Fasi operative	10
Lo scenario	11
Aree di intervento	13
Politiche per il lavoro.....	13
Politiche previdenziali	15
Politiche Sociali.....	15
Governance, spending review e politiche trasversali.....	16
Gli obiettivi di comunicazione	18
Gli obiettivi generali	18
Gli obiettivi specifici del 2015.....	19



I Pubblici di riferimento	27
I cittadini-utenti.....	28
Gli operatori	28
Le istituzioni	29
I media	29
Il pubblico interno.....	29
Gli strumenti e i canali di comunicazione.....	30
Il Sistema Integrato delle Relazioni con il Pubblico	31
I Siti Web del Ministero	32
L'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico- URP	34
Lo Stand Istituzionale	34
Le trasmissioni Radio – TV	35
Le Pubblicazioni.....	35
Le Campagne Pubblicitarie.....	35
Manifestazioni, fiere, congressi, eventi.....	36
Le Partnership e le sinergie con altre Amministrazioni.....	36
I canali social	36
La Comunicazione interna	36
Monitoraggio e valutazione delle politiche comunicative	39
Appendice	41



importanza per quelli “tecnologici” e social. In questo modo centrale non è lo strumento (la campagna, l’affissione, il sito web) quanto piuttosto cosa si vuole comunicare e chi si vuole raggiungere.

Ulteriori novità, rispetto alle edizioni precedenti, sono: attenzione per la comunicazione interna, in un’ottica integrata con quella rivolta al pubblico esterno; forme di comunicazione integrata con le Agenzie tecniche e gli Enti vigilati.

Parallelamente alla stesura del piano sarà resa omogenea l’immagine all’esterno dell’Amministrazione con l’emanazione di alcune linee guida in materia di prodotti editoriali e pubblicazione sui siti web, oltreché per l’utilizzo dei loghi istituzionali.

La comunicazione e la relazione pubblica appaiono cruciali per il MLPS sotto alcuni aspetti principali:

- A. L’*oggetto* e gli *obiettivi* da comunicare.
- B. Gli *strumenti* e le *modalità*. Sotto questo aspetto rilevano, accanto agli strumenti tradizionali (campagne promozionali, articoli, interviste e dichiarazioni, pubblicazioni tematiche, partecipazione ai grandi eventi espositivi nazionali di settore ecc.), i nuovi terreni della comunicazione: le iniziative per via telematica, da condurre attraverso il portale MLPS e i siti collegati, e avvalendosi delle più avanzate piattaforme di comunicazione multimediale (*social network*/comunità virtuali, Facebook, YouTube, Twitter, blog specifici). Resta d’importanza cruciale la collaborazione con le agenzie di stampa e con il servizio radiotelevisivo per servizi sempre più rispondenti alle esigenze del MLPS. Emerge altresì l’esigenza di un efficace e permanente *coordinamento* della comunicazione e della relazione pubblica a livello interno (attività delle strutture dell’Amministrazione centrale, con il coordinamento del Segretariato Generale in raccordo con l’Ufficio Stampa e con le strutture di diretta collaborazione del Ministro, anche per l’attuazione delle direttive politiche) ed a livello esterno (agenzie tecniche ed enti vigilati). Ciò anche al fine di: - migliorare i flussi di comunicazione interna (dalle Direzioni verso l’Ufficio Stampa per la relazione con i media, ma anche per la produzione di notizie di fonte MLPS (sul sito web MLPS e le singole iniziative di comunicazione delle Direzioni Generali coordinate dall’Ufficio Stampa e dalla direzione Generale dei sistemi informativi, innovazione tecnologica e comunicazione); - proporre e selezionare le



attività, le iniziative e gli eventi principali che comporranno il programma annuale, secondo le indicazioni del Ministro e sulla base degli esiti stimati in termini di significato e di impatto di comunicazione; - condividere le risorse da destinare alla comunicazione ed agli eventi, avviare iniziative di carattere sistemico (anche eventualmente con attori del settore privato), sviluppare e diffondere una cultura della gestione mediatica degli eventi; -perseguire nel complesso, anche massimizzando le potenzialità offerte dagli strumenti di comunicazione multimediale, il consolidamento dell'immagine del Ministero quale Amministrazione di punta nello sviluppo delle nuove tecnologie.

- C. Le *risorse operative e finanziarie*: in un contesto di ridimensionamento derivante dai noti problemi di bilancio si persegue la razionalizzazione dei servizi con l'utilizzo dei siti istituzionali come principale veicolo dei messaggi di comunicazione dell'Amministrazione e la razionalizzazione degli stanziamenti di bilancio. Nel corso dell'anno e in coincidenza con la nuova programmazione dei fondi strutturali 2014-2020, saranno anche reperite eventuali fonti di finanziamento di progetti europei per lo sviluppo di azioni di comunicazione (ad es. programma "Media").



I principi fondamentali del programma



I principi fondamentali cui si ispira MLPSCOM 2015 sono:

Coordinamento

Il coordinamento delle politiche comunicative costituisce l'elemento centrale del programma di comunicazione: ciascun "produttore" di informazione e comunicazione deve essere consapevole del suo ruolo e lo deve svolgere nell'ambito di un sistema integrato, fondato sull'uniformità delle basi informative e dei linguaggi. Ogni azione di comunicazione non deve essere "verticale" e finalizzata esclusivamente a trasmettere il messaggio specifico, ma deve essere inserita in un piano più generale in cui ciascun intervento è "parte di un tutto".



Adattamento alla domanda

Le politiche comunicative adottate dall'Amministrazione devono rispondere ai bisogni dei cittadini in modo dinamico. Il successo delle azioni è condizionato dalla capacità di adattare le informazioni e comunicazioni ai bisogni espressi dai cittadini, che variano da una Regione all'altra, ma anche rispetto alle necessità di un pubblico specializzato come quello dei decisori politici, degli *opinion maker*, degli ambienti economici e sindacali, delle donne, dei giovani, ecc. E' per questo motivo che i messaggi, le campagne, i prodotti editoriali verranno veicolati attraverso strumenti specifici a seconda del pubblico che si vuole raggiungere o al quale ci si rivolge.

Integrità e trasparenza

In coerenza con il programma di Governo e con le linee di indirizzo definite a livello comunitario, la Direttiva generale del Ministro per l'azione amministrativa e la gestione ha stabilito le priorità e gli obiettivi strategici ed operativi, qualificandoli come parte integrante dei contenuti del Piano della performance. In particolare, il Piano triennale della Performance finalizza l'azione del Ministero verso: - una migliore qualità di servizi e prodotti, dando piena accessibilità e visibilità attraverso iniziative di informazione e comunicazione coordinate ed efficaci che aiutino i cittadini, i lavoratori e le imprese nella conoscenza e nella partecipazione; - un efficiente ed efficace utilizzo ed implementazione delle banche dati e delle relative informazioni al fine di promuovere equità, inclusione ed occupazione.

A tale fine la Direzione generale dei sistemi informativi, l'innovazione tecnologica e la comunicazione, in sinergia con il Segretariato generale, attiverà, nell'ambito dei compiti rispettivamente assegnati, ogni utile intervento al fine di razionalizzare e migliorare le iniziative di comunicazione e l'uso delle tecnologie ICT, nonché il coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni, valorizzando gli apporti della rete degli uffici del territorio ed il loro specifico ruolo di primo contatto con i cittadini e le imprese. In questo modo



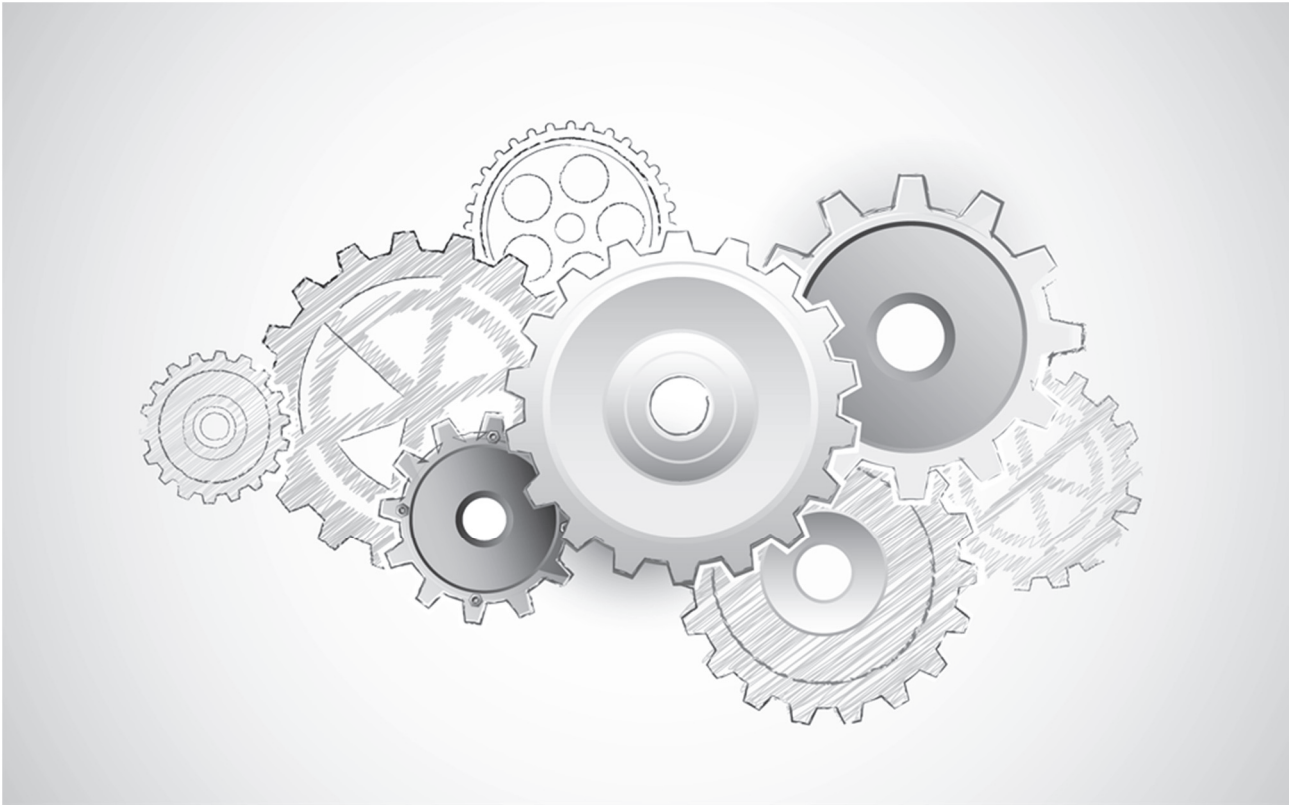
informazione e comunicazione sono unite in un percorso circolare di “informazione – trasparenza – comunicazione – impatto – valutazione” che mira a migliorare il rapporto istituzione-cittadino.

Analisi, monitoraggio e valutazione

L'analisi, il monitoraggio e la valutazione delle politiche comunicative rappresentano il supporto alla funzione di programmazione e coordinamento, necessario a valutare l'efficacia delle azioni di informazione e comunicazione e gli eventuali processi di aggiustamento. Partendo dall'analisi dei fabbisogni dell'utenza, le fasi ex ante, in itinere ed ex post, relative ad ogni attività di comunicazione, mirano a determinare l'impatto dei messaggi, la loro permanenza, la distanza tra gli obiettivi posti ed il risultato finale. Per questo motivo, si svilupperanno analisi di *customer satisfaction*, volte a valutare l'efficacia degli interventi contenuti nel piano di comunicazione più in generale, in termini di visibilità delle politiche sociali e del lavoro e di livello di consapevolezza del ruolo svolto dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali. La valutazione sarà effettuata attraverso specifici questionari somministrati sia durante gli eventi sia attraverso il sito istituzionale.



Fasi operative

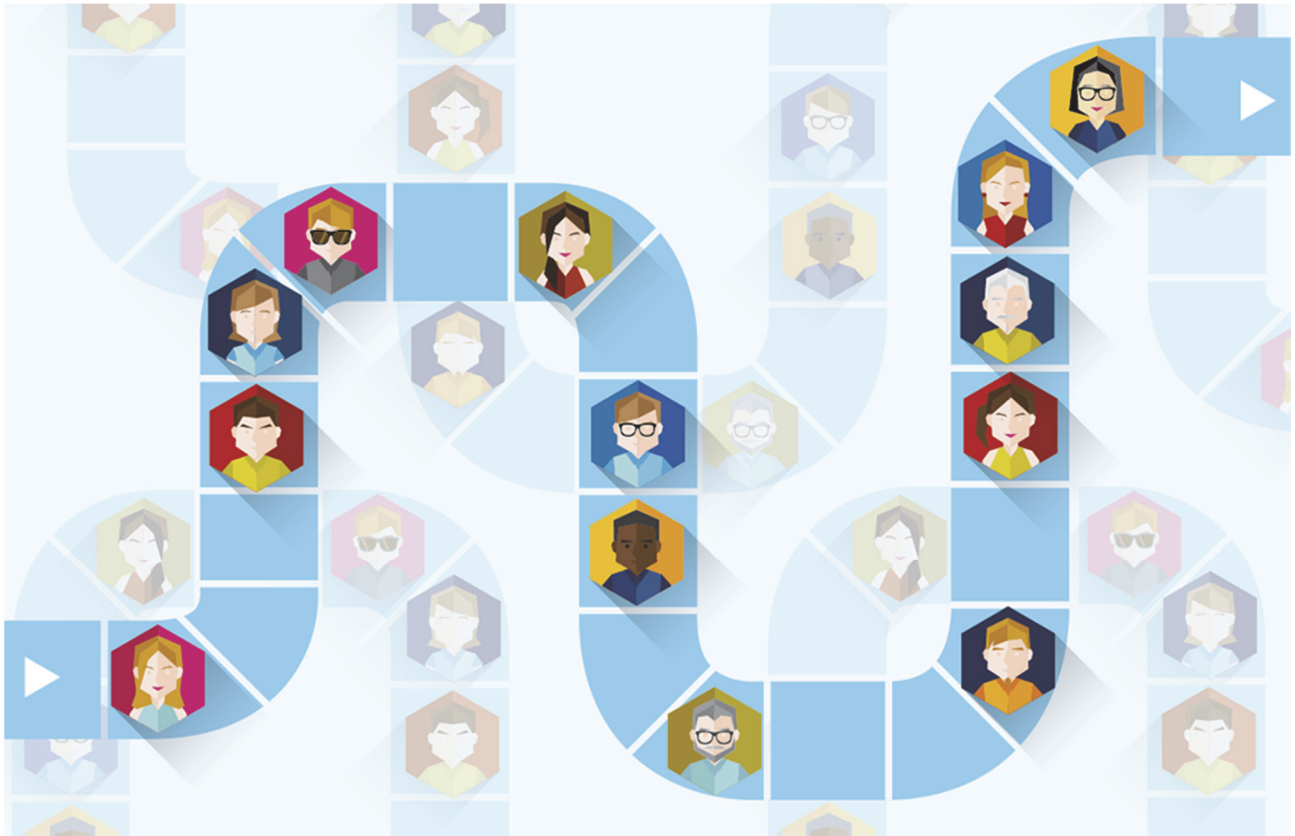


Per l'elaborazione del MLPSCOM 2015 si è proceduto secondo le seguenti fasi:

- Analisi del contesto normativo e socio economico di riferimento
- Raccolta delle esigenze all'interno dell'Amministrazione
- Definizione degli obiettivi generali e specifici correlati ai temi prioritari individuati
- Definizione dei target
- Scelta delle attività e dei relativi strumenti
- Individuazione dei metodi di verifica e valutazione dei feedback



Lo scenario



Prima di procedere alla descrizione delle iniziative di comunicazione in programma per l'anno 2015, si ritiene opportuno considerare il contesto in cui il Ministero svolge la propria attività.

