



Strategia di comunicazione

Progetto

Welfare 4.0

Definizione di un welfare comunitario d'inclusione

SOMMARIO

1. Introduzione	0
1.1 Analisi del contesto	1
1.2 Esigenze e bisogni individuati e rilevati	1
1.3 Il progetto innovativo Welfare 4.0	2
2. Strategia di comunicazione	3
2.1. Scopi e obiettivi	3
2.2 Pubblici di riferimento	4
2.2.1 Rete di progetto	4
2.2.2 Focus target: i beneficiari	5
2.2.3 Opinion maker	5
2.2.4 Moltiplicatori	6
2.2.5 Grande pubblico	6
2.3 Parole chiave, canali e stili di comunicazione	7
2.4 Identità e realizzazione del marchio di progetto	8
3. Strumenti di Comunicazione	9
3.1 Strumenti online	9
3.1.1 Sito web	9
3.1.2 Canali social	9
3.1.3 Pubblicazioni in formato digitale	9
3.1.4 Video pillole per i social	10
3.1.5 Realizzazione video 10 minuti sui risultati del progetto	10
3.1.6 Formazione online	10
3.2 Strumenti e canali offline	12
3.2.1 Logo	12
3.2.2 Kit di comunicazione	12
3.2.3 Materiali promozionali	12
3.1.4 Comunicati stampa	12
3.2.5 Eventi in presenza	13
3.2.5.1 Seminari	13
3.2.6 Campagna di informazione e promozione del progetto (online e offline)	14
4. Valutazione e monitoraggio	15
5. Conclusioni	18
6. Cronoprogramma	19

1. Introduzione

Il **progetto Welfare 4.0** è stato individuato tra quelli di **rilevanza nazionale nel Terzo settore all'interno dell'Avviso 2 del 2020** (ai sensi dell'art. 72 del D.L. del 3 luglio 2017, n. 117 e s.m.i.) **dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali**.

Nasce dall'osservazione degli effetti negativi generati dalla pandemia causata dal COVID-19 sulle persone con disabilità, **in termini di violazione di diritti umani** (come indicato nella Convenzione ONU).

L'emergenza coronavirus ha – di fatto - ulteriormente confermato le **criticità del welfare state italiano** mettendo a nudo la **fragilità del “modello della presa in carico”** alla base **dei servizi rivolti alle persone con disabilità**, soprattutto per quanto attiene all'**organizzazione dei servizi** e alle **residenze socio-assistenziali e socio-sanitarie**. **Spesso questi non assolvono alle loro funzioni primarie di inclusione che garantirebbero l'esercizio di “piena cittadinanza” degli individui con disabilità.**

Ad oggi, si notano il **vuoto culturale fatto di stereotipi e pregiudizi** che circonda le persone con disabilità e la **manca di visione di una società inclusiva**, fattori che impediscono di garantire il mantenimento dei soggetti presso le proprie abitazioni e/o in strutture di co-housing realizzando un'ottimizzazione di servizi e risorse. In particolare, si nota un **gender gap** nel contesto della disabilità, quale risultante dall'intersezione di genere e disabilità, che espone donne, ragazze e bambine con disabilità a condizione di discriminazione multipla che nasce e si propaga in contesti di cura e di assistenza o all'interno dei più complessi ambienti relazionali.

Ecco perché nasce l'**idea progettuale** fortemente condivisa dalla rete **FISH** (Federazione Italiana Superamento Handicap) centrata sull'emergenza di definire un **nuovo welfare comunitario d'inclusione** dove i **progetti personalizzati**, definiti insieme agli interessati, sono il fulcro di tutti gli interventi rivolti alla persona e il ricorso alle strutture residenziali costituisce l'ultima ratio da adottare in casi estremi ed eccezionali. Il nuovo **“welfare 4.0”** (come definito dalla [Convenzione Internazionale sui Diritti delle Persone con disabilità, ratificata dall'Italia con legge n. 18 del 2009](#)) è, quindi, **un servizio integrato di armonica combinazione di elementi centrati sulla persona e sulle misure più efficaci per generare empowerment** negli individui (in modo che possano accrescere il loro potenziale per poter superare i limiti).

