

PROMUOVERE IL LAVORO

2020

Catalogo delle iniziative per sviluppare sinergie
tra Regione e Imprese sul territorio



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

CONTESTO

A seguito dell'acquisizione delle competenze del Lavoro dalle Provincie con LR. 13/2015, la Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia ha riorganizzato i Servizi pubblici per l'impiego riconoscendo l'importanza di una buona interlocuzione con il tessuto imprenditoriale del proprio territorio. All'interno della Direzione centrale lavoro, formazione, istruzione e famiglia è stato strutturato il Servizio interventi per i lavoratori e le imprese (conosciuto anche come Servizi regionali per il lavoro e facilmente riconoscibile adesso sul territorio con il logo **LavoroFVG**) che ha curato un'appropriata definizione dei servizi offerti, utile a semplificare e a migliorare la comunicazione tra l'Amministrazione regionale e le imprese.

All'interno del citato Servizio è stata creata una struttura appositamente dedicata ai datori di lavoro, Servizi alle imprese, che si relaziona con le aziende e mette in campo una molteplicità di iniziative.

La struttura si occupa di intercettare e di dare una forma definita alle esigenze delle aziende in un mercato del lavoro in continua e rapida trasformazione. L'attività è in parte rivolta a curare i contatti individuali con gli imprenditori e con i referenti delle risorse umane e in parte si sviluppa nella direzione di raggiungere ed informare quanti, per dimensione o contingenze, non conoscono i servizi e le misure regionali a loro dedicate.

La circolazione delle informazioni si è concretizzata attraverso campagne di comunicazione e incontri pubblici, in cui i funzionari, uscendo dagli uffici, testimoniano la volontà dell'Amministrazione regionale di accorciare le distanze con il territorio e di essere facilmente raggiungibile dai portatori di interesse. Sono nate così partnership e reti con stakeholder territoriali quali parchi tecnologici, Cluster, consorzi, zone industriali, associazioni datoriali, Comuni, Università, Enti di ricerca.

In tale contesto, l'Amministrazione regionale è sempre più impegnata e attiva sul territorio, potendosi avvalere della competenza delle proprie professionalità interne e del riconoscimento delle buone pratiche già consolidate, da evidenziare e riproporre.

Il ruolo istituzionale dell'Amministrazione regionale e le ottime sinergie sviluppate finora rafforzano la costruzione di una cultura del lavoro, fatta di educazione, nel senso etimologico del termine, e di conoscenza reciproca. Un processo reso possibile dall'esistenza di un **rapporto di fiducia** indispensabile a rendere fluida e veloce la circolazione della comunicazione, dell'informazione e dei servizi affinché diventino **strumenti pratici, semplici e utili** a realizzare una buona **qualità di lavoro** e uno sviluppo dell'intero territorio che favorisca un'economia circolare e un'innovazione sociale.

PREMESSA

Il presente catalogo intende essere uno strumento utile per rispondere alla necessità di definire una programmazione per obiettivi realizzata in modo flessibile attraverso la componibilità delle iniziative. È composto da un totale di 9 schede che riassumono in maniera sintetica e snella le specifiche di ciascuna tipologia di iniziativa.

Al fine di semplificare e orientare la scelta dell'evento da programmare e realizzare, ogni tipologia di iniziativa è stata classificata nel catalogo secondo quattro dimensioni: comunicativa, formativa, informativa e di servizio. Si tratta quindi di una tassonomia che può consentire di cogliere con immediatezza il mix di caratteristiche proprio di ciascuna tipologia di evento.

1. La dimensione *comunicativa* riguarda la capacità dell'evento di valorizzare le realtà imprenditoriali coinvolte (in termini di promozione del loro *brand* o del loro ruolo sociale);
2. la dimensione *formativa* intende rispondere all'esigenza di contribuire a formare specifici stakeholder attivi sul mercato del lavoro locale;
3. quella *informativa* vuole invece rispondere alle esigenze di specifici attori locali ad avere informazioni aggiornate e di qualità su quanto attiene al lavoro oggi;

la dimensione di servizio descrive, infine, la potenzialità delle singole iniziative di dare risposta a concrete necessità occupazionali manifestate dalle imprese.

