

17 FEB. 2005



# PROVINCIA di BENEVENTO

Deliberazione della Giunta Provinciale n. 66 del 14 FEB. 2005

**Oggetto:** L.R.14/2000 – Approvazione progetto Agenzia Servizio Informagiovani Provincia di Benevento Anno 2005 – Richiesta contributo alla Regione Campania.

L'anno duemilacinque il giorno QUATTORDICI del mese di FEBBRAIO presso la Rocca dei Rettori si è riunita la Giunta Provinciale con l'intervento dei Signori:

1) On.le Carmine	NARDONE	- Presidente	_____
2) Rag. Giovanni	MASTROCINQUE	- Vice Presidente	<u>ASSENTE</u>
3) Rag. Alfonso	CIERVO	- Assessore	_____
4) Ing. Pompilio	FORGIONE	- Assessore	_____
5) Dr. Pasquale	GRIMALDI	- Assessore	_____
6) Dr. Giorgio Carlo	NISTA	- Assessore	_____
7) Dott. Carlo	PETRIELLA	- Assessore	_____
8) Dr. Rosario	SPATAFORA	- Assessore	<u>ASSENTE</u>
9) Geom. Carmine	VALENTINO	- Assessore	<u>ASSENTE</u>

Con la partecipazione del Segretario Generale Dott. Gianclaudio IANNELLA \_\_\_\_\_

L'ASSESSORE PROPONENTE \_\_\_\_\_

*LA GIUNTA*

Preso visione della proposta del Settore Politiche del Lavoro istruita dal Dott. Nino LOMBARDI di seguito trascritta:

**PREMESSO** che questa Provincia, nell'ambito delle proprie attività, ha ravvisato la necessità di promuovere iniziative concrete nel campo delle problematiche giovanili, nella duplice ottica di stabilire un proficuo rapporto tra i giovani e le istituzioni, al fine di migliorarne le condizioni di vita e ridurre il manifestarsi di situazioni di disagio sociale, con conseguenti atteggiamenti di sfiducia, di emarginazione e di devianza;

**ATTESO** che nel nostro paese molti Enti Locali hanno attivato iniziative concrete nel campo della condizione giovanile, attraverso la realizzazione di spazi e/o servizi a carattere permanente, in grado di favorire processi di aggregazione, di partecipazione, di inserimento sociale e di politiche attive del lavoro;

**CONSIDERATO** che l'informazione rappresenta, oggi, un momento decisivo, non solo per poter accedere al mondo del lavoro, ma, più in generale, per favorire i processi di scelta delle nuove generazioni negli snodi principali della loro esistenza;

## **RICHIAMATE:**

- La "Raccomandazione n.7/90 (R) del Consiglio d'Europa in materia di "informazione e consulenza per i giovani in Europa" con la quale si invitano gli Stati membri ad attivare servizi e reti di servizi di informazione per la gioventù;
- la "Carta Europea per l'informazione alla Gioventù" emanata da ERYCA, l'associazione europea che riunisce i Coordinamenti Nazionali degli Informagiovani di tutti i paesi europei, che promuove i criteri di qualità e lo sviluppo degli Informagiovani in Europa;
- il Protocollo d'intesa ANCI-UPI-UNCCEM del 3/7/1987 con il quale si promuoveva lo sviluppo delle Politiche Giovanili in Italia con particolare riferimento ai servizi Informagiovani e allo sviluppo di forme di collaborazione tra Enti territoriali;
- il Decreto del Ministero dell'Interno del gennaio 1995 con il quale si istituisce il Coordinamento Nazionale degli Informagiovani e i relativi Coordinamenti Regionali di governo dello sviluppo dei Servizi in Italia;
- le conclusioni dei Convegni Nazionali degli Informagiovani promossi dal Ministero dell'Interno di Roma (1987), Palermo (1990), Modena (1993) e Torino (1996) con i quali sono stati promossi, sviluppati e qualificati i Servizi Informagiovani;
- **VISTO** che la Provincia ha istituito l'Agenzia provinciale Informagiovani che prevede la realizzazione di un Sistema Integrato per la Gioventù attraverso la costituzione della rete S.I.R.G. Regione Campania afferenti ai livelli territoriali istituzionali (distretto, Provincia, Regione);
- **CONSIDERATO** che il Progetto citato dispiega la sua azione anche attraverso pianificazione le quali si può accedere a contributi europei, statali o regionali; e che tali progettazioni hanno già procurato alla Rete risorse economiche ai sensi delle vigenti legislazioni;
- **VISTO** che anche la Regione Campania promuove e sostiene la strutturazione di Servizi di Informazione per la Gioventù favorendone l'istituzione e sostenendone le attività con appositi contributi attraverso apposita legislazione (L.R. 14/2000);
- **SENTITO** L'Assessore al Lavoro che ritiene opportuno di approvare il progetto in parola inoltrandolo al Settore Politiche Giovanili della Regione Campania per la relativa richiesta di contributo;

**ATTESO** che, valutato quanto sopra, la Provincia di Benevento ha programmato un intervento che preveda di realizzare sul proprio territorio una Rete di Servizi di Informazione, Consulenza e Promozione per la Gioventù, integrata e coordinata dall'Agenzia Provinciale, con l'obiettivo di favorire la crescita culturale, l'inserimento sociale e lavorativo, l'autodeterminazione personale e la socializzazione tra i giovani, anche nell'ottica della prevenzione primaria del disagio, mediante un piano/programma che con i seguenti obiettivi:

1. Realizzare, all'interno del territorio della Provincia una rete di servizi di informazione "a tutto campo" sulle principali materie di interesse giovanile e mondo delle relazioni;
2. Svolgere compiti di osservatorio delle problematiche giovanili e partecipare con input significativi alla programmazione delle attività istituzionali (ruolo di interfaccia tra giovani ed amministrazioni locali);
3. Creare le condizioni per il decentramento su scala provinciale di sportelli al pubblico (Informagiovani) collegati in rete;
4. Favorire la convergenza sul Sistema stesso dei Servizi e delle Reti Informagiovani già presenti sul territorio;
5. Agevolare le procedure per il reperimento delle risorse pubbliche locali e rendere più efficaci i contatti per i contributi regionali, nazionali e comunitari a carattere speciale;
6. Integrare tra loro diverse forme di finanziamento indirizzando le disponibilità del privato sociale e del mercato verso obiettivi comuni;
7. Attivare sugli obiettivi del Sistema collaborazioni interdisciplinari con gli Agenti/Attori del territorio coinvolgendoli, attraverso strumenti permanenti di relazione, in dinamiche operative per garantire l'efficienza e la ricaduta degli interventi programmati, fino al supporto alle politiche attive per il lavoro;
8. Adottare un'organizzazione del lavoro improntata a garantire l'efficacia dell'intervento informativo di primo livello e la migliore qualità della comunicazione nei momenti di

orientamento e consulenza garantendo orari, spazi, alternanza e flessibilità degli operatori funzionali agli obiettivi;

9. Dotarsi di strumenti di gestione capaci di garantire una verifica delle attività, misurare con metodologie adeguate il rapporto tra obiettivi e risultati dei servizi, programmare l'aggiornamento degli operatori;
10. Raccordare ed ottimizzare una serie di istanze volte a prevenire condizioni di disagio tra i giovani, istanze che all'interno del Sistema ritrovano una collocazione in grado di esprimere una maggiore incidenza sulle reali condizioni di vita della gioventù;
11. Offrire ai Giovani, singoli od associati, più punti di riferimento istituzionali per potersi incontrare, scambiare esperienze, promuovere e praticare iniziative comuni.

**RITENUTO** per quanto sopra necessario dare realizzazione al Progetto redatto e presentato dall'Agenzia Provinciale Informagiovani, approvando in toto l'elaborato.

Esprime parere favorevole circa la regolarità tecnica della proposta.

Li \_\_\_\_\_

Il Dirigente del Settore Politiche del Lavoro  
(Dott. Luigi VELLECA)

Esprime parere favorevole circa la regolarità contabile della proposta.

Li \_\_\_\_\_

Il Dirigente del Settore FINANZE  
E CONTROLLO ECONOMICO  
(Dr. Sergio MUOLLO)

## LA GIUNTA

Su relazione dell'Assessore al ramo;

## DELIBERA

Per le ragioni innanzi esposte:

1. Approvare l'allegato **PROGETTO** denominato (**Sviluppo e promozione del sistema informativo dell'Agenzia Provinciale Informagiovani anno 2005**), redatto e presentato dal Dott. Nino LOMBARDI responsabile dell'Agenzia Provinciale.
2. Di dare atto che il Progetto de quo costa € 100.000,00 di cui € 50.000,00 a carico di questa Provincia che si impegna al cofinanziamento del 50% e graverà sul Capitolo n. 10911 del Bilancio di previsione 2005, mentre l'altro 50% dell'importo è a carico della Regione Campania ai sensi e per gli effetti della L.R. n.14/2000.
3. Di dare atto, altresì, che la quota parte a carico della Provincia sarà utilizzata per le risorse umane da impiegare nel Progetto Agenzia Informagiovani e l'integrazione dei servizi di II° livello (U.R.P. - Centri per l'Impiego - Politiche del Lavoro - Politiche Giovanili - Formazione Professionale- e altri Attori/Agenti Istituzionali del Territorio Provinciale) della rete Informagiovani, mentre per la quota derivante dal contributo Regionale sarà utilizzata per le attività specifiche esposte nel piano finanziario del progetto allegato.
4. Di trasmettere alla Regione Campania -Settore Politiche Giovanili, l'allegato progetto per la relativa richiesta del contributo regionale ai sensi della L.R. 14/2000.

Verbale letto, confermato e sottoscritto

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dr. Gianclaudio IANNELLA)

IL PRESIDENTE  
(On. Carmine NARDONE)

*[Handwritten signature of Carmine Nardone]*

N. 145 Registro Pubblicazione

Si certifica che la presente deliberazione è stata affissa all'Albo in data odierna, per rimanervi per 15 giorni consecutivi a norma dell'art. 47 della legge 8.6.1990, n.142.

BENEVENTO 17 FEB. 2005

IL MESSO

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Sergio MUCILLI)

La sujestesa deliberazione è stata affissa all'Albo Pretorio in data 17 FEB. 2005 e contestualmente comunicata ai Capigruppo.

SI ATTESTA, che la presente deliberazione è divenuta esecutiva a norma dell'art. 47 della legge n. 142 dell'8.6.1990.