Il progetto Welfare 4.0 coinvolge le 20 regioni italiane grazie alla presenza delle strutture territoriali FISH o dei partner progettuali o, ancora, grazie al coinvolgimento delle associazioni di categoria e/o organizzazioni regionali. In **4 regioni (Campania, Calabria, Veneto e Umbria)** verrà realizzata una **sperimentazione per conoscere l'impatto che il nuovo modello di welfare comunitario d'inclusione può avere sugli attuali servizi e sugli operatori**. Allo stesso tempo, **alcune persone con disabilità potranno conoscere e valutare sia i nuovi approcci culturali sia gli strumenti elaborati nel progetto**. Sperimentazioni aggiuntive potranno essere valutate durante lo svolgimento del progetto che garantisce **innovazione tecnologia e sociale** così come **l'integrazione della prospettiva di genere allo scopo di superare tutte le disuguaglianze e permettere a tutti i soggetti di partecipare alle attività su tutto il territorio nazionale.**

I destinatari delle attività sono:

- **40 disabili (e relative famiglie)** che usufruiranno dei progetti di **welfare personalizzato**;
- **1600 operatori del welfare** destinatari dei **corsi MOOC** (formazione innovativa gestita su piattaforma www.federica.eu dell'Università Federico II di Napoli);
- **180 operatori sociali** destinatari dei **webinar**;
- **200 partecipanti** dei **seminari**.

1.1 Analisi del contesto

In Italia, secondo l'ISTAT, le persone con disabilità sono circa 3 milioni e 100 mila (il 5,2% della popolazione) mentre, secondo la Relazione del Garante Nazionale dei diritti delle persone detenute o private della libertà personale presentata al Parlamento nel 2019, vi sono circa 13.538 (dato sottostimato) presidi residenziali sanitari, socio-sanitari e sociali che, alla rilevazione di prevalenza effettuata, ospitavano 350.673 persone minori, anziane e con disabilità fisica e psichica e non autosufficienti, prive di famiglia o con famiglie non più in grado di prendersene cura. Inoltre nel rapporto finale (5 maggio 2020) dell'indagine campione sulle residenze sanitarie assistite (RSA) realizzata dall'Istituto Superiore di Sanità nei giorni dell'emergenza COVID-19 è emerso che in tali residenze vi è stato un più alto numero di morti rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, che oltre il 41,2% dei residenti sono deceduti a causa del COVID-19 e sintomi similari e che il 56,4% dei residenti sono stati ricoverati in ospedale con sintomi del COVID-19 e sintomi simil-influenzali. La crisi pandemica COVID-19 degli ultimi mesi ha fatto emergere maggiormente l'inadeguatezza del welfare italiano, che si è dimostrato incapace di trasformare i servizi per le persone con disabilità legati a luoghi specifici (centri diurni, centri di riabilitazione, residenze, etc.) in servizi domiciliari, legati alle comunità ed alle risorse del territorio, includendo queste persone negli ordinari spazi di vita e relazione. Quindi queste strutture e il più ampio ventaglio di servizi sociali pensati per proteggere le persone più vulnerabili in realtà, durante la pandemia, hanno letteralmente cancellate queste persone dai sistemi di protezione peggiorando la già precaria qualità di vita. In sostanza, nonostante la ratifica da parte dell'Italia (Legge n. 18 del 2009) della Convenzione Internazionale sui Diritti delle Persone con Disabilità, non paiono ancora esser state definite (o attuate, come nel caso del Secondo Programma d'Azione), sufficienti misure strutturali per far fronte alla condizione di esclusione e discriminazione delle persone con disabilità.

La definizione del nuovo modello di welfare comunitario d'inclusione, che si inquadra in queste criticità e impegni internazionali, è fondamentale affinché il percorso di sviluppo della persona con disabilità non sia programmato con riferimento a una condizione umana predefinita in astratto attraverso un offerta di servizi, ma sia basato su una specifica valutazione dei fattori personali e delle condizioni contestuali da sostenere e modificare per una piena inclusione e partecipazione; affinché sia garantita l'applicazione della Convenzione sui diritti delle persone con disabilità delle Nazioni Unite, anche nelle regioni (art. 4 comma 5, obblighi generali), in particolare dell'art. 5 (Eguaglianza e non discriminazione), dell'art. 8 (Accrescimento della consapevolezza), dell'art. 11 (Situazioni di rischio ed emergenze umanitarie), dell'art. 14 (Libertà e sicurezza della persona), dell'art. 15 (Diritto di non essere sottoposto a torture, a pene o a trattamenti crudeli, inumani o degradanti) Diritto di non essere sottoposto a torture, a pene o a trattamenti crudeli, inumani o degradanti), dell'art. 16 (Diritto di non essere sottoposto a sfruttamento, violenza e maltrattamenti) e dell'art. 19 (Vita indipendente e inclusione nella società) e quindi sia definito e implementato un nuovo welfare comunitario d'inclusione dove il ricorso ai presidi residenziali costituisca l'ultima ratio, da adottare in casi estremi ed eccezionali.

1.2 Esigenze e bisogni individuati e rilevati

- Necessità che venga definito un nuovo sistema di welfare comunitario d'inclusione nazionale e regionale adeguato a proteggere le persone con disabilità e garantire il rispetto e la promozione dei diritti umani e

delle libertà fondamentali con un approccio inclusivo e comunitario secondo quanto sancito dalla Convenzione Internazionale sui Diritti delle Persone con Disabilità, dal diritto dell'Unione Europea e dell'Italia.

