

MODELLO D**SCHEMA DELLA PROPOSTA (INIZIATIVA O PROGETTO)****1a.– Titolo**

SkillUp: la tua strada nel mondo del lavoro

1b - Durata

(Indicare la durata in mesi. Minimo 12 mesi - Massimo 18 mesi, a pena di esclusione)

18 mesi

2 - Obiettivi generali, aree prioritarie di intervento e linee di attività *(devono essere indicati rispettivamente massimo n. 3 obiettivi e n. 3 aree prioritarie di intervento, graduandoli in ordine di importanza 1 maggiore – 3 minore)*

2a - Obiettivi generali¹

[1] Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti

[2] Porre Fine ad ogni forma di povertà

[3] Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento permanente per tutti

2b - Aree prioritarie di intervento²

[1] Sviluppo di percorsi di inclusione socio-lavorativa e di integrazione nelle comunità

[2] Contrastare condizioni di fragilità e di svantaggio della persona al fine di intervenire sui fenomeni di marginalità e di esclusione sociale

[3] Promozione e sviluppo dell'integrazione sociale e dell'educazione inclusiva

¹ I i progetti e le iniziative da finanziare con le risorse del Fondo per l'anno 2023 devono concorrere al raggiungimento degli obiettivi generali, così come prescritto nel paragrafo 2 dell'Avviso n. 2/2023. Gli obiettivi indicati dall'atto di indirizzo, D.M. 101 del 20.07.2023, sono integralmente riportati nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

² Sono integralmente riportate nell'allegato 1 dell'avviso 2/2023.

2c- Linee di attività³

Linee di attività di interesse generale in coerenza con lo Statuto dell'ente

Generation Italy è una Fondazione, priva di finalità di lucro, che persegue lo scopo di interesse generale di contrastare la disoccupazione in Italia, anche attraverso attività culturali con finalità educativa, con iniziative orientate principalmente a favore dei giovani NEET (Not in Education, Employment or Training).

L'attività svolta dalla Fondazione consiste nell'erogazione di servizi finalizzati all'inserimento, alla permanenza o al reinserimento nel mercato del lavoro in conformità a quanto stabilito dall'art. 5, comma 1, lett. p) del D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117, noto come "Codice del Terzo Settore" (d'ora in avanti solo "CTS"), nonché, più in generale, in attività culturali di interesse sociale con finalità educativa in conformità a quanto stabilito dall'art. 5, comma 1, lett. d) del CTS. L'attività della Fondazione si qualifica pertanto di interesse generale svolta per il perseguimento, senza scopo di lucro, di finalità civiche, solidaristiche e di utilità sociale.

Generation è il programma globale di occupazione giovanile lanciato da McKinsey & Company nel 2015 con l'obiettivo di ridurre il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro e supportare giovani disoccupati e NEET nell'avviare carriere professionali altrimenti non accessibili. Nel mondo, oltre 73 milioni di giovani sono disoccupati ma il 43% delle imprese dichiara di non riuscire a trovare i candidati con le necessarie competenze. Generation contribuisce a colmare questo divario supportando i giovani a costruire carriere che siano opportunità di crescita professionale e personale e sostenibili e fornendo ai datori di lavoro personale qualificato e motivato di cui hanno bisogno.

Generation è attualmente attiva in 17 paesi e in più di 296 città. In 7 anni, ha formato e accompagnato nella ricerca di lavoro più di 96.000 giovani, diventando il programma di occupazione globale più grande e in più rapida crescita, vincitore del premio WISE 2018 come migliore iniziativa di formazione. Ad oggi, il 79% degli studenti Generation, a livello globale, ha trovato un impiego entro 3 mesi dal completamento del programma.

Nel nostro Paese il paradosso del disallineamento di competenze è particolarmente forte: a fronte di circa 800.000 giovani disoccupati e 1,6 milioni di NEET (dati Istat) le aziende nel 2022 hanno riscontrato difficoltà nel ricoprire circa 1,14 milioni di posizioni di lavoro a causa della mancanza delle giuste competenze e professionalità. Generation ha avviato le proprie attività in Italia nel 2019 come Fondazione senza scopo di lucro. Ad oggi offre 10 programmi formativi in quattro aree professionali - Digital, Vendite, Manifatturiero e Transizione Energetica - e ha formato oltre 6.500 ragazzi e ragazze, in 34 città italiane e 16 regioni con un tasso di occupazione medio al termine dei programmi dell'83%. In ambito digitale sono stati formati circa 4.200 ragazzi su 5 professioni (Junior Full-Stack developer Java e Dot Net, Sviluppatore CRM Salesforce, Sistemista e Analista Cybersecurity Junior Cisco, e Data Engineer) con un tasso di occupazione medio al termine dei corsi dell'85% e una permanenza lavorativa ad un anno dal primo impiego post corso del 93%. Il 22% degli studenti è stato inserito con contratti di stage, il 47% in apprendistato, il 16% a tempo indeterminato e il 14% a tempo determinato, l'1% come lavoratore autonomo. La mediana del primo salario netto è di 1.200€.

Da Ottobre 2022, Generation Italy è iscritta al Registro Unico Nazionale del Terzo settore in qualità di ETS; è iscritta anche all'Albo informatico nazionale delle Agenzie per il Lavoro per i servizi di intermediazione ai sensi dell'art. 6 del D.Lgs. 276/2003 in forza di autorizzazione ministeriale n. F205S112486.

³ Ricomprese tra quelle di cui all'articolo 5 del d.lgs. 117/2017 e s.m.i. integralmente riportate nell'allegato 1 dell'Avviso 2/2023.

Le attività della Fondazione sono svolte in particolare, ma non in modo esclusivo, supportando la formazione dei giovani e favorendo l'acquisizione di competenze specifiche richieste dal mondo del lavoro. Per la realizzazione dello scopo, la Fondazione si occupa, in autonomia o in collaborazione con altri soggetti pubblici e privati, di tutte le azioni appropriate e necessarie e, a tal fine:

- lavora con imprese, associazioni e altri enti del mercato del lavoro italiano per identificare le competenze richieste dal mondo del lavoro per cui vi è carenza di offerta e definisce programmi di formazione finalizzati alla creazione di tali competenze
- organizza ed eroga programmi di formazione per i beneficiari e/o i datori di lavoro;
- facilita il posizionamento nel mondo del lavoro dei soggetti dalla stessa formati;
- fornisce guida e supporto agli studenti e ai diplomati durante il programma e nella scelta della loro carriera, ivi inclusi coloro che intendono orientarsi al lavoro autonomo o all'imprenditoria, aiutandoli a sviluppare la propria professione o il proprio business;
- tiene rigorosamente traccia dei risultati del programma negli interessi dei diplomati e dei loro datori di lavoro;
- firma accordi di cooperazione con amministrazioni e istituzioni e svolge qualunque attività necessaria e appropriata al fine di rendere possibile la realizzazione dei suoi scopi;
- promuove iniziative di riqualificazione professionale

La Fondazione svolge le proprie attività sia direttamente sia per il tramite di altri enti, eventualmente dalla stessa costituiti o partecipati, o in collaborazione con gli stessi.

3 – Descrizione dell’iniziativa /progetto (Massimo due pagine)

3.1. Ambito territoriale del progetto/iniziativa (indicare le regioni, province e comuni in cui si prevede in concreto la realizzazione delle attività)

Il progetto ha l’obiettivo di formare e accompagnare al lavoro 550 giovani disoccupati, inoccupati, sottoccupati e NEET tra i 18 e i 34 anni su tutto il territorio nazionale. Saranno coinvolte tutte le regioni, con eccezione delle Province di Trento e Bolzano, con particolare attenzione per i capoluoghi di regione e provincia. Dato il numero di beneficiari la distribuzione geografica dipenderà dalle candidature dei potenziali candidati.

3.2. Idea a fondamento della proposta

Il disallineamento di competenze rappresenta una delle cause paradossali della disoccupazione, in particolare di quella giovanile: a fronte di circa 800.000 giovani disoccupati e 1,6 milioni di NEET (ISTAT) le aziende nel 2022 hanno riscontrato difficoltà nel reperire personale per circa 1,14 milioni di posizioni di lavoro a causa della mancanza delle necessarie competenze e professionalità (Unioncamere). Generation nasce con l’obiettivo di supportare giovani disoccupati e NEET nel trovare la propria strada nel mondo del lavoro attraverso l’erogazione di corsi di formazione professionalizzante, intensivi, esperienziali e di breve durata sviluppati in base alle esigenze delle imprese. Al termine dei corsi ad ogni studente è garantito almeno un colloquio di lavoro. Caratteristiche del progetto:

