



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

VLG_6_2017

2. Titolo del progetto

I SOCIAL MEDIA PER IL PERSONAL BRANDING E LA PROMOZIONE DI EVENTI

3. Riferimenti del compilatore

| | |
|---------------------|--------------------|
| Nome | ROBERTO |
| Cognome | TERRIBILE |
| Recapito telefonico | 045/8001471 |
| Recapito e-mail | progetti@f-aida.it |
| Funzione | Presidente |

4. Soggetto proponente

4.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto proponente il progetto?

Comune

Associazione (specificare tipologia)

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare) **Fondazione**



5. Soggetto responsabile

5.1 A quale tipologia di ente appartiene il soggetto responsabile del progetto?

Comune

Associazione (specificare tipologia)

Comitato/gruppo organizzato locale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare) **Fondazione**

5.2 Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile

Fondazione Aida

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Vallelaghi

6. Collaborazioni

6.1 il soggetto responsabile prevede di collaborare attivamente con altri enti per questo progetto, anche in modo informale?

SI

NO



6.2 Se sì, con quale tipologia di soggetti?

Comune

Associazione (specificare tipologia) tutte le tipologie

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)

7. Durata del progetto

7.1 Qual è la durata del progetto?

Annuale

Pluriennale

7.2 Quanto tempo è stato richiesto per la progettazione e quanto si prevede sarà necessario per attuare le fasi successive? Riportate di seguito:

| | | |
|-------------------------------|---------------------------|-------------------------|
| Progettazione | Data di inizio 01/11/2016 | Data di fine 31/03/2017 |
| Organizzazione delle attività | Data di inizio 15/04/2017 | Data di fine 02/05/2017 |
| Realizzazione | Data di inizio 01/05/2017 | Data di fine 31/10/2017 |
| Valutazione | Data di inizio 01/11/2017 | Data di fine 01/11/2017 |

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Comunità della Valle dei Laghi



9 Ambiti di attività

9.1 In quale dei seguenti ambiti di attività ricade il progetto?

La formazione e la sensibilizzazione verso amministratori, genitori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri, al fine di accrescere i livelli di responsabilizzazione delle categorie di cui sopra verso i giovani cittadini, in qualità di figli ed utenti di servizi culturali, ricreativi o di altre attività

La sensibilizzazione alla partecipazione/appartenenza al proprio territorio ed all'assunzione di responsabilità sociale da parte dei giovani, anche prevedendo momenti formativi residenziali strutturati sul modello dei campus

Attività di informazione, di indirizzo e di orientamento finalizzata a facilitare l'accesso alle opportunità offerte ai giovani ed a fornire prime risposte a richieste che i giovani o le loro famiglie manifestano anche in maniera individuale nei vari ambiti esistenziali: scuola, lavoro, socialità

L'apertura ed il confronto con realtà giovanili nazionali ed europee attraverso scambi o iniziative, basati su progettualità reciproche

Laboratori che vedano protagonisti i giovani nel campo dell'arte, della creatività, della manualità e della riflessione sulle grandi questioni del nostro tempo

Progetti che vedano il mondo giovanile protagonista nelle fasi di ideazione, gestione e realizzazione

X Percorsi formativi finalizzati all'apprendimento di competenze di cittadinanza attiva, con particolare attenzione all'ambito delle tecnologie digitali

X Dispositivi e interventi atti a promuovere il processo di transizione all'età adulta e l'autonomia dei giovani dal lavoro alla casa, dall'affettività alla consapevolezza della propria identità sociale

10. Area tematica

10.1 In quale area tematica o macro settore di intervento si inserisce il progetto?

Cittadinanza attiva e volontariato

Arte, cultura e creatività

Musica e danza

Teatro, cinema e fotografia

X Tecnologia e innovazione

Educazione e comunità

Sport, salute e benessere

Economia, ambiente e sostenibilità

Conoscere e confrontarsi con il mondo

Altro (specificare)



11. Obiettivi generali:

11.1 Quali sono gli obiettivi generali che il progetto si propone di raggiungere?

Obiettivi legati ai giovani

Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni

Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio

X Favorire e sostenere il protagonismo e la partecipazione attiva

Sostenere la trasmissione di competenze di ideazione, progettazione e organizzazione di attività

X Sostenere la formazione e/o l'educazione

Promuovere l'interculturalità e la multiculturalità

Sostenere l'orientamento scolastico o professionale

Sostenere la transizione all'età adulta

Altro (specificare)

Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale

Favorire il dialogo inter-generazionale

Favorire la responsabilizzazione e la sensibilizzazione degli adulti verso i problemi e le necessità dei giovani

Supportare la genitorialità

Promuovere sinergie tra gli attori istituzionali del territorio (comune, scuole, etc.)

