

A cura dell'Ufficio IFTS

Codice Ufficio candidatura.....

Programma di intervento pervenuto in data

Prot. N.....del

PARTE A - AZIONI DI SISTEMA

AZIONE 2 – Diffusione dei risultati dell'azione 1, promozione del settore, sensibilizzazione dell'utenza del Polo

1. ATTIVITA'

Fase1^ Fase. Diffusione dei risultati dell'azione 1

- o workshop di presentazione dei risultati raggiunti al termine dell'AZIONE 1

Al termine dell'azione 1 si terrà un workshop di presentazione dei risultati raggiunti. Durante il workshop della durata di quattro ore, che avrà luogo a CASERTA, sarà illustrato il Report sui fabbisogni formativi e professionali individuati dal Polo "Tradizione ed innovazione nella filiera enogastronomica". Il documento di report prodotto dal polo darà particolare risalto a quanto emerso dall'analisi dei bisogni sia sul versante delle necessità di formazione, sia sul versante dei possibili trasferimenti di nuove tecnologie, quali sono offerti dai centri di ricerca, allo sviluppo della produzione dell'ampliamento del piazzamento dei prodotti sul mercato. Lo svolgimento di questa fase, certamente strategica nell'ambito del Polo, sarà sviluppato su base locale e "centrale" e ciò al fine di una sua massima diffusione nel bacino di utenza delle attività previste. La presenza all'interno del Polo "Tradizione ed innovazione nella filiera enogastronomica" di tutte le rappresentanze interessate agevolerà l'attività di concertazione, consentendo la messa a punto in tempi rapidi. Naturalmente i principali soggetti di riferimento saranno: la Scuola e l'Università, gli enti di formazione, l'imprenditoria e le associazioni di categoria. Lo strumento privilegiato, come metodologia preferita, sarà costituito da un tavolo di concertazione, "locale" e "permanente", proprio perché necessita, almeno nella fase iniziale, di un susseguirsi di incontri al fine di raggiungere in breve tempo i risultati sperati. Sarà occasione rilevante di interazione progettuale e di comprensione delle problematiche di settore. In questo momento di fattiva sinergia tra attori e destinatari del settore di riferimento, si avvierà il processo di "costruzione di identità di polo" per l'identificazione delle azioni progettuali in relazione ai reali bisogni dei destinatari. Anche in questo caso l'utilizzo delle nuove tecnologie informatiche e degli strumenti del web 2.0 consentiranno un continuo contatto tra le parti

interessate ed un rapido eventuale feedback. Per l'occasione saranno attivati, come detto, strumenti di social network (web 2.0: wiki, blog, forum, skype, Windows Live Messenger, Facebook, ecc.) accessibili attraverso il sito internet del progetto, che consentiranno di partecipare ai lavori anche attraverso Internet. In particolare sarà possibile seguire il seminario sia in sincrono che in asincrono (attraverso streaming video). A conclusione dell'evento saranno realizzati DVD e brochures, che conterranno le conclusioni del Report sui fabbisogni formativi e professionali e le registrazioni video di tutti gli interventi del workshop. Detto materiale informativo sarà disponibile presso la sede del Polo e sarà distribuito da tutti i partners in occasione degli incontri di diffusione.

Fase II ^ Fase. Promozione del dettore di intervento dei 2 Poli

- o Organizzazione di incontri con gli attori dello sviluppo locale (imprese, parti sociali, ...) per la promozione del settore di intervento dei POLI
 - L'attività di Concertazione tra Istituzioni scolastiche, agenzie formative, Università, Imprese, Centri di ricerca e Rappresentanti del mondo del lavoro sarà garantita con la realizzazione di un Piano Strategico di promozione e sensibilizzazione con l'intento di programmare e gestire le azioni di comunicazione per il raggiungimento degli obiettivi strategici del polo e di comunicazione dell'organizzazione. Parimenti significativa sarà la sinergia con altri importanti attori dello sviluppo locale, e cioè le imprese, le parti sociali e le associazioni di categoria:

i Centri per l'Impiego presenti sul territorio; gli sportelli "InformaGiovani" (a tale scopo sarà prezioso il contributo delle Scuole partner che necessariamente intrattengono una relazione significativa con questi enti soprattutto per quanto attiene le attività di orientamento post diploma ovvero, per gli Istituti Professionali, relativamente alla individuazione dei profili professionali nell'ambito del post-qualifica); Agenzie di Lavoro (ad es. Italia Lavoro); associazioni di categoria