- **Obiettivo:** formare ed accompagnare al lavoro 550 NEET su tutto il territorio nazionale, con eccezione delle Province di Trento e Bolzano. Risultati: i) *Formazione:* acquisizione di competenze digitali avanzate, autoconsapevolezza e sicurezza in sé stessi; ii) *Occupazione:* garanzia di almeno 1 colloquio di lavoro a tutti i diplomati, obiettivo occupazionale del 70-80%
- **Programmi formativi:** programmi formativi di Generation in ambito digitale: Sviluppatori Java (14 settimane), Sviluppatori CRM (14 settimane), Sviluppatori Dot Net (14 settimane), Sistemisti e Analisti Cybersecurity (10 settimane), Data Engineer (14 settimane), Cloud Administrator (14 settimane)
- **Durata e struttura del progetto:** il progetto ha una durata di 18 mesi necessari per individuare, selezionare, formare e accompagnare al lavoro i beneficiari. I NEET saranno distribuiti in 22 classi, ognuna con un ciclo di processo di c.a. 8 mesi articolato in 3 fasi: 2 mesi per identificare e selezionare i candidati, c.a. 3 mesi di attività d’aula full-time, e 3 di accompagnamento al lavoro. Generation seguirà i beneficiari fino a 15 mesi dalla fine della didattica per misurare i risultati occupazionali e l’impatto del progetto. Ipotizzando una partenza a Febbraio 2024, le attività di formazione si svolgeranno tra Aprile 2024 e Settembre 2025
- **Partenariato:** il progetto conta sul supporto di Fondazione Adecco in qualità di Partner e ANCI, Anitec – Assinform, Fondazione per l’Educazione Finanziaria, e Save The Children in qualità di Collaborazioni, che contribuiranno: i) *Mobilizzazione* dei candidati: informare potenziali beneficiari dell’opportunità offerta dal progetto su tutto il territorio nazionale; ii) *Contenuto:* attività volte a migliorare l’esperienza formativa (e.g. educazione finanziaria, supporto al placement, etc.)
- **Elementi innovativi:** il progetto intende dimostrare l’efficacia e la scalabilità di un programma di formazione e accompagnamento al lavoro innovativo finalizzato a dare una risposta immediata alla necessità di lavoro di giovani disoccupati e NEET e di competenze delle aziende in ambito digitale

3.3. Descrizione del contesto

Nel corso degli ultimi 15 anni tre grandi momenti di discontinuità hanno trasformato il mondo del lavoro: la crisi finanziaria nel 2008, la crisi economica del 2010 e la crisi sanitaria Covid-19 nel 2020. I giovani hanno sofferto di più questi eventi. Già nel 2007 il livello di occupazione dei giovani era inferiore a quello degli adulti (50,8% 15-34 vs 76% 35-49) e quello della disoccupazione maggiore (17,9% vs 7,9% 35-49 anni). A distanza di 15 anni il livello dell’occupazione giovanile è calato (-6p.p.), quello della disoccupazione è cresciuto (+3p.p.), non recuperando ancora i livelli pre-crisi e i NEET sono aumentati (dal 20% nel 2007 al 26% nel 2022) raggiungendo i livelli tra i più alti in Europa. Nello stesso periodo, il PIL è cresciuto (+10,4%), rendendo evidente che il tema dell’occupazione non è solamente legato al numero di opportunità disponibili, ma soprattutto all’accesso a queste opportunità. Ciò è confermato dal mismatch di competenze: nel 2022 le aziende

hanno riscontrato difficoltà nel ricoprire 1,14 milioni di posizioni di lavoro a causa della mancanza delle giuste competenze e questo è particolarmente vero per le professioni digitali (l'Italia è 18° su 27 Paesi europei per competenze digitali avanzate - DESI). Di 99.000 posizioni di lavoro disponibili nel 2022 in ambito digitale, le aziende non sono riuscite a ricoprirne 55.000. Per questo riteniamo che il tema dei giovani, della possibilità di trovare la propria strada nel mondo del lavoro e nella società sia tra i più urgenti. Il paradosso del mismatch di competenze può, grazie alla formazione, diventare un'opportunità di attivazione per questi giovani.

3.4. Esigenze e bisogni individuati e rilevati

La formazione e l'accompagnamento al lavoro di giovani disoccupati e NEET in ambito digitale offre un contributo per rispondere ai seguenti bisogni: i) **Accessibilità**: molte professioni in ambito digitale e ICT sono inaccessibili per mancanza delle necessarie competenze tecniche e soft. Questo disallineamento è spesso percepito come non superabile da persone con percorsi educativi e professionali diversi da quelli tradizionalmente richiesti; ii) **Competenze digitali per lo sviluppo del Paese**: Il nostro Paese si colloca tra gli ultimi a livello europeo per competenze digitali e le imprese faticano a ricoprire c.a. 55 mila posizioni di lavoro in quest'area. La formazione di giovani disoccupati e NEET in quest'ambito contribuisce ad accrescere la competitività del Paese aumentando gli occupati, la produttività delle imprese e abilitando gli investimenti in digitale del PNRR; iii) **Realizzazione personale e inclusione sociale**: la condizione di inattività genera frustrazione, isolamento ed esclusione sociale. Questo circolo vizioso può essere interrotto attraverso la formazione, il lavoro individuale e di gruppo; iv) **Occupabilità**: la capacità di trovare un lavoro e di un'occupazione soddisfacente non è solamente un tema di competenze tecniche ma anche di attitudine, mentalità, metodo e abilità nella ricerca di lavoro; v) **Lavoro e indipendenza finanziaria**: i giovani NEET faticano nell'avviare carriere professionali che siano percorsi di crescita professionale e personale che conducano all'indipendenza finanziaria

3.5. Metodologie

A) Innovative rispetto:

al contesto territoriale

alla tipologia dell'intervento

alle attività dell'ente proponente (o partners o collaborazioni, se previste).

4) pilota e sperimentali, finalizzate alla messa a punto di modelli di intervento tali da poter essere trasferiti e/o utilizzati in altri contesti territoriali.

4) di innovazione sociale, ovvero attività, servizi e modelli che soddisfano bisogni sociali (in modo più efficace delle alternative esistenti) e che allo stesso tempo creano nuove relazioni e nuove collaborazioni accrescendo le possibilità di azione per le stesse comunità di riferimento.

Specificare le caratteristiche:

- **Elementi di continuità con il modello Generation**: In cinque anni Generation ha formato oltre 4.100 giovani in ambito digitale con un tasso di occupazione al termine dei corsi dell'85% e una retention ad 1 anno dal primo impiego post-corso del 90%. Elementi distintivi: i) **Metodo di lavoro**: individuazione di professioni altamente richieste dalle imprese; ii) **Modello operativo**: formatori esterni, formati e coordinati da Generation, garantiscono flessibilità nei contenuti e nei territori di erogazione; iii) **Network di datori di lavoro**: 700 aziende fidelizzate incontrano e assumono con regolarità i diplomati; iv) **Accompagnamento e ingaggio dei giovani** in tutte le fasi del processo
- **Elementi di innovazione**: i) **Territori coinvolti**, scalare le attività su tutto il territorio nazionale offrendo i corsi a giovani anche in territori ancora non serviti o scarsamente serviti; ii) **Servizio offerto**: consolidare l'offerta formativa tramite l'rogazione a scala del nuovo programma per Cloud Developer; iii) **Integrazione pubblico-privato**: nuova modalità di crescita e scalabilità del modello Generation basata sulla collaborazione tra pubblico e privato; iv) **Partnership**: nuove modalità di supporto ai beneficiari grazie alla collaborazione con i Partner e le Collaborazioni del progetto

4- Risultati attesi (Massimo due pagine). Con riferimento agli obiettivi descritti, indicare:

Destinatari degli interventi (specificare)⁴	Numero	Modalità di individuazione
Giovani ragazze e ragazzi disoccupati, inoccupati, sottoccupati e NEET tra i 18 e i 34 anni. I beneficiari saranno selezionati in base a motivazione e attitudine, non sarà richiesta alcuna conoscenza pregressa, specifico titolo di studio, o esperienza lavorativa	550	Al fine di raggiungere e informare potenziali beneficiari del progetto, Generation congiuntamente con i Partner e le Collaborazioni intende implementare il seguente Piano di Mobilitazione: i) Social Media . Piano editoriale e piano media su Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, LinkedIn e Google ADS anche con utilizzo di influencers; ii) Media Tradizionali : giornali nazionali e locali letti dai genitori e da adulti vicini al target (20% degli studenti scopre i corsi tramite parenti); iii) Portali ricerca lavoro : Infojobs, Indeed, formazione gratuita, etc.; iv) Televisione : richiesta di spazi pubblicitari per le organizzazioni no-profit (Mediaset e Rai); v) Network Generation : passaparola e member-get-member su oltre 50.0000 contatti e gli oltre 5.500 alunni (il 35% degli studenti conosce il programma tramite ex-studenti); vi) Partner corporate : accordi con aziende per informare le loro comunità, dipendenti e clienti, dell'esistenza del programma (utilities, banche, assicurazioni, etc.); vii) Co-marketing : attività di comunicazione congiunta con le circa 700 aziende che mettono a disposizione i colloqui e con i partner formativi; viii) Eventi : organizzazione di eventi proprietari e/o partecipazione a eventi di terze parti (partner, aziende employer, etc.) per far conoscere il programma ix) Partner e Collaborazioni di progetto : il partenariato di progetto può contare su una capillare presenza territoriale e una vasta rete di contatti diretti (dipendenti, volontari e beneficiari) e indiretti (partner) che saranno informati del progetto e delle opportunità offerte con lo scopo di aumentare la visibilità dell'iniziativa e l'attivazione dei beneficiari; x) Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali : ci piacerebbe poter esplorare modalità di collaborazione con le organizzazioni partner e beneficiarie dell'Avviso 2/2023 e con il Ministero al fine di fare sinergia e informare del progetto potenziali beneficiari – dettagliato nel paragrafo "11. Attività di comunicazione"

- **Obiettivi specifici**: nel seguente paragrafo indichiamo gli obiettivi specifici del programma e i risultati attesi. Gli indicatori di misurazione dei risultati sono indicati in dettaglio nella tabella del paragrafo "10. Sistemi di valutazione".
 - **Coinvolgimento dei beneficiari**: individuare, raggiungere e attivare i beneficiari del progetto. **Risultato atteso**: 550 beneficiari inseriti in aula
 - **Avvio di una carriera professionale, del percorso di indipendenza finanziaria e inclusione sociale**: Generation è un programma di accompagnamento al lavoro in cui la formazione rappresenta lo strumento attraverso il quale gli studenti vengono preparati per affrontare nel migliore dei modi i colloqui garantiti al termine del percorso. **Risultato atteso**: 70-80% dei ragazzi che completano il programma formativo trovano lavoro

⁴ Specificare tipologia, numero e fascia anagrafica, nonché modalità per la loro individuazione. Indicare le ragioni per le quali le attività previste dovrebbero migliorarne la situazione. Dare evidenza dei risultati concreti da un punto di vista quali-quantitativo. Infine, i possibili effetti moltiplicatori (descrivere le possibilità di riproducibilità e di sviluppo dell'attività di riferimento e/o nel suo complesso).

