

PIANO DI COMUNICAZIONE 2021 - 2022



LAVORIAMO INSIEME PER IL TUO FUTURO



REGIONE
PUGLIA



Agenzia Regionale Politiche Attive del Lavoro - Puglia

SOMMARIO

1. Premessa	3
2. Analisi del contesto	4
3. Agenzia Regionale per le Politiche Attive del Lavoro	6
4. La "Rivoluzione Copernicana" di ARPAL	10
4.1 Immagine coordinata	11
4.2 Pianificazione, linee strategiche e obiettivi	14
5. Budget, monitoraggio e valutazione	19
6. Conclusioni	20

1. PREMESSA

L'arma migliore di una democrazia è la trasparenza **(Edward Teller)**

Il Piano di Comunicazione ARPAL riassume i principali impegni comunicativi che l'Agenzia Regionale delle Politiche Attive del Lavoro intende attuare in riferimento alle disposizioni contenute nella Legge 7 giugno 2000 n. 150 in tema di comunicazione istituzionale e trasparenza amministrativa. Il presente documento garantisce l'ottemperanza del Piano Straordinario di Potenziamento dei Centri per l'impiego e delle politiche attive del lavoro dell'Ente, in attuazione del Decreto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali n. 74 del 28 giugno 2019 e n. 59 del 22 maggio 2020.

Il quadro normativo di riferimento è costituito anche dal D. Lgs. n. 150 del 2009, dal Codice dell'Amministrazione Digitale e dalla Legge n. 69 del 2009 (in relazione al principio della trasparenza amministrativa). Risultano rilevanti le direttive sulla semplificazione del linguaggio amministrativo, sulla rilevazione della qualità percepita dai cittadini e sul miglioramento dei servizi *online* per il cittadino derivanti dalla Legge n. 134 del 2012 (Art. 18 – Amministrazione aperta), dalla Legge n. 190 del 2012 e dal D. Lgs. n. 33 del 2013, dal D. Lgs. n. 97 del 2016, dalle Linee guida in materia di trasparenza (determine ANAC).

La Regione Puglia, in occasione dei programmati interventi infrastrutturali sulle single sedi, punta a rendere visibili e identificabili i servizi al lavoro rispondendo ai sempre crescenti bisogni degli utenti. In tal senso, il Piano di Comunicazione di ARPAL intende valorizzare l'immagine coordinata dell'Agenzia e dei singoli Centri dell'Impiego, sia in termini di sburocratizzazione sia di utilizzo dei mezzi moderni di comunicazione e informazione.

Il Piano, inoltre, precisa obiettivi e modalità di gestione e di utilizzo degli strumenti di comunicazione in ottica "dinamica". In relazione all'eventuale evoluzione delle disposizioni normative, infatti, il documento può essere sempre aggiornato al fine di assicurare un adeguato mantenimento della comunicazione nei confronti dei cittadini. Innovazione e multimedialità rappresentano i punti chiave della strategia di comunicazione proposta.

2. ANALISI DEL CONTESTO

Il sistema dei servizi per il lavoro, erogati dai Centri per l'Impiego, negli ultimi anni è stato oggetto di un radicale cambiamento in seguito all'avvento della Legge n.56/2014 (cd. Legge "Delrio") con la quale il legislatore nazionale ha ricondotto la materia del lavoro alla competenza delle Regioni, in coerenza con il "volere" Costituzionale. Successivamente, con l'emanazione della L.n.150/2015 (*"Disposizioni per il riordino della normativa in materia di servizi per il lavoro e di politiche attive"*) i CPI sono diventati articolazioni territoriali delle Regioni.

È seguita una fase transitoria tra gli anni 2015-2018, conclusasi con la Legge di Bilancio statale 2018 (L. 27 dicembre 2017, n. 205) che ha sancito il trasferimento definitivo del personale dei Centri per l'Impiego alle dipendenze delle regioni, agenzie o enti regionali, stanziando risorse per il rafforzamento dei CPI, la stabilizzazione degli operatori occupati e il reclutamento di ulteriore personale. Il D.L. 4/2019, introducendo il Reddito di cittadinanza (RdC), ha ampliato i compiti dei servizi per il lavoro già previsti nella già citata L. n.150/2015. Il rafforzamento dei servizi per l'impiego e delle politiche attive del lavoro è avvenuto attraverso misure di contrasto alla povertà, riduzione delle disuguaglianze e crescita dell'occupazione.

Il Decreto ha introdotto una riorganizzazione del sistema regionale in ottica multidimensionale, centrata su competenze differenziate degli operatori, specializzazione dei servizi e integrazione dei diversi attori territoriali, incluso il Sistema informativo. Il rafforzamento dei Centri per l'impiego deve essere letto in una prospettiva di graduale e progressiva attuazione dei Livelli Essenziali delle Prestazioni (LEP), come già definiti nel Decreto del Ministro del Lavoro e delle Politiche sociali n. 4/2018.