Il bacino di utenza delle attività previste dal Polo sarà senza dubbio rappresentato in massima parte da studenti in cerca di una definitiva collocazione nel mondo del lavoro. Ad iniziativa di partner individuati dal Polo per ogni territorio di riferimento saranno promossi incontri per procedere prima alla definizione e poi alla attuazione pratica di una intensa attività di promozione del settore di riferimento del Polo. I partner avranno cura di

coinvolgere le rispettive reti locali per una capillare promozione del settore enogastronomico in tutti i possibili ambiti di azione attraverso:

Sito internet con iscrizione al portale – brochure relativa al Polo – newsletter periodica – utilizzo periodico dei mezzi di comunicazione locali, provinciali e regionali.

Si prevede la manifestazione, della durata complessiva di 6 ore, che avrà luogo ad Ischia e sarà strutturata in due fasi. Nella prima parte (dalle ore 10 alle ore 13) interverranno i referenti del partenariato del Polo che illustreranno caratteristiche, esigenze, evoluzione ed innovazioni del settore enogastronomico, sempre più orientato alla valorizzazione dell'eco-sostenibilità, della tipicità e delle qualità dei territori, attraverso la promozione della filiera corta, del turismo rurale ed eno-gastronomico, della biodiversità e delle produzioni tipiche biologiche. La seconda parte (dalle ore 15 alle ore 18) sarà condotta con la metodica della simulazione partecipata e vedrà il coinvolgimento attivo di testimoni privilegiati che, presentando le loro esperienze di lavoro, cercheranno di tracciare e condividere una visione comune del settore e dell'evoluzione del mercato di riferimento. Nell'intervallo docenti ed allievi degli Istituti alberghieri illustreranno le peculiarità delle produzioni campane e faranno degustare alcuni dei grandi piatti della tradizione culinaria campana, presentando anche i luoghi, le culture e le tradizioni dei luoghi di provenienza.

Anche per questo workshop si procederà alla realizzazione di DVD e brochures, che conterranno le tematiche trattate e le conclusioni dei lavori. Detto materiale informativo sarà disponibile presso la sede del Polo e sul sito internet, nonché distribuito da tutti i partners in occasione degli incontri di diffusione. Date le peculiarità del settore Enogastronomico, per il quale non esistono tra l'altro percorsi formativi consolidati comuni alle diverse realtà territoriali, risulta determinante per il successo dell'iniziativa l'organizzazione di incontri dei giovani potenziali utenti con le imprese e gli esperti del mercato del lavoro che, meglio di chiunque altro, potranno fornire preziose indicazioni sulle concrete opportunità di impiego.

Fase III ^ Fase. Sensibilizzazione dell'utenza attraverso:

- Incontri con gli studenti, giovani in cerca di informazioni e i componenti il partenariato dei POLI al fine di sensibilizzare l'utenza verso il settore di intervento
 - Presso le Istituzioni Scolastiche aderenti al Polo sarà istituito uno sportello informativo che, attraverso la presenza programmata dei partners e dei soggetti rilevanti aderenti al progetto, fornirà

informazioni sull'attività del Polo e sui percorsi formativi attivati. Lo sportello promuoverà inoltre giornate di incontro tematiche (ad es. nuove tecniche di vinificazione, turismo enogastronomico e territorio, Eco-sviluppo e tradizioni culinarie in Campania, ecc.), volte anche a concretizzare l'apporto costruttivo non formale ed il ruolo assunto da tutti i soggetti promotori.

Sarà disponibile materiale informativo delle attività, cd – dvd – brochure, unitamente ad appositi spazi anche di comunicazione on line sul sito internet, che consentiranno un approccio continuativo e non formale da parte dell'utenza.