- **Acquisizione competenze digitali:** i beneficiari del programma acquisiranno competenze digitali di base e avanzate per il mondo del lavoro su 6 professioni: Sviluppatori Software Java, Dot Net e Salesforce, Analisti Cybersecurity, Data Engineer e Cloud Administrator. **Risultato atteso:** 85% degli studenti inseriti in aula acquisisce competenze digitali avanzate
- **Accrescere l'occupabilità:** le conoscenze, le competenze e l'esperienza formativa esperita attraverso il programma formativo permetteranno ai giovani beneficiari di rafforzare la propria occupabilità non soltanto in termini specifici rispetto alla professione sui cui vengono formati ma in generale rendendoli più pronti ad affrontare il mondo del lavoro in modo professionale (aspetti attitudinali, comportamentali, motivazionali) e a ricercare lavoro con metodo (preparazione del CV, della Lettera motivazionale, dei colloqui di lavoro e dell'utilizzo delle principali piattaforme di ricerca lavoro). **Risultato atteso:** 85% degli studenti inseriti in aula migliora il proprio livello di occupabilità
- **Aumento della autoconsapevolezza e della sicurezza in sé stessi:** confrontarsi con la sfida di apprendere qualcosa di nuovo e tecnico, con un gruppo di persone che non si conosce, di affrontare per la prima volta colloqui professionali con datori di lavoro qualificati rafforza la fiducia in sé stessi e la consapevolezza (oltre che l'acquisizione di un metodo), maturata attraverso il superamento delle difficoltà che questo comporta, che gli obiettivi si possono realizzare. **Risultato atteso:** 100% dei diplomati migliora il proprio livello di autoconsapevolezza
- **Contribuire a superare i pregiudizi del mercato del lavoro:** La selezione degli studenti non viene fatta in base al background educativo, alle esperienze professionali pregresse o alla coerenza di questi con l'area di focus della formazione. Pertanto, gli studenti Generation generalmente non hanno profili tradizionali. Grazie al supporto della Fondazione, i datori di lavoro valutano gli studenti in base a quanto effettivamente sanno fare rispetto alla professione e non alla linearità del percorso. Crediamo che questo approccio contribuisca alla creazione di un mercato del lavoro più inclusivo che permette alle persone di trovare la propria strada. **Risultato atteso:** 70-80% dei beneficiari che conclude il percorso di formazione trova lavoro nelle professioni target indipendentemente dai titoli di studio e dalle esperienze professionali precedenti
- **Contributo allo sviluppo delle comunità oggetto dell'intervento:** l'uscita dallo stato di disoccupazione, inoccupazione o inattività e l'avvio di un percorso di indipendenza finanziaria hanno effetti non soltanto sugli individui beneficiari del programma ma anche per le comunità di cui fanno parte. Individui più consapevoli, con migliori prospettive per il futuro e su un percorso di autonomia finanziaria sono più sicure in sé stesse, più ottimiste verso il futuro, contribuiscono in modo attivo allo sviluppo economico del proprio territorio e in ultima istanza sono cittadini più attivi. **Risultato atteso:** mantenimento del lavoro
- **Effetti moltiplicatori:** il progetto intende dimostrare l'efficacia e la scalabilità di un programma di formazione e accompagnamento al lavoro innovativo finalizzato a dare una risposta immediata alla necessità di lavoro di giovani NEET e di competenze delle aziende in ambito digitale. Grazie alla metodologia Generation (formazione ad ecosistema erogata online in modalità sincrona) e al contributo dei Partner e delle Collaborazioni, il progetto può essere replicato in qualsiasi territorio ove sia presente la domanda di competenze da parte delle aziende e di lavoro da parte di giovani disoccupati e NEET; e su qualsiasi professione sulla quale sia possibile fare un percorso di accelerazione per cui in 3-4 mesi persone che non hanno competenze pregresse in quell'ambito possano raggiungere un livello di conoscenza tale che le aziende possano dare loro fiducia per degli incarichi di primo impiego

5 – Attività (*Massimo quattro pagine*)

In questo paragrafo presentiamo le attività progettuali distinte tra Progettazione (A); Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione (B); Attività di segreteria, Coordinamento, Monitoraggio di progetto (C); Attività progettuali (D). Ogni categoria è articolata in sottocategorie che definiscono il dettaglio delle attività. Il progetto ha una dimensione nazionale, pertanto, tutte le attività progettuali vanno considerate valide su tutto il territorio nazionale.

- **A – Progettazione:** i) **Definizione della proposta progettuale:** attività svolta da Generation e Fondazione Adecco in qualità di Proponente/Capofila e Partner: definizione dei contenuti del progetto (identificazione delle professioni target e selezione dei territori oggetto dell'intervento formativo in base all'incrocio tra domanda di lavoro dei potenziali beneficiari, domanda di competenze delle aziende, offerta formativa Generation ad oggi disponibile); ii) **Definizione e creazione del partenariato del progetto:** individuazione dei Partner e delle Collaborazioni necessari alla realizzazione del progetto e definizione delle attività da svolgere e modalità di coinvolgimento; iii) **Definizione del Piano di Mobilitazione dei beneficiari:** definizione da parte del Proponente/Capofila di un piano di informazione, ingaggio e attivazione dei potenziali beneficiari del progetto congiunto tra tutti i Partner e le Collaborazioni con sviluppo di un'identità, una strategia e dei materiali di comunicazione del progetto;
- **B – Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione:** L'attività di mobilitazione dei beneficiari è finalizzata a raggiungere, informare e attivare i potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal progetto. Consiste nelle attività di comunicazione come descritte nel paragrafo "4 – Risultati attesi" e dettagliate nel paragrafo "11-Attività di comunicazione". Le attività di comunicazione del progetto coinvolgeranno l'intero territorio nazionale e saranno coordinate da Generation e supportate dai Partner e dalle Collaborazioni. Nello specifico, Generation si occuperà di coordinare le attività relative al piano media ed editoriale sui Social Media, alle attività sui media tradizionali attraverso comunicati stampa e interviste su testate di rilievo locale e nazionale, campagne informative e promozionali realizzate grazie al network degli Alumni di Generation e alle aziende partner che mettono a disposizione degli studenti i colloqui di lavoro. I Partner e le Collaborazioni contribuiranno ad informare i potenziali beneficiari attraverso l'attivazione di attività di comunicazione relative al progetto (e.g. Direct Emailing, Instant Messaging, Locandine, passaparola, etc.) facendo leva sulla prossimità, anche fisica (grazie alla capillare presenza territoriale), con i beneficiari, attraverso il proprio personale e la rete di volontari.
Tempistiche e durata: L'attività si svolgerà in modo continuativo per 13 mesi di progetto, nei quali si prevede di lanciare le 22 classi. Essendo le aule composte da studenti provenienti da tutta Italia, questo consentirà di avere campagne di comunicazione attive costantemente durante tutta la durata del progetto.
Partner/Collaborazioni coinvolte: Generation, Fondazione Adecco, Save The Children, ANCI, Anitec – Assinform, Fondazione per l'Educazione Finanziaria
- **C – Attività di segreteria, Coordinamento, Monitoraggio di progetto:** Generation in qualità di Proponente/Capofila si occuperà delle attività di Segreteria organizzativa, coordinamento e di monitoraggio delle attività e dell'impatto del progetto nonché del raccordo e l'aggiornamento della Committenza. Nello specifico prevediamo le seguenti attività:
 - **C1 - Gestione amministrativa/segreteria:** Generation opererà come punto di riferimento per il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (MLPS) nella gestione amministrativa del progetto, per la rendicontazione finanziaria, per la definizione dei processi di reporting e aggiornamento nonché di tutte le attività richieste dal Ministero. Il coordinamento sarà assicurato da i) *Amministratore Delegato*, responsabile della struttura, del coordinamento generale e del raggiungimento degli obiettivi; ii) *Responsabile Amministrazione e Finanza*, riferimento per gli aspetti amministrativi e rendicontazione finanziaria; iii) *Head of Operation*, responsabile operativo dell'erogazione dei corsi; iv) *Segretario Generale*, Fondazione Adecco