- **Promozione di una nuova cultura della disabilità e la lotta ad ogni forma di pregiudizi e stereotipi** sulle persone con disabilità in particolare nel mondo della comunicazione e del mondo culturale, istituzionale e politico.

- **Promozione, negli operatori e nei professionisti del settore e degli enti locali, di conoscenze e competenze su metodologie e strumenti** (es. progetto personalizzato) necessari alla costruzione di interventi e servizi personalizzati volti all'empowerment, all'abilitazione, alla valorizzazione del vivere nella propria comunità e all'inclusione sociale.

- **Promozione e rafforzamento delle conoscenze e delle competenze delle associazioni** che si occupano di disabilità, delle donne e degli uomini con disabilità e delle loro famiglie per promuovere la loro piena partecipazione, la capacità di esigere il rispetto dei loro diritti, la realizzazione di interventi e servizi adeguati previa realizzazione di un progetto personalizzato e l'accesso ai fondi disponibili.

- **Sostenere ed accompagnare gli Enti locali all'utilizzo di metodologie e strumenti per favorire interventi e servizi personalizzati** rivolte alle persone con disabilità e per l'utilizzo dei fondi che sono messi loro disposizione dal Governo centrale e delle Regioni per servizi per l'inclusione sociale (es. vita indipendente, dopo di noi, non autosufficienza).

1.3 Il progetto innovativo Welfare 4.0

L'**innovatività tecnologica** dell'intervento è espressa nelle **metodologie** e nelle **tecniche** che vengono **applicate nella realizzazione delle attività**. Infatti, **accanto a interventi tradizionali di ricerca e di formazione seminariale in aula**, vengono **ampiamente utilizzate piattaforme digitali** sia per incontri di lavoro per il coordinamento scientifico e organizzativo sia per la formazione da remoto la quale sarà strutturata in MOOC e Webinar.

L'**innovazione sociale** è **garantita dall'elevato processo di coinvolgimento ed empowerment degli attori coinvolti a ogni livello e titolo** (beneficiari, stakeholder e policy maker) che mobilitando risorse umane genererà, prima nel progetto e dopo nel contesto comunitario e sociale, un attivismo diffuso che moltiplicherà energie e iniziative al servizio del miglioramento sociale.

L'**innovatività concettuale**, infine, è garantita dall'**integrazione** della **prospettiva di genere in tutte le attività del progetto**. Ciò **permette**, nella definizione del nuovo welfare comunitario d'inclusione, il **superamento dell'assuefazione alle disuguaglianze di genere** e di reindirizzare le risorse dall'istituzionalizzazione a servizi radicati nella comunità e di aumentare il sostegno economico per consentire alle donne con disabilità di vivere in modo indipendente su tutto il territorio nazionale.

2. Strategia di comunicazione

Questa strategia di comunicazione è radicata in sette principi fondamentali:

1. **Credibilità:** trasmettere una percezione di veridicità e rispetto;
2. **Chiarezza:** trasferire con un linguaggio appropriato, messaggi chiari e consapevolezza culturale;
3. **Interazione:** consentire uno scambio di idee sfaccettato;
4. **Pervasività:** ogni azione invia un messaggio che si deve propagare;
5. **Integrazione e coordinazione:** raggiungere le persone attraverso più di un canale, ma in modo coerente su tutte le piattaforme
6. **Reattività e accessibilità:** individuando il pubblico, il messaggio, il tempo e il luogo giusti e tenendo conto delle esigenze dei più vulnerabili ed esclusi
7. **Sostenibilità sociale e ambientale:** la comunicazione deve essere inclusiva e arrivare a tutti; inoltre deve limitare al massimo le emissioni.

2.1. Scopi e obiettivi

L'obiettivo generale degli interventi di comunicazione nell'ambito di questa strategia è di contribuire al rafforzamento del core progettuale attraverso una comunicazione efficace a tutte le parti interessate, inclusi beneficiari e non beneficiari, che a loro volta contribuiranno a creare fiducia nel progetto stesso.

Gli obiettivi specifici di comunicazione sono:

1. **Dare informazioni semplici e trasparenti** su:
 - obiettivi, strategie, fasi, azioni e risultati del Progetto Welfare 4.0
 - cofinanziamento Ministero
2. Favorire l'**accesso inclusivo (sostenibilità sociale)** di tutti gli utenti
3. **Potenziare la rete di stakeholder** del Progetto e **migliorare i flussi di comunicazione interna**
4. **Promuovere i risultati concreti e le buone prassi** (in merito alle storie/esperienze di utenti/operatori)
5. **Rafforzare l'immagine del progetto e della rete progettuale**

2.2 Pubblici di riferimento

Suddivisi in gruppi omogenei in base alla loro natura.