- 8 MAR. 2005

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO

IL SEGRETARIO GENERALE  
(F.to Dott. Gianclaudio IANNELLA)

Si certifica che la presente deliberazione è divenuta esecutiva ai sensi della legge 142/90 il giorno - 8 MAR. 2005

- Dichiarata immediatamente eseguibile
- Decorsi 30 giorni dalla trasmissione al Co.Re.Co. dell'atto.
- Richiesti chiarimenti
- Comunicazione del Co.Re.Co. n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_ di non aver riscontrato vizi di legittimità
- E' stata annullata con decisione del Co.Re.Co. n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_
- E' stata revocata con atto n. \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

Benevento li, 8 MAR. 2005

IL SEGRETARIO GENERALE  
(Dott. Gianclaudio IANNELLA)

Copia per POLITICHE del LAVORO 1568  
 SETTORE FINANZA e CE il 23-2-05 prot. n. ES. 2073  
10.3.05

x Revisori dei Conti il ASSS prot. n. \_\_\_\_\_  
 x Nucleo di Valutazione il 23-2-05 prot. n. \_\_\_\_\_

*Conferenza al Capigruppo*



# PROVINCIA di BENEVENTO

Settore Servizi ai Cittadini

Servizio Affari Generali

284  
8-3-05

Prot. n. ....

Benevento, lì.....

U.O.: GIUNTA/CONSIGLIO



AL DIRIGENTE DEL SETTORE  
POLITICHE ATTIVE DEL LAVORO  
SEDE

**OGGETTO:** Delibera G.P. n. 66 del 14.2.2005 ad oggetto: "L.R. 14/2000 – Approvazione progetto Agenzia Servizio Informagiovani Provincia di Benevento Anno 2005 – Richiesta contributo alla Regione Campania.-

Per quanto di competenza, si rimette copia estratto della delibera indicata in oggetto, esecutiva.

IL DIRIGENTE  
- Dr. ssa Patrizia TARANTO -

3/4



# PROVINCIA di BENEVENTO

Settore Servizi ai Cittadini

Servizio Affari Generali

Prot. n. ....

Benevento, lì.....

U.O.: GIUNTA/CONSIGLIO

9/11  
18-2-10

GIUNTA

PROVINCIA DI BENEVENTO SETTORE SERVIZI AI CITTADINI	
N. 1368	Decorativo 23 FEB. 2005

AL DIRIGENTE DEL SETTORE  
POLITICHE ATTIVE DEL  
LAVORO  
SEDE

Oggetto: **DELIBERA G.P. N. 66 del 14.2.2005 ad oggetto: "L.R. 14/2000 - APPROVAZIONE PROGETTO AGENZIA SERVIZIO INFORMAGIOVANI PROVINCIA DI BENEVENTO ANNO 2005 - RICHIESTA CONTRIBUTO ALLA REGIONE CAMPANIA".-**

Per quanto di competenza, si trasmette copia estratto della delibera indicata in oggetto, immediatamente esecutiva.

IL DIRIGENTE DEL SETTORE  
- Dr. ssa Patrizia TARANTO -



file



# PROVINCIA di BENEVENTO

Settore Servizi ai Cittadini

Servizio Affari Generali

Prot. n. ....

Benevento, lì.....

U.O.: GIUNTA/CONSIGLIO

*GIUNTA*

PROVINCIA DI BENEVENTO SETTORE SERVIZI AI CITTADINI	
N. 1535	23 FEB. 2005

AL DIRIGENTE DEL SETTORE  
FINANZA E CONTROLLO  
ECONOMICO

AL PRESIDENTE  
REVISORI DEI CONTI

AL PRESIDENTE  
NUCLEO DI VALUTAZIONE  
S E D E

**Oggetto: DELIBERA G.P. N. 66 del 14.2.2005 ad oggetto: "L.R. 14/2000 - APPROVAZIONE PROGETTO AGENZIA SERVIZIO INFORMAGIOVANI PROVINCIA DI BENEVENTO ANNO 2005 - RICHIESTA CONTRIBUTO ALLA REGIONE CAMPANIA.-**

Per quanto di competenza, si trasmette copia estratto della delibera indicata in oggetto, immediatamente esecutiva.

IL DIRIGENTE DEL SETTORE  
- Dr. ssa *Patrizia* TARANTO -

*PM*



**Agenzia Servizi Informagiovani  
Provincia di Benevento**

**PROGETTO**

di

**SVILUPPO E PROMOZIONE  
DEL SISTEMA INFORMATIVO  
INFORMAGIOVANI  
ANNO 2005**

**AGENZIA PROVINCIALE DI BENEVENTO**

**Il Direttore dell'Agencia  
Dr. Nino Lombardi**

## SOMMARIO

1. PRESENTAZIONE
  - 1.1 Presentazione dell'Agenzia Provinciale di Benevento
  - 1.2 Ambito e distretti territoriali.
  - 1.3 Il ruolo dell'Agenzia
  - 1.4 Presentazione Monitoraggio Fisico del C.O.F. della Provincia di Benevento
2. I PRINCIPI FONDAMENTALI DEL PROGETTO
  - 2.1 Coordinamento
  - 2.2 Analisi, monitoraggio e valutazione
  - 2.3 Adattamento alla domanda
  - 2.4 Trasparenza
  - 2.5 Accessibilità
  - 2.6 Fasi operative
3. GLI OBIETTIVI
4. IL TARGET DI RIFERIMENTO
5. REALIZZAZIONE DELLA RETE SIRG DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO
  - 5.1 Quadro di sintesi delle attività
6. PROGETTO BANCA DATI UNICA PROVINCIALE INTEGRATA ALLA RETE REGIONALE
  - 6.1 Premessa
  - 6.2 Obiettivo generale
  - 6.3 Obiettivi specifici
7. FORMAZIONE UNICA FRONT OFFICE E BACK OFFICE DEI SERVIZI
  - 7.1 Contesto dell'intervento
  - 7.2 Obiettivi generali
  - 7.3 Obiettivi specifici
  - 7.4 Pianificazione e modalità di intervento
8. PROGETTO EVENTI
  - 8.1 Contesto dell'intervento
  - 8.2 Obiettivi generali
  - 8.3 Obiettivi specifici
  - 8.4 Modalità
9. PROGETTO OSSERVATORIO GIOVANILE PROVINCIALE
  - 9.1 Premessa
  - 9.2 Obiettivi generali
  - 9.3 Modalità, strumenti, azioni
10. PROGETTO GRUPPO PARTNER (Cross Offer – Cross Marketing – Project Management)
  - 10.1 Presentazione
  - 10.2 Obiettivi generali
  - 10.3 Obiettivi specifici
  - 10.4 Modalità

## **1. PRESENTAZIONE**

### **1.1 Presentazione dell'Agenzia Provinciale di Benevento**

L'Agenzia Servizi Informagiovani della Provincia di Benevento, in riferimento alla L.R.14/2000, ha realizzato sul proprio territorio di una rete di servizi di informazione, formazione e promozione dei punti informagiovani, con l'obbiettivo di favorire una crescita culturale sociale ed occupazionale, nell'ottica della prevenzione primaria del disagio giovanile presente sul territorio della provincia di Benevento.

Il seguente progetto viene presentato dall'Agenzia Informagiovani della Provincia di Benevento, al fine di potenziare e integrare la rete di servizi informagiovani con particolare attenzione alla integrazione dei servizi di II° livello quale i sistemi dei Centri dell'Impiego (E-Labor - Erg on line - S.I.L) - URP - C.C.I.A.A. - C.S.A. agli studi - Politiche del Lavoro e Formazione Professionale - Politiche Giovanili - C.O.F. - EURES - Mondo Universitario, al fine di stabilire forti raccordi e attive forme di collaborazione con i Centri operanti sul territorio.

### **1.2 Ambito e distretti territoriali.**

L'intervento dell'Agenzia si articola sul territorio della Provincia di Benevento composta di: 78 Comuni, 4 Comunità Montane, 4 Centri per l'Impiego, 5 distretti scolastici, i quali, a loro volta, sono così suddivisi:

- distretto n. 7 di Benevento (21 Comuni);
- distretto n. 8 di Airola (12 Comuni);
- distretto n. 9 di Telesse Terme (20 Comuni);
- distretto n. 10 di Morcone (11 Comuni);
- distretto di San Marco dei Cavoti (14 Comuni).

### **1.3 Il ruolo dell'Agenzia**

L'esperienza e la conoscenza maturata, dal concreto inizio delle attività dell'Agenzia ad aprile 2001, hanno realizzato un forte coordinamento territoriale unito ad una forte aspettativa da parte dei Centri per compiere, attraverso l'operato dell'Agenzia, un salto di qualità che dia un nuovo impulso alla rete degli InformaGiovani. Le aspettative, apparentemente ambiziose, rispondono in pieno alle attese che la stessa Regione Campania pone nei confronti dei soggetti attuatori del S.I.R.G. e, in particolar modo, nelle Agenzie Provinciali.

