



# Programma Garanzia Giovani In Sardegna

## Linee Guida della Comunicazione e Manuale d'uso della grafica

per i Responsabili di Scheda (RdS)  
e  
per gli Stakeholder



## La strategia

La Regione Sardegna, in qualità di Organismo intermedio (OI) del Programma Operativo Nazionale “Iniziativa Occupazione Giovani” a titolarità dell’ANPAL (AdG), assicura la realizzazione di azioni di informazione e comunicazione, in applicazione delle disposizioni dei regolamenti comunitari per il periodo di programmazione 2014-2020 (Regolamenti (UE) n. 1303/2013 e n. 1304/2013) e nel pieno rispetto delle *“Linee Guida della comunicazione della Garanzia per i Giovani in collaborazione con le Regioni”* in vigore dal 01.01.2017.

La Regione Sardegna, tuttavia, non vuole considerare l’informazione e comunicazione unicamente come un adempimento regolamentare, ma intende utilizzarla quale leva strategica per garantire una diffusione capillare della conoscenza sul Programma e favorire il pieno raggiungimento degli obiettivi perseguiti, con l’intento di massimizzare i risultati e l’impatto degli interventi di politica attiva messi in campo.

In linea con l’intento dichiarato, il presente documento stabilisce le regole per la realizzazione delle iniziative di comunicazione poste in essere dai Responsabili di Scheda, dai beneficiari e dai proponenti, con il fine di garantire l’applicazione di una immagine coordinata del Programma, anche in ambito regionale, nonché l’omogeneità delle complessive azioni di comunicazione istituzionale.

In tale ottica, deve essere interpretato come un aiuto concreto per gli stakeholder – operatori pubblici e privati accreditati al sistema regionale, istituzioni scolastiche, università, aziende, parti sociali – che sul territorio sardo intendono promuovere le opportunità del Programma.

La Guida pertanto è articolata nelle seguenti sezioni:

- **Linee guida della comunicazione**, quale sostegno per la realizzazione di azioni in grado di garantire su tutto il territorio un omogeneo set di informazioni sul Programma e sulle opportunità offerte;
- **Manuale d’uso della Grafica**, finalizzato a fornire standard e modelli per l’utilizzo dell’emblema e loghi, nonché standard per la predisposizione di materiali per i beneficiari



# **Linee Guida della Comunicazione**

## Principi della collaborazione

Gli attori del Programma, come esplicitato dalle Linee Guida Nazionali, collaboreranno per:

- ❖ offrire ai pubblici di riferimento una comunicazione integrata e completa rispetto all'insieme dei servizi e delle opportunità offerte, assicurando la coerenza del messaggio e dei contenuti;
- ❖ assicurare la coerenza e l'integrazione delle attività dei soggetti coinvolti, favorendo la concentrazione delle risorse;
- ❖ garantire su tutto il territorio nazionale un omogeneo accesso ad un set di informazioni generali;
- ❖ garantire l'accesso informato e puntuale ai prodotti di orientamento e alle opportunità;
- ❖ evitare le sovrapposizioni e le frammentazioni nella comunicazione;
- ❖ assicurare una comunicazione trasparente e accessibile nei confronti dei cittadini;
- ❖ garantire l'integrazione tra la comunicazione istituzionale e la comunicazione di orientamento e di servizio



## Ambiti della collaborazione

Le attività dovranno essere sviluppate su tre livelli di comunicazione:

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

La comunicazione istituzionale si avvale di:

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

La comunicazione di orientamento comprende:

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

La comunicazione di servizio utilizzerà:

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

comunicazione  
ISTITUZIONALE

comunicazione di  
ORIENTAMENTO

comunicazione di  
SERVIZIO



# **Manuale d'uso della grafica**

## La comunicazione istituzionale

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

Nel rispetto dell'autonomia dei soggetti riguardo alla scelta degli strumenti e dei contenuti da utilizzare per la promozione dei propri servizi, vengono indicate le seguenti linee guida relative agli elementi visivi della comunicazione:

- Identità visiva;
- Marchio
- Timbro

### ❖ Identità visiva

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



## Indicazioni colore e font

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

### Verde quadricromia

c 30%  
m 0%  
y 85%  
k 0%

### Verde RGB

R 202  
G 216  
B 65  
#C7D540

### Grigio quadricromia

c 60%  
m 50%  
y 50%  
k 40%

### Grigio RGB

R 88  
G 88  
B 86  
#585856

Fascia in grigio  
retinato al 70%

Testo interno in bianco  
o in verde



### Font

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

*O in alternativa*  
Avenir

### Grigio testo quadricromia

c 65%  
m 55%  
y 55%  
k 60%

### Grigio testo RGB

R 61  
G 61  
B 60  
#3D3D3B

## ❖ Il Marchio “Garanzia Giovani”

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

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

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



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

Marchio della Garanzia Giovani nella Regione:



SPAZIO PER IL NOME DELLA REGIONE

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

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



#### ❖ **Timbro “Garanzia Giovani”**

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

L'utilizzo del timbro è autorizzato dall'ANPAL.