I LEP, veri e propri servizi di politica attiva del lavoro, consistono in una serie di prestazioni di base personalizzate nelle fasi di accoglienza, orientamento, formazione, avviamento al lavoro e reinserimento sociale e professionale. Il fine è quello di migliorare la capacità di rispondere ai bisogni, sempre crescenti e di maggiore complessità, degli utenti e garantire in modo omogeneo sul territorio regionale la gamma dei servizi dei CPI in relazione a standard qualitativi e quantitativi. Il Piano Straordinario di potenziamento dei Centri dell'Impiego e delle Politiche Attive del Lavoro,

quale atto di programmazione regionale, costituisce la diretta derivazione della normativa sul Reddito di Cittadinanza.

Riconoscendo la centralità dei servizi per l'impiego quale infrastruttura primaria del mercato del lavoro al fine di assolvere il delicato compito dell'integrazione attiva delle persone, il Piano si declina in specifiche attività: formazione degli operatori, adeguamento strumentale e infrastrutturale delle sedi dei CPI e miglioramento dei processi gestionali e dei sistemi informativi.

Tuttavia, non sempre tali "processi" sono stati accompagnati da comunicazioni adeguate, in grado di diffondere ai cittadini conoscenze sulle attività e sui servizi offerti e sulle conseguenze del mancato rispetto degli impegni da parte dei beneficiari. In questo scenario, emerge prepotente il diritto degli utenti a ricevere un'informazione di qualità. Lo sviluppo, da parte di ARPAL, di un'adeguata campagna di comunicazione costituisce una "svolta" necessaria per rilanciare il ruolo dei CPI e delle politiche attive del lavoro all'interno del territorio regionale.



3. AGENZIA REGIONALE PER LE POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO

Lo sviluppo della rete dei servizi pubblici per il lavoro e la creazione di un *welfare* inclusivo rappresentano per il Paese obiettivi prioritari. Con L.R. n. 29 del 2018, “*Norme in materia di politica regionale dei servizi per le politiche attive del lavoro e per il contrasto al lavoro nero e al caporalato*” la Regione Puglia ha disciplinato il “*Sistema regionale per il lavoro*” e “*la Rete Regionale dei servizi per le politiche attive del lavoro*”, di cui fa parte l’Agenzia Regionale delle Politiche Attive del Lavoro.

ARPAL, quale Ente tecnico/operativo e strumentale della Regione Puglia dotato di personalità giuridica e piena autonomia, opera nell’ambito delle competenze assegnate all’Assessorato regionale al lavoro. L’Agenzia, caratterizzata da autonomia organizzativa, finanziaria, patrimoniale, gestionale e contabile, garantisce l’erogazione dei servizi per l’impiego sul territorio regionale assicurando i principi dell’azione amministrativa secondo quanto stabilito nell’art. 51 dello Statuto della Regione Puglia e nel pieno rispetto delle leggi statali e regionali.

I livelli essenziali delle prestazioni, rivolti alle persone e alle imprese ed erogati sul territorio nazionale in raccordo con l’Agenzia Nazionale delle Politiche Attive del Lavoro (ANPAL), si articolano come di seguito.

- **Reddito di cittadinanza**

Misura a garanzia del diritto al lavoro, di contrasto alla povertà e di qualsiasi forma di disuguaglianza attraverso politiche volte al sostegno economico e all’inserimento sociale dei soggetti a rischio. Concesso a nuclei familiari in condizioni di povertà e in possesso di determinati requisiti, si articola in due componenti principali:

- beneficio economico erogato mensilmente tramite una carta di pagamento elettronica
- valutazione multidimensionale e percorso personalizzato di accompagnamento all’inserimento lavorativo e all’inclusione sociale (Patto per il Lavoro e Patto per l’Inclusione Sociale).

- **Accoglienza e prima informazione**

Presentazione del catalogo dei servizi e delle misure fruibili nel mercato del lavoro per soddisfare le richieste di tipo informativo e amministrativo da parte di imprese, cittadini e professionisti. Supporto utile per adoperare in modo appropriato incentivi, agevolazioni e forme contrattuali specifiche.

- **Bilancio delle competenze**

Documento che riassume le competenze individuali al fine di strutturare percorsi di inserimento lavorativo.

- **Analisi dei fabbisogni**

Rilevazione delle competenze che i soggetti devono possedere per svolgere in modo adeguato i diversi ruoli lavorativi, al fine di programmare politiche coerenti con tali esigenze.