Promuovere sinergie tra gli attori non istituzionali del territorio (famiglie, associazioni, gruppi, etc.)

Altro (specificare)

12. Obiettivi specifici

12.1 Quali sono gli obiettivi specifici (rispetto a quelli generali definiti nel punto 11) che il progetto si propone di raggiungere?

1 Trasferire ai giovani nuove conoscenze e capacità in campo informatico

2 Accrescere le opportunità occupazionali di ragazzi in procinto di affacciarsi al mondo del lavoro fornendo loro un orientamento sulle nuove professioni legate alla comunicazione on-line (social media marketing o il social media content management)

3 Far acquisire ai partecipanti le competenze per ideare, programmare e realizzare una campagna di comunicazione attraverso i social, al fine di promuovere un brand personale e/o aziendale, prodotti, eventi

4 Promuovere un uso dei social network consapevole e rispettoso della privacy, sia propria che altrui

5 Incoraggiare la partecipazione attiva dei giovani alla vita della comunità mettendo a disposizione le proprie competenze per la promozione on-line di attività culturali e sociali locali



13. Tipo di attività

13.1 Quali sono le attività principali che si prevede di realizzare con il progetto?

Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - TEORIA

Corsi/interventi di formazione/laboratori/insegnamento di discipline - PRATICA

Dibattiti/incontri di discussione e confronto (su attualità, cultura...)

Eventi (convegni, concerti, ecc)

Visite a istituzioni / confronti - gemellaggi - scambi / campus

Animazione

Redazione giornalistica/Rivista

Diffusione / promozione informazioni sui giovani

Altro (specificare)

14. Descrizione del progetto

14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati

L'idea nasce da una valutazione di carattere generale sul peso crescente che hanno i social network nella nostra società. Il 71% degli adolescenti è iscritto a facebook e utilizza quotidianamente la rete come principale canale per il reperimento di informazioni e per l'interazione con altre persone (dati Eurispes/Telefono Azzurro).

Sono sotto gli occhi di tutti, però, i problemi dovuti alla generale mancanza di un'educazione al corretto utilizzo di questi strumenti. Innanzitutto le fake news, ovvero le notizie fasulle, in grado di condizionare profondamente l'opinione pubblica, diffondendo un clima di diffidenza e tensione. Comportamenti antisociali dilagano, soprattutto sui social, sotto forma di commenti volgari e offensivi verso categorie di persone o singoli individui.

La rete, tuttavia, non è fatta solo di insidie e messaggi diseducativi. Offre anche grandi opportunità. Sapendo discernere la credibilità delle fonti, permette di reperire un numero di informazioni fino a qualche anno fa impensabile. Le reti di contatti costruite anche attraverso i social sono una piattaforma utilissima per la rapida diffusione di messaggi o la condivisione di contenuti. Con l'affermarsi della società dell'informazione, il mercato del lavoro stesso si è ampliato e sempre più richiede capacità mediali. Molte ditte ricorrono a questi strumenti per promuovere i propri prodotti, ricercano quindi figure professionali nuove come il social media manager, ovvero l'addetto all'inserimento di contenuti sui siti. Inoltre, sono recentemente apparsi anche social specifici per la ricerca di lavoro, perché anche l'incontro domanda-offerta lavorativa passa oramai dal web. Questo aspetto mette in rilievo l'esigenza di curare il personal branding o, più semplicemente, l'immagine che si dà di sé on-line. Non è inusuale che i datori di lavoro spesso visitano il profilo dei candidati per farsi un'idea sulla personalità di un possibile collaboratore.

