

REPORT FINALE COMUNICAZIONE

DEL PROGETTO MEN

1. Il Progetto MEN

Il progetto è stato presentato nell'ambito dell' ASSE II del programma INTERREG V - A Italia Malta "Promuovere la Competitività dell'Area Transfrontaliera" Obiettivo Specifico 2.2 "Favorire la Mobilità dei Lavoratori nell'Area Transfrontaliera Attraverso la Creazione di Reti".

Il Progetto sin dalla sua creazione ha visto il coinvolgimento di diversi attori pubblici e privati che insieme hanno implementato le attività progettuali che hanno avuto come obiettivo specifico l'erogazione di 104 mobilità verso Malta di giovani NEET residenti in Sicilia. Le suddette mobilità hanno avuto una durata per 6 mesi, e hanno avuto come finalità l'attivazione di tirocini volti alla transizione al lavoro presso le imprese maltesi. Principalmente le aziende coinvolte sono state micro, piccole e medie. I settori economici prevalenti sono blue economy, salute e qualità della vita, salvaguardia dell'ambiente, servizi per il turismo sostenibile. Il progetto è stato avviato il 14 novembre 2021 e si concluderà il 20/09/2023.

MEN ha avuto la peculiarità di essere un progetto sperimentale in quanto è il primo progetto volto a sviluppare uno spazio "transfrontaliero" della formazione e dell'occupazione, nei settori già di rilevanza strategica per l'Europa 2020, attraverso il riconoscimento dell'esperienza della mobilità transnazionale come strumento utile per la qualificazione e l'inserimento lavorativo.

La composizione del partenariato di progetto risulta essere così composta: Comune di Acireale nella qualità di Partner capofila ha fra i compiti: la gestione e attuazione del MEN, il monitoraggio, la comunicazione e la disseminazione dei risultati per favorire l'effetto moltiplicatore e la capitalizzazione dei risultati.

Sono Partner del progetto:

- Fondazione Istituto Tecnico Superiore per le Tecnologie Innovative, per i Beni e le Attività Culturali - Turismo "ARCHIMEDE"
- Fondazione Istituto Tecnico Superiore per le Tecnologie dell'Informazione e della Comunicazione "STEVE JOBS"
- ITACA Integrazione e Transizione Catania
- Malta College of Arts, Science and Technology
- Gruppo di Azione Locale Terre di Aci – partner
- Istituto Tecnico Superiore Mobilità Trasporti CT.

Le 104 mobilità si sono concluse entro la prima settimana di settembre.

Al fine di presentare i risultati nei giorni 14 e 15 settembre è stato organizzato un evento finale, successivamente dettagliato. Per tale evento è stata prevista l'organizzazione di una fiera dell'occupazione per dare visibilità ai risultati del progetto e creare un'ulteriore opportunità di *match* fra domanda e offerta del lavoro transfrontaliera.

L'evento si è svolto presso l'area convegnistica del comune di Acireale denominata Angolo di Paradiso, nell'ambito della storica Villa Belvedere e ha visto il coinvolgimento di circa 350 fruitori tra giovani, visitatori, aziende, stakeholder territoriali.