- **Profilazione**

Misurazione della “distanza” della persona rispetto al mercato del lavoro. Il *profiling* consente la raccolta di dati sulla persona relativamente al percorso formativo e lavorativo intrapreso fin a quel momento.

- **Orientamento di base**

Valutazione delle competenze personali in relazione alla situazione del mercato del lavoro locale. Supporto nella comprensione dei propri bisogni e orientamento individuale sulle opportunità di formazione e lavoro che meglio si adattano al profilo del singolo. Definizione degli atti di ricerca attiva all'interno di un percorso individualizzato di inserimento e disponibilità allo svolgimento di determinate attività, formalizzate nel patto di servizio personalizzato.

- **Patto di servizio personalizzato**

L'elaborazione del Patto prevede un percorso individuale coerente rispetto alle caratteristiche personali, formative e professionali della persona e alla profilazione. Accordo tra il Centro per l'Impiego e la persona con il quale entrambi assumono reciproci impegni e si definiscono le modalità di erogazione e di utilizzo di alcuni servizi. Lo scopo è favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro e contrastare la disoccupazione di lunga durata.

- **Orientamento specialistico**

Servizio utile a valutare le competenze individuali e rendere la persona più consapevole nella lettura approfondita del contesto, nella ricostruzione e valorizzazione della propria storia professionale e formativa, nell'identificazione delle proprie competenze e risorse personali al fine di definire i percorsi più idonei per la collocazione e la ricollocazione in relazione alla situazione del mercato del lavoro locale.

- **Scheda Anagrafica professionale (SAP)**

Raccolta coerente e sistematica di informazioni acquisite nell'attività di orientamento e di profilazione.

- **Dichiarazione di Immediata Disponibilità (DID)**

Modalità prevista dalla legge per acquisire lo stato di disoccupazione. Con il rilascio della DID si dichiara l'assenza di impiego e l'immediata disponibilità allo svolgimento di un'attività lavorativa o la volontà di partecipare ad iniziative per la ricerca attiva del lavoro.

- **Comunicazioni obbligatorie (COB)**

Consulenza e supporto nell'ambito degli adempimenti amministrativi legati alle comunicazioni obbligatorie telematiche dei rapporti di lavoro.

- **Incontro Domanda-Offerta**

Servizio volto a soddisfare il fabbisogno di personale delle imprese e le opportunità disponibili nel mercato del lavoro. Il *matching* è svolto anche in relazione al lavoro autonomo.

- **Selezione**

Identificazione di personale in possesso di requisiti, qualifiche e titoli di studio per ricoprire specifici ruoli lavorativi.

- **Accompagnamento al lavoro**

Processo articolato composto di sotto-elementi: ausilio alla ricerca di occupazione, orientamento individualizzato all'autoimpiego, promozione di esperienze lavorative per incrementare le competenze e la promozione di prestazioni di lavoro socialmente utile. La Legge 68/99 prevede consulenze e supporto nell'ambito delle assunzioni obbligatorie dei disabili e delle categorie protette.

- **Collocamento mirato**

Servizio svolto dall'operatore in *front office* in presenza della persona per iscrivere al collocamento mirato e in *back office* per la verifica dei requisiti.

- **Supporto all'inserimento/reinserimento lavorativo e all'autoimpiego**

Servizi di carattere orientativo per aiutare i cittadini nella ricerca di opportunità lavorative tra quelle disponibili e verificare le attitudini imprenditoriali e le propensioni individuali.

○ **Formazione**

Percorsi di qualificazione e riqualificazione l'inserimento dei giovani nel mondo del lavoro.

○ **Tirocinio**

Servizio volto a soddisfare la domanda espressa dalle imprese, supportandole nella fase di attivazione e gestione amministrativa dello strumento. Operativamente viene predisposta la Convenzione, il Progetto formativo individuale e il Dossier individuale del tirocinante con il soggetto ospitante.

○ **Supporto con strumenti specifici e incentivi**

Gestione, anche in forma indiretta, di incentivi all'attività di lavoro autonomo, di strumenti finalizzati alla conciliazione dei tempi di lavoro con gli obblighi di cura nei confronti di minori o di soggetti non autosufficienti. Incentivi alla mobilità territoriale.

POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO



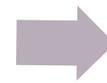
ACCOGLIENZA E PRESA IN CARICO

- Accoglienza
- Orientamento di primo livello e specialistico
- Patto di servizio personalizzato
- Individuazione del fabbisogno
- Analisi delle competenze
- Profiling
- SAP



ACCOMPAGNAMENTO AL LAVORO

- Incontro domanda-offerta
- Ausilio alla ricerca di occupazione
- Attivazione di tirocini
- COB
- Conciliazione lavoro-obblighi di cura
- Promozione lavoro socialmente utile



REDDITO DI CITTADINANZA

- Bonus economico
- Patto per il lavoro
- Patto per l'inclusione sociale
- Valutazione multidimensionale

4. LA "RIVOLUZIONE COPERNICANA" DI ARPAL

La globalizzazione e l'aumento della competizione sui mercati hanno modificato in modo significativo il contesto lavorativo, sempre più complesso e incerto. Resilienza, flessibilità e adattabilità sono oggi più che mai necessarie, soprattutto alla luce di un mercato del lavoro ampiamente condizionato dalla digitalizzazione. Il lavoro interconnesso, mobile, non più localizzato nello spazio e nel tempo ha condotto il nostro Paese nel cuore di quella che è stata definita la Quarta Rivoluzione Industriale.

In uno scenario così articolato e metamorfico ARPAL, quale Ente cardine della nuova Rete Regionale dei servizi per le politiche attive del lavoro, è chiamato ad affrontare una nuova sfida: rafforzare le proprie strategie comunicative istituzionali. Si tratta di una "rivoluzione copernicana", un rinnovamento del proprio modo di operare necessario per rilanciare il ruolo dei Centri per l'impiego e delle politiche attive del lavoro all'interno del territorio regionale. Due le direttrici principali del cambiamento:



4.1 Immagine coordinata

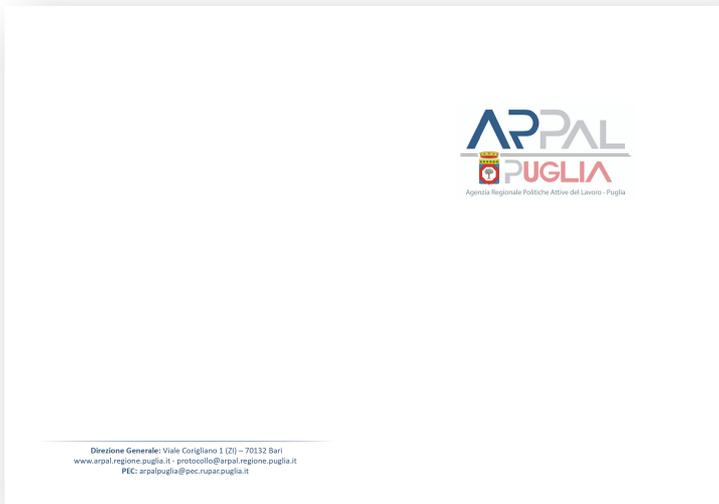
La Regione Puglia, attraverso l’Agenzia Regionale per le Politiche Attive del Lavoro e in occasione dei programmati interventi infrastrutturali sulle single sedi dei Centri per l’Impiego, punta alla realizzazione di un’immagine coordinata in grado di rendere visibile e identificabile il ventaglio di servizi per il lavoro all’interno del territorio pugliese.

L’immagine di un Ente è coordinata quando i differenti fenomeni ed elementi comunicativi, sia interni che esterni, risultano intimamente interconnessi. L’immagine coordinata costituisce il mezzo attraverso il quale, a prescindere dal livello di complessità e dall’articolazione di un’organizzazione, la sua rappresentazione è percepita dall’ambiente esterno come parte di un tutt’uno organico. Questa coerenza, anche e soprattutto di natura semiotica e visiva, fornisce ai destinatari precisi punti di riferimento e “ancoraggio” che determinano un progressivo riconoscimento dell’organizzazione sul territorio.

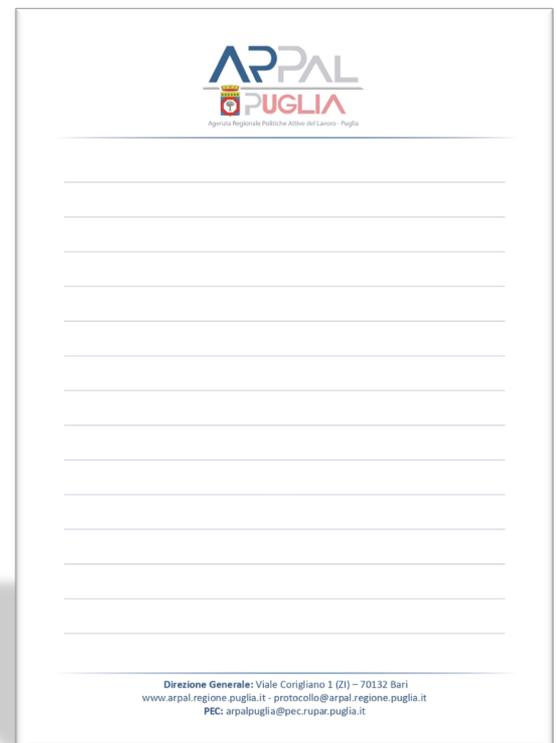
Il marchio è l’asse portante dell’immagine coordinata. Costituendo la principale rappresentazione grafica e testuale dell’identità di un’organizzazione, ne rende immediatamente riconoscibile l’“essenza”. Il logo di ARPAL, volutamente ispirato alla grafica dell’Agenzia Nazionale per le Politiche Attive del Lavoro (ANPAL), possiede il crisma dell’ufficialità istituzionale. Il *lettering* e il *font* – così lineari, incisivi e riconoscibili – riproducono fedelmente i valori dell’Agenzia e, più in generale, dell’intera Regione Puglia: serietà, sicurezza, credibilità e affidabilità.