(PI) **Pubblico interno:** direttamente coinvolto nel processo di cambiamento e di comunicazione del progetto

- **Rete di progetto** (FISH, Università, Amministrazioni)

(PE) **Pubblici esterni:**

- **(Focus target) beneficiari** operatori, utenti e loro familiari
- **opinion maker** (politici, comunità scientifica, leader religiosi)
- **moltiplicatori** (media, associazioni di categoria e ordini professionali operatori, associazioni del Terzo Settore, EELL,)
- **grande pubblico**

2.2.1 Rete di progetto

Partner rilevanti

- Federazione FISH e delegazioni territoriali (Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Liguria, Toscana, Umbria, Valle d'Aosta CodiVdA)
- Garante nazionale dei diritti delle persone detenute o private della libertà personale
- Università degli Studi ("Suor Orsola Benincasa" di Napoli, del Molise, di Cagliari - Dipartimento di Scienze Economiche ed Aziendali, di Ferrara – Dipartimento di Giurisprudenza, di Milano, di Torino – Dipartimento di Giurisprudenza, del Piemonte Orientale - Dipartimento di Giurisprudenza, Scienze politiche, economiche e sociali
- Centro di Ateneo Federica Web Learning Università degli Studi Federico II Napoli
- Centro di Ateneo per i Diritti Umani "Antonio Papisca" dell'Università di Padova, Atpicalab for Cultural Disability Studies, istituito presso il Dipartimento di Umanistici della Università della Calabria (collaborazione gratuita), CERC Centre for Governmentality and Disability Studies dell'Università degli Studi di Napoli "Suor Orsola Benincasa", PIN srl – Servizi Didattici e Scientifici per l'Università di Firenze
- Comune di Pontecagnano Faiano – Ambito territoriale S4 e Comune di Soverato
- Regione Umbria
- Azienda ULSS 6 Euganea Distretto Padova
- DPI
- Associazioni (ABC - Associazione Bambini Cerebrolesi, AISM collaborazione gratuita, ANFFAS collaborazione gratuita, LEDHA (partner), UILDM Direzione Nazionale (partner)

Collaborazioni

- Altre delegazioni territoriali FISH (Piemonte, Lombardia, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Lazio, Puglia,

Basilicata, Sardegna)

- Associazioni di categoria (psicologi, assistenti sociali)

Comunicazione interna con la rete progettuale

Serve a garantire un'ampia visibilità e promozione delle iniziative.

Prevede azioni di comunicazione interna che partono dalla creazione della rete relazionale fondata sulla condivisione di mission, vision e valori progettuali per poi procedere con l'animazione attraverso il coinvolgimento negli obiettivi a breve medio e lungo termine.



2.2.2 Focus target: i beneficiari

- 40 disabili (e relative famiglie) che usufruiranno dei progetti di welfare personalizzato
- 1600 operatori del welfare destinatari dei corsi MOOC
- 180 operatori sociali destinatari dei webinar
- 200 destinatari dei seminari

Le comunicazioni con questi beneficiari riguarderanno la creazione di consapevolezza sul progetto, come accedere, quali sono i bisogni e le aspettative che può soddisfare.

2.2.3 Opinion maker

Gli opinion maker sono quegli individui credibili e di cui si fidano i beneficiari e le loro famiglie: potremmo chiamarli anche "influencer". È importante creare consapevolezza e comprensione del progetto all'interno di questi gruppi in modo che possano sostenerlo e creare fiducia nel sistema e, di conseguenza, accrescere l'efficacia della comunicazione.

2.2.4 Moltiplicatori

Sono i soggetti in grado di potenziare l'effetto delle azioni di comunicazioni, di moltiplicarlo.

I media, in particolare, rappresentano un pubblico privilegiato con cui condividere i dati, le azioni e i risultati del progetto; possono contribuire anche ad aumentare la sua credibilità. Includono la stampa e le testate online/blog oltre ai social a livello nazionale e locale. Le comunicazioni con questo gruppo includeranno la condivisione regolare di informazioni e aggiornamenti sul progetto, storie di successo e sfide da implementare.

2.2.5 Grande pubblico

La comunicazione, in questo caso, ruota attorno alla costruzione di una consapevolezza/informazione generale sul progetto.

2.3 Parole chiave, canali e stili di comunicazione

Il progetto in poche parole

Il progetto mira a definire un nuovo welfare comunitario d'inclusione in cui vengano assicurate, ai soggetti con disabilità, la salute e il benessere, il superamento delle varie forme di ineguaglianza e povertà attraverso la tutela e la promozione dei diritti umani, l'inclusione e la partecipazione attiva, con pari opportunità e senza discriminazioni.