**1.4**

**Presentazione**

**Monitoraggio**

**Fisico**

**del**

**C.O.F.**



CENTRO  
OCCUPABILITÀ  
FEMMINILE

# Presentazione dei risultati delle attività

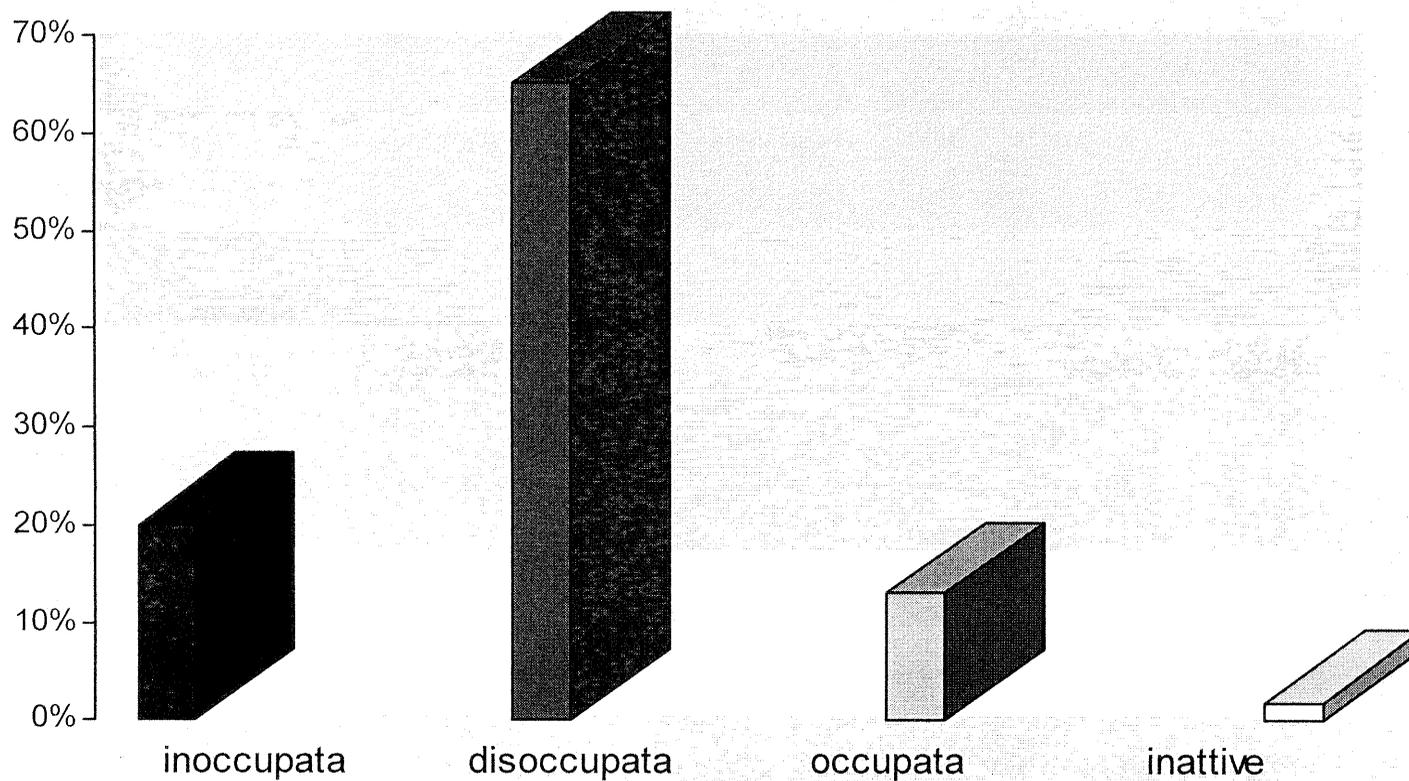
PROMOZIONE DELLA PARTECIPAZIONE FEMMINILE AL MERCATO DEL  
LAVORO

Misura 3.14 – POR Campania 2000-2006

# I SERVIZI ATTIVATI

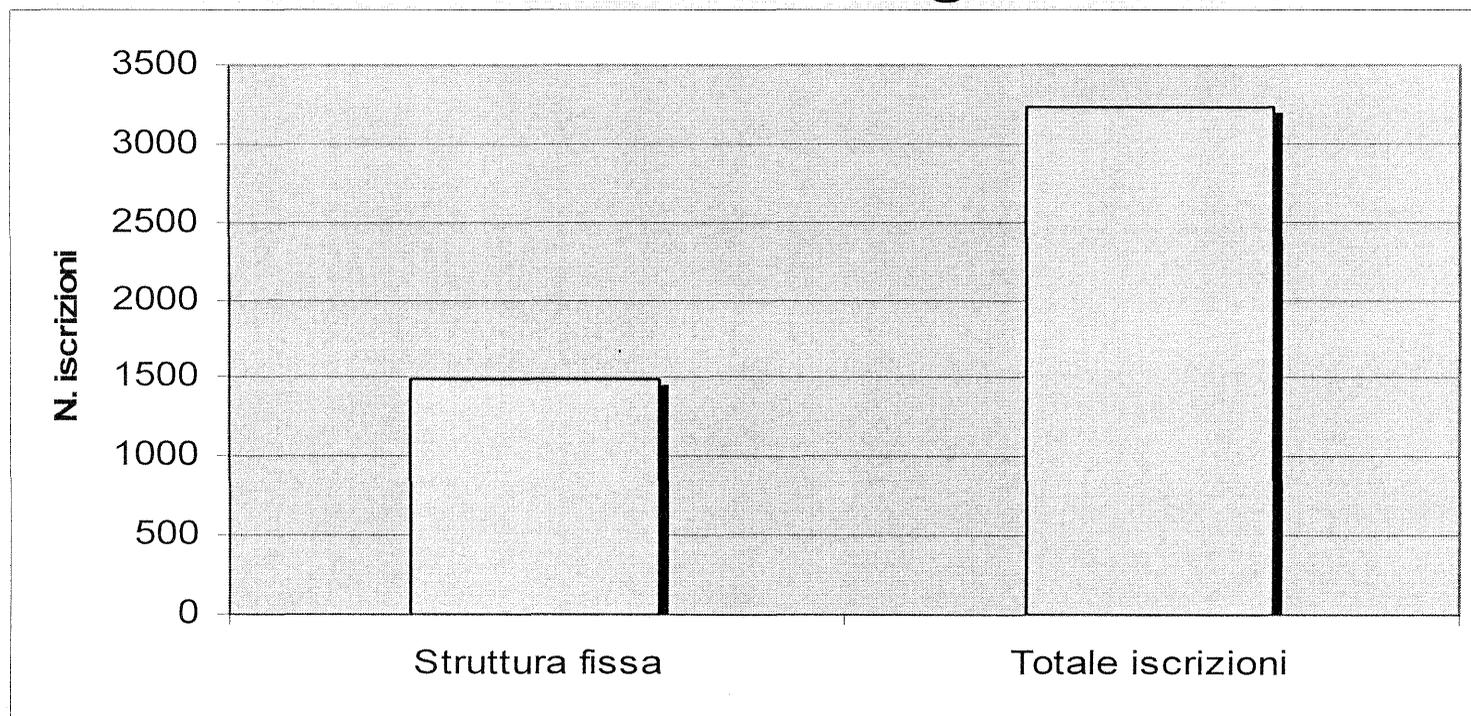
- FRONT-OFFICE
- ORIENTAMENTO
- TUTORING
- CAMPER DELLE OPPORTUNITA'
- SEMINARI TEMATICI
- TIROCINI FORMATIVI
- PERCORSI INTEGRATI
- SITO WEB

