



Scheda di presentazione progetto del Piano Operativo Giovani (POG)

1. Codice Progetto

AVS_2_2018

2. Titolo del progetto

L'Alveare social

3. Riferimenti del compilatore

Nome	Alessandro
Cognome	Pasquali
Recapito telefonico	3318511427
Recapito e-mail	pasqui_a@yahoo.it
Funzione	Socio

4. Soggetto proponente

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

Comune

Associazione (specificare tipologia) Associazione di Promozione Sociale

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)



5. Soggetto responsabile

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

Comune

Associazione (specificare tipologia) Associazione di Promozione Sociale

Comitato/gruppo organizzato locale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare)

5.2 Specificare la denominazione o la ragione sociale del soggetto responsabile

Associazione di Promozione Sociale L'Alveare

5.3 Specificare in quale Comune ha sede il soggetto responsabile

Croviana

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) Associazione di Promozione Sociale

Comitato/gruppo organizzato locale

Gruppo informale

Cooperativa

Oratorio/Parrocchia

Comunità di Valle/Consorzio di Comuni

Istituto scolastico

Pro Loco

Altro (specificare) sezioni giovanili associazioni di categoria (artigiani, guide di media montagna, coltivatori diretti)

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 01/11/2017	Data di fine 30/11/2017
Organizzazione delle attività	Data di inizio 01/02/2018	Data di fine 28/02/2018
Realizzazione	Data di inizio 16/04/2018	Data di fine 31/10/2018
Valutazione	Data di inizio 01/11/2018	Data di fine 30/11/2018

8. Luogo di svolgimento

8.1 Dove si svolge il progetto?

Valle di Sole



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

X 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? <i>Obiettivi legati ai giovani</i>
Promuovere l'ascolto come strumento di analisi dei bisogni
Promuovere la conoscenza e/o la valorizzazione dell'identità locale e del territorio
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
X Sostenere l'orientamento scolastico o professionale
X Sostenere la transizione all'età adulta
Altro (specificare)

<i>Obiettivi legati agli adulti e alla comunità in generale</i>
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 Fornire competenze per la ricerca attiva del lavoro tramite il web
2 Sviluppare le competenze per l'uso professionale dei social media
3 Fornire le capacità di utilizzare i social media quale strumento di promozione della propria autoimprenditorialità
4 Fornire le competenze per avviare una carriera nell'ambito del social media managing
5 Fornire le competenze per realizzare contenuti multimediali da utilizzare nel web

**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) attività di tutoraggio personalizzato**14. Descrizione del progetto****14.1 Descrivere brevemente il contesto e i bisogni affrontati**

Lo scopo primario del progetto è quello di combattere attivamente la disoccupazione e la sottooccupazione del lavoro giovanile nella Valle di Sole. Considerata l'unità territoriale e sociale della Valle di Sole questo progetto è finanziato da entrambi i Piani Giovani di Zona presenti nel territorio (i costi al 18.1 sono per tanto dimezzati, ovvero divisi equamente sui due Piani).

La disoccupazione e la sottooccupazione giovanile sono dei punti dolenti del sistema socio economico italiano e trentino. Il 2016, ultimo anno per il quale si hanno a disposizione dati statistici, ha registrato un aumento del tasso di disoccupazione giovanile nella nostra Provincia passando, rispetto al 2015, dal 23,6% al 24,2% nella fascia 15-24 anni e dal 15,2 al 16,5% nella fascia 18-29 (ISTAT, Noi Italia) a fronte di un tasso di disoccupazione giovanile del 2007, ultimo anno pre-crisi, inferiore al 10%. Nel contempo il mercato del lavoro e le modalità di ricerca e reclutamento di lavoratori da parte delle aziende sono in continuo mutamento e gli strumenti messi a disposizione dalla rete Internet prendono sempre più piede. Il 63,6% dei giovani tra i 15 e i 34 anni cerca lavoro utilizzando Internet. Una percentuale che è cresciuta del 22,1% rispetto al 2008. (ISTAT, rapporto annuale 2014)

Al contempo i giovani imprenditori e liberi professionisti devono rendersi sempre più competitivi in un mercato sempre più influenzato nelle scelte dalla comunicazione attuata attraverso i social media. La percentuale delle aziende italiane che utilizza almeno un social media per attività di comunicazione e marketing passa dal 64% del 2013 al 73% del 2015 (Executive Master in Social Media Marketing & Digital Communication).

Tuttavia i percorsi formativi tradizionali non prevedono lo studio degli strumenti web per la ricerca attiva del lavoro o per lo sviluppo dell'autoimprenditorialità e così i giovani gli sfruttano applicando strategie maturate empiricamente mediante l'uso ricreativo di questi strumenti. Per queste ragioni si ritiene determinante che i giovani, siano essi in cerca di occupazione o di crescita professionale, possiedano un bagaglio di competenze inerenti lo sfruttamento in ottica professionale degli strumenti del web ed in particolare dei canali social media.