2. STRATEGIA DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

Trovo doveroso fare una distinzione tra ciò che si è inteso nel progetto per comunicazione e disseminazione. Per comunicazione è stato inteso il processo e le modalità di trasmissione di un'informazione da un soggetto ad un altro, attraverso lo scambio di un messaggio elaborato secondo le regole di un determinato codice, pertanto il progetto ha previsto una comunicazione interna e una all'esterno. Per disseminazione si intende la divulgazione di nozioni scientifiche in forma semplice e comprensibile, per renderle accessibili a diverse tipologie di destinatari o target. Per quanto riguarda la comunicazione, è stato importante affrontare in primo luogo il problema dell'interazione fra i diversi soggetti che hanno operato all'interno del MEN. Il team progettuale comprende diversi partner afferenti a diverse tipologie di settori pubblici e privati di due Paesi differenti oltre ai subcontraenti che sono stati appaltati per diverse attività, videomaker, organizzazione eventi, realizzazione sito, ecc.). Armonizzare i linguaggi, i metodi e le procedure di soggetti così diversi è stato uno degli aspetti critici della comunicazione. Inoltre, essendo MEN un progetto volto alla transizione al lavoro in Paesi diversi, è stato necessario ricercare un equilibrio tra le differenti metodologie comunicazione relative alle aziende operanti a Malta. D'altra parte, lavorare in un ambiente non eterogeneo rappresenta una opportunità per accrescere le competenze e le conoscenze di ciascuno. Infine, è stato utile stabilire contatti e favorire sinergie con altri soggetti impegnati in progetti su tematiche simili quali agenzie per il lavoro, aziende, ecc. sia in Sicilia che a Malta. La strategia di disseminazione ha avuto come obiettivi globali le specifiche attività di progetto, in particolare attraverso la pubblicazione dei risultati/output progettuali. La disseminazione è stata una base essenziale per l'utilizzo e l'integrazione dei risultati di progetto nei processi e negli strumenti dei target di interesse. Il piano di comunicazione e disseminazione punta a massimizzare l'impatto del progetto nel suo complesso.

Essendo MEN un progetto pilota se con risvolti sociali, la disseminazione dovrà essere rivolta a diversi gruppi di target (vedi di seguito). Gli obiettivi specifici del piano sono i seguenti:

1. semplificazione e rafforzamento dei rapporti tra i partner del progetto, al fine di raggiungere i risultati previsti;
2. valorizzazione e sfruttamento dei risultati e degli strumenti sviluppati all'interno del progetto, a beneficio dei partner e dei target;
3. promozione del progetto e diffusione dei risultati ai soggetti potenzialmente interessati (target);
4. creazione di una rete di contatti in grado di favorire interazioni con altri soggetti per allargare la rete del partenariato per la presentazione di una nuova proposta progettuale in un'ottica di sostenibilità e miglioramento delle performance. Quest' approccio anticipa e tiene conto delle possibili implicazioni sociali delle attività di ricerca e innovazione e che richiede un coinvolgimento di diversi attori e l'adozione di azioni coordinate allo scopo di allineare le pratiche e i risultati dell'attività fin qui svolta in un'ottica di miglioramento e maggiore coinvolgimento dei gruppi cibles per una prossima presentazione di istanza progettuale. Pertanto, i risultati del progetto sono reso accessibili gratuitamente, per consentire a tutti gli interessati di beneficiare del valore aggiunto generato dal progetto. Il team MEN auspica che le azioni di disseminazione previste in questo piano stabiliscano una rete di contatti fra gli attori coinvolti direttamente e indirettamente nel progetto e la società, per produrre ulteriore conoscenza e innovazione sociale. Nelle prossime sezioni si descriveranno le strategie che si sono adottate per attuare il piano di comunicazione e disseminazione del progetto MEN.

Un aspetto chiave della comunicazione all'interno del team è stato quello di assicurare una costante interazione tra i componenti del gruppo di lavoro facenti parte del partenariato e non, i quali, lavorando insieme in modo coordinato, hanno avuto più opportunità di sviluppare le proprie competenze in diversi ambiti del progetto.

Nello specifico, per quanto riguarda il piano di comunicazione ha previsto le seguenti modalità operative:

- riunioni settimanali con il rispettivo coordinatore. Durante gli incontri, il coordinatore ha valutato il progresso del lavoro svolto e si sono concordate le prossime attività; riunioni mensili con l'intero team di lavoro italo-maltese;
- condivisione di dati e documenti attraverso il cloud.

- workshop e incontri organizzati con le aziende. Le tematiche di interesse sono stati quelle inerenti alla modalità di diffusione dei fabbisogni occupazionali dei giovani, le difficoltà di reperire competenze specifiche richieste dal mondo imprenditoriale, formazione al lavoro.
- definire ed implementare strategie di comunicazione che comprendano obiettivi, target, contenuti, canali e strumenti;
- gestire la preparazione dei report relativi ai risultati del progetto
- scambiare informazioni di tipo tecnico e organizzativo con gli interlocutori interni al progetto (partner e subcontraenti) ed esterni;
- gestire il sito web e i social network legati al progetto e monitorare eventuali feedback o richieste degli utenti del web;
- verificare periodicamente lo stato delle attività di disseminazione rispetto agli obiettivi definiti (ad esempio: livello di interesse, coinvolgimento, etc.) ed effettuare eventuali azioni correttive;
- favorire la diffusione del progetto