# DATI UTENTI PER CONDIZIONE PROFESSIONALE



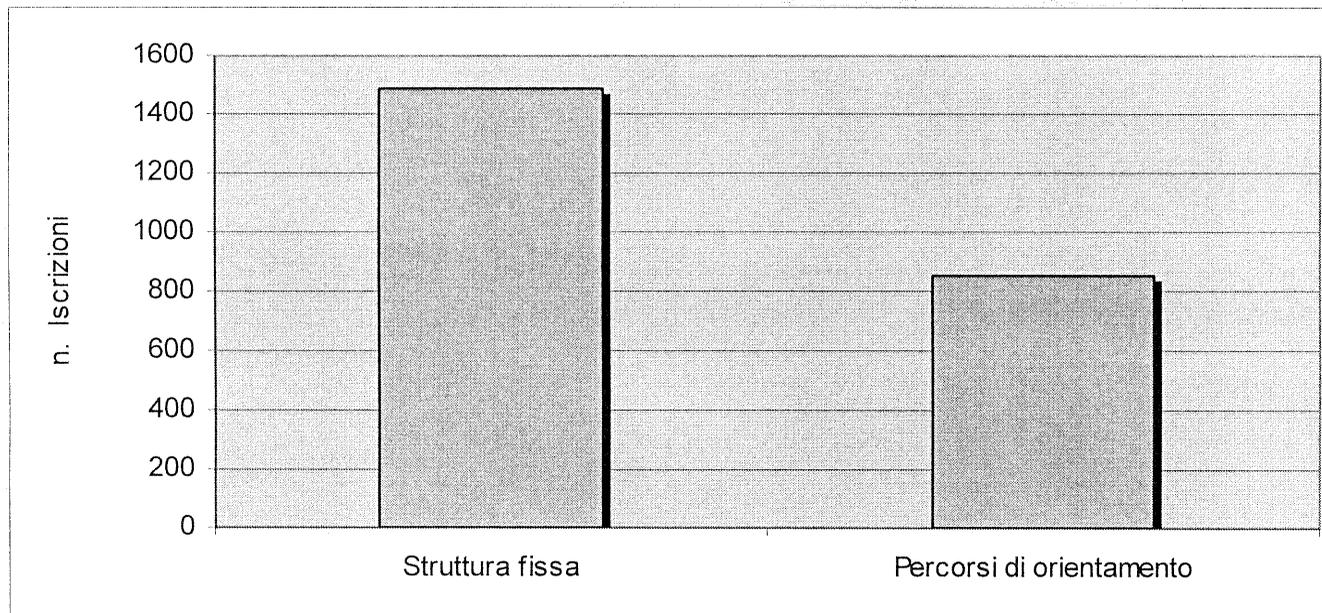
# FRONT-OFFICE: DATI QUANTITATIVI

**Numero delle utenti registrate: 1491**



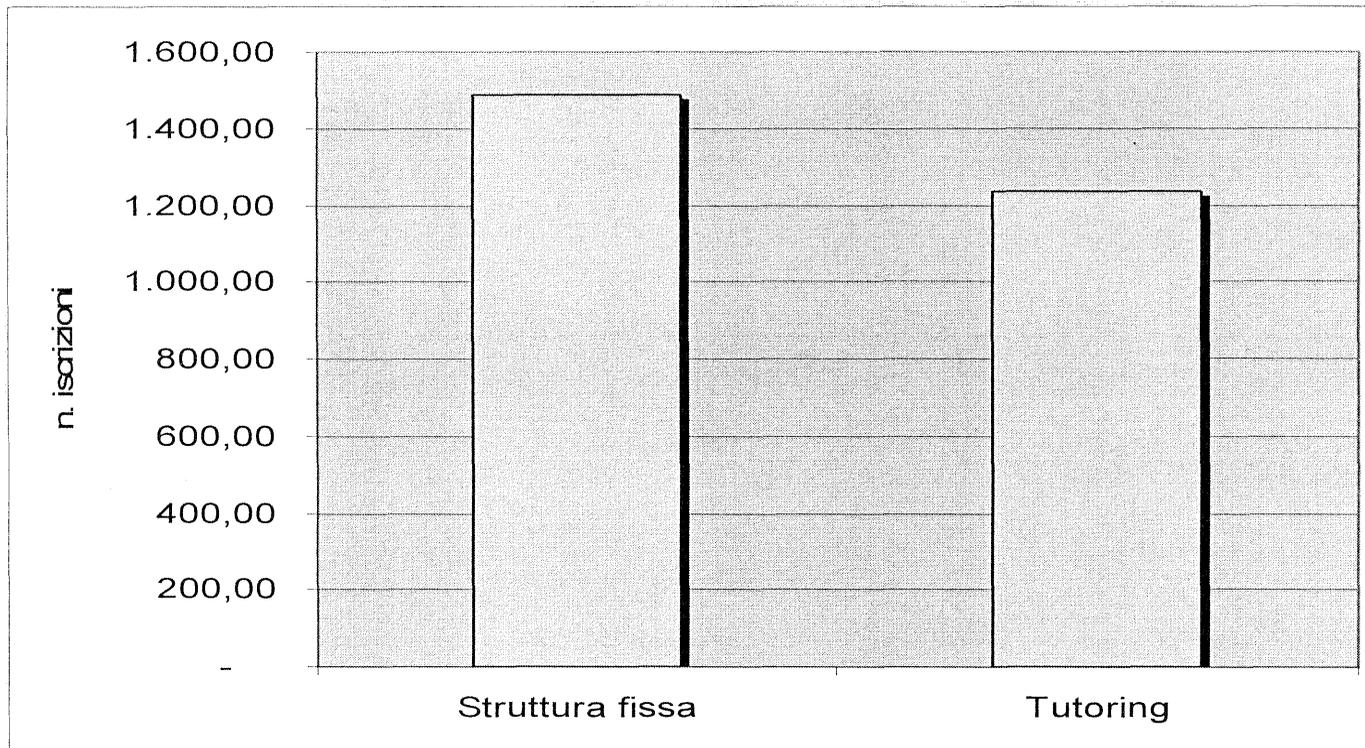
# ORIENTAMENTO: DATI QUANTITATIVI

**Numero utenti : 846**



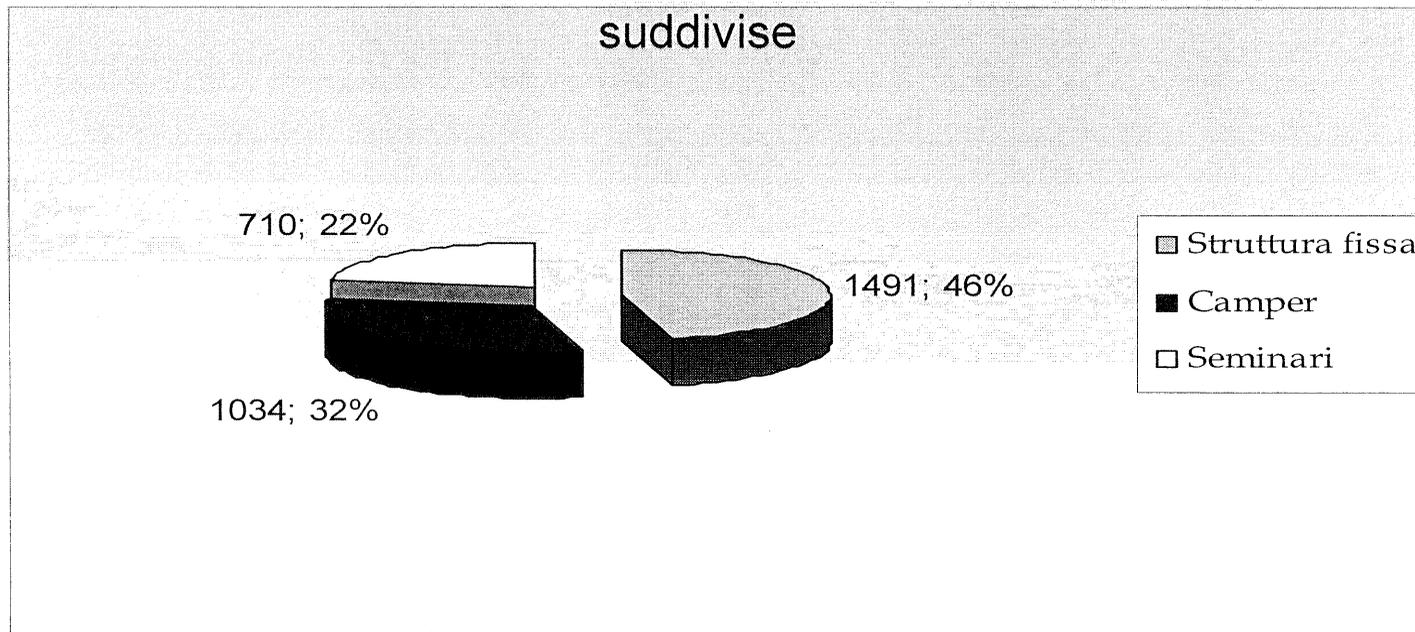
# TUTORING: DATI QUANTITATIVI

**Numero utenti : 1233**



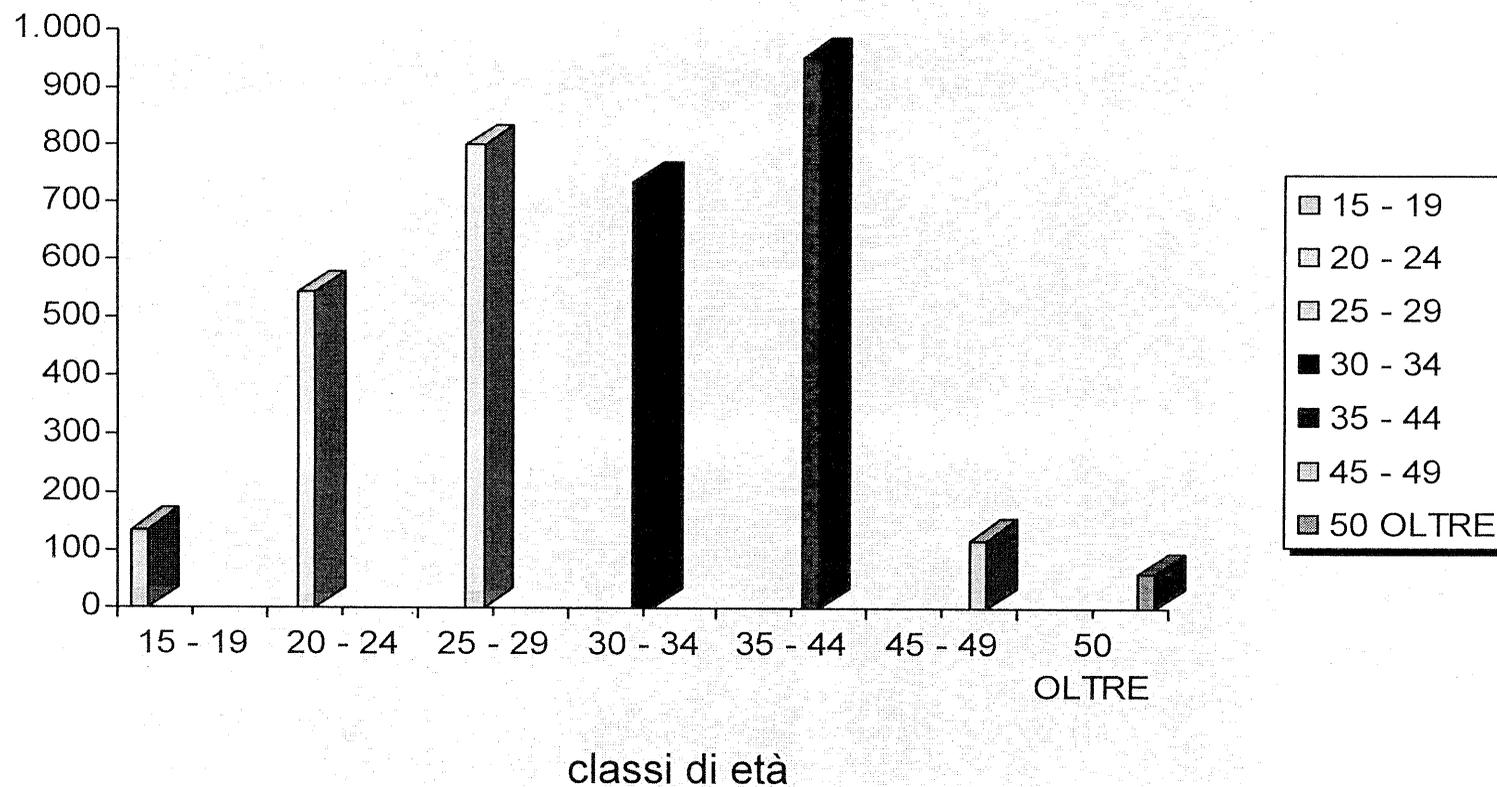
# ISCRIZIONI AL COF

**3.110** costi  
suddivise

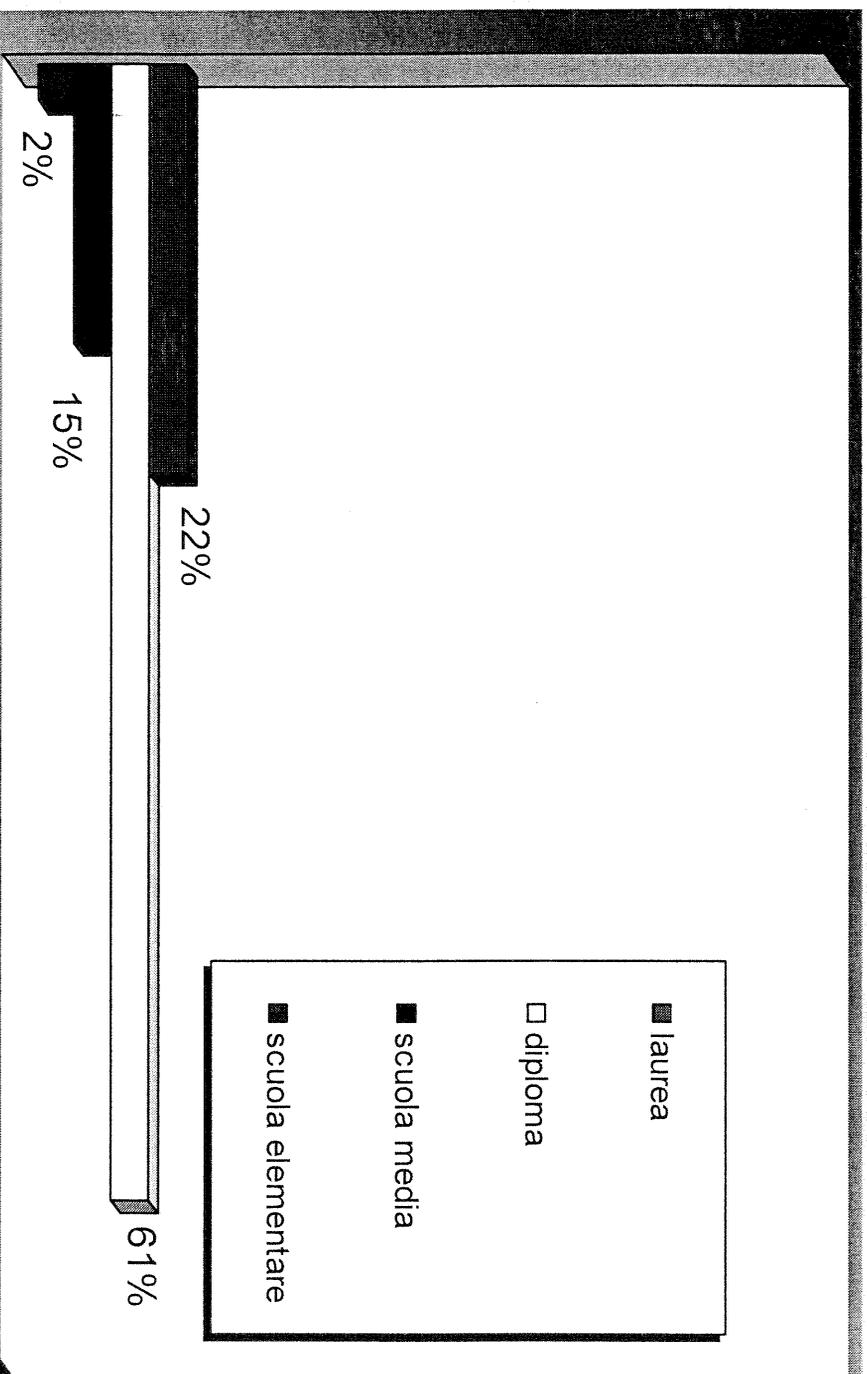


Dr.ssa Stefania Viscione Dr. Maurizio Reveruzzi

# DATI UTENTI PER CLASSI DI ETÀ'



# DATI UTENTI PER TITOLO DI STUDIO



## **2. I PRINCIPI FONDAMENTALI DEL PROGETTO**

I principi fondamentali cui si ispira il progetto A.S.IG. della Provincia di Benevento per il 2005 sono:

### **2.1 Coordinamento**

Il coordinamento delle politiche comunicative costituisce l'elemento centrale del progetto A.S.IG. 2005; ciascun "produttore" di informazione e comunicazione deve essere consapevole del suo ruolo e lo deve svolgere nell'ambito del sistema integrato ( S.I.R.G. ) fondato sull'uniformità delle basi informative e dei linguaggi.

### **2.2 Analisi, monitoraggio e valutazione**

L'analisi, il monitoraggio e la valutazione delle politiche di informazione e comunicazione rappresentano il supporto alla funzione di programmazione e coordinamento, necessario a valutare l'efficacia delle Azioni di informazione e comunicazione e gli eventuali processi di aggiustamento.

Partendo dall'analisi dei fabbisogni dell'utenza, le fasi ex ante, in itinere ed ex post, relative ad ogni attività di comunicazione, mirano a determinare l'impatto dei messaggi, la loro permanenza, la distanza tra gli obiettivi posti e il risultato finale.

### **2.3 Adattamento alla domanda**

Le politiche comunicative adottate dal S.I.R.G. devono rispondere ai bisogni dei giovani in modo dinamico. Il successo delle azioni è condizionato dalla capacità di adattare le informazioni e comunicazioni ai bisogni espressi dai giovani del territorio.

### **2.4 Trasparenza**

Lo status di ogni documento, di ciascuna informazione deve essere preciso e chiaro. Il linguaggio utilizzato per l'informazione e la comunicazione deve tener conto della diversità dei destinatari e dei contesti culturali locali.

### **2.5 Accessibilità**

L'informazione e i mezzi di diffusione devono essere accessibili per essere efficaci. Da tempo le principali fonti di informazione vengono individuate dal pubblico nei media audiovisivi, informatici e nella rete internet. Ciò impone il rispetto degli standard fissati nelle circolari regionali e in maniera più estesa quelli a livello internazionale in tema di uso del web.

### **2.6 Fasi operative**

Per l'elaborazione del Progetto A.S.IG. 2005 si è proceduto secondo le seguenti fasi:

- Analisi del contesto territoriale di riferimento
- Raccolta delle esigenze all'interno della rete provinciale IG
- Definizione degli obiettivi generali e specifici correlati ai temi prioritari individuati dal TTP (Tavolo Tecnico Provinciale) ed i T.T. dei Centri Informagiovani
- Definizione delle sotto-categorie del target
- Scelta delle attività e dei relativi strumenti
- Adozione dei metodi di verifica definiti dal TTR (Tavolo Tecnico Regionale) e rapporti ed iniziative congiunte con i partner di secondo livello (Centri per l'Impiego - URP - C.C.I.A.A. - C.S.A. agli studi - Politiche del Lavoro e Formazione Professionale - Politiche Giovanili - C.O.F. - EURES - Mondo Universitario - Centri Informagiovani - URP - Politiche del Lavoro).

### 3. GLI OBIETTIVI

Obiettivo generale è quello di organizzare un sistema organico di servizi visibile, coordinato ed efficace, rivolto ai vari segmenti della specifica tipologia di utenza, che coadiuvi l'azione delle Politiche Giovanili nella Regione Campania per la completa realizzazione del S.I.R.G. e risponda alle seguenti esigenze, ciascuna delle quali indica uno specifico obiettivo:

- Aumentare la presenza dei servizi territoriali fino, almeno all'attivazione di tutti i Punti, eccezion fatta per i 5 Distretti della provincia di Benevento coordinati dall'attuale Agenzia Provinciale nella fase di implementazione territoriale;
- Accrescere la visibilità, l'accessibilità, la trasparenza e la conoscenza dell'offerta dei servizi territoriali;