Nell'ambito della propria missione istituzionale, tenuto conto dello scenario interno e internazionale, caratterizzato ancora dalla perdurante crisi economico-finanziaria sarà impegnato nel prossimo triennio all'adozione di misure finalizzate al rilancio dell'occupazione, della crescita e della produttività, ad un miglioramento dell'inclusione sociale nonché alla riduzione della povertà.



Su un piano generale, nell'ambito dell'attuale scenario socio-politico-economico il tema centrale del rilancio dell'occupazione costituisce il perno dell'attività del Ministero insieme all'aumento delle misure per l'inclusione sociale.

Dalle rilevazioni ISTAT risulta particolarmente significativa la caduta dell'occupazione tra i giovani. Dalle indagini emerge che anche l'istruzione più elevata non protegge i giovani dagli effetti della recessione dato che il tasso di occupazione risulta diminuito anche per i diplomati e i laureati. Parallelamente, assume dimensioni preoccupanti il fenomeno dei giovani cosiddetti Neet (acronimo di "*not in education, employment, or training*"), ossia ragazzi tra i 15 e i 29 anni che si trovano al di fuori del circuito formativo e di quello lavorativo.

Nel contesto esaminato non può inoltre essere trascurato il fenomeno della povertà e dell'esclusione sociale, reso ancor più drammatico dalla difficile situazione economica del Paese. Negli ultimi anni, l'andamento dell'indice di povertà assoluta (il cui calcolo deriva dall'individuazione di un paniere di beni e servizi essenziali per il soddisfacimento dei bisogni minimi) risulta purtroppo in costante crescita. Il Sud rimane la zona del Paese con i più elevati tassi di povertà o esclusione, con il 60% dei soggetti interessati. Gli anziani soli e le famiglie numerose presentano i livelli di rischio più elevati. Altra categoria, esposta ad alto rischio di esclusione sociale, è quella delle persone con disabilità che, nel 32% dei casi, risultano anche sprovviste di assistenza familiare vivendo di fatto in nuclei privi di familiari e/o conviventi. D'altra parte, un fenomeno interessante della realtà sociale del Paese è certamente la propensione individuale a svolgere attività di volontariato.

Nell'ambito della propria missione istituzionale, dunque, il Ministero è impegnato in prima linea nell'adozione di misure volte a contrastare la scarsa crescita, la caduta occupazionale, l'elevata disoccupazione giovanile, l'acuirsi del disagio sociale e l'aumento del numero delle famiglie in condizioni di povertà assoluta.



Aree di intervento



Politiche per il lavoro

La promozione di una crescita economica equa e sostenibile e l'aumento dell'occupazione rappresentano una precisa priorità per l'azione di Governo e pongono il Ministero in prima linea per realizzare tali obiettivi.

Le misure volte alla creazione di occupazione stabile e comunque a migliorare gli attuali livelli occupazionali, potranno essere attuate attraverso il ricorso, sia a risorse dello Stato, sia a fondi comunitari, quali il FSE.

Gli assi principali dell'azione del Ministero in questo ambito sono fissati negli atti programmatici del Ministero, nel Jobs Act e nella Legge di stabilità per il 2015 e riguardano:



- Le politiche a favore dell'occupazione giovanile, con il proseguimento della c.d. "Garanzia Giovani", quale politica strutturale.
- Il miglioramento e la semplificazione della legislazione sul mercato del lavoro che introdurrà una nuova disciplina dei contratti di lavoro, nuove disposizioni sui licenziamenti, nuove tutele per i lavoratori precari, come l'indennità di maternità universale;
- Il potenziamento delle politiche attive del lavoro, con la riforma dei servizi per il lavoro, la creazione di una Agenzia Nazionale per il lavoro, lo stanziamento di sgravi contributivi per assunzioni a tempo indeterminato, la messa a punto di incentivi a imprenditorialità e occupazione;
- La riforma del sistema degli ammortizzatori sociali; capitolo che prevede lo stanziamento di fondi aggiuntivi, l'integrazione tra Aspi e mini Aspi – le indennità di disoccupazione – nella nuova Naspi, il sussidio universale riservato anche ai precari;
- Il rafforzamento della tutela dei lavoratori e delle azioni di contrasto dell'irregolarità e dell'evasione contributiva anche con la creazione della nuova Agenzia Nazionale degli ispettori.

Sarà necessario, ai fini dell'efficacia delle misure introdotte, provvedere ad un sistema permanente di monitoraggio e valutazione delle misure dette, dove l'attività di vigilanza dei servizi ispettivi sarà impegnata nella verifica della corretta attuazione degli istituti riformati.

Sarà, inoltre, prioritario procedere alle attività concernenti la promozione della cultura, della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, così come all'attuazione delle disposizioni del D. Lgs. 81/2008.

Proseguirà l'impegno per dare impulso alle politiche di sostegno alla genitorialità, volte a garantire una maggiore tutela giuridica della maternità e della paternità.



Politiche previdenziali

IL Ministero dovrà valutare costantemente gli impatti prodotti sulle gestioni previdenziali e sul bilancio dello Stato, sia in termini di sostenibilità finanziaria che di adeguatezza delle prestazioni:

Una particolare attenzione dovrà essere posta alla questione dei cosiddetti “salvaguardati”.

In una prospettiva a lungo termine sarà fondamentale l’elaborazione di proposte per migliorare l’adeguatezza dei trattamenti pensionistici delle generazioni future.

Politiche Sociali

Il rafforzamento delle politiche di inclusione sociale e di promozione delle capacità soggettive per contrastare la crescente fragilità sociale degli individui e delle famiglie, insieme con la promozione ed il sostegno delle attività del terzo settore e delle formazioni sociali, sono indispensabili per costruire un moderno welfare e assicurare la coesione sociale. Data la drastica riduzione dei trasferimenti operati dal Ministero alle Regioni per il finanziamento del sociale è importante sviluppare approcci innovativi, basati sulle migliori pratiche nazionali e internazionali. Vedi PON Inclusione

Il contenimento della spesa pubblica ha comportato l’esigenza di attuare politiche selettive ispirate anche ad un principio di equità. Prioritaria è divenuta quindi la riforma dell’Indicatore della situazione economica equivalente (ISEE), funzionale alla revisione dei requisiti per la titolarità dell’accesso e alla definizione della compartecipazione per una più ampia gamma di servizi sociali. L’Amministrazione sarà chiamata ad una fase di accompagnamento agli Enti erogatori e ad una progressiva verifica e ampliamento delle sue potenzialità in termini di rafforzamento dei controlli.

In vista del progressivo rilancio delle politiche sociali, assumerà, poi, un ruolo cruciale l’ipotesi di definizione dei livelli essenziali delle prestazioni sociali che dovranno essere articolati in obiettivi di servizio da conseguire per tappe successive.



Con particolare riguardo alla crescente situazione di povertà delle famiglie, il Governo ha varato un programma sperimentale per il contrasto alla povertà assoluta (carta per l'inclusione sociale), il Ministero dovrà impegnarsi nell'attuazione di tale programma anche nell'ottica del pieno avvio del Sostegno per l'Inclusione Attiva (SIA) a carattere universale.

Sarà, inoltre, necessario proseguire la specificazione di un Piano per la non autosufficienza per contrastare l'emergenza sociale rappresentata dalle problematiche relative a tale condizione. Il Piano farà perno sulla presa in carico della persona non autosufficiente, attraverso una valutazione della sua condizione bio-psico-sociale articolata su diversi gradi di gravità e a cui corrispondano diversi livelli di servizi.

In considerazione dell'attuale situazione economica e sociale è prevista, inoltre, la promozione ed il sostegno delle attività svolte dai soggetti del Terzo Settore e del volontariato per la realizzazione di finalità di benessere collettivo, di politiche di inclusione e promozione delle capacità soggettive.

Uno specifico impegno sarà, quindi, rivolto a tutte le attività finalizzate all'uscita dalla fase dell'accoglienza ed all'avvio di iniziative di inserimento socio-lavorativo per i migranti.

Proseguirà, peraltro, l'impegno dell'Amministrazione nella realizzazione di un sistema informativo on-line per quanto riguarda l'accoglienza dei minori stranieri non accompagnati, al fine di acquisire informazioni che permetteranno di accompagnare progressivamente il minore.

Infine, quale tema trasversale a tutte le linee di attività, si confermerà l'attenzione dell'Amministrazione all'azione di promozione delle pari opportunità, in tutti i settori della vita sociale e produttiva.

Governance, spending review e politiche trasversali

Il processo diretto a contenere la spesa pubblica (c.d. "spending review") e a migliorare l'efficienza e l'efficacia della macchina statale, si configura ancora come aspetto centrale nell'agenda di Governo. In tale contesto, l'Amministrazione, è stata chiamata ad uno sforzo notevole, non ancora concluso, in direzione di un importante riassetto



organizzativo, che ha messo in atto incisive misure di riduzione della spesa e di razionalizzazione dell'assetto strutturale e gestionale.

Per rafforzare la *governance* sarà necessario assicurare ed intensificare le funzioni di indirizzo nei confronti degli Enti previdenziali e degli Enti strumentali (Italia lavoro ed Isfol), così da aumentare l'efficienza e l'efficacia della loro azione.

L'Amministrazione dovrà altresì assicurare lo svolgimento del complesso delle attività previste dalla normativa in materia di trasparenza e di anticorruzione, così come delineate nei relativi piani programmatici. Analogo impegno dovrà riscontrarsi in materia di qualità dei servizi erogati.

Particolare impegno inoltre dovrà essere posto per accelerare i processi di digitalizzazione e informatizzazione, trasformando questo Ministero in un'amministrazione moderna e innovativa, in grado di rendere risposte efficaci e tempestive, anche grazie all'interconnessione delle banche dati esistenti.

Infine, ma non meno importanti, risulta necessario migliorare le attività di comunicazione rivolte all'esterno al fine rendere trasparente l'attività dell'Amministrazione e rivolte al pubblico interno per accompagnare i processi di cambiamento.



Gli obiettivi di comunicazione



Gli obiettivi generali

Promozione delle politiche e dei servizi del Ministero

- Realizzazione di campagne di comunicazione integrata per l'informazione sulle politiche ed i servizi del Ministero e per la sensibilizzazione dei cittadini sui temi di grande rilevanza sociale.
- Organizzazione di eventi e convegni, partecipazione a manifestazioni fieristiche e congressuali.
- Realizzazione di prodotti editoriali per l'illustrazione delle politiche e delle leggi.



Potenziamento degli strumenti d'accesso alle informazioni e di interazione con l'utenza

- Integrazione e sviluppo delle risorse informative erogate dall'Amministrazione centrale e territoriale.
- Incremento della visibilità, della fruizione e del livello di interattività dei canali telematici internet
- Sviluppo di strumenti ed attività e di auditing e monitoraggio per la verifica dell'efficacia delle politiche comunicative e della *customer satisfaction*.
- Miglioramento dell'identità visiva e cura dell'immagine coordinata.

Sostegno alla condivisione degli obiettivi dell'Amministrazione e all'empowerment delle risorse umane

- Sviluppo del coordinamento interdirezionale tra i segmenti di comunicazione del Ministero.
- Sviluppo di procedure idonee alla fluidificazione dei processi interni.
- Ampliamento della base informativa disponibile, in relazione alle specifiche esigenze dei diversi uffici.
- Sviluppo di canali di ascolto e forme di comunicazione diretta con il personale su programmi e obiettivi dell'Amministrazione.
- Promozione delle buone pratiche.

Gli obiettivi specifici del 2015

Obiettivo generale del programma di comunicazione, in coerenza con la vigente disciplina in materia di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni, con particolare riferimento alla legge n. 150 del 7 giugno 2000, è quello di creare un sistema organico di iniziative, visibile, trasparente, coordinato ed efficace, rivolto ad un ampio bacino di interlocutori.



Nel corso del 2015, le attività di comunicazione saranno intensificate e migliorate al fine di favorire, attraverso una migliore conoscenza delle misure, delle opportunità e dei servizi offerti, la fruizione dei servizi da parte dei cittadini.

Inoltre, la comunicazione efficace, rappresenta uno strumento utile per la corretta e spontanea applicazione delle disposizioni normative, facilitando scelte consapevoli da parte degli stakeholder e dei destinatari di queste ultime.

Saranno intensificati i processi di digitalizzazione e informatizzazione per trasformare il Ministero in un'amministrazione moderna e innovativa, in grado di rendere risposte efficaci e tempestive, anche grazie all'interconnessione delle banche dati esistenti.

L'Amministrazione intende promuovere tutte le azioni volte a sostenere l'occupazione, con particolare riferimento a quella giovanile, mediante l'attuazione di programmi finanziati sia a livello nazionale che comunitario e il potenziamento delle politiche attive del lavoro.

Pertanto le iniziative di comunicazione per il 2015 riguarderanno:

“Garanzia Giovani”, la risposta europea alla crisi dell'occupazione giovanile.

A supporto del Piano di attuazione italiano della Garanzia Giovani, che mira a garantire un'offerta qualitativamente valida di lavoro, formazione, tirocinio o apprendistato, entro un periodo di quattro mesi dall'inizio della disoccupazione o dall'uscita dal sistema d'istruzione formale, il Ministero ha elaborato un piano di comunicazione al fine di dare la massima diffusione dell'iniziativa.