Parole chiave (possono dare spunto per #hashtag o wordcloud)

- diritti umani,
- svolta decisiva
- percezione sociale della disabilità
- piena inclusione e partecipazione.
- prospettiva di genere,
- politiche, le azioni ed i servizi inclusivi
- strumenti d'empowerment
- sostegno alla vita di comunità
- competenze partecipative
- responsabilità sociale
- consapevolezza
- inclusione
- sensibilizzazione
- formazione
- conoscenza
- pratiche e progetti inclusivi
- nuova cultura e nuova immagine della disabilità
- Vita Indipendente
- Dopo di noi
- budget di salute
- limitato ricorso alle strutture socio-assistenziale e socio-sanitarie
- sperimentazione.

Canali

L'uso di molteplici canali e strumenti di comunicazione assicurerà una comunicazione adeguata ai diversi pubblici. I criteri utilizzati per selezionare questi canali e strumenti sono:

- Accessibilità del mezzo
- Efficacia del mezzo nel trasmettere messaggi chiave
- Sostenibilità ambientale

Stile della comunicazione

I messaggi saranno chiari, semplici, culturalmente adatti, con un linguaggio appropriato e forniranno informazioni chiare e trasparenti.

2.4 Identità e realizzazione del marchio di progetto

In quanto progetto caratterizzato da una forte azione di rete, è necessario implementare un'identità chiara dello stesso - attraverso il marchio - per raggiungere un forte impatto comunicativo.

La percezione di un marchio è fortemente influenzata dalla sua identità visiva che è il primo elemento di riconoscimento del progetto. Ecco perché serve l'uso coerente di particolari elementi visivi - come caratteri, colori ed elementi grafici specifici - per creare distinzione.

L'identità visiva e le linee guida creative scelte sono finalizzate a garantire, sin dalla fase iniziale delle attività un'identità forte e unica per la rete progettuale e tutti i partner. Il marchio sarà parte integrante della grafica coordinata e di tutti i materiali promozionali e divulgativi prodotti durante il corso del progetto.



Welfare 4.0

La progettazione ha tenuto conto della **necessità di accessibilità a tutti**. Per rendere il marchio immediatamente identificabile è stato utilizzato il font **“AbeatbyKai”** con **curve dolci**, ma **semplice, pulito** e profondo, liscio e sinuoso, oltre che elegantemente invitante.

I colori utilizzati sono: il **blu per comunicare fiducia, sicurezza e affidabilità** e l'**arancio** che rimanda all'**allegria**, alla **spensieratezza** e al **calore (umano)**.

Per quanto attiene al **simbolo**, si è scelto un segno (il **cerchio**) che potesse racchiudere e rendere il senso di come sia necessario mettere **la persona con disabilità al centro dei servizi** e di come essi debbano essere **personalizzati intorno alla persona stessa**. Si è cercato di evitare di utilizzare il simbolo della persona in carrozzina (che per la FISH non identifica tutte le disabilità), ma lo si è voluto richiamare - alla lontana - per far comunque capire che il progetto si occupa di disabilità, servizi, personalizzazione.

Il marchio **sarà parte integrante del KIT di comunicazione** che verrà fornito alla rete progettuale per potere comunicare all'esterno

3. Strumenti di Comunicazione

3.1 Strumenti online

3.1.1 Sito web

Il sito web del progetto deve contenere informazioni complete sugli scopi e gli obiettivi dello stesso, permettere un accesso facile e avere un'interfaccia intuitiva. È il punto di ingresso per tutti gli attori/stakeholders della rete progettuale alle attività, ai servizi, al materiale e alle informazioni che il progetto intende creare, raccogliere e condividere.

Essendo uno dei principali canali di diffusione dei messaggi sarà continuamente aggiornato per tutta la durata del progetto.

TARGET: per tutti i pubblici

3.1.2 Canali social

Servono per promuovere regolarmente le attività e i risultati del progetto e potranno anche promuovere il dibattito più ampio collegato ai temi chiave, oltre che a creare un ampliamento della rete relazionale e di interesse (anche azione di lobby) in merito alle tematiche progettuali.

Si pensa di concentrarsi sui seguenti: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube.

TARGET: per tutti i pubblici

3.1.3 Pubblicazioni in formato digitale

Servono a diffondere gli sviluppi significativi del progetto, notizie, annunci, paper, ma anche articoli che introducono il progetto e che potranno essere, eventualmente, pubblicati su portali di terze parti, comprese piattaforme professionali e specializzate, blog tematici rilevanti, portali web dei partner.

Saranno disponibili per il download anche sul sito del progetto.

TARGET: rete progettuale, opinion leader e stakeholder

3.1.4 Video pillole per i social

Si è pensato di produrre una serie di video per comunicare meglio gli obiettivi, le azioni e i risultati del progetto ai gruppi target. Il contenuto potrebbe essere rappresentato da interviste alle persone coinvolte nel progetto (in quanto partner e/o come beneficiari) affinché emerga fortemente il **volto umano del progetto**.