- Offrire un servizio pubblico di informazione-comunicazione-orientamento immediatamente fruibile al pubblico, agli altri settori della pubblica amministrazione, alle scuole, alle università, alle associazioni di categoria, ai soggetti attuatori e gestori di finanziamenti etc;
- Assicurare un ruolo di coordinamento e orientamento delle fonti di informazione esistenti a livello locale, nazionale e comunitario;
- Favorire oltre alle attività tradizionali, indicate dalla L.R. 14/2000, strategie di intervento tese a rendere e accreditare i Servizi IG come soggetti interlocutori di più complesse e articolate iniziative rispetto al mondo del lavoro e del welfare in particolare, costituendo e formando un gruppo di esperti in grado di realizzare progetti di forte impatto territoriale accessibili anche ad altre forme di contributo, finanziamento e sostegno al livello locale, regionale, nazionale e comunitario;
- Creare un meccanismo di promozione e collegamento attraverso il sistema di rete dei servizi al pubblico.

Tali obiettivi specifici sono stati individuati sulla base della recente disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni (l. n.150 del 7 giugno 2000) e coerentemente con le linee programmatiche del S.I.R.G. fissate nella L.R. 14/2000.

In particolare:

- Lo sviluppo di un'immagine forte dell'IG attraverso:
  1. il miglioramento della natura e del contenuto dell'informazione
  2. l'ottimizzazione dei canali di interazione utilizzati per la comunicazione
  3. lo sviluppo delle capacità di recepire e rielaborare gli stimoli esterni
  4. la costruzione di una rete telematica interna (intranet) in cui le informazioni essenziali diventino patrimonio comune, contribuendo allo sviluppo delle risorse umane
  5. l'apertura di nuovi servizi informagiovani
  6. l'attivazione di sinergie con il mondo della scuola superiore per la realizzazione di nuove forme di contatto con l'universo giovanile attraverso modalità di esposizione/consultazione
- Il migliore utilizzo e la valorizzazione delle risorse umane attraverso percorsi formativi interni
- La crescita qualitativa delle condizioni di lavoro attraverso il miglioramento dei flussi di comunicazione

Sono state considerate le criticità e gli obiettivi fissati nel Libro Bianco della Commissione Europea:

“... Indissolubilità del binomio informazione e partecipazione

L'obiettivo dell'azione europea non deve mirare a moltiplicare le strutture, i canali e la quantità di informazioni già disponibili, deve invece fare un salto di qualità in materia di informazioni destinate ai giovani.

La responsabilità prima di informare i giovani, anche su quanto avviene a livello europeo, spetta agli Stati membri. L'UE agisce in maniera complementare.

Comunque sia tutte le azioni devono fondarsi sui seguenti principi:

- il riconoscimento esplicito di una reale necessità di informazione e quindi l'elaborazione di una strategia coordinata per informare i giovani;
- le pari opportunità dinanzi alle informazioni;
- l'accesso gratuito a tutte le forme di informazioni pratiche;
- la vicinanza, la flessibilità, una comunicazione dal volto umano;
- l'ottemperanza a norme etiche elevate;
- la partecipazione dei giovani alla definizione e all'attuazione degli strumenti di comunicazione che li riguardano, ovvero al loro sviluppo;
- l'azione di informazione e di comunicazione per i giovani deve fondarsi sulle tre seguenti direttrici:
  - contenuto dell'informazione diffusa: deve essere incanalato in funzione delle aspettative dei giovani;
  - strumenti e canali volti a diffondere le informazioni: devono essere di agevole accesso, facili da usare e raggiungere i giovani dove si trovano veramente (primariamente negli istituti scolastici, ma anche nei quartieri e per le strade);
  - questi strumenti e canali si devono intersecare (lavoro di rete) ...”

Sono state, altresì, considerate le indicazioni contenute nel Libro Bianco sul Mercato del lavoro in Italia:

- “la cooperazione tra pubblico e privato è comunque essenziale soprattutto per quanto riguarda la produzione e l'utilizzo delle informazioni (...) per garantire una maggiore e migliore diffusione delle informazioni e per facilitare l'incontro domanda e offerta”;

ed in particolare per quanto attiene al mercato del lavoro:

- “...i mercati del lavoro sono tendenzialmente locali, ma occorre facilitare al massimo la mobilità tra i mercati locali...”.