La campagna di comunicazione di tipo integrata, avviata nel 2014 continuerà nel corso del 2015, con l'obiettivo di divulgare informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotti dal piano di attuazione del programma Garanzia Giovani

I destinatari sono i giovani - tra i 15 e i 29 anni -, le imprese e l'opinione pubblica in generale.

Il piano di comunicazione è realizzato dall'ente *in house* Italia Lavoro spa.



Tutti i servizi per il lavoro trovano poi sintesi nel portale nazionale www.cliclavoro.gov.it i cui servizi vengono veicolati anche attraverso i social network, con delle pagine specifiche di Facebook, LinkedIn e Twitter e un blog dedicato oltre ad un canale YouTube, e con la pubblicazione di una newsletter mensile rivolta a tutti gli operatori pubblici e privati e cittadini ed aziende. I servizi informatici e comunicativi veicolati vengono poi periodicamente valutati attraverso un apposito sistema di *customer satisfaction* che continuerà ad essere erogato durante il 2015. Servizi e prodotti editoriali sono poi fruiti anche attraverso APP specifiche per gli smartphone.

Misure dalla Legge di Stabilità 2015

Tra le misure individuate dalla legge, di interesse per il Ministero sono:

- **T.F.R. in busta paga**
- **Riforma del sistema degli ammortizzatori sociali:** che ha individuato nello stato di previsione del Ministero del lavoro l'istituzione di un apposito Fondo la cui dotazione è pari a 2.000 milioni di euro a decorrere dall'anno 2015 per far fronte:-agli oneri derivanti dall'attuazione dei provvedimenti normativi di riforma degli ammortizzatori sociali ivi inclusi gli ammortizzatori sociali in deroga, dei servizi per il lavoro e delle politiche attive, di quelli in materia di riordino dei rapporti di lavoro e dell'attività ispettiva e di tutela e conciliazione delle esigenze di cura, di vita e di lavoro; - agli oneri derivanti dall'attuazione dei provvedimenti normativi volti a favorire la stipula di contratti a tempo indeterminato a tutele crescenti, al fine di consentire la relativa riduzione di oneri diretti ed indiretti.
- **Sgravi contributivi per assunzioni a tempo indeterminato.** Al fine di promuovere forme di occupazione stabile, ai datori di lavoro privati è riconosciuto, per un periodo massimo di trentasei mesi, ferma restando l'aliquota di computo delle prestazioni pensionistiche, l'esonero dal versamento dei complessivi contributi previdenziali a carico dei datori di lavoro, con esclusione dei premi e contributi dovuti all'INAIL, nel limite massimo di un importo di esonero pari a 8.060 euro su base annua.



- **Misure per la famiglia – bonus bebè.** Al fine di incentivare la natalità e contribuire alle relative spese per il sostegno, per ogni figlio nato o adottato a decorrere dal 1° gennaio 2015 fino al 31 dicembre 2017, è riconosciuto un assegno di importo annuo di 960 euro erogato mensilmente a decorrere dal mese di nascita o adozione.

Al fine di informare l'opinione pubblica sulle iniziative promosse dal Ministero e di favorire la conoscenza delle disposizioni normative sulle misure introdotte dalla legge saranno realizzate campagne di comunicazione di tipo integrato, con gli enti previdenziali INPS E INAIL.

Jobs Act – riforma del mercato del lavoro

Le innovazioni introdotte dalla legge delega riguardano:

- Il rafforzamento della tutela dei lavoratori e delle azioni di contrasto dell'irregolarità e dell'evasione contributiva anche con la creazione della nuova Agenzia Nazionale degli ispettori;
- il miglioramento e la semplificazione della legislazione sul mercato del lavoro che introduce il contratto a tutele crescenti e nuove tutele per i lavoratori precari, come l'indennità di maternità anche per le lavoratrici precarie;
- il potenziamento delle politiche attive del lavoro, con la riforma dei servizi per il lavoro, la creazione di una Agenzia Nazionale per il lavoro, lo stanziamento di sgravi contributivi per assunzioni a tempo indeterminato, la messa a punto di incentivi a imprenditorialità e occupazione nonché il rafforzamento.

Le tematiche sopra scritte saranno veicolate attraverso i siti istituzionali e pubblicizzate con adeguate campagne di comunicazione.



Il Fondo Sociale Europeo - La nuova programmazione 2014-2020

Nella programmazione del FSE sono previsti:

Il progetto Euroguidance Italy che fornisce un contributo all'innalzamento del livello di occupazione giovanile, anche in linea con quanto previsto dal programma Garanzia Giovani per ciò che riguarda la misura "mobilità professionale transnazionale e territoriale, sostiene la mobilità europea formativa e professionale (in entrata e in uscita dall'Italia) attraverso:

- L'elaborazione di materiali informativi sulle opportunità di studio, formazione e lavoro a livello nazionale e transnazionale;
- La divulgazione delle informazioni sui sistemi d'istruzione e formazione dei Paesi europei;
- L'organizzazione e la partecipazione ad eventi pubblici sui temi dell'orientamento e della mobilità.

Il Piano di comunicazione dei Programmi operativi nazionali (Pon) di Fondo sociale europeo (Fse) a titolarità del Ministero del lavoro e delle politiche sociali 2007-2013 (art. 2 del Regolamento Ce 1828/2006).

L'obiettivo è comunicare la coerenza complessiva e aumentare la visibilità delle azioni realizzate con i due Pon di Fse, e aumentare la consapevolezza del ruolo svolto dai programmi comunitari attraverso:

- Due riviste telematiche: la Newsletter del Fondo sociale europeo - E-FSENews e Formamente, la rivista del lifelong learning, tratta l'apprendimento permanente in tutte le sue declinazioni reperibili sul sito:
<http://europalavoro.lavoro.gov.it/EuropaLavoro/info/FOP-Formazione-Orientamento-Professionale>,
- Rete nazionale di comunicazione sul Fondo sociale europeo 2007-2013 a cui partecipano i referenti di comunicazione Fse delle Regioni e del Miur.
- FOP Formazione Orientamento Professionale - rivista istituzionale



Area inclusione:

- **Progetto: Sostegno all’Inclusione Attiva (SIA)**, uno strumento di contrasto alla povertà che si rivolge alle famiglie in condizione di povertà assoluta, con particolare riferimento ai nuclei in cui siano presenti minori. Sarà creato un sito web unico per fornire informazioni sul programma operativo sulle tempistiche di attuazione del programma e qualsiasi processo di consultazione pubblica collegato. E’ rivolto a tutti i cittadini potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell’ambito dei programmi operativi.
- **Fondo di Aiuti Europei agli Indigenti 2014-2020 - Programma Operativo 1:** il Programma Operativo è finalizzato alla riduzione della povertà alimentare e materiale, in particolare gli interventi sono focalizzati su quattro principali aree: - povertà alimentare; - deprivazione materiale di bambini e ragazzi in ambito scolastico; - deprivazione alimentare ed educativa di bambini e ragazzi in zone deprivate; - deprivazione materiale delle persone senza dimora e altre persone fragili. L’attuazione del programma avviene con il coinvolgimento delle amministrazioni territoriali e del terzo settore.
- **Progetto Nazionale per l’inclusione e l’integrazione dei bambini Rom, Sinti e Camminanti.** Comunicazione di tipo integrato perché ha previsto la diffusione dei risultati del programma di intervento su tutti i territori coinvolti, oltre alla redazione ed alla diffusione di un rapporto di ricerca finale che sintetizzi ed analizzi gli esiti degli interventi adottati sui territori.

La riforma dell’ISEE

Nell’area dell’inclusione sociale, un posto a parte merita la Riforma dell’ISEE, meglio ancora il “nuovo ISEE”.

A gennaio 2015, infatti, il nuovo ISEE diventerà operativo. La riforma dell’ISEE, introdotta dal decreto “Salva Italia” (n.201/2011), renderà più corretta la misurazione della condizione economica delle famiglie, ridurrà le sperequazioni nell’accesso alle prestazioni e rafforzerà il sistema dei controlli. L’indicatore sarà utilizzato per l’accesso alle prestazioni



sociali destinate ai segmenti di popolazione in condizione di maggiore bisogno e per la definizione del livello di compartecipazione al costo di taluni servizi rivolti all'intera cittadinanza

Al fine di diffondere adeguatamente tutte le informazioni necessarie per la corretta compilazione e utilizzo del nuovo ISEE sarà realizzata una campagna di comunicazione di tipo integrata che partirà fin dai primi giorni di gennaio.

Identità visiva del Ministero

Il Ministero ha rafforzato l'immagine univoca dell'Amministrazione attraverso l'individuazione di uno standard comunicativo codificato che rimanda immediatamente ad una precisa identità e trasmette al pubblico esterno ed interno un'immagine visiva integrata, coordinata ed omogenea dell'Amministrazione. Si tratta, dunque, di uno strumento strategico che incide significativamente sull'identità esterna ed interna del Ministero.

La ex Direzione Generale per la comunicazione e l'informazione in materia di lavoro e politiche sociali ha individuato e progettato gli elementi di identità visiva (carattere, colore, spazi, posizionamento della carta intestata ecc.) del logo istituzionale ed ha predisposto gli strumenti di standardizzazione e razionalizzazione delle attività di comunicazione relative alle missioni istituzionali del Ministero, con particolare riguardo alla elaborazione dei criteri relativi all'immagine coordinata nell'utilizzo dei loghi istituzionali ministeriali.

Accanto al *logo-marchio istituzionale*, da utilizzare per la documentazione istituzionale interna ed esterna del Ministero, sono stati individuati il *logo-marchio a stemma* per l'organizzazione degli eventi istituzionali e il *logo-marchio astratto*, da utilizzare per le iniziative editoriali e pubblicitarie.

Tuttavia, da un'analisi condotta sul campo, si è evidenziato una estrema disomogeneità della comunicazione visiva del Ministero.

Per colmare tale deficit espressivo, nel 2015 sarà realizzato un progetto di cura dell'immagine coordinata che, attraverso la definizione e controllo su tutto il territorio



nazionale di standard comunicativi omogenei. Tali interventi mirano a produrre vantaggi concreti in termini di: miglioramento dell'immagine dell'Amministrazione; identificabilità dei messaggi; identità specifica del Ministero; coesione della struttura organizzativa; senso di appartenenza e spirito di gruppo.

Il progetto culminerà in un'apposita direttiva del Ministro rivolta a tutti gli uffici interni dell'amministrazione, con una finestra apposita che per enti vigilati e agenzie tecniche che, pur salvaguardando la loro specificità, li inserisca in un contesto informativo e comunicativo integrato.



I Pubblici di riferimento



Il Ministero si rivolge ad un bacino di interlocutori molto vasto ed articolato: diverse categorie di pubblici che esprimono aspettative differenziate, tali da esser soddisfatte con iniziative mirate.

Lo schema che segue evidenzia una segmentazione delle macro-categorie di riferimento, in relazione ai diversi ambiti di intervento dell'Amministrazione ed ai diversi bisogni di informazione ed comunicazione che determinano.



I cittadini-utenti

- Cittadini inoccupati, disoccupati o a rischio di disoccupazione
- Giovani diplomati/laureati in cerca di primo impiego o di opportunità di qualificazione professionale
- Studenti
- Cittadini appartenenti a fasce deboli e da tutelare
- Cittadini interessati agli strumenti esistenti per la creazione di impresa
- Cittadini già occupati interessati ad aggiornare la propria professionalità
- Cittadini interessati a conoscere i profili delle politiche sociali (anziani, minori, disabili, immigrati) e chi vi opera

Gli operatori

- Aziende
- Servizi per l'impiego, pubblici e privati
- Scuola e Università
- Enti di formazione
- Associazioni imprenditoriali
- Sindacati dei lavoratori
- Operatori della formazione professionale e del mondo del lavoro
- Soggetti pubblici e privati di mediazione e intermediazione di lavoro
- Associazioni di promozione sociale
- Associazioni iscritte ai Registri regionali
- Organizzazioni giovanili, gruppi informali di giovani, animatori/operatori giovanili, quanti operano nel settore dell'educazione non formale dei giovani
- Centri studi e società di ricerca sui settori lavoro/formazione, disagio, famiglia, minori, etc.
- Organizzazioni del no profit
- Organizzazioni della cooperazione
- Opinion leader delle aree lavoro e politiche sociali.



Le istituzioni

- Unione europea
- Governo
- Parlamento
- Enti pubblici di riferimento
- Regioni
- Province
- Comuni

I media

- Agenzie di stampa
- Quotidiani di informazione e di economia, nazionali e locali
- Periodici di informazione, attualità, politica economica e sociale
- Periodici specializzati settore lavoro, impresa, formazione, politiche sociali, giovani
- Radio e TV nazionali e locali
- Media on-line

Il pubblico interno

- Direzioni Generali/Uffici dell'amministrazione centrale
- Direzioni del lavoro



Gli strumenti e i canali di comunicazione



La comunicazione consente all'Amministrazione di interagire con i cittadini e di migliorarne il rapporto. In tal modo sono attuati i diritti di informazione e partecipazione degli utenti.

A supporto di una efficace comunicazione pubblica e al fine di realizzare azioni sempre più attente agli stimoli esterni e al gradimento dei servizi offerti, il Ministero si è dotato di una rete comunicativa tale da rendere chiare e facilmente fruibili tutte le informazioni.

Il ruolo strategico della comunicazione finalizzata al raggiungimento degli obiettivi dell'Amministrazione si esplica con varie modalità tramite:

- Attività di informazione, orientamento e assistenza agli utenti (reti Internet ed intranet);
- Organizzazione e progettazione dei servizi di comunicazione pubblica;



- Rilevazione dei nuovi bisogni e delle attese da parte degli utenti;
- Promozione delle politiche e dei servizi dell'Amministrazione;
- Iniziative rivolte a studenti, stagisti, cittadini in generale, anche in collaborazione con enti o istituzioni pubbliche o private che si occupano di formazione.

Il Sistema Integrato delle Relazioni con il Pubblico

Un'assoluta priorità della funzione di comunicazione è diffondere in modo capillare le informazioni e la documentazione utile al variegato target del Ministero.

L'interazione con il pubblico è gestito tramite un sistema teso ad ottimizzare le attività di servizio, mediante:

- L'ascolto, l'informazione, la facilitazione dell'accesso ai servizi e la verifica della soddisfazione degli utenti;
- Le iniziative di comunicazione, per promuovere gli interventi e gli strumenti dell'Amministrazione;
- Le attività di monitoraggio e valutazione.