Il modello di comunicazione declinato nel marchio è esattamente quello che “governa” il presente Piano di Comunicazione. Le strategie comunicative successivamente illustrate, infatti, perseguono le medesime caratteristiche di efficacia, semplicità e immediatezza. Adoperare adeguati sistemi di identità coordinata, che esaltino il valore dell’Agenzia e l’operato dei singoli Centri dell’Impiego, è fondamentale per incentivare processi di immediato riconoscimento e consapevolezza del marchio. Il *layout* della carta istituzionale è un classico esempio di *brand awareness*.



Cartellina

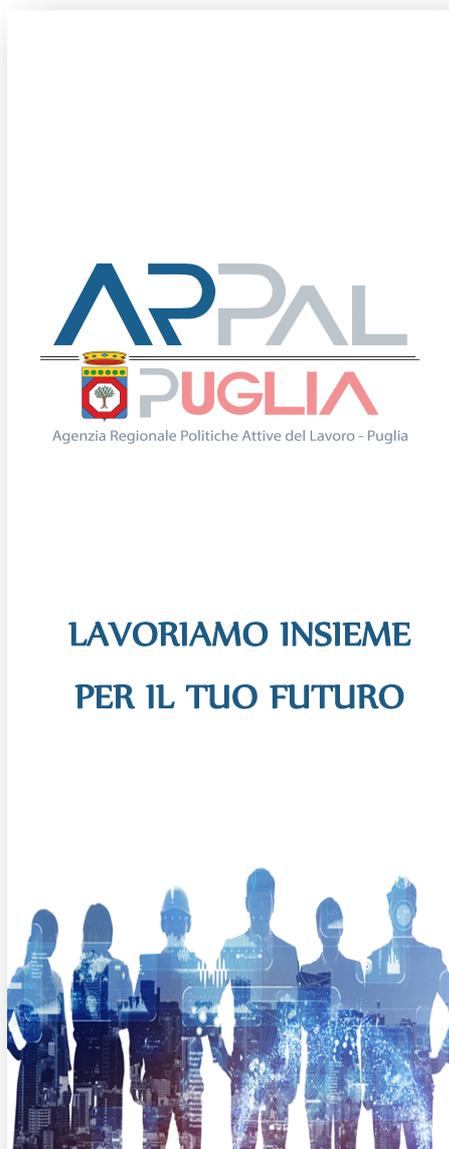


Carta intestata



Bigliettino

Altri strumenti di comunicazione - allestimenti a scopo illustrativo, segnaletica, *roll up* e *totem* informativi – rendono visibili i singoli *desk* e i diversi punti di erogazione dei servizi e possono indirizzare l'utenza. Questi canali, predisposti in base alle esigenze logistiche nella Direzione e in Uffici e Sportelli, sono necessari per garantire la cristallizzazione dell'immagine coordinata aziendale.