I temi rispetto ai quali svolgere attività mirate di informazione e comunicazione riflettono la seguente articolazione logica:

- A. proposte di innovazioni normative e organizzative all'interno del S.I.R.G. prevedibili per l'anno 2005;
- B. criticità nei confronti del pubblico esterno ed interne al S.I.R.G. provinciale, conseguenti ad un deficit di comunicazione e di organizzazione;
- C. emergenze sociali nell'ambito di competenza del S.I.R.G.;

<b>A.</b> Innovazioni normative e organizzative all'interno del S.I.R.G. prevedibili per l'anno 2005, rispetto alle quali si rende necessaria una specifica attività di progettazione	<ul style="list-style-type: none"><li>- consolidamento dell'assetto organizzativo dell'Agenzia;</li><li>- proposte di modifica e integrazione della l.r. 14/2000 sulle valutazioni di chiusura del primo quadriennio di applicazione;</li><li>- piani per l'emersione della domanda inespressa;</li><li>- attivazione di rapporti progettuali con le attività di obbligo scolastico e formativo;</li><li>- avviamento di progettualità mirate all'accesso ai contributi P.O.R., FSE ecc.;</li></ul>
---	---

<p><b>B.</b> Criticità sia nei confronti del pubblico esterno, sia interne al S.I.R.G. provinciale, che possono essere considerate come conseguenti ad un deficit di comunicazione e di organizzazione</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Difficoltà del giovane a reperire, comprendere e utilizzare le informazioni;</li><li>- Difficoltà del giovane nell'identificazione dell'IG e formazione di una cultura del servizio;</li><li>- Scarsa conoscenza e circolazione delle informazioni all'interno della rete;</li><li>- Insufficiente attenzione delle specifiche realtà alla costituzione di fatto della rete provinciale</li></ul>
<p><b>C.</b> Emergenze sociali nell'ambito di competenza del S.I.R.G.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- disoccupazione e inoccupazione</li><li>- abbandono scolastico</li><li>- lavoro minorile</li><li>- pari opportunità</li><li>- problemi dei giovani</li><li>- dipendenze</li><li>- formazione e orientamento</li><li>- immigrazione giovanile</li></ul>

#### 4. IL TARGET DI RIFERIMENTO

Le azioni previste si rivolgono a quattro macro-categorie di riferimento:

- A. I giovani
- B. Le istituzioni
- C. I media
- D. Gli operatori

Le macro-categorie di riferimento sono state analizzate ed articolate in specifici segmenti di pubblico.

A. I Giovani	<ul style="list-style-type: none"><li>- studenti</li><li>- lavoratori</li><li>- disoccupati, inoccupati o a rischio di occupazione</li><li>- giovani in cerca del primo impiego o di opportunità di qualificazione professionale</li></ul>
B. Le istituzioni	<ul style="list-style-type: none"><li>- Regione Campania</li><li>- Province della Campania</li><li>- Comuni della provincia di Benevento</li><li>- Ministero del lavoro e delle politiche sociali</li></ul>
C. I media	<ul style="list-style-type: none"><li>- Agenzie di stampa</li><li>- Quotidiani e periodici di informazione di settore</li><li>- Radio e TV locali e nazionali</li><li>- Media on-line</li></ul>
D. Gli operatori	<ul style="list-style-type: none"><li>- Scuola e Università</li><li>- Enti di Formazione</li><li>- Associazioni di categoria</li><li>- Associazioni giovanili</li><li>- Organizzazioni del Terzo Settore</li><li>- Soggetti pubblici e privati di mediazione dei bisogni e dei servizi al pubblico giovanile (orientamento-formazione-lavoro)</li><li>- Centri studi e società di ricerca nel settore giovanile</li><li>- Rete interna-esterna degli operatori IG</li></ul>

## 5. REALIZZAZIONE DELLA RETE S.I.R.G. DELLA PROVINCIA DI BENEVENTO

### 5.1 Quadro di sintesi delle attività

DENOMINAZIONE PROGETTO	OBIETTIVI
Banca Dati regionale I e II livello	Realizzare un patrimonio informativo unico e di elevata qualità che, facilitando il dialogo tra gli operatori, permetta di far veicolare le stesse opportunità a tutti i giovani del territorio
Front Office Servizi Formazione Unica	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasferire a tutto il personale la consapevolezza e la condivisione dell'appartenenza alla rete provinciale.</li> <li>- Trasferire modelli comuni e unici di comunicazione interna ed esterna del front office InformaGiovani.</li> </ul>
Eventi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stand istituzionale per la partecipazione a Fiere e Mostre (COM.P.A., OrientaSud.it, Galassia Guttemberg) con il doppio scopo di rendere maggiormente visibile la rete provinciale agli altri servizi della pubblica amministrazione e, contemporaneamente, offrire simulazioni ed esempi dell'offerta degli IG ai giovani.</li> <li>- Manifestazione sul territorio provinciale.</li> <li>- Organizzazione di conferenze, convegni e seminari di interesse provinciale, regionale e nazionale.</li> </ul>
Osservatorio Giovanile Permanente	Costituire un servizio permanente di monitoraggio della condizione giovanile attraverso una rete coordinata di nuclei territoriali legati ai CIG e in stretta collaborazione con altri organismi come l'Osservatorio sulle Politiche Sociali, l'Osservatorio sulle Politiche scolastiche, Forum e Consulte giovanili, Associazioni, ecc.
Gruppo Partner ( Cross Offer – Cross Marketing Project Management )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribuire alla costruzione di un'identità forte e condivisa, tra pubblico e privato, per offrire ai giovani un ventaglio di opportunità e di strumenti per realizzarle.</li> <li>- Facilitare l'incontro tra domanda e offerta.</li> <li>- Indirizzare l'IG e il Gruppo Partner verso l'organizzazione di servizi e prodotti concretamente rispondenti al bisogno giovanile.</li> </ul>
Coordinamento informazione e comunicazione	Coordinare le attività di informazione e comunicazione della rete provinciale per offrire un'immagine unitaria e forte della nostra quota provinciale del S.I.R.G e garantire l'omogeneità delle operazioni di monitoraggio e valutazione della qualità dei servizi
Funzionamento della struttura	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Completamento e implementazione degli strumenti operativi</li> <li>- Completamento dell'organico del personale</li> <li>- Individuazione di una sede idonea</li> </ul>
Collaborazione con l'URP Provinciale	Collaborazione con l'URP Provinciale per un sistema unico di informazione e comunicazione

## 6. Progetto Banca Dati I° e II°

Obiettivo: Realizzare un patrimonio informativo unico e di elevata qualità che, facilitando il dialogo tra gli operatori, permetta di far veicolare le stesse opportunità a tutti i giovani del territorio	
Operatori	Un gruppo di coordinamento di responsabili dei Centri InformaGiovani della provincia e componenti del TTP che compia: <ul style="list-style-type: none"> <li>- monitoraggio dello status quo</li> <li>- analisi dei bisogni</li> <li>- analisi del mercato</li> <li>- proposta articolata e completa da far approvare dal TTP</li> </ul>
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uniformità delle informazioni disponibili su tutto il territorio</li> <li>- facilità di dialogo tra gli operatori dei servizi</li> <li>- facilitazione nell'adozione degli standard di qualità definiti dalla Regione</li> <li>- maggiore rapidità nella veicolazione delle informazioni all'interno della rete</li> </ul>
Modalità, strumenti, azioni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gruppo di coordinamento</li> <li>- recupero e valorizzazione delle buone pratiche</li> <li>- scelta di un soggetto erogatore</li> <li>- formulazione articolata del progetto</li> <li>- scelta della formula contrattuale</li> <li>- capitolato del contratto</li> <li>- monitoraggio e verifica delle fasi di progettazione e attuazione</li> </ul>
Tavolo Tecnico delle Agenzie provinciali	Realizzare obiettivi comuni attraverso la banca dati unica regionale per la gestione SIRG

### 6.1 Premessa

L'A.S.I.G. ha analizzato le diverse difficoltà, oggettive e soggettive, che si verificano sul territorio per l'uso di diverse fonti da parte dei Servizi del territorio. Molte di queste fonti, pur provviste di una serie di certificazioni di qualità, non sono di fatto in grado di offrire, supportare e implementare un completo e complesso flusso di informazioni che soddisfi appieno gli operatori, per completezza e facilità d'uso, e i giovani per la fruibilità diffusa su tutto il territorio.

La situazione in atto ostacola la concretizzazione del dialogo tra i servizi, così come indicato nelle circolari regionali, anzi scava un solco sempre più profondo complicando, ulteriormente, la comunicazione interna della rete.

Le problematiche sono state sviscerate, discusse ed esaminate in sede di TTP dove, unanimemente, si è deciso di adottare un unico gestore per la banca dati provinciale e regionale.

### 6.2 Obiettivo generale

L'obiettivo generale è quello di fornire un supporto informativo, intorno a cui coagulare le successive azioni di coesione e di appartenenza dei servizi alla sub-rete provinciale beneventana del S.I.R.G., fondato sui seguenti presupposti:

- la condivisione di informazioni tra tutte le diverse strutture;
- la realizzazione di un canale di comunicazione efficace, veloce e di facile utilizzo
- la produzione di informazioni costantemente aggiornata che soddisfino, in forma mirata, le esigenze dei giovani sulla base delle analisi delle caratteristiche e dei fabbisogni locali espressi dall'utenza.

### **6.3 Obiettivi specifici**

L'analisi dello scenario di riferimento, l'individuazione delle caratteristiche e delle criticità della situazione attuale, determinano la necessità di una serie di azioni essenziali:

1. Costituzione di un gruppo di coordinamento.  
Rete di responsabili dei CIG che progetti, realizzi e sovrintenda in ottemperanza delle indicazioni del TTP.
2. Formazione mirata per gli operatori.  
Moduli formativi specialistici finalizzati al trasferimento degli strumenti necessari allo svolgimento delle attività del network di operatori.
3. Implementazione di una conoscenza di base comune.  
Tutto il materiale informativo prodotto costituirà la piattaforma unitaria per lo svolgimento delle attività di comunicazione dei tre canali di relazione esterna: frontale, attraverso il Front Office dei Servizi; a distanza, attraverso i call center e virtuale tramite il sito web.
4. Monitoraggio dei flussi informativi e attivazione di scambio dei dati per la realizzazione di azioni comuni e la diffusione di buone pratiche.
5. Realizzazione di una pubblicazione periodica sulla misurazione dei flussi informativi erogati per un uso a favore dei giovani da parte di altre strutture pubbliche e private.

## 7. Formazione Unica Front Office e Back office dei Servizi

Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trasferire a tutto il personale la consapevolezza e la condivisione dell'appartenenza alla rete provinciale.</li> <li>- Trasferire modelli comuni e unici di comunicazione interna ed esterna del front office InformaGiovani</li> </ul>
Destinatari	Tutti gli operatori del FO della comunicazione della rete provinciale InformaGiovani
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- uniformità di erogazione del FO</li> <li>- favorire il senso di appartenenza alla rete attraverso la condivisione del percorso formativo comune</li> <li>- favorire la comunicazione in rete del personale</li> <li>- realizzare specifiche figure professionali dell'IG</li> <li>- offrire al pubblico di tutta la rete un'immagine professionale forte e caratterizzata del Servizio</li> </ul>
Modalità, strumenti, azioni	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. definizione delle figure professionali del FO</li> <li>2. definizione dei relativi mansionari</li> <li>3. strutturazione dei moduli (diretti e a distanza)</li> <li>4. individuazione dei soggetti attuatori più accreditati per la formazione prevista</li> </ol>

### 7.1 Contesto dell'intervento

Il processo di trasformazione, conseguente alla L.R. 14/2000, che ha investito gli IG della Campania sollecita, in modo sempre più urgente e improrogabile, una forte attenzione alla centralità delle persone e allo sviluppo delle professionalità, oltre che a un ruolo strategico della comunicazione e dell'interazione finalizzate al miglior funzionamento della rete, sia verso l'interno che verso l'esterno.