L'Amministrazione si avvale, quindi, di un sistema che utilizza canali e strumenti comunicativi di diversa natura e integrati tra loro per rafforzare e valorizzare nel tempo la relazione con gli utenti.

Grande enfasi è data all'interazione "telematica" con il pubblico, attraverso lo sviluppo di *caselle di posta* "specifiche" per la raccolta di quesiti e domande" e la predisposizione e pubblicazione di FAQ di interesse più generale.



I Siti Web del Ministero

L'esposizione internet del Ministero è realizzata sia, naturalmente, attraverso il sito istituzionale, sia attraverso una serie di siti tematici sviluppati per l'erogazione di servizi e la veicolazione di informazioni più specialistiche.

Il sito www.lavoro.gov.it

Il portale web del Ministero, www.lavoro.gov.it, copre ad ampio raggio le esigenze informative del pubblico di riferimento. E' organizzato per aree che contengono informazioni sull'organizzazione, sui servizi, sulla normativa, sulle iniziative di comunicazione e sulle attività in corso (programmi, progetti, etc.).

In considerazione del mutato contesto socio- economico, al fine di facilitare la fruizione dei servizi da parte dei cittadini e potenziare la fiducia nell'Istituzione con un'informazione e una comunicazione istituzionale trasparente ed efficace sul proprio operato, il portale web ha avuto già una nuova veste grafica e una più agevole organizzazione delle informazioni.

Tuttavia, in coincidenza con l'analisi dell'immagine coordinata di tutti gli strumenti dell'amministrazione, proseguirà in maniera costante l'attività di restyling, tenendo conto dei requisiti per una più facile accessibilità e fruibilità da parte di tutti gli utenti, quali: - passaggio da un sistema autoreferenziale (sito inteso come pura vetrina istituzionale) ad un sistema orientato verso l'utenza; - unità e coerenza tra comunicazione interna (comunicazione organizzativa) ed esterna (comunicazione sociale); - condivisione dei saperi all'interno e trasferimento delle conoscenze verso l'esterno; - maggiore usabilità (garantendo una navigazione utile, facile, intuitiva, gradevole) ed accessibilità (idoneità del sito di rendere raggiungibili i propri contenuti e servizi alla generalità degli utenti, compresi gli individui affetti da disabilità)



Gli altri siti: la rete del lavoro

La rete informativa e comunicativa del Ministero è arricchita da una serie di siti tematici rivolti ad un pubblico più specialistico, attraverso i quali si veicolano messaggi specifici e si erogano servizi customizzati.

I portali che appartengono a questa rete sono:

- cliclavoro – www.cliclavoro.gov.it - portale pubblico del lavoro;
- Garanzia Giovani – www.garanziagiovani.gov.it
il sito dedicato al Programma Garanzia Giovani;
- Integrazione migranti – www.integrazionemigranti.gov.it
il portale dedicato all'integrazione degli stranieri;

nonché i siti di Europa Lavoro, della Sicurezza sui luoghi di lavoro, della vigilanza e di Eures, rispettivamente integrati i primi tre nel sito lavoro e l'ultimo nel portale cliclavoro.

La Rete Intranet

La comunicazione interna, che è complementare e funzionale alla comunicazione esterna, è svolta principalmente dalla rete intranet. Tutti i dipendenti dell'Amministrazione, sia centrale che territoriale, vengono informati sulle attività del Ministero.

Nella sezione di sinistra è rappresentata l'organizzazione del Ministero, la struttura e le funzioni dei vari uffici, la tipologia dei servizi per il personale e la documentazione; nella sezione centrale sono evidenziate le *Comunicazioni al personale*; nella sezione di destra sono riportati i contatti per la redazione, i vari servizi (PEC, protocollo informatico, sistema documentale, etc.), l'edicola con rassegna stampa, newsletter e comunicati sindacali.

Tutte le sezioni vengono continuamente aggiornate.

Nel 2015 il sito intranet verrà completamente rivisto per migliorare il coordinamento con l'area esterna e rendere più fruibili informazioni e servizi.



L'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico- URP

Gli Uffici per le Relazioni con il Pubblico – URP - sono presenti presso le Direzioni Regionali e Territoriali del Lavoro. Essi danno piena visibilità all'attività dell'Amministrazione, ascoltano e informano i cittadini e garantiscono all'utente la possibilità di partecipare ed accedere all'attività attraverso il coinvolgimento e l'aggiornamento costante degli iter dei procedimenti amministrativi.

Lo Stand Istituzionale

Il Ministero, da alcuni anni, partecipa alle più importanti manifestazioni fieristiche con lo stand istituzionale *Casa del Welfare*, condiviso con gli Enti vigilati (INPS, Covip, INAIL) e le Agenzie Tecniche (Italia Lavoro e ISFOL).

L'obiettivo, non solo di contenimento delle spese di partecipazione complessive, è quello di evidenziare la sinergia con la quale tali Enti operano per il cittadino e offrire un unico punto di servizio e di informazione sui temi del lavoro e delle politiche sociali in tutte le declinazioni.

Lo stand è allestito e organizzato in modo tale da privilegiare l'informazione sui servizi piuttosto che l'identificazione dei singoli Enti, promuovendo soprattutto le ragioni che hanno portato alla creazione della "*Casa del Welfare*".

A tale scopo è stato realizzato anche un logo unitario della "*Casa del Welfare*", costituito da quattro diversi colori distintivi delle macro aree con le quali vengono suddivisi e rappresentati trasversalmente tutti i temi e i servizi presentati nello stand:

- Orientamento per il lavoro
- Mercato del lavoro
- Tutele
- Previdenza

Nei limiti delle risorse disponibili, nel corso del 2014, il Ministero parteciperà con questo stand a manifestazioni fieristiche di interesse nazionale, quali il Forum P.A., Rimini meeting e Job&Orienta e Expo 2015.



Le trasmissioni Radio – TV

Gli spot delle campagne pubblicitarie attuate dal Ministero vengono trasmessi sui canali Radio-TV della Rai tramite il Dipartimento dell'Informazione e l'Editoria. In alcuni casi, gli spot vanno in onda su circuiti privati individuati nel momento della pianificazione della campagna.

Il Ministero, inoltre, nell'ambito di convenzioni stipulate con la RAI, interviene, con suoi rappresentanti ed esperti, a trasmissioni radiofoniche e televisive.

L'utilizzo dei canali radiotelevisivi è strategico per veicolare l'informazione poiché permette di raggiungere fasce di pubblico molto ampie.

Le Pubblicazioni

Il Ministero continuerà a realizzare prodotti editoriali su temi specifici.

Le Campagne Pubblicitarie

Il Ministero realizzerà, nell'ambito delle risorse che verranno via via reperite, campagne integrate di comunicazione pubblicitaria per promuovere le tematiche di competenza. Le campagne di tipo integrato prevederanno, in genere:

- Diffusione di uno spot audio/video;
- Diffusione dello spot su metro e autobus;
- Annunci stampa;
- Affissioni;
- Diffusione di opuscoli informativi;
- Diffusione di informazioni presso lo stand istituzionale;
- Cura sezioni dedicate del sito internet istituzionale;



Manifestazioni, fiere, congressi, eventi

Come ricordato nei paragrafi precedenti il Ministero parteciperà con il proprio stand istituzionale alle manifestazioni nazionali più di rilievo e valuterà in corso d'anno, e sulla base di specifiche iniziative di comunicazione di essere presente in eventi e fiere specialistiche.

In particolare, nel 2015 il Ministero parteciperà a Expo 2015, con modalità e strumenti in corso di studio con l'apposito Gruppo di coordinamento, focalizzato su giovani, con un corner di Garanzia Giovani, un concorso a premi sulle startup giovanili e le Botteghe dei mestieri che consente ai giovani di imparare un mestiere e specializzarsi nei principali comparti del "Made in Italy", attraverso percorsi di tirocinio di inserimento/reinserimento.

Le Partnership e le sinergie con altre Amministrazioni

La comunicazione delle priorità del Ministero in un'ottica di collaborazione con altri enti, come ad esempio La Casa del Welfare. L'integrazione con gli enti vigilati si attuerà anche con campagne e iniziative integrate (es. bonus bebè) per interventi di interesse comune. Inoltre il Ministero rafforzerà la funzione di coordinamento con l'emanazione di direttive in materia di informazione e comunicazione, rivolte ad enti vigilati e agenzie tecniche.

I canali social

Durante il 2015 verrà rafforzata la rete social già esistente, per la veicolazione di messaggi ed iniziative specifiche

La Comunicazione interna

La comunicazione interna va esaminata non solo come forma di diffusione delle informazioni istituzionali (valori, norme, obiettivi, metodi) ispirata a criteri di trasparenza, per far crescere la fiducia ed il senso di appartenenza, ma anche come rinnovato



atteggiamento di attenzione nei confronti delle risorse umane. Il coinvolgimento reale di queste ultime in termini di partecipazione alle decisioni, da una parte richiede una considerazione delle specificità legate ai ruoli e alle specializzazioni che orientano le conoscenze e gli interessi, dall'altra richiede una volontà diffusa di collegamento tra vertice e risorse umane, con una pratica di comunicazione a due vie.

In questo quadro la rete intranet rappresenta una risorsa straordinaria. Attraverso l'applicazione delle tecnologie internet all'interno dell'Amministrazione, infatti, si possono facilmente condividere tutte le risorse informative in maniera uniforme e comprensibile. Ma la rete intranet deve essere intesa come una risorsa molto più importante di uno strumento di pubblicazione: è un nuovo modo di gestire l'organizzazione, di lavorare e di comunicare. È un progetto di cambiamento organizzativo, perché implica la progettazione di nuove modalità con cui l'Amministrazione organizza e mette a disposizione delle risorse interne le proprie informazioni e servizi, nonché la modalità per lavorare on-line.

E' un intervento di progettazione socio-tecnica, in quanto richiede di combinare le molteplici possibilità tecniche con l'opportunità di realizzare maggiore efficienza organizzativa.

La nuova intranet del Ministero del Welfare potrebbe diventare il fulcro della vita dell'Amministrazione.

Le potenzialità offerte da questa tecnologia consentono di ridisegnare organizzazione e processi in funzione della rete. Si tratta, quindi, di definire i percorsi che, sebbene portino inevitabilmente nella stessa direzione, possono snodarsi secondo itinerari e tappe diversificate.

Non esistono soluzioni preconfezionate, ma possibilità diverse che devono essere valutate, scelte, adottate, in modo coerente con le esigenze da soddisfare.

Una intranet è solitamente intesa come un contenitore di informazioni, testi o materiali consultabili on-line (ad. es fonti normative, indirizzari, elenchi telefonici news interne, ecc). Ma una intranet può offrire servizi e applicazioni che consentono una interazione maggiore, come, ad esempio, la gestione di dati personali relativi a ferie, permessi, o l'invio di richieste (ad esempio la compilazione di moduli), la partecipazione alla raccolta



ed elaborazione di dati svolte nelle diverse realtà dell'Amministrazione (ad esempio sistemi di gestione progetti, agende condivise, database).

A questo livello la intranet consente alle persone di lavorare insieme, condividere conoscenze e apprendere.

I principali vantaggi che ne conseguono, possono essere riassunti in alcuni punti chiave:

- Aumento della produttività (dovuta a un migliore accesso alle applicazioni e allo svolgimento di alcune funzionalità self-service);
- Aumento della collaborazione (dovuta a una maggiore trasparenza dei processi e progetti istituzionali ed all'utilizzo di strumenti collaborativi);
- Riduzione dei costi (di stampe, di spedizioni postali, di viaggi e riunioni);
- Risparmi di tempo (per la ricerca di informazioni, documenti, e responsabili).

Tutto questo sarà il punto di partenza per la revisione completa anche del sito intranet.



Monitoraggio e valutazione delle politiche comunicative



Il Ministero è tra gli attori pubblici che hanno riconosciuto nella comunicazione un fattore interno di radicale innovazione. Quale protagonista di un'offerta di *comunicazione integrata* ad ampio raggio, rivolta a tutti i pubblici di riferimento interni ed esterni, riconosce l'importanza di una proiezione di tipo conoscitivo sulla ricettività dell'ambiente interno ed esterno alla comunicazione, fondata sul monitoraggio dei risultati raggiunti rispetto agli obiettivi prestabiliti. Ciò costituisce una funzione centrale, consolidata sul piano strategico e da tempo riconosciuta dalla stessa normativa in materia di comunicazione nella P. A., alla luce del suo indubbio plusvalore nel favorire un ritorno conoscitivo alla fonte e di una corretta pianificazione delle iniziative.



A tal riguardo, presso la ex Direzione generale per la comunicazione e l'informazione in materia di lavoro e politiche sociali è stato costituito un Gruppo di lavoro formato da professionalità interne all'Amministrazione stessa (psicologi, statistici, sociologi). Una risorsa fondamentale che nel 2015 si intende potenziare avviando una collaborazione con il mondo accademico che sia fondata sul reciproco interesse scientifico e finalizzato alla definizione e sperimentazione modelli e strumenti di monitoraggio e valutazione delle politiche comunicative pubbliche.