Roll Up



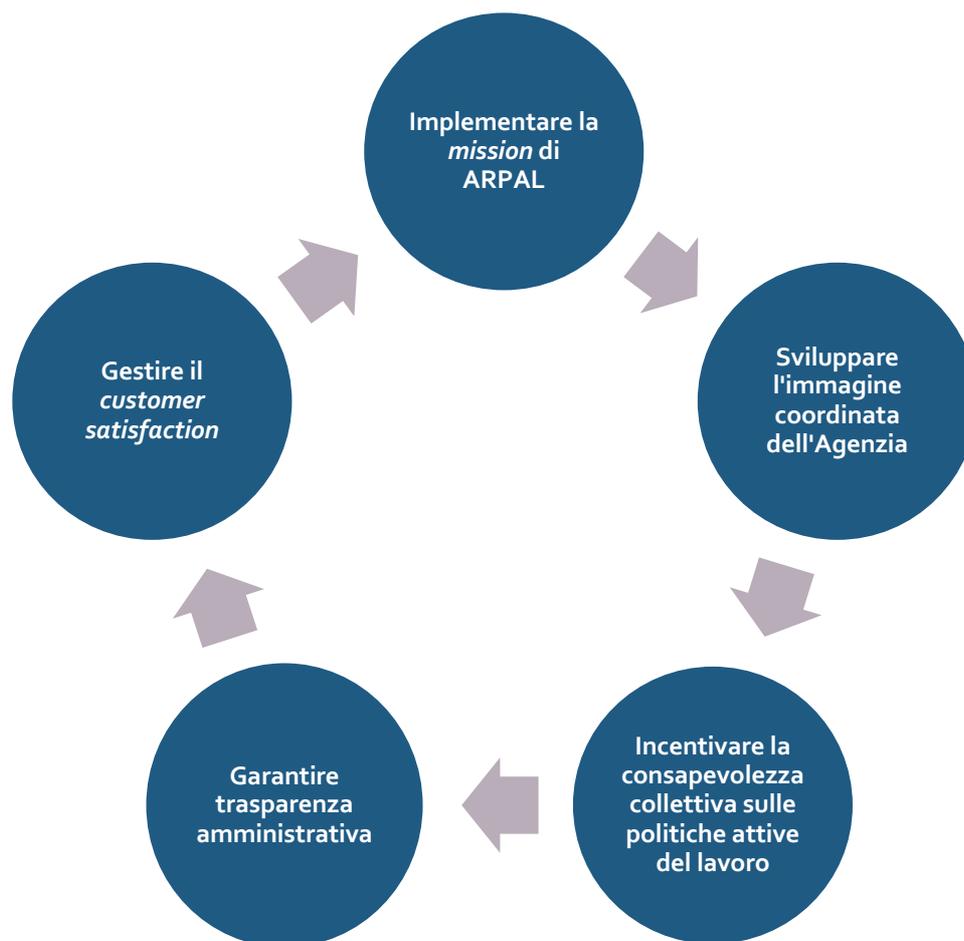
Totem direzionale

4.2 Pianificazione, linee strategiche e obiettivi

La strategia comunicativa identificata nel presente Piano di Comunicazione mira a valorizzare e incentivare l'operato dell'Agenzia Regionale delle Politiche Attive del Lavoro in un momento storico-sociale incredibilmente delicato, caratterizzato da un'emergenza sanitaria di portata globale.

La normativa sul Reddito di cittadinanza, inoltre, ha determinato un'importante occasione di rilancio e innovazione del sistema dei Centri dell'Impiego, favorendo il passaggio a politiche attive del lavoro 4.0 per affrontare lo scenario della Quarta rivoluzione industriale e della *new economy*.

Il presente Piano di Comunicazione, leva strategica perfettamente in linea con tali premesse, persegue alcuni fondamentali macro-obiettivi.



Multicanalità, targetizzazione, velocità di risposta e digitalizzazione costituiscono gli assi portanti della presente strategia di comunicazione istituzionale, composta dal seguente “kit”.

- **Immagine coordinata**

Efficace interconnessione tra i diversi canali di comunicazione per cristallizzare, soprattutto da un punto di vista visivo, l'identità di ARPAL. Allestimenti a scopo illustrativo, *web-tv*, *info-desk*, *roll up*, *totem* informativi, *brochure* e il *layout* degli uffici sono funzionali alla diffusione dell'immagine dell'Agenzia.

- **Portale istituzionale**

Rappresenta non solo il canale privilegiato con cui i cittadini possono aver accesso a tutti i servizi dell'Ente, ma anche una raccolta di interviste, atti, comunicati stampa, *news* e funzionalità di *mailing list* e *newsletter*. La progettazione stilistica e contenutistica del sito possiede un grande valore mediatico e l'integrazione tra *back* e *front office* è fondamentale per concretizzare il principio cardine della trasparenza amministrativa.

- **Campagna stampa e giornalismo**

Collaborazione stabile con il sistema dei *media* regionali e utilizzo dei principali strumenti di comunicazione giornalistica per stimolare l'interesse verso le attività dell'Ente e dei Centri per l'impiego. Le classiche attività di ufficio stampa e redazione saranno affiancate dall'utilizzo di *spot-tv*, servizi video-giornalistici, *storytelling* e attività di *Copywriting*. L'utilizzo di *banner* e spazi pubblicitari sulle principali testate locali darà rilievo alla progettualità dell'Agenzia.

- **Social media (Facebook, Instagram, LinkedIn)**

Pagine istituzionali create sui principali *social media* raccoglieranno, sotto forma di video e comunicati, tutte le informazioni sulle attività di ARPAL. Come simbolo innovativo di trasparenza amministrativa, i *social network* concretizzano nuove modalità di interazione, partecipazione e comunicazione utili a creare relazioni di fiducia con gli utenti, attivare il *customer satisfaction management* e migliorare di conseguenza i servizi.