Questa fase di cambiamento, come spesso succede in tali situazioni, ha vissuto momenti di crisi che hanno avuto anche effetti destabilizzanti, generando una parziale resistenza alle trasformazioni.

La costruzione comune degli obiettivi e la condivisione della volontà di cambiamento sono perciò elementi fondamentali per rendere fattivo e meno traumatico il passaggio al futuro dell'IG.

E' così essenziale la dimensione della comunicazione e della partecipazione ai percorsi di cambiamento attraverso la sollecitazione, motivazione e gratificazione delle persone. Sarebbe un errore, infatti, fornire strumenti senza coltivare un terreno di valori condivisi.

### 7.2 Obiettivi generali

Il processo di integrazione e omogeneizzazione tra le differenti realtà locali dell'IG per la realizzazione della rete provinciale richiede un impegno forte per diffondere il senso di appartenenza e sviluppare il senso di identità professionale.

Compito prioritario rispetto al personale è fornire strumenti metodologici per comprendere e affrontare il cambiamento, nonché un preciso e continuo aggiornamento professionale.

La programmazione di percorsi di formazione si presenta come elemento insostituibile per realizzare il passaggio al nuovo del personale di front office, luogo in cui si concretizzano momenti di importanza vitale per il sistema come:

- Attività di servizio:  
ascoltare, informare, orientare, facilitare l'accesso ai servizi, verificarne l'efficacia;
- Attività di comunicazione:  
fornire un'immagine chiara, omogenea e coordinata degli interventi e dei progetti in atto oltre che un'informazione precisa, aggiornata e certificata;
- Attività di monitoraggio e valutazione:  
registrare la domanda, monitorare la percezione esterna del servizio, formulare proposte operative per la valutazione e calibratura dell'efficacia.

### 7.3 Obiettivi specifici

Il raggiungimento dell'obiettivo generale si concretizza attraverso tre azioni fondamentali:

1. costruzione dell'identità del soggetto della comunicazione:  
diffusione e partecipazione alla cultura della comunicazione verso l'esterno tramite un organico programma di formazione al contatto con il pubblico; l'efficacia di tale processo trova il suo presupposto nella costruzione dell'identità del soggetto che comunica come fonte e garanzia della credibilità del messaggio.
2. costruzione di una conoscenza di base unica:  
sistema integrato di relazioni per la condivisione interna dei saperi e la comunicazione esterna delle informazioni.
3. diffusione di un'immagine uniforme del servizio:  
il FO è il primo punto di impatto dell'utente, l'aspettativa generata e diffusa di un buon servizio, conseguente a una buona pratica dello stesso, pretende risposte di pari dignità e qualità su tutta la rete. una tale immagine si realizza attraverso:
  - a. un unico sistema di erogazione del FO agli sportelli dell'IG
  - b. un unico data base delle informazioni (vedi progetto banca dati unica)
  - c. modelli standard di comunicazione
  - d. selezione e formazione omogenea del personale delle strutture comunicative

### 7.4 Pianificazione e modalità di intervento

Il programma riportato è stato sviluppato per fronteggiare il bisogno di qualificazione e aggiornamento del personale in tema di strumenti e metodologie di informazione e di comunicazione.

L'intento di coinvolgere tutto il personale di FO dei servizi prevede un'organizzazione del lavoro, di preparazione e realizzazione del corso ma anche di funzionamento interno delle strutture, che renda quanto più efficace ed economico l'intervento.

La progettazione dei moduli formativi deve essere sviluppata con la consulenza di esperti (FORMEZ, Dipartimento di Scienza della Comunicazione, ecc.) anche relativamente ai corsi telematici a distanza (FAD) nell'ambito di una ulteriore fase di approfondimento.

Il progetto didattico si articola in tre momenti:

- il primo ha un valore propedeutico rispetto alla diffusione degli elementi di una cultura dell'informazione e della comunicazione e prevede: la verifica sulle conoscenze di base sull'organizzazione del S.I.R.G. e, nella fattispecie, della sub-rete beneventana; la diffusione e circolazione di tutti i progetti distrettuali e provinciali in atto.
- Il secondo consiste nell'erogazione dei corsi in aula suddivisi in tre fasi:
  - a)
    1. introduzione alla comunicazione pubblica
    2. la L.R. 14/2000
    3. il processo di servizio come comunicazione. Analisi di modelli e applicazioni.
  - b)
    1. come cambia il servizio: strutture organizzative adeguate al contesto, all'utenza, alle tecnologie.
    2. la centralità delle persone nelle organizzazioni: competenze e appartenenza alla rete. "Comportarsi da comunicatore".
    3. la semplificazione del linguaggio scritto e parlato: modelli e stili di comunicazione; la comunicazione interpersonale.

c)

1. come è organizzato l'IG: strategie e strumenti
2. la comunicazione interna
3. metodi e tecniche della comunicazione con gli utenti

- il terzo momento è di integrazione e completamento dei precedenti e sarà realizzato attraverso l'utilizzo della tecnologia Internet per erogazione di moduli di formazione a distanza.

## 8. Progetto Eventi

Obiettivi: Stand istituzionale per la partecipazione a Fiere e Mostre (COMPA, OrientaSud.it, Galassia Guttemberg) con il doppio scopo di rendere maggiormente visibile la rete provinciale agli altri servizi della pubblica amministrazione e, contemporaneamente, offrire simulazioni ed esempi dell'offerta degli IG ai giovani.

Organizzazione di conferenze, convegni e seminari di interesse provinciale, regionale e nazionale

Destinatari	Diverse tipologie di utenza (Istituzioni, operatori, opinione pubblica, media, visitatori e partecipanti a eventi fieristici e convegni)
Risultati	<ul style="list-style-type: none"> <li>- trasmettere l'immagine integrata e omogenea della rete provinciale IG</li> <li>- mostrare la comunicazione istituzionale realizzata dal S.I.R.G.</li> <li>- confrontarsi con altre realtà della comunicazione</li> <li>- diffondere la cultura dell'IG presso tutti i possibili soggetti destinatari del progetto</li> </ul>
Modalità, strumenti, azioni	<ul style="list-style-type: none"> <li>- progettazione di moduli stand per la partecipazione ai differenti eventi (COM.P.A., OrientaSud.it, Galassia Guttemberg, seminari, convegni, conferenze)</li> <li>- Conferenza dei Servizi</li> <li>- Convegno Nazionale InformaGiovani 2004</li> <li>- Osservatorio Giovanile Permanente</li> <li>- Promozione e pubblicizzazione, interna e esterna, degli eventi attraverso i media, di volta in volta, ritenuti più idonei</li> </ul>

### 8.1 Contesto dell'intervento

Lo sviluppo e la cura della comunicazione istituzionale è parte integrante dei rapporti che legano la PA ai cittadini per la conoscenza degli interventi realizzati nella semplificazione amministrativa, trasparenza, miglioramento della qualità e dell'efficacia dei servizi, partecipazione del cittadino alla gestione della cosa pubblica.

Per realizzare tutto questo è necessaria una comunicazione che solo sia solo informazione e cura dell'immagine ma, soprattutto, servizio per il cittadino nella certezza che più questo si realizza più si erogano servizi di utilità e si invoglia il cittadino a dialogare con la PA. Pertanto è opportuno che l'attività di comunicazione sia manifestazione di impegno e contenuti. Ogni anno ricorrono appuntamenti importanti cui non è possibile sottrarsi per confrontarsi con le altre realtà e incontrare il cittadino, misurando le proprie capacità e sottoponendo i propri risultati al giudizio esterno con l'obiettivo di migliorare sempre.

### 8.2 Obiettivi generali

- trasmettere ai cittadini, agli operatori, alle Amministrazioni la nuova immagine integrata e omogenea del S.I.R.G. realizzato nella provincia di Benevento;
- mostrare la realizzazione di una comunicazione istituzionale che si dà come servizio al cittadino.

### **8.3 Obiettivi specifici**

Partecipare ai maggiori appuntamenti nazionali della comunicazione pubblica come occasione di confronto con il cittadino e le Istituzioni. Le principali manifestazioni su cui assicurare la partecipazione attiva dell'A.S.IG. sono:

COM.P.A. – Bologna, settembre 2005;

OrientaSud.it – Napoli, ottobre 2005;

Galassia Guttemberg – Napoli, febbraio 2005;

Conferenza Nazionale InformaGivani – Castellamare di Stabia Napoli, febbraio 2005.

E' inoltre prevedibile la partecipazione ad altre manifestazioni di settore, tipo seminari, che offriranno di volta in volta l'occasione di rappresentare e presentare l'attività della rete beneventana degli IG sotto specifici aspetti. E' altrettanto prevedibile l'organizzazione in proprio e per conto della rete di convegni, seminari, conferenze specifiche per il settore.

### **8.4 Modalità**

Progettazione di diversi moduli stand per la partecipazione ad eventi fieristici prevede la predisposizione di uno o più modelli di stand partecipativi, a seconda che si realizzino o meno simulazioni o esemplificazioni di Front Office.

Lo studio della soluzione più idonea, così come del materiale espositivo e dei messaggi attrattivi sarà studiato con la massima cura per il raggiungimento di un risultato ottimale rispetto al messaggio e al consenso.

Per la realizzazione delle soluzioni migliori potrebbe risultare, eventualmente, più idoneo anche il ricorso a società esperte di settore.