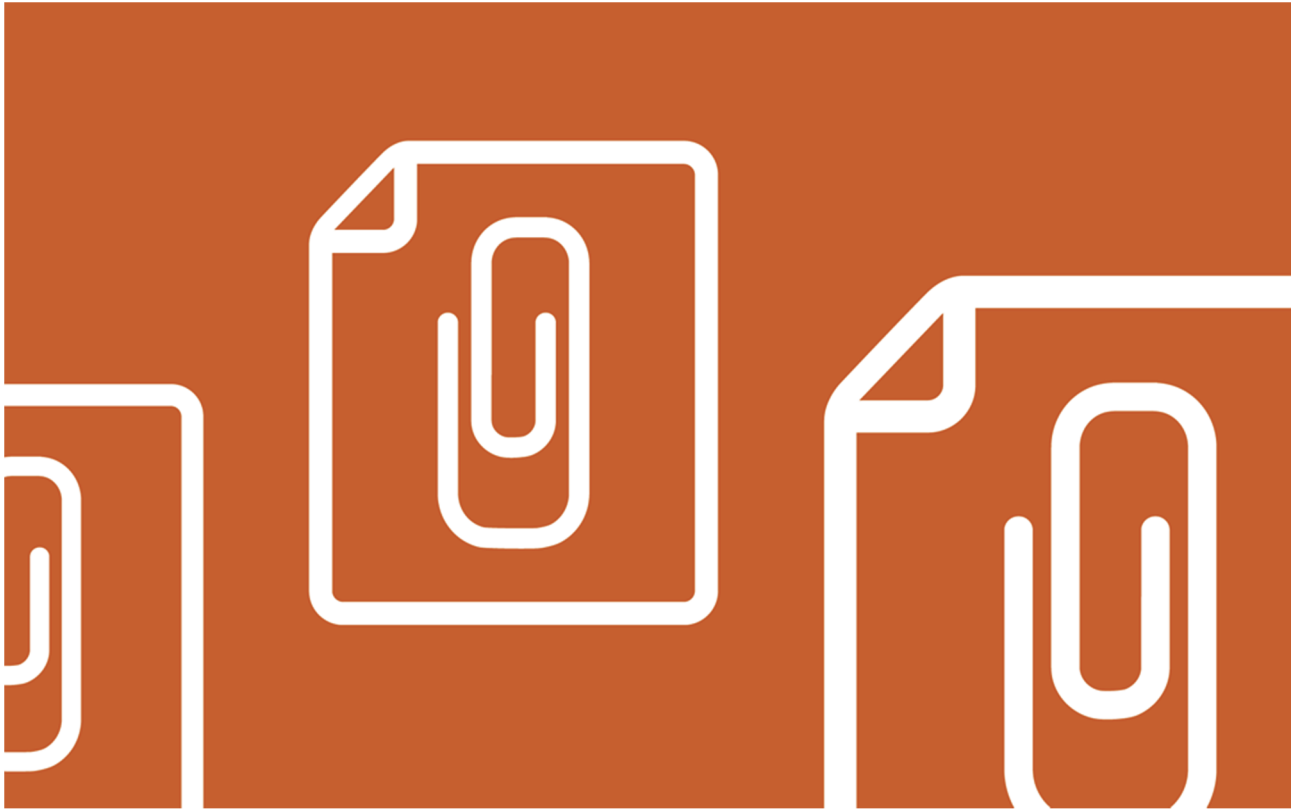
Tale raccordo operativo si svilupperà su due livelli di intervento:

Auditing. Individuazione degli strumenti metodologici quali/quantitativi più adeguati all'elaborazione di modelli di valutazione previsionale dell'efficacia comunicativa relativa alle politiche adottate, tali da monitorare in tempo reale – e, quando possibile, anticipare – le aspettative ed i nuovi bisogni dei diversi segmenti di un'utenza eterogenea e sempre “in movimento”.

Monitoraggio. Individuazione degli strumenti metodologici più adeguati alla valutazione ex post dei risultati raggiunti e definizione di un set integrato di metodologie quanti/qualitative di controllo, attraverso cui testare – sui diversi pubblici di riferimento – sia la validità della politica comunicativa nei suoi trend di lungo periodo (come primo passo verso l'implementazione di un sistema informativo di dati storici costantemente aggiornati), sia l'esito di singoli strumenti informativi ed iniziative promozionali (anche al fine di poter correggere tempestivamente il loro andamento in sede di controllo operativo).



Appendice



Schede delle iniziative di comunicazione 2015 organizzate in base al tema/priorità e raggruppate per target (le schede sono prodotte solo per le campagne/iniziativa di rilievo e contengono la lista degli strumenti che si utilizzano).



Casa del Welfare al Forum P.A.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Al fine di rappresentare al meglio le proprie attività e competenze, il Ministero sarà presente al Forum PA con un proprio stand istituzionale, suddiviso per servizi e tematiche, condiviso con le Agenzie tecniche e con gli Enti vigilati.

La manifestazione è un appuntamento annuale di incontro e confronto tra le pubbliche amministrazioni, le imprese e i cittadini sui temi chiave dell'innovazione.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione front-line-online e editoriale.

Il contatto diretto con il personale dell'Amministrazione, la possibilità di accedere direttamente ai portali tematici - Cliclavoro, Eures, Immigrazione - e l'ausilio di pubblicazioni e brochure permettono ai visitatori di acquisire informazioni in modo chiaro e veloce.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Avvicinare la Pubblica Amministrazione al cittadino e alle imprese,
- Rendere più accessibili e evidenti tutti i servizi legati al lavoro - inserimento lavorativo, previdenza, pensioni, risparmio - e alle politiche sociali

Contenuti:

- Incontro tra domanda e offerta di lavoro con la sperimentazione diretta di Cliclavoro;
- Normativa e modalità per formarsi e lavorare in Europa – Eures;
- Informazioni sui servizi e sulle opportunità per i migranti e gli operatori di settore - Portale dell'integrazione dei cittadini stranieri in Italia;
- Prevenzione della sicurezza sui luoghi di lavoro curato dall'Inail;
- Previdenza, pensioni curati dall'Inps;



- Informazioni e documentazione sulle politiche sociali di competenza del Ministero.
- **Target:**
- Cittadini italiani, migranti, dipendenti pubblici, operatori di settore nelle tematiche di competenza del Ministero.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Mese di maggio 2015

BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Questionario di gradimento



Casa del Welfare al Rimini Meeting 2015

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

La Casa del Welfare lo stand istituzionale del Ministero, allestito in collaborazione con gli Enti vigilati e le Agenzie tecniche, sarà presente al Rimini meeting 2105.

L'evento estivo, che si realizza annualmente, è un festival di confronti, mostre, musica e spettacolo per stimolare l'incontro tra persone di fedi e culture diverse finalizzate alla costruzione della pace, della convivenza e del bene comune.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione front-line-online e editoriale

In un unico spazio, i visitatori interessati possono trovare materiale informativo e consulenza specialistica in materia di lavoro, sicurezza, previdenza e assistenza.

Inoltre, ciascuna delle istituzioni coinvolte promuove i propri specifici servizi, progetti e iniziative.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Diffondere informazioni di competenza;
- Promuovere tutti quei servizi di cui i cittadini non sono a conoscenza e dei quali potrebbero giovare in un prossimo futuro.

Contenuti:

- Tematiche di lavoro
- Previdenza
- Assistenza
- Politiche sociali in genere.

Attraverso la presenza di personale dell'amministrazione e degli enti presso lo stand istituzionale, si vuole trasmettere ai cittadini un messaggio di trasparenza e semplificazione



Target:

- ✓ Famiglie
- ✓ giovani
- ✓ cittadini tutti

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Agosto 2015

BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Questionario di gradimento



Casa del Welfare al JOB&Orienta 2015

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

JOB&Orienta è una mostra-convegno dedicata all'orientamento, alla scuola, alla formazione e al lavoro. Ogni anno il Ministero partecipa all'evento con lo stand istituzionale condiviso con le Agenzie tecniche.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione front-line, online e editoriale. I visitatori possono acquisire informazioni direttamente dal personale presente presso lo stand, suddiviso per servizi e tematiche, o tramite pubblicazioni e brochure, o con accesso diretto ai portali tematici (Cliclavoro e Eures).

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Promuovere e far conoscere i progetti di formazione, di studi e ricerche nel campo del lavoro e delle politiche sociali per contribuire alla crescita dell'occupazione, al miglioramento delle risorse umane, all'inclusione sociale e allo sviluppo locale.
- Promuovere le azioni nel campo delle politiche del lavoro, dell'occupazione e dell'inclusione sociale.

Target:

- Giovani

Contenuti:

- Presentazione e informazioni di progetti in essere per la formazione e l'inserimento lavorativo in Italia e all'estero

PERIODO DI DIFFUSIONE

Novembre 2015



BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Questionario di gradimento



Comunicazione del piano Garanzia per i giovani

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Il Ministero ha elaborato un piano di comunicazione a supporto del Piano di attuazione italiano della Garanzia per i Giovani, l'iniziativa che prevede misure di orientamento, istruzione e formazione e inserimento al lavoro a sostegno dei giovani che non sono impegnati in un'attività lavorativa, né inseriti in un percorso scolastico o formativo (Neet).

La comunicazione del Piano Garanzia Giovani ha l'obiettivo di accompagnare e sostenere l'attuazione del piano 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
- Informare sulle opportunità offerte dal Piano Garanzia Giovani
- Indirizzare verso i servizi offerti on – line, face to face e della rete degli sportelli pubblici e privati.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Il piano di comunicazione, realizzato dall'ente in house Italia Lavoro spa, prevede l'articolazione delle attività di comunicazione su tre livelli:

- Comunicazione istituzionale
- Comunicazione di orientamento
- Comunicazione di servizio.

e prevede l'utilizzo di diversi strumenti:

- Sito www.garanziagiovani.gov.it
- Campagna pubblicitaria veicolata al grande pubblico su tutto il territorio nazionale
- Marchio "Youth Guarantee"
- Social media e diffusione web
- Presenza di uno spazio dedicato alla Garanzia Giovani all'interno della stand la casa del Welfare



- Elaborazione di una linea grafica che caratterizza i prodotti di comunicazione realizzati direttamente dal Ministero e quelli realizzati dalla Regioni
- Elaborazione di prodotti di comunicazione: spot giovani, spot aziende, inserto tabellare giovani, inserto tabellare aziende, brochure aziende, volantino, roll-up per spazi espositivi, un magazine ad aggiornamento continuo e consultabile con una APP
- Assistenza tecnica ad alcune Regioni per la realizzazione di attività complementari di comunicazione sul loro territorio.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- 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
- Informare i diversi target favorendone l'accesso ai servizi a loro destinati
- Informare i giovani e le loro famiglie su opportunità concrete di lavoro o formazione offerte da programmi, iniziative, misure riconducibili agli obiettivi della Garanzia per i Giovani
- Supportare le Regioni, in qualità di organismi intermedi del Piano, nella comunicazione a livello territoriale.

Target:

- Giovani tra i 15 e i 29 anni
- Famiglie e persone che hanno un ruolo di orientamento e sostegno nelle scelte formative e lavorative dei giovani
- Imprese, servizi per l'impiego, operatori dei servizi di placement, opinione pubblica.

Contenuti:

- La comunicazione di livello nazionale punta a diffondere la conoscenza dell'iniziativa e alla definizione del target



- La comunicazione declinata a livello regionale punta ad indirizzare il target verso i servizi informativi sul territorio.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

2015

BUDGET DEDICATO

€ 5.500.000,00 (Valore Piano comunicazione nazionale da budget)

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

L'intervento prevede un'attività di valutazione finalizzata ad analizzare la coerenza tra gli obiettivi del Piano di attuazione Garanzia Giovani e quelli del Piano nazionale di comunicazione, osservando il contributo e l'efficacia delle attività previste e realizzate dall'intervento al raggiungimento degli obiettivi strategici del Piano nel suo complesso. Verrà attivato il monitoraggio dei dati quantitativi di realizzazione.



Euroguidance Italy

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Il progetto Euroguidance Italy sostiene la mobilità europea formativa e professionale (in entrata e in uscita dall'Italia) attraverso:

- L'elaborazione di materiali informativi sulle opportunità di studio, formazione e lavoro a livello nazionale e transnazionale;
- La divulgazione delle informazioni sui sistemi d'istruzione e formazione dei Paesi europei;
- L'organizzazione e la partecipazione ad eventi pubblici sui temi dell'orientamento e della mobilità

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

- Elaborazione di materiali informativi, in formato cartaceo e/o elettronico, (rivista, newsletter, brochure e altro materiale informativo) e diffusione gratuita degli stessi tramite spedizioni agli enti o alle strutture interessati, distribuzione alle fiere ed agli eventi di settore;
- Attività nazionale ed europea di sportello attraverso l'account e-mail euroguidance@isfol.it, volta a soddisfare i quesiti degli utenti sulle possibilità di studio e formazione esistenti sul territorio europeo;
- Organizzazione e partecipazione a fiere, rassegne specialistiche, congressi, conferenze, convegni, seminari, webinar;
- Diffusione delle informazioni attraverso il proprio sito www.isfol.it/euroguidance anche in collegamento con gli altri network europei quali Europass, Ecvet, Equavet e Eqf.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

Il progetto Euroguidance Italy sostiene la mobilità europea formativa e professionale (in entrata e in uscita dall'Italia) attraverso:

- L'elaborazione di materiali informativi sulle opportunità di



studio, formazione e lavoro a livello nazionale e transnazionale;

- La divulgazione delle informazioni sui sistemi d'istruzione e formazione dei Paesi europei;
- L'organizzazione e la partecipazione ad eventi pubblici sui temi dell'orientamento e della mobilità.

Contenuti:

- Informazioni sulla mobilità formativa e professionale tra i diversi Paesi europei, in lingua se in ingresso, in italiano se in uscita
- Traduzione e diffusione di documenti prodotti nel contesto europeo
- Elaborazione e diffusione di contenuti relativi alla politica europea dell'orientamento a livello nazionale.

Collegamento alle priorità di intervento: contributo all'innalzamento del livello di occupazione giovanile, anche in linea con quanto previsto dal programma Garanzia Giovani per ciò che riguarda al misura "mobilità professionale transnazionale e territoriale".

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

1 gennaio – 31 dicembre 2015

BUDGET DEDICATO

€ 176.600,00 (50% a carico Ue, 50% a carico del Fondo di rotazione legge n. 236/93)

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Questionario di gradimento rivolto ai due gruppi target disponibile e compilabile on-line sul sito.



Finanziamenti alle imprese (ISI) e sconto per prevenzione (OT 24)

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Campagna di comunicazione sui finanziamenti alle imprese (ISI) e sullo sconto per prevenzione (OT 24) – anno 2014/2015.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Campagna di comunicazione integrata.

La campagna, che partirà con la pubblicazione del bando il 19 dicembre 2014, sarà modulata in diverse fasi temporali con approfondimenti tematici sui due prodotti-strumenti istituzionali:

bando di finanziamenti - ISI 2014 -, e sconto sul premio per prevenzione - OT 24 -

La campagna, metterà al centro del proprio *concept* grafico il lavoratore, destinatario finale delle azioni che Inail realizza nel sistema pubblico della sicurezza.

A tal fine è stata programmata una pianificazione media che prevede stampa quotidiana e periodica, radio, Tv, Internet e i circuiti di videocomunicazione nell'ambito delle grandi stazioni.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Veicolare un diverso modo di interpretare e vivere la prevenzione sui luoghi di lavoro da parte delle imprese, una prevenzione “proattiva”, non fatta solo di obblighi cui attenersi, ma principalmente di azioni in cui lo Stato con Inail investe in prima persona.

Target:

- Imprese
- Lavoratori



Contenuti:

- Informazioni tecniche
- Tempistiche
- Elementi procedurali del bando per i finanziamenti alle imprese - la campagna vuole evidenziare come la prevenzione realizzata dalle piccole e medie imprese rappresenti, di fatto, un effettivo risparmio
- Riduzione in percentuale del premio assicurativo per le imprese che hanno realizzato interventi di prevenzione per migliorare le condizioni di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro (sconto per prevenzione OT 24)

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Fine dicembre 2014 per riprendere a febbraio fino a metà aprile 2015.