- **C2 - Gestione operativa/coordinamento:** La gestione operativa del progetto è garantita grazie ad un modello organizzativo consolidato che ad oggi permette di gestire oltre 2.000 studenti all'anno. Team operativo: i) Head of Operation, responsabile del ciclo di processo e del coordinamento dei fornitori; ii) *Program Manager*, coordinamento e gestione delle attività formative e di accompagnamento al lavoro; iii) *Junior Operation Specialist*, supportano le attività operative dell'intero ciclo di processo; iv) *Business Development Specialist*, gestione e accrescimento del network dei datori di lavoro e facilitazione dell'incontro tra studenti e aziende; v) *Marketing e Mobilization Manager*, attività di individuazione e informazione dei beneficiari. Coordinamento e strumenti di lavoro: 1) **Riunioni periodiche:** i) Generation e Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali (trimestrale); ii) Meeting di coordinamento con Partner e Collaborazioni (settimanale); iii) Classe (coordinatori, docenti, mentor - bisettimanale); 2) **Strumenti:** Salesforce, Google Doc, etc. già operativi e adattati alle esigenze del progetto
- **C3 – Monitoraggio:** il monitoraggio di progetto si articola in due attività: i) **Monitoraggio attività:** settimanalmente Generation monitora lo stato di avanzamento del progetto: beneficiari intercettati (candidati ai programmi), beneficiari serviti (studenti), numero di classi partite e programmate, stato occupazionale dei beneficiari serviti a valle dei programmi formativi e in generale andamento del progetto (risultati ottenuti ed eventuali difficoltà riscontrate); ii) **Monitoraggio d'impatto:** Dal momento della candidatura Generation raccoglie dati per valutare l'efficacia del programma, migliorarne la qualità e misurarne l'impatto per i beneficiari, i partner e la comunità in generale. Il piano di Monitoraggio è articolato su ciascuna attività di progetto: i) **Comunicazione:** raccogliamo dati (e.g. impressions, reach,, click, etc.) sulle attività di comunicazione tramite Analytics; ii) **Coinvolgimento del target di riferimento:** per ogni studente raccogliamo informazioni demografiche, sul background educativo ed occupazionale tramite portale Generation; iii) **Formazione:** durante il corso raccogliamo i dati relativi alla classe e all'andamento didattico (presenze, ritardi, esiti di esercitazioni e progetti) oltre che informazioni sulla soddisfazione e sulle aspettative (survey). Ciò aiuta a ridurre il rischio di abbandono e ad assicurare che ciascuno raggiunga gli obiettivi di apprendimento; iv) **Placement:** raccogliamo dati tramite chiamate e survey sul numero di colloqui, gli esiti e le proposte di lavoro. Sull'esito occupazionale raccogliamo informazioni sul datore di lavoro, il salario, la località e la tipologia di contratto; **Monitoraggio post-placement:** aggiorniamo le informazioni sul placement tramite survey e chiamate. La raccolta dati si svolge a 3 e 6 mesi dal primo impiego e fino ad un anno e tre mesi dalla fine delle attività formative. Dopo i 15 mesi dal primo impiego raccogliamo informazioni tramite survey sul benessere e la soddisfazione lavorativa degli ex-studenti
- **D - Attività progettuali:** il progetto consiste in un percorso di accompagnamento al lavoro di giovani disoccupati e NEET articolato in 3 attività:
 - **D1 - Selezione dei candidati:** L'obiettivo della selezione è individuare giovani disoccupati e NEET motivati che non necessariamente hanno esperienza pregressa sui temi del corso, a cui offrire gratuitamente un percorso di crescita professionale e personale finalizzato all'inserimento lavorativo.
 - **Criteri di selezione:** i) Età: 18-34 anni; ii) Profilo attitudinale: motivazione ad intraprendere il percorso di formazione, comprensione del ruolo e interesse ad avviare una carriera professionale nell'ambito del corso; iii) Pensiero logico di base utile per le professioni digitali; iv) Disponibilità a partecipare con frequenza *full-time* obbligatoria;
 - **Modalità di selezione:** la selezione dei candidati avviene online per facilitare inclusione e accessibilità. Sul sito di Generation ci si candida in base al corso, la città di provenienza e/o di futuro placement. Il processo è diviso in due fasi: i) **Test:** i) *Pensiero logico:* 15 esercizi a risposta multipla per verificare le competenze logiche di base; e ii) *Dedizione, motivazione e interesse:* ai candidati è richiesto di guardare un video relativo alla professione in oggetto e di rispondere ad alcune domande per verificare la motivazione (se i candidati non sono disponibili a seguire il video e rispondere alle domande è difficile che siano disposti a frequentare l'intero corso) e l'interesse (permette di acquisire maggiore consapevolezza sulla professione); ii) **Colloquio individuale:** completati i test, i candidati sono contattati per svolgere il colloquio individuale in videochiamata con i docenti del corso. Nel colloquio

vengono esplorati gli elementi fino a quel momento testati e viene approfondito il percorso individuale. Non viene valutata alcuna conoscenza tecnica pregressa nell'ambito professionale target e non è richiesto un titolo di studio specifico in quanto non necessari per il corso

I candidati risultati idonei ai colloqui sono ammessi al corso. Chi non supera il colloquio viene invitato a riprovare in futuro, offrendo risorse utili per approfondire la comprensione del ruolo delle figure professionali in ambito digitale ed esempi di esercizi logico-matematici per fare pratica. Le attività di selezione sono gestite interamente da Generation in quanto parte della metodologia proprietaria alla base dei programmi di formazione e attraverso la piattaforma proprietaria GenData che permette di seguire i candidati durante tutto il percorso di candidatura e raccogliere i dati necessari

Tempistiche e durata: Il processo di selezione degli studenti viene attivato per ciascuna delle 22 classi, i test di selezione hanno una durata complessiva di 1,5 ore e viene gestita in autonomia dai candidati che possono interrompere e riprendere in qualunque momento. I colloqui di selezione si svolgono circa a 1 settimana dalla partenza del corso. Nel complesso le attività di selezione degli studenti verranno effettuate nei primi 13 mesi del progetto in quanto la partenza delle classi è prevista entro i primi 13 mesi di progetto

- **D2 - Formazione:** La formazione è una componente fondamentale delle attività di Generation e del progetto, è basata su una metodologia proprietaria che integra competenze tecniche, soft, attitudinali, comportamentali e di occupabilità. I contenuti dei programmi di formazione vengono definiti congiuntamente con le imprese in modo da assicurarsi che gli studenti acquisiscano tutto ciò che è necessario per poter essere assunti dalle stesse in una posizione di primo impiego sulle professioni target. L'attività prevede di coinvolgere 550 studenti, suddivisi in 22 aule, ciascuna composta da un minimo di 25 e un massimo di 30 studenti. Generation, oltre ad avere in carico la definizione dei programmi didattici, del calendario e dei materiali formativi, si occuperà di gestire i diversi docenti, i coordinatori d'aula e i mentor, per garantire l'efficace e la proficua realizzazione della classe. La formazione viene erogata in modalità full-time (orario 9-18, cinque giorni la settimana). La metodologia utilizzata nei percorsi proposti è di tipo esperienziale, con l'utilizzo prevalente di strategie didattiche ad alto coinvolgimento degli studenti: momenti espositivi (classici e multimodali), architetture simulative (studio del caso, simulazione simbolica, game-based learning, role playing), architetture collaborative (apprendimento cooperativo, discussioni, mutuo insegnamento) e architetture esplorative (problem based learning e metodo dei progetti). I contenuti vengono erogati interamente online. Le sessioni sono di tre tipologie: i) **Sincrone in aula** (attraverso piattaforma di videoconferenza con i docenti sempre presenti), **Sincrone in sottogruppi** (sessioni di esercitazione in piccoli gruppi), **Asincrone** (sessioni individuali in e-learning sulla piattaforma di Generation al fine di approfondire specifici argomenti e svolgere esercizi in autonomia).
- **Programmi di formazione:** il progetto mette a disposizione 6 programmi formativi su professioni particolarmente richieste da parte delle imprese: i) *Junior Developer Java*: 14 settimane, 490 ore di formazione: sessioni tecniche 370 ore, sessioni soft 60 ore, Project work 60 ore; ii) *Junior Salesforce CRM Developer*: 14 settimane, 490 ore di formazione: sessioni tecniche 430 ore, sessioni soft 60 ore.; iii) *Junior Developer Dot Net*: 14 settimane, 500 ore di formazione: sessioni tecniche 370 ore, sessioni soft 70 ore. Project work 60 ore; iv) *Sistemista e Analista Cybersecurity*: 10 settimane, 350 ore di formazione: sessioni tecniche 290 ore, sessioni soft 45 ore, Skills Application Challenge 15 ore; v) *Data Engineer*: 15 settimane 535 ore di formazione: sessioni tecniche 450 ore, sessioni soft 65 ore, Skills Application Challenge 20 ore; vi) *Cloud Administrator*: 14 settimane 530 ore di formazione: sessioni tecniche 470 ore, sessioni soft skills 60 ore;
- **Struttura e organizzazione dei percorsi formativi:** I programmi sono suddivisi in sessioni tematiche:
 - *Sessioni tecniche:* sessioni dedicate alle competenze tecniche specifiche delle professioni target (punto precedente) definite in base alle esigenze dei datori di lavoro. Si svolgono online in modalità sincrona e sono guidate da un docente senior e un co-docente junior a supporto
 - *Sessioni di soft skills:* sessioni configurate in base alle esigenze della professione target, erogate da docenti Soft Skills tramite sessioni di "applicazione delle competenze" che simulano la realtà lavorativa e di "riflessione e rinforzo". Si articolano in: i) Comportamentali e attitudinali: mentalità di crescita,

responsabilità individuale, lavoro di squadra, orientamento al futuro; ii) Competenze di ruolo: introduzione al ruolo, comunicazione e collaborazione, problem solving, etc.; iii) Gestione di sé: gestione dello stress, del fallimento, relazione con i colleghi, etc.; iv) Comunità: sessioni di team building e creazione di un ambiente collaborativo