Un ruolo fondamentale, in questa fase, rivestiranno gli strumenti di social network - wiki, blog, forum, skype, windows live messenger, facebook- che consentiranno un'approccio diffuso e congruo alle specifiche esigenze. Agli utenti saranno distribuite brochure illustrative del sistema dei crediti e della logica degli IFTS, nonché informazioni sugli IFTS individuati nella Azione 1. Tutti gli atti cartacei avranno le caratteristiche di cui al "Protocollo di comunicazione" previsto dall'Azione 5.2

2. PRODOTTI ATTESI

FaseFasi attività regione

- Brochure informative sulle figure professionali oggetto dei corsi IFTS dei due POLI
 - 1 Facciata Loghi
Titolo: Sistema degli IFTS
 - 2 Facciata Cosa sono gli IFTS?
 - 3 Facciata Crediti Formativi come sconti nella frequenza degli IFTS
 - 4 Facciata UFC
Base
Trasversale
Tecnico Professionali
 - 5 Facciata IFTS..... Enogastronomico
Durata

Contenuti

Sbocchi Occupazionali

6 Facciata Selezione per l'accesso agli IFTS

▪ Brochure sull'Analisi dei Fabbisogni

▪ 1 Facciata Loghi

Titolo "Esiti Azione 1 Analisi dei Fabbisogni

2 Facciata Chi l'ha operato

Come

Quando

3 Facciata Dati Numerici

4 Facciata Dati Qualitativi

In ordine alla formazione

In ordine al trasferimento di nuove tecnologie

5 Facciata Linee di sviluppo del settore

Produzione CD

Innovamenti tecnologici

Distribuzione

Promozione

▪ Incontri e comunicazione

▪ Le proposte di cui sopra sono richieste in relazione ai seguenti prodotti attesi :

➤ pianificazione incontri con i responsabili dei Centri per l'impiego, gli Informagiovani per la promozione delle opportunità offerte ai giovani per la loro qualificazione in percorsi di alta formazione tecnica e professionale;

➤ pianificazione incontri con gli attori dello sviluppo locale (imprese, parti sociali, ...) per la promozione del settore di intervento dei POLI;

➤ Pianificazione incontri programmati presso i Centri per l'Impiego e gli Informagiovani al fine di sensibilizzare i giovani sull'offerta formativa dei percorsi IFTS;

- Organizzazione Workshop di presentazione delle realtà occupazionali, delle esigenze delle imprese, dell'evoluzione delle figure professionali che il mercato richiede. Attività da realizzarsi con il coinvolgimento di esperti di settore;
 - organizzazione di job meeting per l'incontro diretto tra i giovani in cerca di informazioni e gli attori del mercato del lavoro coinvolti come testimoni privilegiati ;
 - schede informative da utilizzare durante la fase di preselezione
 - questionari da utilizzare durante la fase di selezione
 - Brochure informative sull'esercizio dei crediti formativi;
 - documenti di supporto al procedimento di riconoscimento dei crediti formativi;
 - Brochure informative sulle figure professionali oggetto dei corsi IFTS dei due POLI: "Tradizione ed innovazione nella filiera enogastronomica" e "Mesoghea".
 - Brochure informative sul sistema IFTS : strutturazione dei percorsi, stage, certificazione,...;
 - Targhe di promozione presso enti partner
- Attivazione di un Portale dedicato

- Brochure informative sull'esercizio dei crediti formativi
 - 1 Facciata Loghi

Titolo: Il Sistema dei crediti formativi

2 Facciata Cosa sono i crediti formativi?

Dove e Come si acquisiscono?

In cosa consiste il Bilancio delle competenze

3 Facciata Come possono essere aumentati?

Sportello informativo

4 Facciata Dove si spendono

5 Facciata E se non si possiedono?

Crediti Formali

Crediti Informali

Crediti non formali

6 Facciata Indirizzi Utili

Placement Desk

3. TEMPI DI REALIZZAZIONE

| <i>Descrizione attività</i> | <i>Data inizio</i> | <i>Giorni durata</i> |
|---|--------------------|----------------------|
| Diffusione risultati- sensibilizzazione utenza | 07/01/2010 | 21 |

SOGGETTO ATTUATORE

Timbro e Firma del Legale Rappresentante

Data e Luogo_____