BUDGET DEDICATO

Budget complessivo a totale carico dell'Inail
€. 534.885,40 oltre IVA.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Utilizzati diversi sistemi di verifica dell'efficacia comunicativa del piano in base alla tipologia dei canali pianificati.



Implementazione dell'efficacia dell'azione di vigilanza, attraverso iniziative di aggiornamento ed approfondimento

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Analisi, trattazione ed approfondimento delle questioni di maggior interesse connesse alle novità normative in materia di lavoro e legislazione sociale ed ai risultati della vigilanza ai fini della diffusione di informazioni, buone prassi e modalità operative, di supporto all'azione del personale ispettivo delle Strutture territoriali del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e degli altri organi di controllo coinvolti nel contrasto al lavoro nero ed irregolare, nell'ambito dell'esercizio della funzione di coordinamento dell'attività di vigilanza della DGAI ex art. 2, D. Lgs. 124/2004.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

- Pianificazione e realizzazione di seminari formativi/informativi destinati ai soggetti interessati all'effettuazione degli accertamenti ispettivi sul territorio.
- Pubblicazione sul sito istituzionale delle risposte ai quesiti proposti nell'esercizio del diritto di interpello ex art. 9, D. Lgs. 124/2004 e di quelle relative agli interPELLI in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro ai sensi dell'art. 12 del D.Lgs. 81/2008.
- Pubblicazione delle risposte a quesiti di carattere generale provenienti dagli Uffici territoriali, concernenti problematiche interpretative e criticità tecnico-operative particolarmente rilevanti nello svolgimento dell'attività ispettiva.
- Pubblicazione del "Rapporto annuale sull'attività di vigilanza in materia di lavoro e previdenziale", redatto ai sensi dell'art. 20 della Convenzione C81 dell'11 luglio 1947 della Conferenza generale dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (OIL).
- Aggiornamento della "Banca dati giurisprudenza" in materia di contenzioso dell'attività ispettiva mediante la pubblicazione di significative sentenze di merito e di legittimità in materia.



**OBIETTIVI, TARGET E
CONTENUTI DI
COMUNICAZIONE**

Obiettivi:

- Implementare l'efficacia dell'azione di vigilanza e la corretta applicazione della normativa in materia di lavoro e di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro

Target:

- Personale ispettivo e, eventualmente, operatori del mercato del lavoro (professionisti, organizzazioni sindacali e datoriali, etc.)

Contenuti:

- Approfondimento delle più significative innovazioni normative e problematiche interpretative in materia di lavoro e legislazione sociale con particolare riferimento alla soluzione delle criticità operative in sede ispettiva al fine di realizzare un efficace contrasto dei fenomeni illeciti di maggior allarme economico-sociale.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Intero anno 2015.

BUDGET DEDICATO

Non sono previste risorse finanziarie concernenti le citate iniziative in materia di comunicazione in capo alla Direzione Generale per l'Attività Ispettiva: pertanto, alcune delle citate iniziative di comunicazione potranno essere realizzate solo qualora la Direzione sia beneficiaria di fondi derivanti dall'approvazione di nuovi progetti europei.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Si prevede il monitoraggio delle iniziative più rilevanti attraverso l'utilizzo di questionari di gradimento nonché la valutazione dell'efficacia delle informazioni pubblicate sul sito istituzionale attraverso la consultazione dei dati relativi agli accessi ad internet, con particolare riferimento alle pagine visualizzate



Diffusione della cultura previdenziale

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Iniziativa per la diffusione della cultura previdenziale al fine di consentire, in particolare ai giovani, di pianificare, proteggere e costruire giorno dopo giorno il proprio futuro pensionistico e diffondere la consapevolezza sulla necessità dell'accantonamento a fini previdenziali.

In particolare, l'iniziativa deve assicurare la più ampia e trasparente informazione sulle regole di funzionamento del sistema pubblico obbligatorio e sulle opportunità derivanti dalla previdenza complementare, al fine di stimolare comportamenti proattivi, che si concretizzino in scelte consapevoli e responsabili favorendo comportamenti lungimiranti.

L'iniziativa di divulgazione promuove lo sviluppo del sistema di previdenza prevedendo eventualmente il coinvolgimento dei Ministeri competenti, degli enti previdenziali, della COVIP, di Mefop, dei fondi pensione, delle associazioni rappresentative degli operatori del settore, evitando, nei limiti del possibile, iniziative parziali, non coordinate e prive di verifica dei risultati.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Iniziativa finalizzata ad attuare una capillare comunicazione ed informazione attraverso:

- Iniziative di manutenzione ed aggiornamento del sito istituzionale, per la comunicazione ed informazione sulle reali possibilità di integrazione del primo pilastro;
- Lo sviluppo di un progetto di comunicazione coordinato con le altre istituzioni che si occupano di previdenza di primo e secondo pilastro (Ministero del Lavoro, Covip, Mefop, Inps, Aran, fondi pensione, parti sociali) facendo sì che il processo di consapevolezza nelle scelte previdenziali degli italiani sia "guidato" con strumenti idonei che indichino eventuali soluzioni di risparmio;



- La definizione del progetto di simulazione della pensione in collaborazione con l'INPS

**OBIETTIVI, TARGET E
CONTENUTI DI
COMUNICAZIONE**

Obiettivi:

- Diffusione delle conoscenze e degli strumenti della previdenza.

Target:

- Giovani generazioni
- Lavoratori in genere.

Contenuti:

- Sono diretti a mettere in risalto l'importanza di una copertura previdenziale che accompagni tutta la vita lavorativa della persona, sia con riferimento al primo pilastro (previdenza obbligatoria) sia rispetto al secondo pilastro (previdenza complementare).

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Da gennaio a dicembre 2015

BUDGET DEDICATO

A costo zero. La Direzione Generale delle politiche previdenziali e assicurative non dispone di risorse finanziarie da dedicare alla comunicazione.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Il monitoraggio si propone di valutare, con interventi di *post test* e in stretta collaborazione con gli attori (Ministeri, INPS, Covip, Fondi Pensione), l'efficacia delle varie azioni di comunicazione poste in essere.

La verifica dei risultati raggiunti è espressa in termini di:

- Aumento delle adesioni alla previdenza complementare
- Numero di accessi ai vari siti appositamente attivati
- Richieste di ulteriori informazioni, da parte dei destinatari dell'intervento comunicativo, ai soggetti preposti alla divulgazione stessa.



Contributo sperimentale per l'acquisto dei servizi per l'infanzia

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Il decreto 28 ottobre 2014 del Ministro del lavoro e delle politiche sociali regola il contributo sperimentale per l'acquisto dei servizi per l'infanzia, previsto dall'articolo 4, comma 24, lettera b) della legge 28 giugno 2012, n. 92.

Il decreto stabilisce i criteri di accesso al beneficio e le modalità di utilizzo delle misure previste, determina il numero e l'importo dei voucher.

Il Ministero del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con l'INPS, il Dipartimento della Funzione Pubblica, gli enti di patronato, realizza delle azioni di comunicazione per dare massima conoscenza alle opportunità previste nel decreto.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione on line.

Le azioni di comunicazione verranno realizzate soprattutto attraverso i siti Internet del Ministero del lavoro e delle Politiche Sociali e dell'INPS e attraverso l'ufficio stampa, con SMS alle potenziali beneficiarie, con circolari ai dipendenti pubblici.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Informare sulle nuove opportunità definite dalla normativa
- Informare sulle modalità per accedere al beneficio

Target:

- Lavoratrici madri
- Giovani famiglie



Contenuti di comunicazione:

- Normativa di riferimento: la madre lavoratrice dipendente di amministrazioni pubbliche, di privati datori di lavoro, nonché la madre lavoratrice iscritta alla gestione separata di cui all'articolo 2, comma 26, della legge 8 agosto 1995, n. 335, al termine del periodo di congedo di maternità e negli undici mesi successivi, ha la facoltà di richiedere, in luogo del congedo parentale, un contributo utilizzabile alternativamente per il servizio di baby sitting o per far fronte agli oneri della rete pubblica dei servizi per l'infanzia o dei servizi privati accreditati. La richiesta può essere presentata anche dalla lavoratrice che abbia usufruito in parte del congedo parentale.
- Il beneficio di cui all'articolo 1 consiste in un contributo, pari ad un importo massimo di 600 euro mensili, per un periodo complessivo non superiore a sei mesi.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

2015

BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**



Piano di comunicazione dei Programmi operativi nazionali

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Piano di comunicazione dei Programmi operativi nazionali (Pon) di Fondo sociale europeo (Fse) a titolarità del Ministero del lavoro e delle politiche sociali 2007-2013 (art. 2 del Regolamento Ce 1828/2006).

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Le attività di comunicazione previste sono le seguenti:

- E-FSENews. Newsletter del Fondo sociale europeo, è una newsletter elettronica di informazione su attività e progetti della Direzione generale realizzati nell'ambito dei Pon e più in generale di approfondimento su iniziative di Fse realizzate a livello nazionale, regionale e comunitario. È inviata a una mailing list di circa 3.000 indirizzi.
- Formamente. La rivista del lifelong learning, tratta l'apprendimento permanente in tutte le sue declinazioni: come strategia formativa per l'aumento della competitività e dell'occupabilità, per l'integrazione sociale, per la cittadinanza attiva e l'autorealizzazione, svolta in contesti formali, non formali e informali. È una pubblicazione quadrimestrale cartacea inviata in abbonamento postale gratuito a un indirizzario di circa 5.000 destinatari, anche consultabile al seguente indirizzo:
<http://europalavoro.lavoro.gov.it/EuropaLavoro/info/formamente-la-rivista-del-lifelong-learning>
- FOP - Formazione Orientamento Professionale: è la rivista istituzionale della Direzione generale ed è strutturata in una serie ordinaria, bimestrale, e una serie speciale che si compone di sei numeri annuali senza periodicità prestabilita. È distribuita gratuitamente a strutture pubbliche e private che operano nell'ambito della formazione e dell'orientamento professionale. La distribuzione avviene per abbonamento postale e in parte tramite



altri canali di diffusione quali fiere ed eventi, distribuzione in sede. La rivista è inoltre consultabile on-line sul sito della Direzione generale alla pagina:
<http://europalavoro.lavoro.gov.it/EuropaLavoro/info/FO P-Formazione-Orientamento-Professionale>

- Pagine internet, accessibili dall'indirizzo:
<http://europalavoro.lavoro.gov.it/EuropaLavoro>,
- Rete nazionale di comunicazione sul Fondo sociale europeo 2007-2013 a cui partecipano i referenti di comunicazione Fse delle Regioni e del Miur. Si avvale di un'area internet dedicata, accessibile dall'indirizzo:
<http://europalavoro.lavoro.gov.it/EuropaLavoro/Network-professionali/Rete-comunicazione>.
- Attività informativa annuale sulle azioni dei Pon.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Comunicare la coerenza complessiva
- Aumentare la visibilità delle azioni realizzate con i due Pon di Fse
- Aumentare la consapevolezza del ruolo svolto dai programmi comunitari.
- Le due riviste tematiche puntano ad offrire una panoramica ampia ed esauriente di tutte le iniziative e le problematiche relative all'orientamento, alla formazione professionale e al mondo del lavoro e a diffondere il concetto di lifelong learning e facilitarne la comprensione in particolare attraverso la presentazione di progetti e iniziative realizzate su tutto il territorio nazionale e a livello europeo
- Il sito assolve agli obblighi di trasparenza pubblicando gli elenchi dei beneficiari del Fse; promuove reti professionali relative al Fse, quali la rete nazionale di comunicazione sul Fondo sociale europeo e Scift Aid, area dedicata alla gestione e sorveglianza degli interventi del Fse
- La rete di comunicazione Fse, in particolare, ha come obiettivi la circolazione di informazioni tra i partecipanti, tra questi e i network europei, lo scambio di esperienze



e soluzioni a problemi comuni, la condivisione di standard.

Tali obiettivi si collegano alle priorità del Fondo sociale europeo e della programmazione 2014-2020 e della Garanzia Giovani.

Target:

- Amministrazioni centrali coinvolte nella programmazione del Fse
- Autorità di gestione regionali e delle province autonome
- Operatori dei settori orientamento, formazione, lavoro e istruzione
- Centri d'informazione Europedirect
- Centri per l'impiego
- Agenzie di assistenza tecnica; parti sociali
- Cittadinanza in generale.

Contenuti differenziati come segue.

- In E-FSENews - Newsletter del Fondo sociale europeo - gli articoli presentano con stile divulgativo iniziative e politiche di formazione professionale e orientamento, realizzate con il contributo del Fse, organizzati in 4 rubriche: primo piano, focus su, Europa e Italia, oltre a tre rubriche di news, eventi futuri e percorsi di approfondimento (riferimenti biblio-sitografici).
- In Formamente - La rivista del lifelong learning - gli articoli, di vario formato e corredati da schede e illustrazioni, presentano con stile divulgativo iniziative di lifelong learning realizzate localmente e a livello europeo. I contenuti sono organizzati in un Focus (tema principale che varia ad ogni uscita); sei rubriche (LLL per sapere di più, LLL per trovare un lavoro, LLL per le imprese e per chi lavora, LLL per l'inclusione sociale, LLL per migliorare i sistemi, LLL in Europa e



dintorni), rubriche di recensioni e consigli bibliografici.

- In FOP - Formazione Orientamento Professionale - la serie ordinaria è articolata in tre sezioni (Europa, Italia e Regioni) che comprendono, per le rispettive aree territoriali, articoli relativi a progetti, buone prassi, eventi e normativa in merito ai temi della formazione e dell'orientamento professionale e del mondo del lavoro. La serie speciale prevede la pubblicazione di atti e documenti ufficiali prodotti dai tre livelli di governo europeo, nazionale e regionale.
- Su <http://europalavoro.lavoro.gov.it/> sono pubblicate documentazione, normativa comunitaria e nazionale, schede informative e notizie relative al Fse e alla formazione professionale.
- La rete nazionale di comunicazione si occupa di modalità di realizzazione delle attività, interpretazione e attuazione dei regolamenti comunitari, valutazione in materia di comunicazione sul Fondo sociale europeo.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

2015

BUDGET DEDICATO

Le risorse sono coperte con un contratto del valore di 68.900 più IVA e da personale interno.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

La valutazione è prevista nell'ambito della complessiva valutazione indipendente del Piano di comunicazione Fse, che verrà realizzata a chiusura della programmazione Fse 2007-2013.