Le iniziative sono state raggruppate e suddivise all'interno del catalogo utilizzando una chiave di lettura di tipo "cornice/quadro". L'azione di contesto (cornice) è, infatti, mirata a promuovere una cultura del lavoro diffusa, favorendo la reciproca conoscenza dei diversi attori per la realizzazione di un sistema territoriale delle imprese, degli interlocutori istituzionali e delle rappresentanze.

Mentre gli interventi realizzati su misura per e con le imprese (quadro) sono la risposta ad hoc ad una specifica richiesta, da cui deriva l'espressione "spazio azienda".

Le varie tipologie di iniziative possono anche essere combinate fra loro: un esempio di componibilità delle iniziative può essere costituito da un SEMINARIO con approfondimento di una tematica, seguito dal JOB CAFÈ che diventa un'occasione informale di confronto fra soggetti diversi.

Un approccio flessibile alla progettazione, che può quindi permettere la realizzazione di eventi altamente personalizzati, contestualizzati alle specifiche necessità di un interlocutore, di un contesto, di una impresa, in modo da massimizzare di volta in volta l'efficacia di quanto si intende realizzare.

PROMUOVERE LA CULTURA DEL LAVORO

- convegni ■
- seminari ■
- workshop ■
- job caffè ■
- corner ■



CONVEGNO



Il “Convegno istituzionale” è un evento che ha la finalità di fornire informazioni ed aggiornamenti alle aziende ed agli altri stakeholder del territorio. Nel corso del Convegno istituzionale viene approfondito un argomento di particolare interesse: aggiornamenti normativi, sistema degli incentivi all’assunzione, misure ed interventi a favore di target specifici, ecc.

VANTAGGI PER L’AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell’iniziativa l’azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

TEMPI DI REALIZZAZIONE

4 settimane

MATERIALI DI COMUNICAZIONE FORNITI DALLA REGIONE

Cartellina con:

- Invito e programma
- Scheda Servizi alle imprese
- Scheda incentivi
- Scheda ricerca di personale
- Catalogo dell’offerta per le imprese
- Questionario di gradimento
- Fogli o blocchetto per appunti e penna



LA LOGISTICA

SPAZI

Luogo di rappresentanza sul territorio. Gli spazi scelti sono ampi, al fine di garantire la presenza di almeno 80 persone.

AFFITTO SPAZI

Gli spazi scelti possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

PRE-EVENTO

- Locandina e materiale divulgativo per web e stampa
- Sito istituzionale: sezione eventi online con possibilità di iscrizione
- Mailing list e campagna email e/o SMS
- Copertura social network Regione e direzione Centrale lavoro
- Eventuali uscite mezzo stampa tramite giornalisti o inserzioni a pagamento

IN CORSO EVENTO

- Copertura social network Direzione centrale lavoro
- Eventuale streaming evento su web tv o altri canali (da richiedere tramite Insiel/Ufficio stampa)

POST EVENTO

- Invio del materiale presentato alle imprese che sono state contattate, indipendentemente dalla loro presenza durante l'evento
- Foto e/o video su social network

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica dell'iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



2.

SEMINARIO



Il Seminario è un incontro organizzato al fine di approfondire un argomento specialistico con lo scopo di aggiornare e sviluppare le conoscenze/competenze di un gruppo ristretto e customizzato dei partecipanti. Tale incontro può essere sviluppato in modalità di front-desk, oppure in maniera più interattiva, coinvolgendo gli stessi partecipanti mediante esercitazioni e discussioni, oppure combinando entrambe le modalità.

Il Seminario è uno strumento per incrementare e aumentare il livello di fidelizzazione dei propri interlocutori, in quanto viene percepito come servizio mirato per soddisfare specifiche esigenze.

Fattori determinanti per la buona riuscita sono:

- garantire "l'eccellenza" del relatore, capace di fornire indirizzi, risposte, soluzioni mirate ed adeguate;
- coinvolgere un numero di partecipanti tale da stimolare ed arricchire il confronto.

VANTAGGI PER L'AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

SPAZI

Per la realizzazione del Seminario sono necessari location ed attrezzature funzionali allo svolgimento di un'attività di tipo interattivo

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

TEMPI DI REALIZZAZIONE

3 settimane



IL CASO: SPECIALE LAVORO

È ben riuscita l'esperienza del ciclo di quattro seminari ripetuti su diversi territori regionali che si è svolta all'inizio del 2019 per la presentazione e gli approfondimenti di alcune misure a sostegno dell'occupazione previste dalla legge finanziaria regionale per il 2019.