Possono essere realizzati anche con un telefonino, avranno una durata molto breve e saranno diffusi su tutti i social.

TARGET: per tutti i pubblici

3.1.5 Realizzazione video 10 minuti sui risultati del progetto

Sarà realizzato un video che illustri i risultati del progetto da diffondere prevalentemente in occasione dell'evento finale e da pubblicare su Youtube.

TARGET: per tutti i pubblici

3.1.6 Formazione online

Una piattaforma online collegata e/o accessibile dal sito web del progetto permetterà l'accesso. Inoltre, ove ritenuto opportuno e per allargare la platea dei destinatari, i corsi saranno caricati sul canale YouTube del progetto.

Azione 2.1 - Online Course

Realizzazione di 2 MOOC (Massive Online Open Courses). Questi saranno ospitati sulla piattaforma di web learning <https://www.federica.eu/> dell'Università di Napoli Federico II.

Il Mooc consente la partecipazione di un gran numero di utenti contemporaneamente su un'unica piattaforma. La modalità adottata sarà quella degli XMOOC con la quale i docenti spiegano il tema della lezione attraverso un video (di 15 o 20 minuti) e forniscono materiale didattico aggiuntivo. Il tutto sarà accessibile grazie a sottotitolatura, interprete dei segni e ogni strumento adattivo necessario.

Ogni Mooc resterà online 3 anni (in modo da permetterne ampia diffusione anche oltre la conclusione del progetto) e sarà articolato in 10 lezioni di 30 per la durata complessiva di 5 ore. Per ogni MOOC ci sarà un test di verifica propedeutico al MOOC successivo. A conclusione dell'Online Courses ci sarà un test finale di verifica e il rilascio di un attestato di partecipazione.

I contenuti saranno individuati e elaborati dal Comitato scientifico; la parte tecnica (progettazione, strutturazione, costruzione, etc.) dei MOOC sarà realizzata dalla Federica Web Learning, Centro di Ateneo dell'Università Federico II di Napoli.

I temi della formazione verteranno su: Welfare comunitario d'inclusione , Il welfare italiano welfare e COVID-19, welfare e Convenzione Onu, normativa internazionale, europea, nazionale e regionale; Metodologie e strumenti tecnici e culturali (superamento della segregazioni, definizione di condizione di disabilità, assessment, programmi di vita indipendente, progetti personalizzati, strumenti di sostegno e dopo di noi, donne con disabilità, minori con disabilità, raccordo tra i servizi); Prospettive (il percorso del cambiamento, le soluzioni diversificate per Regioni); La discriminazione fondata sulla disabilità (i diritti umani e le discriminazioni, le varie forme discriminazione e di multi discriminazione, intersectorialità della discriminazione, strumenti legali di protezione, comportamenti appropriati, nuove definizioni legali nella legislazione italiana).

Azione 2.2 Webinar “Dal Welfare di protezione al Welfare comunitario di inclusione”

I webinar vengono gestiti tramite piattaforma Zoom (l'unica che consente di sottotitolare in diretta per le persone sorde) con un abbonamento che consente fino a 300 partecipanti a o ogni evento. Quando si tratta di eventi da rendere disponibili per pubblici più vasti, questi verranno trasmessi in streaming tramite il canale Youtube della Federazione FISH.

I Webinar saranno 6 della durata di 2 ore ciascuno per un totale di 12 ore. Saranno coinvolti circa 10 formatori esperti che, con i loro interventi, solleciteranno il confronto e la riflessione tra partecipanti, rappresentanti delle associazioni aderenti alla FISH, partner e network del progetto, al fine di trasferire esperienze e buone pratiche inclusive tra le Regione e le aree geografiche in cui opera la FISH.

I temi dei Webinar, a cura del Comitato scientifico, verteranno su: Metodologie e strumenti per l'inclusione sociale e la piena partecipazione delle persone con disabilità; Intersezione genere e disabilità: discriminazione multipla delle donne, ragazze e bambine con disabilità nella teoria e nella prassi dei servizi socio- assistenziali; De-istituzionalizzazione delle persone con disabilità: Il passaggio dai servizi istituzionalizzanti ad un sistema di progetti personalizzati e di sostegni di comunità; De-famigliarizzazione delle persone con disabilità: Dall'iperprotezione inibente e impoverente all'empowerment e piena partecipazione; Il progetto personalizzato per la piena cittadinanza; Il ruolo delle famiglie.

La FISH contatterà gli ordini dei principali albi professionali interessati (Albo Assistenti Sociali, Albo Psicologi) per valutare la possibilità di accreditare i webinar per il rilascio degli appositi crediti CFU. Sarà in ogni caso rilasciato sempre apposito attestato di frequenza.