Per <http://europalavoro.lavoro.gov.it/> si utilizzano analytics periodiche riferite ad indicatori, quali: n. visite, visitatori unici, overlay, contenuti più richiesti, ecc.



Programma Operativo Inclusionione Sociale

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Mediante l'utilizzo dei Fondi Strutturali Europei per il ciclo di Programmazione 2014 – 2020, disciplinati dal Regolamento (UE) n. 1303/2013, l'Italia si è posta l'impegno di concorrere all'obiettivo comunitario di contrasto alla povertà, riducendo entro il 2020 di 2,2 milioni le persone che vivono in condizioni di povertà o di esclusione sociale.

Il Programma Operativo Nazionale Inclusionione, finanziato dal Fondo Sociale Europeo, la cui disciplina giuridica è stabilita dal Regolamento (UE) n. 1304/2013, si configura come una sperimentazione su vasta scala finalizzata a rinnovare profondamente e in modo sistematico le politiche sociali e di inclusionione socio-lavorativa del nostro paese.

Gli Assi 1 e 2, con l'87% delle risorse, rappresentano da soli gran parte della strategia del PON e sperimentano il Sostegno all'Inclusionione Attiva (SIA), uno strumento di contrasto alla povertà che si rivolge alle famiglie in condizione di povertà assoluta, con particolare riferimento ai nuclei in cui siano presenti minori.

Gli altri 2 assi, esclusa l'assistenza tecnica, promuovono l'innovazione sociale, l'economia sociale, l'antidiscriminazione di gruppi particolarmente vulnerabili, la capacità amministrativa e nel campo delle politiche d'inclusionione sociale.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione on line.

Pubblicazione dell'iniziativa sul sito istituzionale.

Creazione di un sito web unico o di un portale web unico che fornisca informazioni sul programma operativo e dia informazioni sulle tempistiche di attuazione del programma e qualsiasi processo di consultazione pubblica collegato.

(Regolamento UE n. 1303/2013 dagli artt. 115,116 e 117)



**OBIETTIVI, TARGET
E CONTENUTI DI
COMUNICAZIONE**

Obiettivi:

- Informare sul programma operativo
- Informare sui tempi di attuazione del programma
- Informare sulle modalità di accesso alle opportunità offerte dal programma

Target:

- Tutti i cittadini potenziali beneficiari in merito alle opportunità di finanziamento nell'ambito dei programmi operativi

Contenuti:

- Descrizione del programma
- Normativa di riferimento
- Opportunità finanziate
- Modalità per accedere al finanziamento

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

A partire dal 2015 (Programmazione 2014 – 2020)

BUDGET DEDICATO

Il PON Inclusionione ha un finanziamento complessivo pari a 1.239 Euro (827 euro FSE e 412 euro risorse nazionali) e interviene nell'intero paese interessando tutte e tre le categorie di regioni previste dal regolamento UE 1013/2014: regioni più sviluppate (27% delle risorse), regioni in transizione (6%) e regioni meno sviluppate (67%).

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti



Fondo di Aiuti Europei agli Indigenti, 2014-2020 Programma Operativo 1

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Nell'ambito delle politiche di Coesione sociale dell'Unione Europea, è stato istituito il "Fondo di Aiuti Europei agli Indigenti" (FEAD) per rafforzare la lotta alla povertà e all'esclusione sociale, coerentemente con gli obiettivi fissati dal Consiglio Europeo nella Strategia EU 2020. Il Fondo sostituisce il precedente Programma di aiuti alimentari ai meno abbienti (PEAD), originariamente legato all'utilizzo delle eccedenze agricole alimentari nell'ambito della Politica agricola comune.

Il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali è titolare del nuovo Programma Operativo Nazionale FEAD (PO 1) che sarà finanziato per il periodo 2014 -2020 per un ammontare complessivo di € 788.932.100, comprensivo del cofinanziamento nazionale di € 118.339.815. Il Programma Operativo è finalizzato alla riduzione della povertà alimentare e materiale, in particolare gli interventi sono focalizzati su quattro principali aree:

1. Povertà alimentare;
2. Deprivazione materiale di bambini e ragazzi in ambito scolastico;
3. Deprivazione alimentare ed educativa di bambini e ragazzi in zone deprivate;
4. Deprivazione materiale delle persone senza dimora e altre persone fragili.

L'attuazione del programma avviene con il coinvolgimento delle amministrazioni territoriali e del terzo settore.



La distribuzione dei beni potrà avvenire attraverso cinque canali:

- Organizzazione di servizi di mensa;
- Distribuzione di pacchi alimentari;
- Empori sociali;
- Distribuzione tramite unità di strada di cibi e bevande;
- Distribuzione domiciliare.

Relativamente alla deprivazione materiale di bambini e ragazzi in ambito scolastico, si provvederà alla distribuzione di materiale scolastico (libri, zaini, matite, vestiario idoneo per le discipline motorie scolastiche) a studenti appartenenti a nuclei familiari in condizione di grave disagio economico individuati dai Servizi sociali dei Comuni o degli Ambiti territoriali.

Per quanto riguarda la deprivazione alimentare ed educativa di bambini e ragazzi verranno distribuiti pasti nelle scuole situate in aree territoriali economicamente e socialmente svantaggiate, al fine di facilitare l'apertura pomeridiana delle scuole per lo svolgimento di attività socio-educative che saranno finanziate dal Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca con il PON "Istruzione".

La quarta area di intervento, relativa alla deprivazione materiale dei senza dimora e altre persone fragili, è finalizzata a contrastare la marginalità estrema (persone senza dimora) e rispondere a bisogni materiali di persone o famiglie in condizioni di povertà assoluta.

Saranno distribuiti beni di prima necessità (indumenti, prodotti per l'igiene personale, sacchi a pelo, kit di emergenza, etc.), e altri beni materiali (ad esempio: dotazioni per alloggi di transizione a corredo dei progetti di inclusione abitativa, indumenti e strumenti a corredo delle attività formative volte a sperimentare forme leggere di approccio al lavoro delle persone senza dimora).



Gli interventi di aiuto saranno sostenuti, in base alla valutazione dei bisogni, da attività di accompagnamento sociale (prima accoglienza, orientamento e facilitazione dell'accesso ai servizi, assistenza per pratiche burocratiche etc.) e da eventuali ulteriori misure quali la prima assistenza medica, il sostegno scolastico, il sostegno alla ricerca di lavoro.

**MODALITA' DI
COMUNICAZIONE**

Comunicazione on line
Pubblicazione dell'iniziativa sul sito istituzionale

**OBIETTIVI, TARGET
E CONTENUTI DI
COMUNICAZIONE**

- Obiettivi:**
- Diffondere la conoscenza del programma
- Target:**
- Cittadinanza
 - Servizi
- Contenuti di comunicazione:**
- Informazioni relative al Programma
 - Informazioni sulle attività che verranno promosse

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Anno 2015

BUDGET DEDICATO

Risorse da determinare a valere sul FEAD
(Fondo Aiuti Europei agli Indigenti)

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti



Progetto Nazionale per l'inclusione e l'integrazione dei bambini Rom, Sinti e Caminanti

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Diffusione dei risultati del progetto che si pone all'interno di una cornice istituzionalmente condivisa, costituita dalla Strategia nazionale d'inclusione dei rom, sinti e caminanti 2012-2020, dal Terzo Piano biennale nazionale di azioni e di interventi per la tutela dei diritti e lo sviluppo dei soggetti in età evolutiva e dalla Convenzione ONU sui diritti del fanciullo.

Le città riservatarie del fondo Legge 285/97 sono impegnate a costruire una programmazione comune, che parte dalle esperienze consolidate in ogni città per arrivare a delineare un modello sperimentale, monitorabile e valutabile nel corso d'opera e negli esiti finali.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

E' di tipo integrato perché ha previsto la diffusione dei risultati del programma di intervento su tutti i territori coinvolti, oltre alla redazione ed alla diffusione di un rapporto di ricerca finale che sintetizzi ed analizzi gli esiti degli interventi adottati sui territori.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Informazione e diffusione degli esiti della 1° annualità del Progetto

Target:

- Scuole, famiglie, operatori, minori coinvolti e istituzioni

Contenuti:

- Valutazione e monitoraggio delle attività realizzate localmente.



**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Durante l'anno 2015 a chiusura dell'anno scolastico
2014 -2015.

BUDGET DEDICATO

Importo non definibili

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti



La riforma dell’ISEE

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Campagna di informazione/comunicazione sulla Riforma dell’ISEE (Indicatore della situazione economica equivalente) introdotta dal decreto “Salva Italia” (n.201/2011).

L’ISEE è un indicatore che valuta la situazione economica delle famiglie ed è utilizzato come base per accedere alle prestazioni sociali e sociosanitarie.

La riforma dell’ISEE, introdotta dal decreto “Salva Italia” (n.201/2011), si è resa necessaria per rendere più corretta la misurazione della condizione economica delle famiglie, ridurre le sperequazioni nell’accesso alle prestazioni e rafforzare il sistema dei controlli.

L’indicatore sarà utilizzato per l’accesso alle prestazioni sociali destinate ai segmenti di popolazione in condizione di maggiore bisogno e per la definizione del livello di compartecipazione al costo di taluni servizi rivolti all’intera cittadinanza.

Il 17/11/ 2014 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale, il Decreto Interministeriale - Ministero del lavoro e delle politiche sociali e Ministero dell’economia e delle finanze – il modello tipo della DSU (dichiarazione sostitutiva unica) e dell’attestazione, nonché le relative istruzioni, come previsto dal Regolamento di revisione dell’ISEE.

Il nuovo ISEE diventa operativo da gennaio 2015.

MODALITA’ DI COMUNICAZIONE

Campagna di tipo integrato che prevede:

- Diffusione di uno spot video sulle reti RAI
- Diffusione dello spot su metro, bus e stazioni
- Pubblicità tabellare sulla free press
- Diffusione di informazioni presso lo stand istituzionale



- Cura di una sezione dedicata del sito internet istituzionale
- Organizzazione di un convegno/conferenza stampa

**OBIETTIVI, TARGET
E CONTENUTI DI
COMUNICAZIONE**

Obiettivi:

- Far conoscere il nuovo provvedimento quale strumento di equità nelle politiche di welfare facendo emergere gli aspetti più rilevanti
- Sostenere i cittadini nella fruizione delle nuove misure, con particolare attenzione ai soggetti più svantaggiati

Target:

- Nuclei familiari che vivono situazioni di maggiore bisogno
- Tutti i cittadini, Caf e Patronati

Contenuti:

- Indicazioni utili per gli utenti sul nuovo ISEE (quali prestazioni sociali saranno erogate e a chi rivolgersi)
- Indicazioni sulla compilazione del modulo per l'accesso ai servizi tramite presentazione ISEE.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

A partire da gennaio 2015

BUDGET DEDICATO

Risorse del Fondo nazionale politiche sociali, assegnate nel 2014 alla Comunicazione, pari a Euro 97.657,00 più residui del Fondo nazionale politiche sociali assegnati alla Comunicazione nel 2013, pari a circa Euro 40.000,00.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti



Programmi di intervento per la prevenzione dell'istituzionalizzazione (P.I.P.P.I. fase 2 - P.I.P.P.I. fase 4)

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Comunicazioni sui Programmi di intervento per la prevenzione dell'istituzionalizzazione: P.I.P.P.I. fase 2 e P.I.P.P.I. fase 4.

Entrambi prevedono un intervento multidisciplinare ed integrato rivolto ad un numero limitato di nuclei familiari con figli in età 0-11 a grave rischio di allontanamento.

Inizialmente proposto come sperimentazione pilota, nelle prime due fasi, alle 15 Città Riservatarie del Fondo Nazionale Infanzia e Adolescenza (Legge 285/97), successivamente è stato proposto a tutte le Regioni per un totale di cinquanta ambiti territoriali nella terza fase ed altrettanti nella quarta fase di sperimentazione.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione di tipo integrato

E' prevista la diffusione dei risultati del programma di intervento su tutti i territori coinvolti, oltre alla redazione ed alla diffusione di un rapporto di ricerca finale che sintetizzi ed analizzi gli esiti degli interventi adottati sui territori.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Restituzione e disseminazione degli esiti del Programma di intervento per la prevenzione dell'istituzionalizzazione (P.I.P.P.I. Fase 2)
- Informazione e comunicazione sul Piano Lavoro e sulla Programmazione del Programma di intervento per la prevenzione dell'istituzionalizzazione (P.I.P.P.I. Fase 4)



Target:

- Servizi territoriali titolari della funzione di protezione e cura nei confronti di bambini e ragazzi, attori sociali, amministrazioni locali e regionali

Contenuti:

- Esiti relativi alla sperimentazione della fase 2 con le città riservatarie aderenti.
- Informazioni su come si snoderà il Piano del lavoro
- Informazioni in merito alla relativa programmazione del Programma (P.I.P.P.I. Fase 4)

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Febbraio – marzo 2015: Evento di informazione sul Piano lavoro e sul Programma di intervento- fase 4

Entro giugno 2015: report sul Programma - fase 2

BUDGET DEDICATO

Importo non definibile

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti



Celebrazione della Giornata Nazionale dell'Infanzia e dell'Adolescenza - 20 novembre 2015.

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Celebrazione della giornata italiana per i diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, il giorno 20 novembre di ogni anno nella ricorrenza della firma della Convenzione di New York.

Le modalità di svolgimento sono determinate dal Governo, d'intesa con la Commissione Bicamerale dell'Infanzia e dell'Adolescenza (art.1, c. 6 della L. 23 12 1997, n. 451).

La Convenzione è il trattato sui diritti umani più ampiamente approvato della storia, visto che, fino a oggi, è stato ratificato da ben 193 Stati parti, ad eccezione di Stati Uniti e Somalia.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Conferenza.

Confronto sulla normativa e l'attuazione della stessa tra i partecipanti all'Evento, quali i Ministri della Repubblica, i Sottosegretari di Stato, il Presidente della Commissione Parlamentare per l'Infanzia e diverse altre cariche dello Stato

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Rendere operanti gli standard universali stabiliti dalla Convenzione sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza, per l'assistenza, la cura e la protezione di tutti gli individui sotto i 18 anni

Target:

- Rappresentanti delle Amministrazioni Centrali, regionali e degli enti locali e del terzo settore coinvolti nell'ambito della promozione e della tutela dei diritti dell'infanzia e dell'adolescenza
- Rappresentanza delle scuole
- Bambini come protagonisti



Contenuti:

- Stato di attuazione delle politiche a favore dell'infanzia e dell'adolescenza sul territorio nazionale
- Linee programmatiche per ulteriori interventi da promuovere per il raggiungimento della piena tutela dei piccoli cittadini come sancito dalla Convenzione di New York.