#### ❖ **Utilizzo di emblemi e loghi**

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

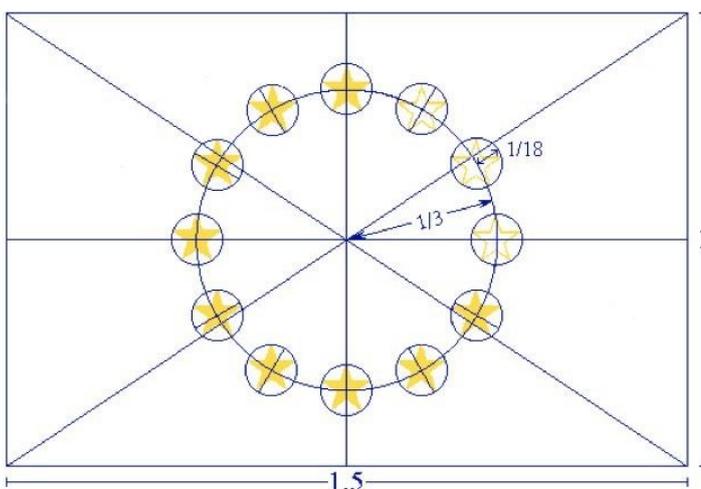
- l'emblema dell'Unione europea, con il riferimento al Fondo sociale europeo e all'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile;
- il logo dell'ANPAL;
- il logo della Regione se l'iniziativa descritta vede la partecipazione o l'attuazione in ambito regionale.

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

#### ***L'emblema dell'Unione europea***

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

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



#### **FONDO:**

PANTONE REFLEX BLUE

Quadricromia: 100%CYAN

e 100% MAGENTA

Web: RGB:0/0/153 (esadecimale: 000099)

#### **STELLE:**

PANTONE YELLOW

Quadricromia: 100% YELLOW

Web: RGB:255/204/0 (esadecimale: FFCC00)

L'utilizzo monocromatico prevede:

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



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

La dicitura, mostrata di seguito, va posta a destra dell'emblema.

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

La distanza tra dicitura ed emblema è libera.



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

### Logo dell'ANPAL

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



Il logo è stato trasmesso dall'ANPAL alla Regione Sardegna (in qualità di OI) e il suo utilizzo è vincolante per i prodotti/iniziativa previste dal programma.

### DISPOSIZIONE DI EMBLEMA E LOGHI



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

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



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

Eventuali altri loghi di partner vanno apposti allo stesso livello dei simboli sopra descritti e non fanno parte della testata.

Si ricorda che la loro dimensione non deve superare quella dell'emblema dell'Unione europea.

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

## La comunicazione istituzionale: Area WEB istituzionale

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

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

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

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

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

## La comunicazione istituzionale: Sezione web del portale regionale www.sardegنالavoro.it

In base a quanto definito dagli accordi di collaborazione, il Portale regionale è articolato in più sezioni, così come rappresentato nell'immagine sottostante.



The screenshot displays the SardegnaLavoro website interface. At the top, there is a navigation menu with categories like 'Servizi per il lavoro', 'Borsa Lavoro', 'ASPAL', 'Sportelli speciali', 'Garanzia Giovani', 'Formazione', 'Agenda', and 'Servizi on line'. Below this, the main content area is titled 'Garanzia Giovani' and features a sidebar with links such as 'Adesione', 'Dove rivolgersi', 'Eventi e news', 'Avvisi pubblici', 'Offerta Formativa', 'Area download', and 'Partners'. The main content includes a section for 'Il Programma II FASE' with a red background, a text block titled 'I destinatari e le misure del Programma', and three columns of news items with small images of people. The footer contains contact information and copyright details for the Regione Autonoma della Sardegna.

Queste sezioni in linea con gli indirizzi nazionali garantiscono la conformità sia ai criteri di trasparenza che alle regole di comunicazione previste dal Regolamento UE n. 1303/2013.



La comunicazione istituzionale:

## Attori e Stakeholder

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

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

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

La Regione Sardegna si relaziona con gli altri stakeholder sul territorio - **operatori** pubblici e privati, **aziende**, **associazioni** e **parti sociali** – per la corretta attuazione delle azioni di comunicazione sviluppate a livello locale.