3.2 Strumenti e canali offline

3.2.1 Logo

3.2.2 Kit di comunicazione

Permetterà di attenersi a un modello graficamente coordinato, ma al tempo stesso personalizzabile in base alle esigenze comunicative dei diversi partner. Conterrà il logo, la barra loghi del progetto e i layout (per la stampa) in formato .pdf modificabile per: locandina, pagina, post e netiquette social, newsletter, mail.

3.2.3 Materiali promozionali

Anche se come stato detto precedentemente, nell'ottica della sostenibilità ambientale, la stampa dei materiali sarà ridotta al minimo (e sarà realizzata preferibilmente su carta riciclata) i materiali prodotti saranno:

- 4 rollup (da esporre durante gli eventi in presenza)
- 20 poster sui risultati della ricerca (pannelli in forex 3 mm cm 70m x 100) da poter appendere
- Manuale "Progetto personalizzato: approcci e strumenti tecnici e culturali per garantire i diritti umani delle persone con disabilità"

TARGET: per tutti i pubblici

3.1.4 Comunicati stampa

I comunicati stampa saranno sviluppati su base regolare e coincideranno con i risultati chiave del progetto (ad es. organizzazione di un grande evento, attuazione di attività chiave nell'ambito del progetto, ecc.).

Verrà realizzato un coordinamento degli uffici stampa dei partner coinvolti, in modo da ottimizzare il flusso di comunicazione. Tutti i partner avranno la responsabilità di impegnarsi con i loro media locali per garantire una più ampia portata del comunicato stampa. Tutti i comunicati stampa saranno pubblicati sul sito web del progetto.

TARGET: rete progettuale e media

3.2.5 Eventi in presenza

3.2.5.1 Seminari

Presentazione del progetto

Alla presenza dei principali componenti della rete progettuale e in remoto per gli altri (tramite streaming online) verrà presentato il progetto dedicando particolare attenzione alla mission, vision, valori e obiettivi comuni.

TARGET: per tutti i pubblici

Seminari formativi regionali

Saranno realizzati 5 seminari formativi in presenza a cura delle 5 FISH Regionali (Lombardia, Friuli, Umbria, Campania e Calabria), della durata di 3 ore con circa 40 persone ciascuno. L'obiettivo sarà quello di scardinare stereotipi e pregiudizi sulla disabilità e sulle persone con disabilità all'interno del mondo della comunicazione e dell'informazione ancora oggi impregnate da paternalismo, pietismo, infantilizzazione o da strategie che possono essere definite di smaterializzazione della persona con disabilità e che consistono, essenzialmente nel non parlare del problema o nel parlarne come se fosse assente.

I temi dei seminari formativi verteranno su: "Comunicativa corretta e inclusiva sul tema della disabilità"; "Parole inappropriate e false credenze sulle persone con disabilità"; "La disabilità nell'era dell'informazione digitale"; "L'accessibilità e fruibilità della comunicazione e dell'editoria"; "La parola ai protagonisti". La FISH contatterà i principali ordini professionali interessati per valutare la possibilità di accreditare i seminari per il rilascio degli appositi crediti CFU. Sarà in ogni caso sempre rilasciato apposito attestato di frequenza.

TARGET: rete progettuale

3.2.5.2 Conferenza ed evento finale

Alla presenza dei principali componenti della rete progettuale e in remoto per gli altri (tramite streaming online) verranno presentati i risultati della ricerca e della sperimentazione nonché le buone prassi e le aree di criticità riscontrate.

3.2.6 Campagna di informazione e promozione del progetto (online e offline)

Si tratta di una campagna multimediale di tipo “corporate/istituzionale” con l’obiettivo di aumentare il livello di conoscenza del progetto e dei servizi offerti, oltre che dei destinatari a cui si rivolgono. Verrà realizzata secondo modalità di comunicazione integrata.

Saranno coinvolte

- ❖ 5 testate giornalistiche online
- ❖ 5 testate carta stampata
- ❖ 1 TV
- ❖ 1 radio

TARGET: per tutti i pubblici

4. Valutazione e monitoraggio

Saranno previste azioni di valutazione e monitoraggio delle azioni e delle campagne di comunicazione per misurare l'impatto, l'efficacia e l'efficienza delle stesse.

Innanzitutto, è bene definire i confini e le pertinenze delle attività.

Valutazione: mira a realizzare uno studio sull'efficacia rispetto a diversi periodi di rilevazione (ex ante, in itinere ed ex post). Si tratta per lo più di indagini di tipo qualitativo volte a comprendere la partecipazione e il cambiamento di atteggiamento/informazione/coinvolgimento dei pubblici di riferimento in merito alle attività tramite sondaggi, interviste e simili.

In particolare la valutazione di impatto potrà concentrarsi: sulle persone con disabilità e i loro familiari beneficiari dei progetti sperimentali personalizzati, sugli operatori degli enti locali coinvolti e su coloro che hanno beneficiato della formazione e delle attività del progetto secondo le differenti metodologie.