- *Sessioni di occupabilità.* Sessioni dedicate alla stesura di CV e Lettere di presentazione professionali nonché di ricerca lavoro. Attività svolte in gruppo o individuali guidate dai Mentor e dai docenti Soft Skills (da erogare in collaborazione tra Generation e Fondazione Adecco)
 - *Simulazioni di colloquio.* A partire dalla seconda metà del programma simulazioni di colloquio (motivazionale e tecnico) con mentor, formatori Soft Skills (non appartenenti al corpo docente per avere un elemento di terzietà) e volontari delle aziende partner
 - *Project Work e Skills Application Challenge (SAC).* Per i corsi Junior Java Developer, Junior Dot Net Developer e Data Engineer è previsto un project work di gruppo. Per gli studenti degli altri tre corsi sono previste delle sessioni di *SAC (Skill Application Challenges)*
 - *Attività extra-curricolari.* Incontri con aziende ed Alumni, aumentano la concretezza delle attività di formazione e l'orientamento al futuro degli studenti
 - *Mentorship.* Dal primo giorno di lezione fino alla stipula del contratto di lavoro ogni classe è seguita da un Mentor che costruisce una relazione diretta con gli studenti e li segue durante la formazione e per i tre mesi successivi al termine del corso. I Mentor osservano i partecipanti durante la didattica per capire il loro livello di partecipazione, le modalità di interazione con il gruppo e i docenti, gli stili di apprendimento e le eventuali difficoltà. Svolgono attività di gruppo e individuale per supportare gli studenti in un percorso di autoconsapevolezza e autovalutazione, svolgendo un ruolo importante per ridurre il rischio di abbandono. Erogate dai mentor 160 ore totali per classe (100 in fase d'aula e 60 durante il placement)
 - *Educazione finanziaria:* educazione alla gestione del denaro, del bilancio familiare e dei risparmi (2 ore per classe, erogata tramite docenti specializzati della Fondazione per l'Educazione Finanziaria)
 - *Metodologie Agile:* uso del metodo SCRUM per la gestione del ciclo di sviluppo del software o di applicazioni di sviluppo
- **D3 – Accompagnamento al lavoro:** La strategia di inserimento lavorativo di Generation si basa su un metodo fondato sulla comprensione delle esigenze delle imprese che informa tutta l'esperienza degli studenti: i) Identificazione e comprensione dei bisogni di competenze dei datori di lavoro; ii) Validazione dell'interesse di giovani disoccupati e NEET per la professione target; iii): Progettazione dei programmi formativi in base all'esigenza delle imprese; iv) Programmazione delle attività formative in base ai volumi di domanda delle imprese; v) Creazione di un network di datori di lavoro disponibili ad offrire colloqui di lavoro agli studenti (non attiviamo la formazione se non siamo certi di poter garantire almeno un colloquio di lavoro a ciascuno dei nostri studenti - in media 3. Ad oggi Generation può contare su circa 700 aziende che hanno assunto studenti in ambito digitale); vi) Gestione dell'incontro tra domanda e offerta (guidiamo il matching tra studenti e aziende, i Mentor – psicologi, sociologi, coach – seguono individualmente gli studenti nella preparazione del CV, dei colloqui e nella raccolta e analisi del feedback da parte delle aziende). Quest'ultima fase rappresenta un elemento critico del processo, nella sua gestione sono coinvolti oltre ai Mentor (60 ore per ciascuna classe durante il placement) direttamente i Program Manager, gli Operation Specialist e i Business Development Specialist di Generation che si occupano del matching tra studenti e aziende, aiutano gli studenti a prepararsi per i colloqui e, una volta effettuati i colloqui, aiutano gli studenti a comprendere il feedback delle aziende e in caso di esito negativo a prepararsi per i colloqui successivi. Le attività di accompagnamento al lavoro vedono il coinvolgimento di Anitec – Assinform nell'informare potenziali datori di lavoro dell'opportunità di incontrare giovani formati per dei colloqui di lavoro e di Fondazione Adecco sia nella preparazione dei colloqui e dell'entrata nel mondo del lavoro con specifiche sessioni sull'occupabilità e la ricerca di lavoro, che nell'ingaggio di potenziali datori di lavoro

6 - Cronogramma delle attività, redatto conformemente al modello seguente:

Attività	Mesi (colorare le celle interessate)																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
A - Progettazione	■	■																
B - Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
C – Attività di segreteria, Coordinamento, Monitoraggio di progetto	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
C1 – Gestione amministrativa/Segreteria	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
C2 – Gestione operativa/Coordinamento		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
C3 - Monitoraggio		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
D – Attività progettuali			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
D1 – Selezione dei candidati			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■					
D2 – Formazione			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
D3 – Accompagnamento al lavoro					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

7a - Risorse umane

Indicare per gruppi omogenei il numero e la tipologia di risorse umane impiegate – esclusi i volontari - per la realizzazione del progetto/iniziativa

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁵	Ente di appartenenza		Livello di Inquadramento professionale ⁶	Forma contrattuale ⁷	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1	3	A	Fondazione Italy ETS	Generation	A	Dipendenti a t/i	45.900,00
2	1	B	Fondazione Italy ETS	Generation	A	Dipendenti a t/i	33.600,00
3	2	C	Fondazione Italy ETS	Generation	A	Dipendenti a t/i	55.500,00
4	1	D	Fondazione Italy ETS	Generation	A	Dipendenti a t/i	33.000,00
5	4	C	Fondazione Italy ETS	Generation	B	Dipendenti a t/i	47.460,00
6	6	D	Fondazione Italy ETS	Generation	B	Dipendenti a t/i	139.690,00
7	3	C	Fondazione Italy ETS	Generation	C	Dipendenti a t/i	5.250,00
8	3	D	Fondazione Italy ETS	Generation	C	Dipendenti a t/i	44.625,00
9	1	A	Fondazione Adecco ETS		A	Dipendenti a t/i	10.159,20
10	1	C	Fondazione Adecco ETS		A	Dipendenti a t/i	17.928,00
11	2	C	Fondazione Adecco ETS		B	Dipendenti a t/i	6.848,90

⁵ Attività svolta: indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

⁶ Livello di inquadramento professionale: specificare per gruppi uniformi le fasce di livello professionale così come previsto nella "Sez. B – Spese relative alle risorse umane" della Circ. 2/2009, applicandole per analogia anche riguardo al personale dipendente

⁷ "Forma contrattuale": specificare "Dipendente" se assunto a tempo indeterminato o determinato; "Collaboratore esterno" nel caso di contratti professionali, contratto occasionale ecc.

12	2	D	Fondazione Adecco ETS	B	Dipendenti a t/i	14.720,35
13	1	B	Fondazione Adecco ETS	C	Dipendenti a t/d	2.264,90
14	2	D	Fondazione Adecco ETS	C	Dipendenti a t/i	10.111,15
15	6	D	Professionista	A	Collaboratore Esterno con contratti professionali	262.056,00
16	10	D	Professionista	B	Collaboratore Esterno con contratti professionali	248.209,00
17	3	D	Professionista	C	Collaboratore Esterno con contratti professionali	138.775,00

NB: il criterio utilizzato per la compilazione della tabella 7a è l'accorpamento di risorse omogenee per ente di appartenenza, livello di inquadramento e forma contrattuale per ogni singola attività (A, B, C o D), ovvero se la Risorsa X, facente parte dell'Ente Generation Italy ETS, con inquadramento professionale A, forma contrattuale da dipendente a tempo indeterminato, fosse impiegata in attività sia di A - *Progettazione* che di C - *Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto* essa (e le spese previste) saranno conteggiate in riga 1 (della tabella 7a di cui sopra) per quanto riguarda le attività di A - *Progettazione* e in riga 3 per le attività di C - *Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto*. In questi casi, gli importi riportati si riferiscono alle spese non solo della Risorsa X, ma di un'altra Risorsa Y con stesse caratteristiche (ente, inquadramento e forma contrattuale), impiegata anch'essa nell'attività A per quanto riguarda la riga 1 e nell'attività B per quanto riguarda la riga 3. La somma della colonna con il numero di risorse, quindi non corrisponde al numero totale delle risorse impiegate (ma è ad esso superiore se le stesse risorse sono impiegate in diverse attività). Nel modulo f, invece, al foglio "B4. Esperienza e Competenza RU" è stato seguito il criterio della massima articolazione, ovvero ogni riga presenta i giorni uomo per una singola risorsa impegnata in una singola attività progettuale (A, B C o D). Nell'esempio della Risorsa X di cui sopra, quindi, essendo la risorsa impiegata sia per le attività A - *Progettazione* che per le attività di C - *Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto*, essa comparirà in due righe, in una con giorni uomo e relative spese pertinenti le attività A e in un'altra con giorni uomo e relative spese pertinenti le attività C. In sintesi, una persona comparirà in tante righe quante sono le attività che la vedono impiegate (una, due, tre o tutte e 4). Anche in quel caso quindi il numero delle righe non corrisponde al numero delle risorse impiegate nel progetto ma un multiplo di esso (la somma dei giorni uomo e delle spese però somma al totale).

7b. Volontari

Indicare per gruppi omogenei il numero e la tipologia di volontari coinvolti nella realizzazione del progetto/iniziativa

	Numero	Tipo attività che verrà svolta ⁸	Ente di appartenenza	Spese previste e la macrovoce di riferimento, come da piano finanziario (Modello D)
1				
2				
3				
4				

8 – Collaborazioni

Descrivere eventuali collaborazioni con soggetti pubblici o privati operanti, le modalità di collaborazione e le attività che verranno svolte in collaborazione nonché le finalità delle collaborazioni stesse. In caso di collaborazioni, dovrà essere allegata al presente modello la documentazione prevista al paragrafo 6 dell'Avviso.