3. TARGET DI RIFERIMENTO

Per implementare il piano di comunicazione e disseminazione, in primo luogo sono stati selezionati dei target, identificandone i profili in relazione agli obiettivi e ai risultati attesi del progetto. I destinatari della disseminazione afferiscono principalmente a quattro macro settori: stakeholder territoriali sia pubblici che privati italo-maltesi principalmente municipalità, agenzie per il lavoro pubbliche e private, scuole, università, associazioni giovanili, aziende, associazioni datoriali, camere di commercio e cittadini in generale. Un aspetto critico da superare è stata la difficoltà a comunicare in maniera semplice gli obiettivi e le finalità del progetto e soprattutto la ricaduta che ha avuto nella formazione dei giovani, attraverso l'esperienza all'estero, soprattutto per quanto riguarda il rafforzamento delle competenze trasversali. Inoltre, il progetto ha favorito la conoscenza di strumenti di politica attiva volti alla transizione al lavoro tra i cittadini e anche le micro e piccole imprese del territorio che hanno così avuto la possibilità di conoscere opportunità di inserire giovani in un'ottica di innovazione e miglioramento delle performance di produzione e/o servizi.

4. STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E DISSEMINAZIONE

Per garantire il successo dell'attività di disseminazione è stato necessario intraprendere un numero di azioni mirate verso i target di riferimento definiti nella sezione precedente, utilizzando una varietà di canali che naturalmente non possono prescindere dalla rete, ma che comprendono attività più tradizionali di disseminazione come pubblicazioni, seminari e conferenze. Per poter raggiungere gli obiettivi prefissati, sono stati presi in considerazione i seguenti strumenti:

- sito web e portale dedicato all'incrocio domanda offerta di lavoro;
- social network (Facebook, Instagram, ecc.)
- seminari, workshop, convegni;
- realizzazione di brochure, schede sul progetto, ecc;
- comunicati stampa per i media locali e nazionali (radio e TV)

Di seguito vengono descritte le caratteristiche dei singoli strumenti previsti dal piano, con un'analisi dei vantaggi e degli svantaggi, l'obiettivo principale e i target di riferimento per ciascuno.

Sito Web: Si tratta di uno dei principali strumenti di disseminazione e, se correttamente utilizzato, può garantire una grande visibilità. In particolare, il sito del progetto deve poter diventare uno spazio virtuale, costruito per consentire a tutti i soggetti interessati di documentarsi sul progetto e sui risultati. Questo tipo di strumento di disseminazione presenta quasi esclusivamente vantaggi. L'unico svantaggio risiede nel fatto di dover garantire un costante aggiornamento dei contenuti per poter avere risultati. Il sito web è un canale di diffusione del progetto per tutti i target. Obiettivo: fornire informazioni specifiche e costantemente aggiornate sul progetto e sul suo stato di avanzamento.

Portale lavoro

Fra i risultati del progetto è stato realizzato un portale *on line* appositamente aperto per raccogliere le iscrizioni di persone e aziende e favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro. Iscrivere è immediato e semplice: si tratta di un portale che intende porsi al servizio di tutte quelle aziende alla ricerca spesso affannosa di personale da impiegare e, soprattutto, offrire ai tanti giovani la possibilità di candidarsi in più settori per avere così opportunità occupazionali nel tempo. Quattro gli ambiti principalmente offerti e ricercati: salvaguardia ambientale, turismo sostenibile, blue economy e infine il miglioramento della qualità della vita e della salute dei cittadini. La piattaforma web è già attiva all'indirizzo ***portale.italiamalta.men.comune.acireale.ct.it***.