Monitoraggio: è finalizzato alla verifica periodica dello stato di avanzamento delle attività rispetto agli obiettivi fissati. Viene effettuato al fine di garantire il completamento del progetto in tempo. Lo scopo del monitoraggio è anche quello di fornire suggerimenti costruttivi in merito, per esempio a: la riprogrammazione del progetto, se necessario, la ridefinizione del budget, ecc. Si tratta di relazioni periodiche che illustrano l'andamento delle diverse attività con l'indicazione degli output raggiunti (che devono essere quindi chiaramente individuati e misurabili).

Per il monitoraggio saranno individuati gli output come segue.

Tabella Azioni online - Corrispondenza tra azioni, destinatari, obiettivi e azioni di monitoraggio

Strumenti di comunicazione	Destinatari	Obiettivi di comunicazione	Oggetto/idella rilevazione	Modalità
Sito web	Tutti	Informare/Aggiornare	Accessi al sito	Monitoraggio del numero di accessi al sito web
Canali social	Tutti	Informare/Aggiornare	N. follower, like, condivisioni N. visualizzazioni video	Monitoraggio dei dati di utilizzo delle pagina
Pubblicazioni digitali	Rete progettuale	Informare/Aggiornare	Copie	Numero delle copie distribuite (web download)
Video Clip	Tutti	Informare	N. di visualizzazioni/download	Monitoraggio delle statistiche di visualizzazione sul sito e sui canali digitali di distribuzione video (es. YouTube)
Video 10 minuti risultati progetto	Tutti	Informare	N. di visualizzazioni/download	Monitoraggio delle statistiche di visualizzazione sul sito e sui canali digitali di distribuzione video (es. YouTube)
Formazione online	Beneficiari	Informare/Aggiornare	N. attestati conseguiti	

Tabella Azioni offline - Corrispondenza tra azioni, destinatari, obiettivi e azioni di monitoraggio

Strumenti di comunicazione	Destinatari	Obiettivi comunicazione	Oggetto/irilevazione	Modalità
Logo	Tutti	Informare	Logo	N. download logo online
KIT Comunicazione	Rete progettuale	Informare	KIT	Numero delle copie distribuite (web download)
Comunicati stampa	Tutti, media	Informare	N. comunicati	N. comunicati Rassegna stampa
Materiali divulgativi	Tutti	Informare	Copie	N. copie N. esposizioni
Eventi in presenza	Tutti, Beneficiari	Informare	N. eventi Partecipanti agli eventi	N. di partecipanti agli eventi, n. di eventi realizzati, questionario di valutazione/feedback, rassegne stampa materiali distribuiti, foto e video dell'evento
Campagna informativa sui media	Tutti	Informare	N. media N. pacchetti	Dati diffusione e penetrazione sul target

5. Conclusioni

Questo documento presenta la strategia di comunicazione del progetto Welfare 4.0 e fornisce le linee guida e un quadro coerente per tutte le attività pianificate al fine di diffondere i principi fondanti, le attività e i risultati del progetto.

Le attività di coinvolgimento sono essenziali per il raggiungimento della missione e degli obiettivi del progetto, perché hanno un forte impatto sulla definizione delle politiche stesse del progetto. Sarà uno sforzo coordinato e cooperativo per tutta la durata del progetto e integrato in tutte le fasi di lavoro. Il presente piano illustra in termini chiari la logica alla base della strategia e chiarisce tutte le dimensioni e gli strumenti necessari per comunicare i messaggi centrali del progetto in modo molto efficace e completo.

Il presente documento fungerà da manuale per ogni partner del progetto al fine di svolgere le proprie attività di divulgazione, poiché elenca tutte le parti interessate, i canali di comunicazione, le attività di divulgazione e i corrispondenti indicatori chiave di prestazione.

6. Cronoprogramma

Attività	Nov21	Dic21	Gen22	Feb22	Mar22	Apr22	Mag22	Giu22	Lug22	Ago22	Set22	Ott22	Nov22	Dic22	Gen23	Feb23	Mar23	Apr23
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
ATTIVITÀ 1 - Coordinamento scientifico e organizzativo																		
ATTIVITÀ 2 - Formazione "Dal Welfare di protezione al Welfare di inclusione"																		
ATTIVITÀ 3 - Ricerca																		
ATTIVITÀ 4 - Manuale																		
ATTIVITÀ 5 - Sperimentazione del nuovo modello di welfare comunitario d'inclusione 4.0																		
ATTIVITÀ 6 - Promozione del progetto, Conferenza finale ed eventi sensibilizzazione																		
ATTIVITÀ 7 - Valutazione di impatto																		
ATTIVITÀ 8 - Comunicazione																		

Avvio Attività: 8 novembre 2021

Termine attività: 8 maggio 2023