Si rendono quindi necessari percorsi di formazione per conoscere meglio la rete, per utilizzarla in modo responsabile e per scoprire le opportunità lavorative che essa può offrire. Ma il consolidamento tra i giovani di competenze nell'uso dei social non solo è spendibile a livello personale per la ricerca di un lavoro, vi possono essere ricadute nella vita della comunità locale. Molti eventi di taglio sociale e culturale stentano a raggiungere più ampi segmenti di pubblico per un difetto da parte degli organizzatori, delle associazioni/gruppi e delle istituzioni nell'utilizzo degli strumenti digitali di promozione. Opportunamente formati, i giovani potrebbero costituire una risorsa per il volontariato locale, mettendo a disposizione le loro capacità nel ricorso ai social per la diffusione di informazioni su eventi e iniziative del territorio.

Il progetto intende inoltre puntare sull'integrazione con altre progettualità del Piano Giovani (#LavoroGiovane 2017), in un'ottica di risparmio di risorse e con l'intento di fare rete tra diversi enti/associazioni proponenti progetti.

14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.



Il progetto prevede l'accrescimento delle competenze digitali e della conoscenza dei social media per i giovani, elemento chiave sia per la ricerca del lavoro che per sostenere la partecipazione dei giovani agli eventi organizzati da associazioni, gruppi informali ecc...

L'idea è quindi quella di strutturare un percorso unitario di conoscenza dei social media focalizzato su due specifici aspetti: da un lato, i social media per il personal branding per trovare lavoro, con target un gruppo di giovani alla ricerca di una professione; dall'altro, i social media per la promozione di eventi e stimolo alla partecipazione attiva, con target giovani organizzatori di eventi, o membri di associazioni giovanili e gruppi informali. Il target è composto quindi da circa 20 giovani tra 11 e 29 anni. Non sono richieste esperienze o competenze pregresse in ambito digitale. Qualora l'adesione superasse questa soglia, la selezione sarà basata su un criterio cronologico, dando la precedenza ai primi 20 iscritti.

Le attività si svolgeranno presso una sede opportunamente attrezzata messa a disposizione dal Piano Giovani di Zona (sala comunale) in date da definire (periodo maggio- ottobre). I partecipanti lavoreranno in gruppo ad esercitazioni pratiche su computer portatili. Le sessioni teoriche si avvarranno di video proiettore per la presentazione di slide.

La conduzione del corso è affidata alla docente Elisa Brunelli (compenso 1500,00 €), libera professionista al servizio della comunicazione digitale delle aziende. Aiuta le aziende a stilare in modo professionale i testi per il proprio sito internet, per i corporate blog e i social network. Scrive per il web, occupandosi di content marketing e di social media per i business, in un'ottica di comunicazione digitale integrata. Per stimolare la massima partecipazione giovanile, analogamente ad esperienze passate, non è prevista una quota d'iscrizione.

I moduli e i relativi contenuti:

1) personal branding per trovare lavoro. (1 gg)

Si svolgerà in una giornata laboratoriale nell'ambito dei tirocini estivi di "#LavoroGiovane 2017".

- analisi della propria presenza on-line, per verificare che informazioni appaiono quando digitiamo il nostro nome in rete e quale immagine diamo di noi stessi attraverso i social.
- panoramica sulle privacy policies dei social, per avere maggior consapevolezza su come gestire la propria privacy e quali comportamenti adottare su internet per non danneggiare quella altrui.
- costruzione profilo efficiente su linkedin, per sviluppare un network e un personal branding orientato all'aumento delle proprie opportunità professionali

2) promozione attività di associazioni/aziende (1 gg)

- pianificazione della promozione di eventi sui social, per imparare a sfruttare al meglio le potenzialità comunicative offerte dal digitale
- realizzazione di campagne pubblicitarie, per conoscere i nuovi strumenti professionali di promozione messi a disposizione dai social
- gestione profilo di un'associazione o azienda, per stabilire le strategie migliori di posizionamento in rete
- studio dell'esperienza di associazione ATTI nella promozione di eventi tramite social, raccontata da volontari

Contenuti trasversali:

- promuovere eventi con i mezzi digitali
- scegliere il social network migliore per ottenere gli obiettivi sperati
- come convertire su Facebook i contenuti da comunicare
- utilizzare Instagram per creare gruppi di interesse
- quanto vale un like di Facebook e un cuore di Instagram
- il visual storytelling
- l'utilizzo della creatività per migliorare i risultati delle campagne di pubblicità
- tool utili e indispensabili per semplificare il proprio lavoro sui social
- come leggere le statistiche delle performance
- cos'è e come costruirsi una personale reputazione online e/o di brand
- l'uso consapevole dei social network



ATTIVITA'

1. Gestione e Coordinamento

Fondazione Aida si occuperà della gestione del progetto e della definizione del calendario, in accordo con LavoroGiovane. Incontri di coordinamento con la docente si terranno all'inizio per la redazione del programma, a metà percorso per l'individuazione e la soluzione di eventuali criticità, e alla fine, per una valutazione complessiva delle attività. Verrà individuata una persona che si occuperà dell'organizzazione del percorso (compenso 300,00 €).

2. Promozione e raccolta iscrizioni (spese 300,00 €)

Saranno realizzati flyer e locandine per promuovere il laboratorio nei territori della Comunità della Valle dei Laghi, con l'ausilio del Piano Giovani di Zona e delle consulte giovanili. L'iniziativa sarà segnalata a mezzo stampa con comunicati ai quotidiani locali. Fondazione Aida metterà a disposizione i propri canali on-line per la diffusione sul web: sito di Fondazione Aida e Teatro Valle dei Laghi, pagina facebook Teatro Valle dei Laghi, newsletter. Il modulo personal branding per trovare lavoro sarà inserito anche in tutti i materiali promozionali di "LavoroGiovane", iniziativa del Piano Giovani Valle dei Laghi quale percorso formativo pre-tirocinio. Le iscrizioni saranno raccolte da Fondazione Aida e, relativamente al solo modulo personal branding per trovare lavoro, anche da LavoroGiovane, in coordinamento con la Fondazione.

3. Realizzazione corso (spese cartoleria 300,00 €)

4. Monitoraggio e valutazione

A fine percorso sarà somministrato un questionario di valutazione per misurare il gradimento da parte degli utenti e la corrispondenza degli argomenti svolti alle aspettative.

14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Competenze: la prova pratica permetterà di stabilire la capacità dei partecipanti di ideare e programmare una campagna di comunicazione. Oggetto di verifica delle competenze saranno: definizione livelli di privacy di un profilo; completezza informazioni di un ipotetico profilo aziendale; efficacia campagna promozionale tramite target individuati (segmentazione per interessi e per geolocalizzazione);, significatività dei copy, coerenza del calendario delle uscite, impatto delle immagini scelte.

Gradimento: il questionario finale permetterà di valutare il grado di soddisfazione dei partecipanti.

Prospettive future: auspichiamo che i partecipanti si facciano promotori con i coetanei di un utilizzo corretto dei social network e della rete in generale, orientato a sfruttare le risorse offerte dai mezzi digitali, mostrando comportamenti adeguati e rispettosi. L'aspetto di orientamento alla formazione e al lavoro di questi incontri favorirà la diffusione di una più moderna cultura digitale nell'area della valle, sensibilizzando sulle nuove professionalità legate ad internet.

14.4 Abstract

Il percorso di formazione è teso ad accrescere la conoscenza, da parte dei giovani, del funzionamento dei social network e della rete, nell'ottica sia di un utilizzo maggiormente consapevole dei nuovi strumenti digitali, che di acquisizione di competenze spendibili in senso lavorativo.



15. Target

15.1 Chi e quanti sono gli "organizzatori" del progetto?

Con "organizzatori" si intendono tutti coloro che verranno coinvolti nelle fasi di organizzazione: sono quindi coloro che partecipano a ideazione, progettazione e realizzazione del progetto e che quindi acquisiranno competenze organizzative e svolgono un ruolo da protagonisti.