Social Network I principali portali di social networking che saranno considerati sono:

- Facebook e Instagram destinati al target giovani e cittadini in generale. I social network sono stati utilizzati come attività promozionale, inserendovi pagine specifiche caratterizzate da materiale multimediale (foto e video). La semplicità e l'immediatezza dell'aggiornamento dei contenuti è sicuramente il principale vantaggio di questo tipo di canali. Non ci sono particolari svantaggi se non eventuali difficoltà nel dover gestire un possibile soprannumero di interazioni da parte degli iscritti alle varie pagine, ma questo sarebbe eventualmente un successo, considerate le finalità di questo tipo di azioni. Obiettivo: diffondere e pubblicizzare il progetto in tutta la rete, raggiungendo il maggior numero di utenti. Target: comunità scientifica, aziende e cittadini.

Seminari, workshop, conferenze. Sono stati il modo più tradizionale per presentare i risultati del progetto. Hanno il grande svantaggio di non poter garantire un accesso a lungo termine, essendo organizzati in un determinato luogo e in un tempo definito. Per ovviare a questo problema oltre al sito sono stati creati video, brochure e schede specifiche sul progetto. Questi eventi hanno costituito un ottimo tavolo di confronto tra esperti e una occasione per stabilire nuovi contatti con potenziali stakeholder.. Obiettivo: diffondere il progetto coinvolgendo anche enti pubblici e aziende, con l'obiettivo di trovare punti di incontro fra le esigenze e gli interessi di soggetti diversi. Target: enti pubblici e aziende. Pubblicazioni su riviste scientifiche Le pubblicazioni su riviste scientifiche diffondono i risultati più rilevanti e originali di un'attività di ricerca ad una platea di esperti, sia a livello nazionale che internazionale. Obiettivo: diffondere i risultati originali del progetto ad altri ricercatori ed esperti della materia. Un elemento di innovazione e sostenibilità che ha affiancato l'evento finale che si è svolto in due giorni ad Acireale è stato senza dubbio la FIERA DELL'OCCUPAZIONE, un career day che ha dato la possibilità ai 104 giovani che hanno partecipato al progetto, ma anche ad altri giovani del territorio di interagire con 30 aziende sia siciliane che maltesi che cercano profili professionali principalmente nei seguenti settori: ICT, blue economy, green economy e qualità della vita.

Inoltre, le varie fasi del progetto e la diffusione di eventi dedicati ad esso hanno avuto massima risonanza attraverso i programmi televisivi e radiofonici, telegiornali regionali e nazionali

5. VALORIZZAZIONE E SFRUTTAMENTO DEI RISULTATI

In sintesi l'obiettivo della disseminazione è stato anche quello di valorizzare e sfruttare i risultati del progetto. In particolare:

- rendere il progetto più attraente per i target;

- adattare il progetto alle esigenze dei target di interesse. Se opportunamente valorizzati, i risultati progettuali potranno essere sfruttati oltre la vita del Progetto MEN per dare avvio ad altri progetti simili o dare continuità allo stesso per realizzare strumenti basati sulla metodologia sviluppata nel progetto di riferimento di questa relazione e per integrare tali strumenti in strategie e sistemi. Pertanto lo sfruttamento si riferisce ad attività di informazione e persuasione rivolte a potenziali realizzatori, utilizzatori e beneficiari di tali strumenti allo scopo di favorirne l'adozione. Per valorizzare e sfruttare i risultati, si opererà in modo da:

- stabilire contatti i partner del progetto, enti e aziende attive a livello locale e transregionale (Malta) allo scopo di formare partnership "forti" in grado di formulare proposte progettuali di più ampia portata, ad esempio di rispondere a nuovi bandi internazionali, principalmente a aalere sulla Programmazione Interreg 2021/2027; • avviare contatti con aziende pubbliche e private, per favorire l'implementazione di tool ed applicazioni in ambito di transizioni a lavoro, sfruttando la metodologia innovativa adottata nel progetto MEN; • convincere i decisori delle strategie di previsione e gestione dell'importanza per lo sviluppo socio-economica dell'aerea mediterranea della validità dell'approccio MEN.

Risulta necessario per possibili progettualità future avviare sin da subito un'analisi sui fabbisogni formativi e occupazione del mondo imprenditoriale, il relativo impatto socio-economico e la relativa sostenibilità per due isole che rappresentano il centro strategico in cui ruota il Mediterraneo.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Marta J. J. J.", is positioned in the lower right quadrant of the page.