- **Youtube**

Ideazione di un canale istituzionale su una delle piattaforme di pubblicazione video più famose al mondo per dare all' "audience" la possibilità di iscriversi, commentare e partecipare costruttivamente all'implementazione della *mission* di ARPAL. La pubblicazione sul web di video promozionali, *tutorial*, interviste e contenuti multimediali è utile alla diffusione dei *core values*.

- **Comunicazione diretta**

Tavoli tematici di confronto inter-istituzionale, convegni, manifestazioni, eventi digitali ed espositivo/fieristico illustreranno lo stato di attuazione dei progetti e i principali risultati raggiunti da ARPAL. L'organizzazione di *workshop/webinar* di taglio tecnico, rivolti prioritariamente a *stakeholders* e potenziali beneficiari, completerà il ventaglio di proposte.

- **Puglia Answer Service**

Attivazione dei servizi "Pronto U.R.P." e il "Numero Verde CPI" per garantire ai cittadini assistenza, orientamento e accompagnamento al catalogo dei Centri per l'impiego. Il fine è soddisfare la crescente esigenza dei clienti di ottenere risposte immediate e precise da parte dei CPI decongestionando gli sportelli dedicati.

- **SmartCPI – ARPAL Puglia**

Applicazione per *smartphone* per accedere con velocità e semplicità a tutti i servizi dei Centri dell'Impiego della Puglia, decongestionando gli sportelli dedicati. Questo utilissimo canale digitale permetterà di scaricare lo storico lavorativo e lo stato occupazionale, consultare e candidarsi alle offerte di lavoro, inviare curriculum e lettere di presentazione, ma anche ricevere *feedback* personalizzati. Rapportarsi ai CPI non è mai stato così *smart*.

Il presente Piano, composto da obiettivi strategici, attività e specifici strumenti, si rivolge ad un *target* caratterizzato dal pubblico regionale: cittadini, beneficiari potenziali di politiche attive del lavoro, pubbliche amministrazioni e altri enti, nonché *stakeholder* e *media*.

OBIETTIVI STRATEGICI						
Sviluppare la <i>mission</i> di ARPAL	Cristallizzare immagine coordinata dell'Agenzia	Rafforzare ruolo dei CPI sul territorio regionale	Diffondere servizi, attività e progetti dell'Ente	Garantire trasparenza amministrativa	Raccogliere <i>feedback</i> degli utenti	Attuare il <i>customer satisfaction management</i>
STRUMENTI	ATTIVITÀ					TARGET
Puglia Answer Service	Servizi "Pronto U.R.P." e il "Numero Verde CPI" per garantire ai cittadini assistenza, orientamento e accompagnamento al catalogo dei Centri per l'impiego					Potenziali beneficiari
SmartCPI ARPAL Puglia	Applicazione per <i>smartphone</i> per accedere con immediatezza a tutti i servizi dei centri dell'impiego della Puglia, decongestionando gli sportelli dedicati					Cittadini Potenziali beneficiari
Sito web istituzionale	"Canale" privilegiato per gestire le politiche attive del lavoro e avere accesso ai servizi dall'Agenzia					Cittadini Potenziali beneficiari <i>Stakeholder</i>
Youtube	Canale istituzionale per la condivisione di video informativi e promozionali, <i>tutorial</i> , contenuti multimediali					Cittadini Potenziali beneficiari <i>Stakeholder</i>
Social network	Pagine istituzionali ideate su Facebook, Instagram e LinkedIn					Totalità del pubblico regionale
Tv	Spot televisivi, video e materiale informativo diffusi tramite emittenti locali					Totalità del pubblico regionale
Campagna stampa e giornalismo	Ufficio stampa e redazione, <i>mailing list</i> , <i>newsletter</i> , servizi video giornalistici, <i>storytelling</i> , <i>banner</i> e spazi pubblicitari all'interno di giornali, relazioni con i media					Potenziali beneficiari Cittadini <i>Stakeholder</i>
Immagine coordinata	Efficace interconnessione tra i diversi canali comunicativi: web-tv, realizzazione grafica, stampa e affissione, <i>shooting</i> fotografici, allestimenti dedicati nelle sedi centrali e periferiche					Potenziali beneficiari Cittadini <i>Stakeholder</i>
Comunicazione diretta	Organizzazione e realizzazione di tavoli tematici, convegni, manifestazioni, eventi e <i>workshop</i>					Potenziali beneficiari Cittadini <i>Stakeholder</i>

Il Piano di Comunicazione si esplica considerando la tipologia di destinatari, il genere di relazione da instaurare tra emittente e ricevente e le caratteristiche specifiche dello stile comunicativo.