	Ente collaboratore	Tipologia di attività che verrà svolta in collaborazione
1	ANCI – Associazione Nazionale Comuni Italiani	Codice attività: B Descrizione di dettaglio: L'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani con i suoi 7.134 Comuni associati, rappresentativi del 94,7% della popolazione italiana, rappresenta una delle reti territoriali più strutturata e capillare del Paese. Rispetto alle Politiche giovanili locali, negli anni, l'ANCI ha sviluppato competenze e know-how specifici, in quanto supporta i Comuni con il finanziamento di progettualità comunali e con azioni per il rafforzamento della loro capacità strategica di intervento, tra l'altro, rispetto: i) al supporto all'imprenditorialità giovanile e all'integrazione nel mercato del lavoro; ii) alla lotta all'emarginazione e al disagio sociale giovanile; iii) al recupero di patrimonio pubblico inutilizzato da mettere a disposizione della popolazione giovanile locale a scopi culturali, sociali, imprenditoriali; iv) al rafforzamento di competenze specialistiche e professionalità della popolazione giovanile locale. Vista dunque la sensibilità per il tema dell'occupazione giovanile, su cui concentra specifiche azioni di supporto ai Comuni, ANCI ha deciso di collaborare al progetto attraverso delle attività di comunicazione volte ad informare potenziali beneficiari dell'esistenza e delle opportunità ad esso collegato. Nello specifico ANCI svolgerà: i) Attività di comunicazione diretta attraverso i propri canali Community e Social Media, ii) Attività di informazione sull'esistenza del progetto indirizzata ai Comuni associati e agli uffici competenti per materia; iii) Presentazione del

⁸ **Attività svolta**": indicare: cod. "A" per "Progettazione", cod. "B" per "Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione", cod. "C" per "attività di Segreteria, Coordinamento e monitoraggio di progetto", cod. "D" per Risorse direttamente impegnate nella gestione delle attività progettuali – es. docenti, tutor, esperti".

		progetto nel contesto di eventi territoriali legati al tema dell'occupazione giovanile o coerenti con la natura del progetto.
2	Anitec - Assinform	<p>Codice attività: B, D</p> <p>Descrizione di dettaglio: Anitec-Assinform con oltre 200 associati diretti e 700 indiretti è la principale associazione di settore delle imprese che operano in Italia nella produzione di software, sistemi e apparecchiature elettroniche e nella fornitura di soluzioni applicative e di reti, di servizi a valore aggiunto e contenuti connessi all'uso dell'ICT e allo sviluppo dell'innovazione digitale. Alla luce del ritardo del nostro Paese nello sviluppo e la diffusione delle competenze digitali nonché della difficoltà di reperimento da parte delle aziende di personale qualificato con le necessarie competenze in ambito tecnologico e digitale, l'Associazione ha deciso di supportare il progetto attraverso due tipologie di attività: i) Comunicazione relativa al progetto finalizzata ad informare potenziali beneficiari dell'opportunità offerta dall'iniziativa e potenziali datori di lavoro in ambito ICT della possibilità di incontrare per dei colloqui giovani motivati con le competenze di cui hanno bisogno. Tipologie di attività di comunicazione: social media, media tradizionali, racconto del progetto durante eventi organizzati dall'Associazione sul tema competenze e occupazione, Direct Mailing agli associati, etc.; ii) Contenuti della formazione: coinvolgimento all'interno dei corsi di formazione di professionisti Anitec – Assinform o delle aziende associate per offrire agli studenti una panoramica del settore ICT in Italia, delle opportunità che offre e di come sta evolvendo; coinvolgimento di aziende associate come testimonianze in aula sui temi trattati dai programmi formativi</p>
3	FEduF – Fondazione per l'Educazione Finanziaria	<p>Codice attività: B, D</p> <p>Descrizione di dettaglio: La "Fondazione per l'Educazione Finanziaria e al Risparmio" (FEduF) costituita su iniziativa dell'Associazione Bancaria Italiana con la finalità di attivare un percorso virtuoso di cittadinanza consapevole per essere futuri cittadini informati, attivi e consapevoli dei prodotti finanziari e dei concetti che ne sono alla base atte a comprenderne i rischi e le opportunità. FEduF nelle sue attività di educazione ha coinvolto direttamente circa 220.000 studenti e 7.700 insegnanti di centinaia di scuole e migliaia di classi, su tutto il territorio nazionale. Il DDL Capitali attualmente in discussione, stabilisce che l'educazione finanziaria debba entrare a far parte delle competenze di cittadinanza, riconoscendo l'esigenza di favorire la nascita di una cultura economica di base indispensabile per compiere scelte di vita consapevoli e sostenibili nel futuro. Per questo motivo e dato l'obiettivo del progetto di supportare giovani disoccupati e NEET ad avviare la propria carriera professionale, FEduF ha ritenuto di sostenerlo attraverso due tipologie di azione: i) attività di comunicazione volte a intercettare, informare e attivare potenziali beneficiari (e.g. informazione delle reti di scuole con cui collabora per informare diplomandi e neo diplomati e le loro famiglie, nonché il proprio network di stakeholders delle opportunità offerte dal progetto); ii) Inserimento nei programmi</p>

		di formazione di un modulo sull'educazione finanziaria (comprendere i concetti di costo, risparmio, i principali strumenti di risparmio e i diversi livelli di rischio associati, etc.) con particolare riferimento al tema della previdenza, la cui conoscenza è cruciale per i giovani. Fattore chiave di successo del progetto è la possibilità di offrire questa forma di educazione finanziaria nel momento in cui i giovani trovano una via di accesso al lavoro, cogliendo il momento di più alta attenzione rispetto a questi argomenti.
4	Save the Children	<p>Codice attività: B, D</p> <p>Descrizione di dettaglio: Save the Children Italia ETS (STC IT) è stata fondata nel 1998 come organizzazione no profit e ha iniziato la sua attività nel 1999. Oggi è un'Organizzazione Non Governativa riconosciuta dal Ministero degli Affari Esteri che opera sia nei paesi in via di sviluppo che sul territorio italiano. Scopo dell'Associazione è la promozione e protezione dei diritti dei minori – secondo la Convenzione ONU sui Diritti dell'Infanzia – in Italia ed in ogni parte del mondo. Save the Children Italia opera su tutto il territorio nazionale in collaborazione con un'ampia rete di partner progettuali e con il supporto delle istituzioni pubbliche nazionali e locali per l'implementazione delle sue finalità istituzionali. L'Associazione lavora principalmente su temi quali istruzione e educazione, contrasto alla povertà materiale e educativa, protezione, partecipazione, risposta alle emergenze e nuovi media. Dispone di una rete di 72 partner, di oltre 4.000 volontari, una presenza territoriale di 26 Punti Luce, spazi ad alta densità educativa, che sorgono nei quartieri e nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città, per offrire opportunità formative ed educative gratuite. I temi dell'educazione, del lavoro e l'attenzione per le condizioni di vita dignitose sono al centro dell'azione di Save The Children; per questo l'Associazione ha deciso di unirsi a Generation e agli altri Partner e Collaborazioni del progetto per dare l'opportunità a giovani NEET e disoccupati di trovare la propria strada nel mondo del lavoro. Save The Children contribuirà al progetto attraverso: i) attività di comunicazione volte a intercettare, informare e attivare potenziali beneficiari (e.g. Direct Mailing e Instant Messaging alla rete degli operatori e dei volontari sul tutto il territorio nazionale, pubblicazione di materiale informativo all'interno dei propri presidi territoriali e durante eventi sul territorio; ii) attività formative legate al mondo delle Soft Skills e all'inclusione</p>

9 - Affidamento di specifiche attività a soggetti terzi (delegati).

Specificare quali attività come descritte al punto 5 devono essere affidate in tutto o in parte a soggetti terzi delegati (definiti come al punto 4.2 della citata Circ. 2/2009), evidenziando le caratteristiche del delegato. Non sono affidabili a delegati le attività di direzione, coordinamento e gestione, segreteria organizzativa. E' necessario esplicitare adeguatamente i contenuti delle deleghe con riferimento alle specifiche attività o fasi.

Attività oggetto di affidamento a soggetti terzi nel rispetto dei criteri indicati dalla circolare 2 del 2009 al paragrafo 4 e s.s. richiamata in via analogica dall'avviso 2/2023.

Generation propone un modello di erogazione della formazione basato sulla creazione ed il coordinamento di un ecosistema di formatori esterni ed enti di formazione, formati sulla metodologia Generation, che apportano conoscenze specifiche relative alle professioni target e alle competenze tecniche richieste dalle imprese. Ciò permette a Generation di rispondere in modo puntuale e flessibile alle esigenze di competenze del mercato del lavoro e di interesse degli studenti. Pertanto, Generation non ha tra i propri dipendenti docenti, mentor e coordinatori d'aula; per l'erogazione delle attività formative si affida a docenti esterni ed enti di formazione che vengono selezionati (in base all'esperienza di formazione rivolta al mondo del lavoro e alla capacità di lavorare con un'utenza che presenta delle fragilità occupazionali), formati e specializzati sulla metodologia Generation. Oltre alle attività legate all'erogazione della formazione prevediamo di avvalerci del supporto tecnico di un'agenzia media per la gestione della comunicazione digitale e dei canali social media.