Questo progetto si rivolge quindi ai giovani residenti in tutta la Val di Sole, siano essi alla ricerca di un lavoro o già occupati, che vogliano apprendere ed applicare buone pratiche per l'uso professionale dei social media al fine di cercare attivamente un lavoro, sviluppare la propria carriera all'interno di un'azienda o di un ente e promuovere la propria attività professionale svolta in forma autonoma.

14.2 Descrivere brevemente le attività da realizzare.



Il progetto si suddivide in tre fasi esecutive:

La prima fase, prevista nel mese di maggio 2018, consiste di tre lezioni della durata di quattro ore ciascuna.

Nel corso della prima lezione verranno presentati i principali social media adatti ad un uso professionale e ne verranno spiegate le peculiarità e le potenzialità affinché ogni partecipante possa selezionare consapevolmente i canali più efficaci per il proprio caso.

La seconda lezione sarà dedicata all'approfondimento delle tecniche di gestione specifiche per i canali individuati.

La terza lezione sarà dedicata alla teoria della produzione di materiale multimediale per il web e l'individuazione dei contenuti più adatti per ogni canale precedentemente individuato.

La seconda fase costituisce la parte preponderante di questo progetto e si svolgerà tra il mese di maggio e quello di settembre. Oltre alle lezioni e ai laboratori questa fase è costituita da un'azione individuale di autopromozione dei partecipanti attraverso i social media i quali verranno supportati dai relatori tramite un'azione di coaching.

Le lezioni/laboratori saranno tre della durata di quattro ore ciascuna.

La prima lezione/laboratorio è finalizzata allo sviluppo, per ogni partecipante, di un piano individuale di autopromozione.

La seconda lezione/laboratorio servirà a produrre sul campo, per ogni partecipante, del materiale multimediale adattato al piano di promozione sviluppato nella lezione precedente.

La terza ed ultima lezione di questa fase servirà a sviluppare le competenze necessarie per poter gestire in autonomia il piano personale e a individuare alcuni obiettivi fondamentali da raggiungere nel corso dell'estate.

Alle lezioni e ai laboratori seguirà un periodo durante il quale i partecipanti, con il supporto dei relatori fornito mediante un'azione di coaching individuale, metteranno in atto la strategia individuata e cercheranno di raggiungere gli obiettivi prefissati.

Infine la terza fase, che si svolgerà nei mesi di settembre ed ottobre, è dedicata alla valutazione e la restituzione dell'esperienza.

Sono previste due lezioni/dibattito durante le quali i partecipanti, con l'ausilio dei docenti, valuteranno i risultati ottenuti dalla campagna messa in atto nel corso dell'estate e svilupperanno delle strategie di miglioramento per poter continuare l'azione in autonomia.

Chiude il progetto un incontro pubblico di restituzione durante il quale i partecipanti potranno presentare i risultati del percorso ad una platea di altri giovani ed adulti significativi.

Sintesi CV relatori.

Luca Albrisi (28/07/1981) residente a Pejo è imprenditore, scrittore e autore cinematografico. Laureatosi nel 2008 in filosofia con il massimo dei voti presso l'Università di Trento, nel 2009 ha conseguito un master presso la stessa università. Nel 2015 ha conseguito il diploma di Fondamenta - Strumenti e tecniche dello storytelling presso la Scuola Holden di Torino.

Inizia la sua carriera lavorativa nel 2005 nell'ambito sportivo come maestro di sci e di snowboard prima e come atleta professionista poi. Nel 2008 cambia settore e si dedica all'organizzazione di eventi, al team managing e alla comunicazione lavorando con Coca-Cola, The Nord Face, Salomon ed altre importanti aziende internazionali.

Nel 2012 fonda Pillow Lab presso la quale lavora come autore, regista, videomaker, progettista e project manager avendo a portfolio importanti aziende quali Ferrino & C. Spa, Skialper Mag, Tor des Géants, Provincia Autonoma di Trento, Trentino Marketing, Regione Valle d'Aosta, Apt Val di Sole, Consorzio Val di Pejo, Ecomuseo della val di Pejo.

Paola Pederghana (03/03/1979) residente a Levico Terme.

Laureata con lode in Lettere Moderne all'università di Trento, nel 2004 consegue un master in learning e training processes all'Accademia del Commercio e del Turismo di Trento.