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)

Adolescenti 15-19 anni

Giovani 20-24 anni

Giovani 25-29 anni

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni

X Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)

Altro (specificare)

Numero organizzatori 7

15.2 Chi e quanti sono i "partecipanti attivi" del progetto?

Con "partecipanti attivi" si intendono tutti quelli che acquisiranno competenze prendendo parte al progetto

Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media)

X Adolescenti 15-19 anni

X Giovani 20-24 anni

X Giovani 25-29 anni

Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni

Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri)

Altro (specificare)

Numero partecipanti attivi 20



**15.3 Chi e quanti sono i "fruitori" (pubblico / spettatori) del progetto?
Con "fruitori" si intendono tutti coloro che assisteranno ad un evento, una serata, una manifestazione, aperti al pubblico**

| |
|---|
| Tutta la cittadinanza |
| <input checked="" type="checkbox"/> Pre-adolescenti 11-14 anni (scuola secondaria di primo grado/ex scuola media) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Adolescenti 15-19 anni |
| <input checked="" type="checkbox"/> Giovani 20-24 anni |
| Giovani 25-29 anni |
| Genitori con figli di età compresa tra gli 11 e i 29 anni |
| Altri adulti significativi (amministratori, animatori di realtà che interessano il mondo giovanile, operatori economici ed altri) |
| Altro (specificare) |
| Numero fruitori 20 |

**16. Promozione e comunicazione del progetto
16.1 Indicare le modalità tramite cui si prevede di diffondere le informazioni e le comunicazioni inerenti al progetto**

| |
|---|
| Nessuna comunicazione prevista |
| Articoli su quotidiani, riviste, bollettini |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bacheche pubbliche |
| <input checked="" type="checkbox"/> Cartelloni/manifesti/locandine/volantini |
| Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..) |
| Lettere cartacee |
| <input checked="" type="checkbox"/> Passaparola |
| <input checked="" type="checkbox"/> Strumenti informatici (E-mail, newsletter, Social Network, Blog..) |
| Telefonate / SMS |
| Altro (specificare) |

**17. Valutazione
17.1 Sono previsti strumenti di valutazione?**

SI
 NO



| 17.2 Se sì, quali? |
|------------------------|
| 1 questionari |
| 2 osservazione diretta |
| 3 |
| 4 |
| 5 |

| 18. Piano finanziario del progetto | |
|---|-----------|
| 18.1 Spese previste | |
| Voce di spesa | importo |
| 1. Affitto sale, spazi, locali | € |
| 2. Noleggio materiali e attrezzature (specificare) | € |
| 3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare) materiali didattici, cartoleria | € 300,00 |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 1500 | € 1500,00 |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait 300 | € 300,00 |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 4. Compensi n.ore previsto tariffa oraria forfait | € |
| 5. Pubblicità/promozione | € 300,00 |
| 6. Viaggi e spostamenti | € |
| 7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti | € |
| 8. Tasse / SIAE | € |
| 9. Rimborsi spese (specificare) | € |
| 10. Assicurazione | € |
| 11. Altro 1 (specificare) | € |
| 12. Altro 2 (specificare) | € |
| 13. Altro 3 (specificare) | € |
| 14. Altro 4 (specificare) | € |
| 15. Valorizzazione attività di volontariato | € |

Totale A: € 2400,00



| 18.2 Incassi ed Entrate esterne al territorio previste | |
|---|---------|
| Voce di entrata | importo |
| 1. Finanziamenti di Enti pubblici esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali) | € 0,00 |
| 2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali) | € |
| 3. Incassi da iscrizione | € |
| 4. Incassi di vendita | € |

Totale B: €0,00

| | |
|--|-----------------|
| DISAVANZO (Totale A – Totale B) | €2400,00 |
|--|-----------------|

| 18.3 Entrate previste provenienti dal contesto del PGZ | |
|---|-----------|
| Voce di entrata | importo |
| 1. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ membri del Tavolo (specificare quali) Comuni di Cavedine, Madruzzo e Vallelaghi, Comunità della Valle dei Laghi | € 1200,00 |
| 2. Finanziamenti di enti pubblici del territorio di riferimento del PGZ non membri del Tavolo (specificare quali) | € |
| 3. Finanziamenti di soggetti privati del territorio (specificare quali) | € |
| 4. Autofinanziamento | € |
| 5. Altro (specificare) | € |
| 6. Altro (specificare) | € |

Totale: €1200,00

| Disavanzo | Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo | Entrate diverse | Contributo PAT |
|---------------------------|--|-----------------|----------------|
| € 2400,00 | € 1200,00 | € 0,00 | € 1200,00 |
| percentuale sul disavanzo | 50 % | 0 % | 50 % |