Attività da affidare a soggetti terzi delegati, dettaglio:

- **D1 – Selezioni:** la selezione dei beneficiari da inserire in aula e nel percorso di accompagnamento al lavoro viene effettuata dai docenti dei corsi con la doppia finalità di: i) testare la necessaria motivazione e attitudine per valorizzare l'esperienza formativa e nell'intraprendere il percorso professionale prescelto; ii) responsabilizzare i docenti sulla composizione dell'aula e l'ingaggio degli studenti al fine di garantire una quanto più consistente partecipazione al programma e pertanto della sua efficacia. Le professionalità richieste per questo tipo di attività sono specifiche, sofisticate e di difficile reperimento. Pertanto, il Proponente/Capofila intende avvalersi di specifici fornitori esterni
- **D2 – Formazione:** i programmi professionalizzanti Generation hanno una consistente componente tecnica legata alla professione target del programma. La dimensione tecnica dei programmi relativi alle professioni digitali è molto specifica, cambia significativamente tra le 6 professioni offerte e spesso richiede certificazioni di competenza sulle tecnologie insegnate rilasciate dagli stessi produttori di tecnologia (e.g. Microsoft, Salesforce, Cisco, AWS, etc.). Allo stesso modo, essendo le sessioni tecniche integrate con sessioni sulle soft-skills e supportate dalle attività di mentorship, anche ai docenti delle competenze trasversali e ai Mentor è richiesto un alto grado di specializzazione e una buona comprensione delle professioni digitali target sui cui viene svolta la formazione. Pertanto, al fine di garantire un'adeguata specializzazione dei docenti sulle tematiche tecniche e di soft skills e dei Mentor e la necessaria flessibilità di modulare i volumi di attività formative in base alla domanda delle imprese, Generation si avvale di fornitori di formazione che mettono a disposizione i loro docenti e la loro specializzazione per contribuire all'erogazione dei corsi Generation
- **B - Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione:** alla luce delle caratteristiche del target di beneficiari del progetto (giovani tra i 18 e 34 anni, interessati e fruitori di tecnologie digitali), il piano di comunicazione proposto per l'informazione, l'ingaggio e l'attivazione dei beneficiari prevede una significativa componente di attività Social Media e comunicazione digitale che richiedono una forte competenza tecnica. Per la scelta dei canali da utilizzare (e.g. Instagram, TikTok, YouTube, etc.), per lo sviluppo dei messaggi per catturare l'attenzione dei beneficiari e delle creatività nonché dell'impostazione e dell'ottimizzazione tecnica delle campagne, il partenariato intende avvalersi del supporto di un'agenzia media che si occupi di due

attività: i) Impostazione delle campagne: scelta canali, definizione dei messaggi, sviluppo creatività e copy, individuazione e gestione di possibili media partnership, etc. e ii) Gestione delle campagne: monitoraggio e ottimizzazione delle performance delle campagne durante la loro implementazione per tutta la durata del progetto rispetto agli obiettivi dell'iniziativa

10. Sistemi di valutazione

(Indicare, se previsti, gli strumenti di valutazione eventualmente applicati con riferimento a ciascuna attività/risultato/obiettivo del progetto/iniziativa)

Obiettivo specifico	Attività	Tipologia strumenti
1 - Coinvolgimento dei beneficiari: 550 beneficiari inseriti in aula	B – Attività di promozione, informazione e sensibilizzazione D1 - Selezione dei candidati	Indicatori: i) Numero di candidati totali e ii) numero di studenti inseriti in aula Strumenti: Sistema gestionale di Generation che registra le candidature, le presenze in aula, etc. (Gendata e Salesforce)
2 - Avvio della propria carriera professionale e del percorso per il raggiungimento dell'indipendenza finanziaria: 70 - 80% degli studenti che terminano il corso trova lavoro	D3 – A accompagnamento al lavoro dei beneficiari tramite organizzazione di colloqui di lavoro con aziende partner dei proponenti del progetto	Indicatori: i) Tasso di placement a 90 giorni dalla fine del corso, ii) tasso di placement a 180 giorni dalla fine del corso; iii) Tipologia di contratti di lavoro ottenuti dai beneficiari; iv) Media e mediana del primo salario netto post corso Generation Strumenti: Sistema gestionale di Generation che registra lo stato occupazionale e le relative informazioni (Salesforce)
3 - Accrescere occupabilità dei beneficiari: 85% degli studenti inseriti in aula completa il programma	D2 – Formazione soft skills e occupabilità	Indicatori: completamento delle sezioni relative alla predisposizione del CV, della lettera motivazione e della preparazione dei colloqui Strumenti: Sistema gestionale di Generation che registra le presenze degli studenti (Salesforce)
4 - Acquisizione competenze di base e avanzate in ambito digitale: 85% studenti inseriti in aula completa il programma	D2 – Formazione tecnica	Indicatori: i) Completamento delle sezioni tecniche del programma relative alle professioni target, ii) valutazioni interne da parte dei docenti tecnici che tengono il corso; iii) Valutazioni esterne da parte di docenti che non hanno tenuto il corso e che vengono coinvolti per la verifica degli apprendimenti. Strumenti: Tutti i dati sono registrati nel sistema gestionale di Generation (Salesforce)
5 - Aumento della autoconsapevolezza e della sicurezza in sé stessi: 100% dei diplomati ha migliorato il proprio livello di autoconsapevolezza	D2 – Formazione D3 – Accompagnamento al lavoro	Indicatori: i) Survey sulla percezione degli studenti del proprio livello di preparazione ad affrontare il mondo del lavoro all'inizio e al termine del programma; ii) Numero di colloqui di lavoro organizzati per gli studenti con aziende alla ricerca di quelle professionalità

		Strumenti: le survey vengono somministrate da Generation e tutti i dati sono raccolti nel sistema gestionale di Generation (Salesforce)
6 - Contributo al superamento dei pregiudizi del mercato del lavoro: 70-80% di placement di beneficiari con background formativo e professionale degli studenti non tradizionale rispetto alla professione target	D3 – Accompagnamento al lavoro	Indicatori: i) Percentuale di studenti occupati con background professionale diverso rispetto alla professione ottenuta; ii) Percentuale di studenti occupati con titolo di studio in ambiti diversi rispetto alla professione ottenuta; iii) Percentuale di studenti occupati con livello educativo inferiore alla laurea Strumenti: i dati di esito dei colloqui di lavoro vengono raccolti da Generation e sono registrati nel sistema gestionale di Generation (Salesforce)
7 - Contributo allo sviluppo delle comunità oggetto dell'intervento: mantenimento dello stato di occupazione	D3 – Accompagnamento al lavoro e status occupazionale nel tempo	Indicatori: i) Tasso di retention a 180 giorni dal primo giorno di lavoro; ii) Tasso di retention a 270 giorni dal primo giorno di lavoro; iii) Totale salari netti guadagnati dagli studenti a 270 giorni dalla fine del programma Strumenti: i dati relativi allo status occupazionale vengono raccolti con cadenza trimestrale da Generation fino a 1 anno dal termine delle attività formative e sono registrati nel sistema gestionale di Generation (Salesforce)

11. Attività di comunicazione

(Indicare, se previste, le attività di comunicazione del progetto/iniziativa)

Descrizione dell'attività	Mezzi di comunicazione utilizzati e coinvolti	Risultati attesi	Verifiche previste, se SI' specificare la tipologia
<i>Social Media</i>	Piano editoriale e Piano Media su Instagram, TikTok, Facebook, YouTube, LinkedIn e Google ADS anche con utilizzo di influencer e di media partnership da definire in fase di avvio del progetto (e.g. Fanpage, Will Media, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Mobilizzazione di circa 5.500 candidati per i programmi di formazione</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> 	<i>Verificare con Agenzia Media quali canali, quali messaggi e creatività sono più efficaci per raggiungere informare e attivare potenziali beneficiari</i>

<i>Media tradizionali</i>	Articoli informativi relativi al progetto su giornali nazionali e locali letti dai beneficiari o dai genitori/adulti vicini ai beneficiari. Gli adulti prossimi e che godono di un riconoscimento di autorevolezza da parte dei beneficiari hanno un ruolo cruciale nell'attivazione degli stessi (ad oggi circa il 20% degli studenti scopre i corsi tramite parenti)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informazione di potenziali beneficiari dell'esistenza del progetto e degli adulti prossimi ai beneficiari per supportare la mobilitazione</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> • <i>Aumento dei datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei programmi di formazione</i> 	
<i>Portali di ricerca lavoro</i>	Infojobs, Indeed, formazione gratuita, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informare potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma in ottica di supporto alla mobilitazione</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> 	
<i>Televisioni</i>	richiesta di spazi pubblicitari per le organizzazioni no-profit: Rai, Mediaset, Sky, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informazione di potenziali beneficiari dell'esistenza del progetto</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> • <i>Aumento dei datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei programmi di formazione</i> 	<i>Gli spazi pubblicitari televisivi riservati alle organizzazioni no-profit vengono assegnati sulla base di procedure valutative. Pertanto, l'effettiva possibilità di avvalersi di questi canali dipende dall'accettazione da parte delle reti</i>
Network Generation	<i>Social Media, Direct e-mailing, Instant Messaging, etc. ad alumni delle edizioni passate dei programmi Generation</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> 	