AZIONI	STRUMENTI	Sensibilizzare	Sollevare Interesse	Coinvolgere	RISULTATI ATTESI
CAMPAGNA MEDIA	Sito web istituzionale		◆	◆	Creare un polo unico di gestione delle politiche attive del lavoro
	SmartCPI ARPAL Puglia			◆	Accedere a tutti i servizi dei centri dell'impiego pugliesi con un'app specifica
	Spot	◆		◆	Diffondere con originalità informazioni sui servizi dell'Agenzia
	Youtube	◆	◆		Istruire l' <i>audience</i> in maniera accattivante con un canale istituzionale
	Social network	◆		◆	Diffondere <i>news</i> e creare una "connessione" stabile con i cittadini-utenti
CAMPAGNA STAMPA E GIORNALISMO	Copywriting	◆	◆		Diffondere notizie e informazioni con i principali canali di comunicazione giornalistica, promuovendo le attività dell'Ente e stimolando il coinvolgimento dei cittadini
	Articoli	◆	◆	◆	
	Conferenze stampa	◆	◆	◆	
	Comunicati stampa	◆	◆	◆	
	Rassegne stampa				
	Newsletter e mailing list		◆	◆	
	Banner e pubblicità	◆	◆	◆	
	Storytelling		◆	◆	
IMMAGINE COORDINATA	Cartellonistica 6x3		◆	◆	Cristallizzare l'immagine dell'Agenzia, rendendo immediatamente riconoscibile la sua identità
	Foto		◆		
	Info-desk	◆	◆		
	Web tv		◆		
	Totem	◆	◆		
	Roll up				
	Brochure	◆	◆		
	Layout uffici		◆	◆	
COMUNICAZIONE DIRETTA	Convegni	◆	◆	◆	Creare interesse sui servizi di ARPAL e incoraggiare la partecipazione dei cittadini
	Workshop	◆	◆	◆	
	Manifestazioni	◆	◆	◆	
	Eventi	◆	◆	◆	
	Tavoli tematici	◆	◆	◆	

5. BUDGET, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

Nel biennio 2020-2021 il Piano Straordinario di Potenziamento ha previsto lo stanziamento di **1.344.810 euro** da adoperare per l'attuazione del Piano di Comunicazione nel corso delle annualità 2021-2022. Le attività di comunicazione finanziate non dovranno superare l'1,5% del totale degli importi assegnati a ciascuna Regione dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali. L'attuazione del Piano necessita di costanti azioni di monitoraggio e valutazione, finalizzate a verificare l'efficacia, l'efficienza e la pertinenza delle attività proposte nel raggiungimento del target. Per assicurare un valido impianto valutativo, si dovrà prevedere una raccolta di informazioni in due tempi:

- **in itinere**, nel pieno svolgimento dell'azione operative;
- **ex post**, a conclusione delle attività.

L'azione di monitoraggio seguirà alcune specifiche direttive:

- verifica della corretta esecuzione del programma di attività, sia in termini qualitativi che quantitativi, attraverso l'osservazione delle singole azioni in relazione al raggiungimento dei risultati desiderati;
- *customer satisfaction management*: utilizzo di questionari costruiti ad hoc per rilevare il livello di soddisfazione del target in termini di notorietà ed efficacia dei messaggi divulgati, delle informazioni proposte e della qualità dei servizi offerti al fine di migliorare l'operato dell'Agenzia;
- controllo dello stato di avanzamento del Piano tramite report periodici;
- definizione di un sistema di indicatori quantitativi di valutazione:
 - Numero di soggetti e *stakeholder* coinvolti
 - Numero di comunicati stampa prodotti
 - Numero utenti sui *social network*
 - Numero di utenti sul portale istituzionale e sulle aree web dedicate
 - Numero di visualizzazioni video sul canale *Youtube*
 - Numero di tavoli tematici attivati
 - Numero di partecipanti agli incontri, suddivisi per genere
 - Numero di materiali prodotti e distribuiti

6. CONCLUSIONI

«La qualità etica della comunicazione è frutto di coscienze non superficiali, sempre rispettose delle persone, sia di quelle che sono oggetto di informazione, sia dei destinatari del messaggio»

(Papa Francesco)

Garantire un'informazione efficace, che sia pienamente in grado di coinvolgere la collettività pugliese nell'ambito delle politiche attive del lavoro, costituisce l'asse portante del presente Piano di Comunicazione. L'impegno divulgativo assunto da ARPAL ha una natura "concreta", essendo focalizzato sulla diffusione di informazioni grazie all'utilizzo di specifici strumenti e linee di intervento. Soluzioni comunicative orientate alla velocità e strategie promozionali votate all'ampliamento dei contatti sono necessarie per supportare le fasce deboli della popolazione, garantire la crescita del capitale umano e dell'occupazione nel territorio regionale, affrontando un lavoro in costante "divenire".