## 9. Progetto Osservatorio Giovanile Permanente

Obiettivi	Costituire un servizio permanente di monitoraggio della condizione giovanile attraverso una rete coordinata di nuclei territoriali legati ai CIG e in stretta collaborazione con altri organismi come l'Osservatorio sulle Politiche Sociali, l'Osservatorio sulle Politiche scolastiche, Forum e Consulte giovanili, Associazioni, ecc.
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"><li>- Referenti istituzionali delle Politiche Giovanili</li><li>- Strutture di aggregazione giovanile</li><li>- Servizio interno di programmazione delle attività</li><li>- Altri Osservatori che incrociano il target giovanile</li></ul>
Risultati	<ul style="list-style-type: none"><li>- monitoraggio e analisi dell'offerta in funzione della domanda espressa</li><li>- monitoraggio del feedback delle azioni dell'IG e degli interventi di Politiche Giovanili locali</li></ul>
Modalità, strumenti, azioni	<ul style="list-style-type: none"><li>- stampa periodica di una pubblicazione sui dati raccolti</li><li>- forum telematico sulla condizione giovanile nel sito A.S.IG.</li></ul>

### 9.1 Premessa

I responsabili dei Centri IG del territorio hanno, unanimemente e più volte, espresso alle riunioni del TTP la necessità di istituire una struttura coordinata in grado di monitorare la situazione giovanile sui territori della provincia per svolgere in maniera organizzata il compito di "mediatore giovanile" che il servizio IG, unico di informazione e comunicazione prettamente legato al target specifico, di fatto svolge; creando, così, il collegamento tra la domanda espressa e la progettazione e programmazione degli interventi destinati ai giovani.

### 9.2 Obiettivi generali

- Strutturare e organizzare uno strumento territoriale comune che crei forme di collegamento con le altre strutture di analisi e monitoraggio di vari settori della società e che, all'interno di target più ampi di riferimento, trattano dati, aggregati e non, relativi anche all'universo giovanile.
- Offrire, in via prioritaria ai giovani destinatari e soggetti delle politiche che li investono, notizie, informazioni e dati che consentano di realizzare interventi condivisi relativi ai bisogni, alle problematiche e alle criticità legate alla condizione giovanile in senso ampio e generalizzato ma, soprattutto correlati ad una concreta analisi delle diverse situazioni territoriali.

### 9.3 Modalità, strumenti, azioni

- Elaborazione, e messa in atto di strumenti di analisi, monitoraggio e verifica della realtà giovanile locale.
- Collegamento alle altre strutture di analisi e monitoraggio (convenzione) per lo scambio e la circolazione di dati di comune interesse.
- Pubblicazione e diffusione periodica dei dati emersi.
- Proposta per la realizzazione di incontri, seminari, convegni sui risultati del lavoro svolto.
- Apertura di un "Forum telematico" sul sito dell'A.S.IG.

## 10. Progetto Gruppo Partner (Cross Offer – Cross Marketing – Project Management)

Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contribuire alla costruzione di un'identità forte e condivisa, tra pubblico e privato, per offrire ai giovani un ventaglio di opportunità e di strumenti per realizzarle.</li> <li>- Facilitare l'incontro tra domanda e offerta.</li> <li>- Indirizzare l'IG e il Gruppo Partner verso la realizzazione di servizi e prodotti concretamente rispondenti al bisogno giovanile.</li> </ul>
Destinatari	Aziende, banche, fondazioni, enti, associazioni e istituzioni che sottoporranno le loro iniziative di interesse e impatto giovanile.
Contenuti	Quelli previsti e definiti, di volta in volta, dalle iniziative sostenute
Modalità	Modalità previste dalle iniziative sostenute
Tempi di svolgimento	Legati alla tempistica prevista dalle iniziative sostenute
Risorse finanziarie da impiegare	Nessun onere finanziario diretto sarà una condizione di partecipazione al sostegno e alla realizzazione delle iniziative

### 10.1 Presentazione

In una logica di marketing mix istituzionale una sezione dedicata alle possibili collaborazioni esterne costituirà un valido strumento di veicolazione dell'immagine dell'IG attraverso la realizzazione di progetti concreti che realizzino le più varie opportunità rivolte al pubblico giovanile. Le attività di cross offer, cross marketing e project management offriranno e realizzeranno: una visibilità immediata e diffusa; sostegno e collaborazione alla progettazione e attuazione di iniziative e progetti comuni; la partecipazione ad azioni mirate attraverso patrocini, contributi tecnici-organizzativi o finanziari.

### 10.2 Obiettivi generali

- Realizzare un esperimento di collaborazione progettuale con partner esterni alla struttura per offrire un pacchetto di opportunità informative e gli strumenti per il raggiungimento di obiettivi collettivi e singoli per i giovani del territorio
- Acquisire visibilità e consenso intorno all'IG che rappresentino un beneficio per la struttura, gli operatori e i giovani
- Incrociare e farsi incrociare dal mercato delle opportunità

### 10.3 Obiettivi specifici

- Rafforzare l'immagine delle Politiche Giovanili attraverso forme e modalità di offerta non convenzionali
- ottenere spazi e visibilità dai media
- attirare l'attenzione e la sensibilità della classe politica per recuperare il terreno perduto dall'IG con la scomparsa del Coordinamento Nazionale
- rafforzare lo spirito di appartenenza degli operatori ad una rete, un gruppo forte, attraverso l'appoggio e la realizzazione di iniziative di visibilità e risonanza

#### **10.4 Modalità**

L'analisi e la gestione di progetti e interventi di cross marketing legati al Gruppo Partner farà capo al TTP che si occuperà, di volta in volta, della valutazione delle proposte provenienti dai partner ammessi al gruppo.

Le proposte saranno valutate sulla base della qualità dell'intervento, dell'assenza di oneri diretti a carico dell'IG e dell'impatto previsto.

Le modalità specifiche di tale attività saranno:

- pubblicazione di un "invito alla formazione del Gruppo Partner"
- presentazione dell'iniziativa
- attivazione di un nucleo interno al TTP che segua, verifichi e controlli i risultati ottenuti
- realizzazione di eventi e materiale informativo per far conoscere nel modo più ampio le attività realizzate e sostenere e promuovere l'iniziativa.

## 11. Progetto Coordinamento Informazione e Comunicazione

Obiettivi	Coordinare le attività di informazione e comunicazione della rete provinciale per offrire un'immagine unitaria e forte della nostra quota provinciale del S.I.R.G.
Destinatari	- Il personale della rete - I media - I giovani - Le istituzioni - La pubblica opinione
Modalità, strumenti, azioni	- Prodotti editoriali cartacei e informatici - Rete Informatica Provinciale InformaGiovani - Depliant – brochure allegati agli inserti settimanali dei quotidiani più diffusi (Repubblica, Corriere della Sera, Il Mattino, Il Sannio Quotidiano), pubblicazioni di interesse giovanile.

### 11.1 Premessa

Le esperienze maturate dai Servizi InformaGiovani, in particolar modo negli scambi formativi del personale con altre realtà nazionali e comunitarie, hanno evidenziato il gap della nostra realtà nei processi di comunicazione territoriale uniforme.

Una comunicazione unica, in tutte le sue forme e modi, per il rafforzamento dell'immagine unitaria, tanto verso l'esterno quanto l'interno, è stata individuata dal TTP come uno degli obiettivi da raggiungere prioritari dalla rete beneventana.

### 11.2 Obiettivi

Trasmettere, con alti valori qualitativi e contenutistici, prodotti di comunicazione e informazione uniformi e facilmente identificabili con l'immagine dell'IG.

Compensare le aree critiche del territorio con un supporto informativo e comunicativo che, unitamente ad altre azioni indicate all'interno del Progetto 2005, rafforzassero negli operatori il senso di appartenenza alla rete, nei giovani la certezza di trovare la stessa qualità di "prodotti" su tutto il territorio, negli amministratori la volontà di operare con spirito di collaborazione e partecipazione alla costruzione e implementazione della rete grazie alla ricaduta di visibilità e ai concreti vantaggi legati alle economie di scala realizzate attraverso questa e le altre offerte concrete della rete ai suoi affiliati.

### 11.3 Modalità

L'azione di comunicazione uniforme su tutto il territorio della rete si realizza attraverso una serie di interventi differenziati:

- adozione di moduli standard e del logo di rete per tutta il materiale informativo e comunicativo prodotto autonomamente dai servizi locali
- messa in rete da parte dell'A.S.IG. di tutti i CIG che, a loro volta, predisporranno la messa in rete dei PIG del Distretto di appartenenza
- produzione di depliant, brochure illustrativi, divulgativi ed esplicativi dell'IG (missioni, progetti, azioni, eventi, opportunità, ecc.)

## 12. Progetto Funzionamento della struttura

Obiettivi	<ul style="list-style-type: none"><li>- Completamento e implementazione degli strumenti operativi</li><li>- Completamento dell'organico del personale</li><li>- Individuazione di una sede idonea</li></ul>
Contenuti	Potenziamento della struttura in funzione delle rinnovate e ampliate aspettative della rete dei CIG espressa nei verbali del TTP
Modalità	<ul style="list-style-type: none"><li>- individuazione e formazione di personale interno;</li><li>- sensibilizzazione dell'apparato politico-decisionale ;</li><li>- completamento della dotazione informatica e di arredi;</li><li>- Adeguata dotazione di materiale di consumo;</li><li>- Partecipazione del personale ad eventi (indennità di missione e rimborsi spese;</li><li>- Collaborazione con altre strutture dell'Ente (URP – Politiche del Lavoro e Formazione Professionale – C.O.F. Centro per l'Occupabilità Femminile – EURES)</li></ul>

**PIANO ECONOMICO / FINANZIARIO (ANNO 2005)**

Disponibilità finanziaria della Provincia di Benevento.

<b>QUOTA DEL CONTRIBUTO REGIONALE</b>		
<b>ATTIVITÀ</b>	<b>COSTO (in Euro)</b>	
A) Struttura del Progetto		<b>25.000,00</b>
Dotazione informatica e arredo	14.000,00	
Abbonamenti a riviste	3.000,00	
Abbonamenti a banche dati	5.000,00	
Consulenza e studi di fattibilità	3.000,00	
B) FORMAZIONE		<b>10.000,00</b>
Formazione operatori	10.000,00	
C) EVENTI E PROMOZIONE		<b>15.000,00</b>
Missioni, visite, trasferte e rappresentanza	10.000,00	
Contributi manifestazioni	3.000,00	
Pubblicazioni e attività promozionali	2.000,00	
<b>SUB TOTALE</b>	<b>50.000,00</b>	<b>50.000,00</b>

<b>QUOTA DEL CONTRIBUTO PROVINCIALE</b>	
<b>ATTIVITÀ DIRETTA DELLA PROVINCIA</b>	<b>COSTI</b>
A) Risorse umane da impiegare in Agenzia	40.000,00
B) Integrazione servizi informativi e di comunicazione di II° livello (Centri per l'Impiego - U.R.P.- Form Prof.- Mondo Universitario - C.S.A. agli studi - C.O.F.- EURES) alla rete informagiovani	10.000,00
<b>SUB TOTALE</b>	<b>50.000,00</b>
<b>TOTALE PROGETTO</b>	<b>100.000,00</b>