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Novembre 2015

BUDGET DEDICATO

Oneri già previsti dal Bilancio dello Stato.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previsti.



Promozione e diffusione dei principi della Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Promozione e diffusione dei principi contenuti nella Convenzione ONU sui diritti delle persone con disabilità, adottata dall'Assemblea generale dell'ONU il 13 dicembre 2006 e ratificata dall'Italia con la legge 18 del 2009. Essa rappresenta il più recente sistema convenzionale sui diritti umani adottato dall'ONU che “promuove, protegge e garantisce il pieno e uguale godimento di tutti i diritti umani e di tutte le libertà fondamentali da parte delle persone con disabilità e promuove il rispetto della loro intrinseca dignità”

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Campagna di tipo integrata.

Divulgazione mediante tv, affissioni, radio, stampa e web.

Sito web sulle attività dell'Osservatorio Nazionale sulla condizione delle persone con disabilità:

<http://www.osservatoriodisabilita.it>

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Accrescere l'informazione sulle problematiche e sui diritti delle persone con disabilità
- Rafforzare il sistema di tutela dei diritti
- Sensibilizzare l'opinione pubblica sulle problematiche legate alla condizione di disabilità.

Target:

- Opinione pubblica in generale
- Persone con disabilità
- Organizzazioni delle persone con disabilità
- Istituzioni, esperti del settore



Contenuti:

- Principali diritti sanciti nella Convenzione ONU

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

Anno 2015

BUDGET DEDICATO

Da definire all'interno dei fondi a disposizione per il funzionamento dell'Osservatorio Nazionale sulla condizione delle persone con disabilità

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Non previste



Articolo 12 del decreto-legge n. 90 del 2014

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Attività di comunicazione per la diffusione e la promozione della misura sperimentale - introdotta dall'articolo 12 del decreto-legge n. 90 del 2014 - in materia di sostegno delle attività di volontariato prestate dalle persone beneficiarie di forme di integrazione e sostegno del reddito.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Stampa, affissioni, comunicazione on line.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Dare la massima diffusione alla misura sperimentale specificata in precedenza.

Target:

- Cittadini
- Organizzazioni del terzo settore
- Enti locali
- Datori di lavoro.

Contenuti:

- Promozione di esperienze di cittadinanza attiva dell'individuo all'interno della comunità di appartenenza, con particolare riferimento a coloro che possono trovarsi transitoriamente in una situazione di mancata occupazione.

PERIODO DI DIFFUSIONE

Indicativamente a partire dai primi mesi del 2015.



BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

Da definire



Portale Integrazione Migranti – Vivere e lavorare in Italia www.integrazionemigranti.gov.it

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Il Portale Integrazione Migranti, curato dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali – Direzione Generale dell’immigrazione e delle politiche di integrazione rappresenta uno strumento di accesso a informazioni affidabili, complete e aggiornate su una serie di temi di interesse per i cittadini migranti in Italia, le istituzioni competenti in materia di migrazione e integrazione e gli operatori del settore.

All’interno delle diverse aree del Portale Integrazione Migranti sono pubblicati e aggiornati quotidianamente contenuti su temi quali le migrazioni, gli ingressi in Italia, l’integrazione, il lavoro e l’occupazione, la formazione e i tirocini, la protezione internazionale, le relazioni istituzionali con i Paesi di origine, l’associazionismo, i bandi e le opportunità per i cittadini migranti e gli operatori, gli eventi e le iniziative scientifiche e culturali pertinenti rispetto a tali temi.

I contenuti spaziano dagli aggiornamenti normativi agli approfondimenti (come ad esempio quelli dedicati agli istituti di partecipazione dei cittadini migranti, allo stato dell’arte della mediazione interculturale e agli strumenti di apprendimento *on line* della lingua italiana), alle rassegne di ricerche, fino alla valorizzazione delle esperienze di integrazione realizzate sui territori, in un’ottica che tiene conto non solo del valore della conoscenza condivisa, ma anche dell’importanza della modellizzazione delle esperienze positive realizzate in ambito istituzionale e associativo.

Vero e proprio cuore del Portale sono poi i servizi per i cittadini migranti. Dalla *home page* è possibile accedere a una banca dati contenente oltre 13.000 servizi georeferenziati e articolati nelle sezioni Lingua italiana, Lavoro, Casa, Salute, Minori stranieri, Mediazione interculturale. In un’ottica di cooperazione interistituzionale, le attività descritte sono svolte in sinergia con una serie di soggetti, tra i quali:



- Ministero dell'Interno
- Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
- Ministero dei Beni, delle Attività Culturali e del Turismo
- Regioni e le Province Autonome
- Comuni
- Consigli Territoriali per l'Immigrazione
- Patronati
- Associazioni iscritte al Registro delle Associazioni e degli Enti che svolgono attività a favore degli immigrati
- Associazioni di migranti
- Associazioni di giovani provenienti da un contesto migratorio
- CONI
- Il network italiano delle Città interculturali
- L'UNHCR, con cui è stata progettata e sviluppata l'area tematica "Protezione Internazionale".

Con l'obiettivo di migliorare l'accessibilità delle informazioni e moltiplicare le possibilità di diffusione dei contenuti, il Portale Integrazione Migranti presenta una versione in lingua inglese. I contenuti principali sono, inoltre, tradotti in dieci lingue.

Nel corso del 2015 proseguirà l'implementazione delle attività del Portale ed il potenziamento delle sue funzionalità.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Il Portale Integrazione Migranti comunica con gli utenti attraverso una sistema integrato di canali, sia *on line* sia *off line*.

- La *newsletter* mensile, tradotta in dieci lingue, che raccoglie e sintetizza i principali contenuti e novità del mese.
- La *Community* Integrazione Migranti, presente sulla piattaforma
- Innovatori PA. Gli utenti che si iscrivono alla *Community*, in una ottica di comunicazione bidirezionale e di rete, oltre a ricevere in tempo reale i principali aggiornamenti del



Portale, possono segnalare proprie iniziative, scambiare informazioni e materiali, lavorare insieme a distanza e porre quesiti (ad esempio su questioni normative e amministrative) alla Redazione. Le risposte ai quesiti vengono pubblicate sul Portale e all'interno della Community, in modo da assicurarne la massima divulgazione. Si intende favorire la crescita del numero di utenti iscritti attraverso l'integrazione di più canali di promozione, tra cui gli eventi sul territorio.

- La promozione di incontri e seminari sul territorio dedicati all'approfondimento della conoscenza delle comunità migranti, delle loro istanze e della loro produzione culturale. Oltre che al consolidamento di un canale diretto di comunicazione tra le istituzioni e le realtà associative dei migranti, gli eventi che si prevede di promuovere mirano anche al rafforzamento della rete con le Rappresentanze diplomatico-consolari e le Istituzioni dei Paesi di origine; obiettivo è quello di sviluppare sul Portale uno spazio loro dedicato, attraverso cui diramare e rilanciare informazioni, progetti, iniziative, servizi realizzati da tali istituzioni in favore dei cittadini delle diverse comunità.
- La realizzazione di incontri periodici con le realtà associative delle seconde generazioni, che nel 2014 ha condotto alla costruzione di una rete nazionale nell'ambito dell'iniziativa Filo Diretto. Verranno ulteriormente implementate le attività mirate al consolidamento e all'ulteriore sviluppo della rete e delle iniziative condivise dalle associazioni, anche attraverso l'area tematica del Portale "Seconde generazioni" e la *Community*.
- L'organizzazione di tavoli tecnici con i referenti Regionali del Portale Integrazione Migranti, mirati a garantire un coordinamento informativo delle iniziative di integrazione attivate a livello nazionale e locale. Tali tavoli mirano inoltre a condividere e rilanciare nuove iniziative promosse dalle Regioni e dalle Province Autonome.
- La produzione, l'aggiornamento periodico e la diffusione di materiale informativo e di approfondimento, come le FAQ sui principali temi di interesse e il volantino multilingue dedicato ai servizi offerti dal Portale.
- La realizzazione di specifiche attività di comunicazione nell'ambito di Accordi mirati a promuovere azioni di



integrazione. Tra questi vi sono: l'Accordo Quadro tra il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e il Comune di Reggio Emilia, capofila del Programma Europeo "Città Interculturali"; l'Accordo di programma MLPS-CONI in materia di integrazione sociale dei migranti attraverso lo sport e contrasto alle discriminazioni. Nell'ambito di quest'ultimo sono già stati realizzati una campagna di comunicazione integrata e il Manifesto "Sport e integrazione: la vittoria più bella"; le prossime iniziative previste sono mirate a implementare la disseminazione dei principi chiave del Manifesto – tra i quali, la cittadinanza sportiva e la sua traduzione in norme - a diversi livelli, da quello delle Federazioni sportive a quello delle comunità di migranti, con una particolare attenzione ai bambini, alle famiglie e al contesto scolastico e nell'ottica di una cooperazione con istituzioni quali il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca.

- La partecipazione alla manifestazione EXPO Milano 2015. In tale contesto si intende promuovere l'approfondimento della conoscenza delle culture migranti e delle diverse comunità presenti sul territorio attraverso uno studio sulla contaminazione delle tradizioni culinarie, al fine di valorizzare il sistema alimentare come veicolo di integrazione e co-sviluppo.

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Rappresentare un punto di riferimento nazionale per le politiche e le azioni di integrazione
- Rappresentare uno strumento di accesso alle informazioni su norme, servizi, progetti, iniziative, opportunità pertinenti rispetto ai temi della migrazione, del lavoro, dell'inclusione socio-lavorativa e dell'integrazione
- Favorire la diffusione di una informazione corretta e completa attraverso l'integrazione dei diversi canali di comunicazione utilizzati
- Favorire il raccordo informativo tra le istituzioni e gli operatori del settore in un'ottica di cooperazione inter istituzionale.



Target:

- Cittadini migranti
- Giovani provenienti da un contesto migratorio
- Comunità migranti presenti sul territorio
- Realtà associative dei migranti e dei giovani provenienti da un contesto migratorio
- Operatori del settore
- Istituzioni locali, nazionali e internazionali competenti in materia di migrazioni e integrazione.

Le diverse azioni vengono realizzate con una particolare attenzione alle caratteristiche dei target di riferimento e al potenziale offerto dalle piattaforme digitali e dai *social network*. Ad esempio, l'implementazione della *Community Integrazione Migranti* è mirata a favorire l'ulteriore sviluppo e l'ampliamento della rete tra le associazioni dei giovani provenienti da un contesto migratorio; il raggiungimento di altri target (ad esempio, gli adulti e più in generale le comunità migranti) viene perseguito attraverso l'integrazione tra i canali *social*, la diffusione di materiale in più lingue e gli eventi sul territorio. In questo quadro si colloca anche l'implementazione del *Content Management System* del Portale, mirata alla pubblicazione di materiali multimediali (es. video e gallerie di immagini).

Contenuti

- Informazioni sui servizi per i cittadini migranti
- Aggiornamenti normativi
- Approfondimenti, ricerche, guide e vademecum sui temi di interesse
- Esperienze di integrazione realizzate sui territori
- Iniziative, eventi
- Bandi, opportunità per i cittadini migranti e gli operatori del settore.



**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

2015

BUDGET DEDICATO

Il budget complessivo ammonta a 250.000 euro a valere sul Fondo Politiche Migratorie 2014 e include la copertura dei costi per l'assistenza informatica, per la traduzione in 10 lingue e per le risorse umane impegnate nelle attività di redazione.

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**

L'attività di monitoraggio è basata su una serie di indicatori, tra i quali:

- Il numero di accessi al Portale
- Il numero di pagine visitate
- Il numero di visitatori unici
- Il numero di iscritti alla newsletter.

Il livello di soddisfazione degli utenti viene monitorato attraverso lo strumento di sondaggio disponibile sul Portale al link "La tua opinione".

Inoltre, vengono costantemente monitorate dalla redazione le richieste e le segnalazioni relative all'accessibilità, all'usabilità e ai contenuti inviate dagli utenti alla casella RedazioneIntegrazione@lavoro.gov.it ed alle quali viene fornito riscontro entro due giorni.



EXPO 2015

PRESENTAZIONE DELLA SINGOLA INIZIATIVA DI COMUNICAZIONE

Il Ministero del lavoro e delle politiche sociali sarà presente alla manifestazione internazionale con modalità e strumenti in corso di studio con l'apposito Gruppo di coordinamento, focalizzato sui giovani, con un corner di Garanzia Giovani, un concorso a premi sulle startup giovanili per i giovani dai 15 ai 29 anni che non sono impegnati in un'attività lavorativa, né inseriti in un percorso scolastico o formativo (Neet); e le Botteghe dei mestieri che consentono ai giovani di imparare un mestiere e specializzarsi nei principali comparti del "Made in Italy", attraverso percorsi di tirocinio di inserimento/reinserimento.

MODALITA' DI COMUNICAZIONE

Comunicazione front-line-online.
In un unico spazio, i visitatori interessati possono fruire di informazioni e consulenza specifica sulle opportunità offerte dai programmi e dal concorso a premi

OBIETTIVI, TARGET E CONTENUTI DI COMUNICAZIONE

Obiettivi:

- Diffondere informazioni sulle novità, gli strumenti e le politiche introdotti dal piano Garanzia Giovani
- Favorire l'accesso ai servizi destinati ai giovani
- Informare i giovani e le loro famiglie su opportunità concrete di lavoro o formazione offerte da programmi, iniziative, misure riconducibili agli obiettivi della Garanzia per i Giovani
- Informare i giovani sul concorso a premi
- Presentare le Botteghe dei mestieri come opportunità per entrare nel mondo del lavoro
- Offrire tramite le Botteghe dei mestieri l'opportunità di specializzarsi tramite percorsi di tirocinio.



Target:

- Giovani tra i 15 e i 29 anni
- Famiglie e persone che hanno un ruolo di orientamento e sostegno nelle scelte formative e lavorative dei giovani
- Imprese, servizi per l'impiego, operatori dei servizi di placement, opinione pubblica
- L'opinione pubblica generale

Contenuti:

- Novità, strumenti e politiche del Programma Garanzia Giovani
- Norme per la partecipazione al concorso Start up sui temi dell'Expo
- Elementi caratterizzanti le Botteghe dei mestieri

**PERIODO DI
DIFFUSIONE**

1 marzo > 31 ottobre 2015

BUDGET DEDICATO

Da definire

**AZIONI DI
MONITORAGGIO E
INDICATORI DI
VALUTAZIONE**