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Informazione di potenziali beneficiari dell'esistenza del progetto (ad oggi circa il 35-40% degli studenti inseriti in aula nei programmi Generation viene a conoscenza dei corsi attraverso ex studenti che hanno beneficiato dei corsi)</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> 	
Partner corporate	accordi con aziende con importanti reti di dipendenti, clienti e partner per informare le loro comunità dell'esistenza del progetto (utilities, banche, assicurazioni, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informare potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> 	<i>Da valutare in base a disponibilità da parte delle aziende target</i>
Co-marketing	attività di comunicazione congiunta con le circa 700 aziende che mettono a disposizione i colloqui e con i partner formativi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informazione di potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> • <i>Aumento dei datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei programmi di formazione</i> 	
Eventi	Organizzazione di eventi proprietari e/o partecipazione a eventi di terze parti (partner, aziende employer, etc..) per far conoscere il programma	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informare potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> 	

Partner e Collaborazioni di progetto	Il partenariato di progetto può contare su una capillare presenza territoriale e una vasta rete di contatti diretti (dipendenti, volontari e beneficiari) e indiretti (partner) che saranno informati del progetto e delle opportunità offerte con lo scopo di aumentare la visibilità dell'iniziativa e l'attivazione dei beneficiari: Direct E-mailing, Instant Messaging, Locandine, eventi/occasioni di incontro sul territorio	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informazione di potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> • <i>Aumento dei datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei programmi di formazione</i> 	
Ministero del Lavoro e altri beneficiari del Bando	ci piacerebbe poter esplorare modalità di collaborazione e sinergie con le organizzazioni partner e beneficiarie dell'Avviso 2/2023 (e.g. se ritenuto opportuno, segnalare l'esistenza del programma e delle opportunità che offre alle proprie comunità di riferimento) e con il Ministero del Lavoro al fine di fare sinergia e informare del progetto potenziali beneficiari (segnalazione a persone alla ricerca di occupazione tramite Centri per l'Impiego, sito internet, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Conoscenza del progetto e del supporto offerto dal Ministero del Lavoro</i> • <i>Informazione di potenziali beneficiari delle opportunità offerte dal programma</i> • <i>Creazione di consapevolezza sulle professioni digitali maggiormente richieste dalle imprese</i> • <i>Aumento dei datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei programmi di formazione</i> 	<i>Attivazione di possibili sinergie in seguito a valutazione di opportunità e fattibilità con il Ministero del Lavoro e beneficiari dell'Avviso</i>

Allegati: n° 1 *relativi alle collaborazioni (punto 8).*

Allegato 1: Tabella di sintesi del contributo dei Partner e delle Collaborazioni:

Nome organizzazione	Tipologia partecipazione al progetto	Attività da svolgere nell'ambito del progetto
Fondazione Adecco	Partner	<ul style="list-style-type: none"> • Progettazione: collaborazione con Generation Italy alla progettazione del progetto, dell'esperienza formativa e alla costituzione del partenariato • Mobilizzazione dei candidati: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media:</i> piano di comunicazione in organico sui canali Social Media della Fondazione (e.g. Facebook, LinkedIn, etc.); - <i>Network:</i> attività di presentazione del progetto ai propri partner e collaborazioni e attraverso i progetti attivi in ambito di formazione, inclusione e competenze digitali - <i>Eventi:</i> presentazione del progetto delle opportunità ad esse collegate attraverso eventi gestiti direttamente/indirettamente sul tema occupazione giovanile • Sessioni occupabilità: i) webinar per gli studenti durante il percorso di formazione sulla preparazione del CV, dei colloqui di lavoro, sui portali di ricerca lavoro e sulla ricerca di lavoro; ii) durante la fase di accompagnamento al lavoro attività di supporto agli studenti che riscontreranno maggiori difficoltà nella gestione dei colloqui tramite attività integrative di preparazione dei colloqui • Mobilizzazione di potenziali datori di lavoro: attraverso il proprio network e contatti con il mondo delle aziende, mobilitazione di potenziali datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto al termine dei corsi di formazione
ANCI	Collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilizzazione dei candidati: attività di comunicazione volute ad informare, ingaggiare e attivare potenziali beneficiari: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media:</i> piano di comunicazione in organico sui canali Social Media della Fondazione (e.g. Instagram, Facebook, etc.);

		<ul style="list-style-type: none"> - <i>Eventi</i>: presentazione del progetto delle opportunità ad esse collegate attraverso eventi gestiti direttamente/indirettamente sul tema occupazione giovanile; - <i>Associati</i>: attività di comunicazione verso gli oltre 7.000 comuni associati per informare gli uffici comunali incaricati delle politiche attive per il lavoro o che si occupano di occupazione giovanile dell'esistenza del progetto e richiesta di diffusione a potenziali beneficiari
Anitec – Assinform	Collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilizzazione dei candidati: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Social Media</i>: piano di social media organiche sui canali Instagram, Facebook, etc. dell'Associazione - <i>Network</i>: informazione alla propria rete di partner, collaborazioni, progetti legati al mondo delle competenze e professioni digitali - <i>Formati con Noi</i>: inserimento nella Piattaforma "Formati con Noi" portale sviluppato dall'Associazione per promuovere lo sviluppo di competenze digitali professionalizzanti sui mestieri digitali maggiormente richieste dalle aziende Associate. Il portale prevede una sezione per dare visibilità alle iniziative formative attive nella formazione delle figure professionali richieste - <i>Associati</i>: informazione delle aziende associate dell'esistenza del programma e delle opportunità messe a disposizione per diffusione all'interno delle proprie comunità (e.g. dipendenti, clienti, etc.) - <i>Eventi</i>: informare dell'esistenza e delle opportunità messe a disposizione dal progetto attraverso l'organizzazione o la partecipazione ad event in ambito competenze digitali • Testimonianze in aula: organizzazione di testimonianze in aula con esperti dell'Associazioni o rappresentanti delle aziende Associate finalizzate a: i) Informare sulle ultime novità tecnologiche e i principali trend; ii) Offrire l'opportunità agli studenti di interagire e confrontarsi con professionisti che lavorano quotidianamente sulle tecnologie e le professioni che stanno apprendendo; iii) Ispirazione, vedere nel concreto che cosa si può realizzare in termini di carriera e sviluppo professionale attraverso casi concreti permette agli studenti di comprendere la concretezza delle opportunità offerte e immaginare possibili percorsi di sviluppo professionale • Mobilizzazione di potenziali datori di lavoro: grazie al proprio network di oltre 700 aziende associate (direttamente e indirettamente) Anitec – Assinform può contribuire a mobilitare

		potenziali datori di lavoro interessati ad incontrare i beneficiari del progetto per dei colloqui di lavoro al termine dei corsi di formazione
FEduf – Fondazione per l'Educazione Finanziaria	Collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilizzazione dei candidati: attività di comunicazione volute ad informare, ingaggiare e attivare potenziali beneficiari: <ul style="list-style-type: none"> – <i>Social Media:</i> piano di comunicazione in organico sui canali Social Media della Fondazione (e.g. Instagram, Facebook, etc.); – <i>Eventi:</i> presentazione del progetto delle opportunità ad esse collegate attraverso eventi gestiti direttamente/indirettamente sul tema occupazione giovanile, orientamento al futuro e al lavoro; – <i>Rete educativa:</i> informazione della rete di scuole di II grado, università e CPIA con cui la Fondazione collabora in tema di tecnologie e competenze digitali al fine di segnalare le opportunità messe a disposizione del progetto • Moduli di educazione finanziaria: grazie alla Collaborazione con FEduf sono previste per ogni classe del progetto 2 ore di educazione finanziaria in cui i beneficiari avranno l'opportunità di essere introdotti ai concetti di costo, risparmio, bilancio familiare, previdenza, strumenti di investimento e i diversi livelli di rischio. Crediamo che questa attività sia particolarmente importante alla luce delle finalità occupazionali del programma e alla possibilità che gli studenti a breve si trovino nella situazione di gestire direttamente delle risorse economiche
Save The Children	Collaborazione	<ul style="list-style-type: none"> • Mobilizzazione dei candidati: attività di comunicazione volute ad informare, ingaggiare e attivare potenziali beneficiari: <ul style="list-style-type: none"> – <i>Social Media:</i> piano di comunicazione in organico sui canali Social Media dell'Associazione (e.g. Instagram, Facebook, etc.); – <i>Eventi:</i> presentazione del progetto e delle opportunità ad esse collegate attraverso eventi gestiti direttamente/indirettamente sul tema occupazione giovanile, orientamento al futuro e al lavoro; – <i>Rete di partner:</i> informazione della rete di oltre 72 partner con cui l'Associazione collabora al fine di segnalare le opportunità messe a disposizione del progetto

		<ul style="list-style-type: none">• Punti Luce: attività di presentazione del progetto attraverso la rete dei 26 Punti Luce su tutto il territorio nazionale: spazi ad alta densità educativa, nei quartieri e nelle periferie maggiormente svantaggiate delle città, per offrire opportunità formative ed educative gratuite. Attraverso questa rete si intende informare famiglie, adulti, potenziali giovani beneficiari del progetto e delle opportunità ad esso collegate• Volontari: presentazione del progetto agli oltre 4.000 volontari per informare dell'iniziativa e delle opportunità ad essa collegate. I volontari possono essere un'importante rete di diffusione dell'iniziativa• Competenze Soft: Save The Children è da tempo impegnata nella realizzazione di interventi formativi ed educativi sul territorio. Parte importante delle attività è focalizzata sulle soft skills. Grazie al supporto al progetto, Save The Children contribuirà alla definizione e all'erogazione dei moduli legati alle soft skills previsti dalla metodologia Generation
--	--	--

Data

06/11/2023

Firma Legale Rappresentate