Inizia la sua carriera come animatrice lavorando per Caritas, Point - Centro Giovani di Lavis e SPES Trento. Tra il 2002 ed il 2004 si occupa per Centro di Formazione Professionale Artigianelli del progetto formazione lavoro per il quale assiste all'inserimento lavorativo i diplomati dell'istituto. Nel 2004 si avvicina al mondo del teatro e della cultura in generale che la porterà ad occuparsi di event managing e project managing e alla conduzione di corsi di formazione. Collabora in questo periodo con RAI, Consolida, Teatri possibili e il Teatro Agricolo di Livorno. Dal 2014 è socia fondatrice e membro del CDA di Artico Impresa Sociale dove è responsabile dell'area comunicazione e coordinatrice del Festival Educa.

Tania Giovannini nata il 11/05/1983 è residente a Lavis.

Laureatasi nel 2012 con il massimo dei voti al corso Società, Territorio e Ambiente presso la Facoltà di Sociologia dell'Università di Trento, nel maggio 2017 consegue un master in Digital Marketing presso la Ninja Academy.

Terminati gli studi svolge un anno di servizio civile volontario presso la PAT al Servizio Urbanistica e Tutela del Paesaggio. Dal 2012 si occupa di comunicazione lavorando al progetto Noi Quartiere con Consolida e Comune di Trento. Dal 2014 collabora in veste di consulente con Consolida ed Artico per le quali si occupa di sviluppo di piani di comunicazione e strategie di Social Media Marketing. Nel 2014 è Socio fondatore di Community Building Solutions -CBS- azienda per la quale è responsabile della comunicazione e responsabile della formazione dei corsi per disoccupati promossi dall'Unione Europea e dall'AdL.



14.3 Descrivere brevemente i risultati attesi

Conoscenza dei più diffusi canali di social media
 Capacità di selezionare il canale social più adatto alle proprie esigenze
 Capacità di sfruttare le peculiarità di ciascun canale social
 Capacità di produrre materiale multimediale adatto all'uso web
 Capacità di sviluppare una strategia promozionale funzionale ai propri scopi
 Capacità di attuare una strategia comunicativa efficace
 Capacità di valutare i risultati ottenuti e di ideare strategie di miglioramento

Più in generale ci si aspetta che i partecipanti in cerca di lavoro possano incrementare le proprie opportunità di trovarlo e che chi già impiegato possa sviluppare la propria carriera sia essa in forma subordinata, all'interno di un'impresa, o autonoma.
 Inoltre la partecipazione al progetto potrebbe configurarsi quale punto di partenza per l'avvio di una carriera nel settore del social media managing.

La padronanza di questi strumenti è sempre più necessaria per un successo lavorativo e, purtroppo, non è fornita dai corsi di studio accademici. Per questa ragione si propone

14.4 Abstract

In un contesto dove la disoccupazione giovanile è elevata e il mercato del lavoro è in rapido mutamento, gli strumenti informatici, ed in particolare i social media, sono sempre più rilevanti nelle fasi di ricerca del lavoro e di promozione dell'autoimprenditorialità. Un gruppo di giovani residenti sente quindi la necessità di migliorare le proprie competenze in questo ambito proponendo un progetto che prevede lezioni, laboratori e attività individuali supportate da un'azione di coaching.

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

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 organizzatori 6



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)
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 10

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

Bacheche pubbliche

Cartelloni/manifesti/locandine/volantini

Eventi pubblici (conferenza stampa, serate ecc..)

Lettere cartacee

Passaparola

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 Questionario di gradimento

2 Valutazione tutor/formatore

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) cartoleria	€ 100,00
3. Acquisto materiali specifici usurabili (specificare)	€
4. Compensi n.ore previsto 56 tariffa oraria forfait 1159	€ 1159,00
4. Compensi n.ore previsto 42 tariffa oraria forfait 1738,5	€ 1738,50
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	€
6. Viaggi e spostamenti	€ 0,00
7. Vitto e alloggio per i partecipanti ai progetti	€
8. Tasse / SIAE	€
9. Rimborsi spese (specificare) rimborso spese forfettario (tabelle ACI) relatori	€ 308,00
10. Assicurazione	€ 0,00
11. Altro 1 (specificare)	€
12. Altro 2 (specificare)	€
13. Altro 3 (specificare)	€
14. Altro 4 (specificare)	€
15. Valorizzazione attività di volontariato	€

Totale A: € 3305,50



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)	€
2. Finanziamenti di soggetti privati esterni al territorio di riferimento del PGZ (specificare quali)	€
3. Incassi da iscrizione	€ 150,00
4. Incassi di vendita	€

Totale B: € 150,00

DISAVANZO (Totale A – Totale B) € 3155,50
--

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) Commezzadura, Mezzana, Peio, Pellizzano, Ossana, Vermiglio, BIM	€ 1577,75
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: € 1577,75

Disavanzo	Finanziamenti di Enti pubblici membri del Tavolo	Entrate diverse	Contributo PAT
€ 3155,50	€ 1577,75	€ 0,00	€ 1577,75
percentuale sul disavanzo	50 %	0 %	50 %