

# Linee guida per l'utilizzo del "Format Garanzia Giovani in Regione Lombardia per gli Stakeholder"

---

## 1. PREMESSA

Regione Lombardia riconosce agli Enti che partecipano attivamente alla realizzazione del Programma Europeo Garanzia Giovani, l'utilizzo del marchio "**Garanzia Giovani in Lombardia**", una certificazione morale che valorizza il ruolo di responsabilità sociale sia del tessuto economico ed imprenditoriale, sia delle istituzioni del sistema educativo e associativo.

Questo manuale si propone di fornire a tutti i soggetti che partecipano a Garanzia Giovani in Regione Lombardia alcune indicazioni pratiche per svolgere, nel pieno rispetto della normativa nazionale in vigore, una corretta comunicazione dell'iniziativa a favore dei giovani non impegnati in un'attività lavorativa né inseriti in un percorso scolastico o formativo. Si tratta di un aiuto concreto per supportare le iniziative promozionali che gli **stakeholder** sul territorio lombardo quali, prioritariamente, operatori pubblici e privati accreditati al sistema regionale, istituzioni scolastiche, università, aziende, parti sociali, possono utilizzare per garantire un'informazione al pubblico efficace, corretta e coerente con quanto previsto dai regolamenti comunitari e nazionali.

## 2. A CHI E' RIVOLTO IL MANUALE

Il manuale è rivolto agli stakeholder che partecipano a Garanzia Giovani e che possono utilizzare gli elementi visivi per assicurare una comunicazione e informazione puntuale e omogenea, con una diffusione per l'intero pubblico di riferimento su tutto il territorio lombardo.

## 3. GLI ELEMENTI VISIVI

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
- Il marchio
- Il timbro

### L'identità visiva

Selezionata tramite il contest creativo on line, la linea grafica prescelta 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;
- un simbolo grafico che contiene la dicitura "garanzia giovani", l'indirizzo web del sito nazionale e una fascia con la dicitura "Un'iniziativa"



#### 4. DISPOSIZIONI RELATIVE ALLA PRESENTAZIONE GRAFICA

È obbligatorio collocare i seguenti marchi in successione con pari altezza:

- L'emblema dell'Unione europea (bandierina rettangolare con 12 stelline), con il riferimento al Fondo sociale europeo e all'Iniziativa a favore dell'Occupazione Giovanile



- Il Marchio Garanzia Giovani



- Il marchio ANPAL



- Il marchio della Regione Lombardia



Il format, disponibile per gli stakeholder sul sito [www.garanzigiovani.regione.lombardia.it](http://www.garanzigiovani.regione.lombardia.it) e/o sul sito [www.ue.regione.lombardia.it](http://www.ue.regione.lombardia.it), è da utilizzare senza separare i singoli marchi e si presenta come segue:



## 5. UTILIZZO:

Gli stakeholder possono utilizzare il format Garanzia Giovani in Lombardia **unicamente** nella comunicazione delle iniziative **collegabili** al Programma Garanzia Giovani in Lombardia.

I marchi devono essere impiegati secondo le modalità descritte di seguito:

### A) Materiale cartaceo (copertina brochure, poster A3, leaflet, badge, invito, ecc.)

- E' obbligatorio mantenere in successione e di dimensioni equivalenti i marchi che costituiscono il format (Unione Europea, Garanzia Giovani, Anpal e Regione Lombardia).
- Il format è collocato in alto.
- **Il marchio degli stakeholder** deve avere un'altezza non superiore a quella dell'emblema UE e **deve essere posizionato a piè pagina.**



### B) Materiale digitale (slide, banner, sito web)

- E' obbligatorio mantenere in successione e di dimensioni equivalenti i marchi che costituiscono il format (Unione Europea, Garanzia Giovani, Anpal e Regione Lombardia).
- Il format è collocato sugli strumenti in alto.
- Nelle slide valgono le regole di posizionamento di cui alla lettera A).

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

**Regione Lombardia si riserva di verificare l'osservanza** dei contenuti delle presenti Linee guida per la promozione delle attività da parte degli stakeholder.

In caso di reiterate violazioni dei suddetti canoni comportamentali, si provvederà all'adozione di provvedimenti finalizzati alla tutela dell'immagine e degli interessi di Regione Lombardia.