Tipologia evento: Ciclo di seminari

Contenuti: Aggiornamento e informazioni sulle nuove misure regionali a sostegno delle assunzioni mirate a rafforzare la stabilità e la qualità del lavoro (L.R. 18/2005).

Data: dal 14.02.2019 al 28.02.2019

Target: aziende

Luogo: Trieste (14.02.2019), Pordenone (19.02.2019), Gorizia (20.02.2019), Udine (27.02.2019) e Tolmezzo (28.02.2019)

Partecipanti: 503

Presenza sui Social: 10.500 visualizzazioni su LinkedIn e 2.553 su Twitter

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell'iniziativa l'azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

Cartellina con:

- Invito e programma
- Scheda Servizi alle imprese
- Scheda incentivi
- Scheda ricerca di personale
- Catalogo dell'offerta per le imprese
- Questionario di gradimento
- Fogli o blocchetto per appunti e penna

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

PRE-EVENTO

- Locandina e materiale divulgativo per web e stampa
- Sito istituzionale: sezione eventi online con possibilità di iscrizione
- Mailing list e campagna email e/o SMS
- Copertura social network Regione e Direzione centrale lavoro
- Eventuali uscite mezzo stampa tramite giornalisti o inserzioni a pagamento

IN CORSO EVENTO

- Copertura social network Direzione centrale lavoro
- Eventuale streaming evento su web tv o altri canali (da richiedere tramite Insiel/Ufficio stampa)

POST EVENTO

- Invio del materiale alle imprese che sono state contattate, indipendentemente dalla loro presenza durante l'evento
- Foto e/o video su social network

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



3.

WORKSHOP



Il Workshop si configura come una giornata di lavoro condivisa tra operatori specializzati dei Servizi regionali per il lavoro e rappresentanti di imprese del territorio di riferimento. Le imprese invitate a partecipare sono scelte in base a criteri definiti quali: settore produttivo, fabbisogni professionali comuni, rapporti precedenti con i servizi pubblici per l'impiego, dimensione, esistenza di processi di filiera ecc... Durante il Workshop il gruppo dei presenti svolge un lavoro condiviso su un tema di interesse, alimentando un clima di fiducia e stima reciproca.

VANTAGGI PER L'AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Condivisione informazioni e modalità operative su un tema specifico
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

SPAZI

Per la realizzazione del workshop è necessaria una sala riunioni di media grandezza

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione, o possono essere presi in affitto

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell'iniziativa l'azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

TEMPI DI REALIZZAZIONE

3 settimane

VANTAGGI PER L'AZIENDA

Il nome e l'immagine dell'azienda che si attiva insieme ai Servizi regionali per il lavoro vengono utilizzati da questi nella diffusione dell'invito a partecipare e delle informazioni sull'evento stesso, coinvolgendo i diversi soggetti istituzionali interessati. Successivamente, nome e immagine, vengono ancora usati dall'Amministrazione come esempio di partenariato che permette di connotare l'evento con maggior chiarezza e concretezza. L'azienda, indirettamente, vedrà promosso il proprio marchio e la collaborazione con il soggetto referente istituzionale del Lavoro potrà rafforzarne la reputazione. La condivisione di informazioni e di modalità operative sulla realizzazione di un evento è sempre una occasione di crescita per quanti ne sono coinvolti. Il punto di partenza è una ricognizione del mercato/settore/territorio su cui Azienda e Servizi regionali per il lavoro hanno posizioni e quindi punti di vista diversi la cui unione può descrivere in modo più completo temi e situazioni. Anche le procedure e i target naturali di riferimento sono differenti e mettendo vicino ogni elemento si può raggiungere una maggior completezza. Ne consegue uno sviluppo spontaneo di connessioni e relazioni territoriali con attori pubblici e privati che non sono antagonisti/concorrenti ma portatori di interessi diversi e spesso complementari

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

Cartellina con:

- Invito e programma
- Scheda Servizi alle imprese
- Scheda incentivi
- Scheda ricerca di personale
- Catalogo dell'offerta per le imprese
- Questionario di gradimento
- Fogli o blocchetto per appunti e penna

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

PRE-EVENTO

- Locandina e materiale divulgativo per web e stampa
- Sito regionale: sezione eventi online con possibilità di iscrizione
- Mailing list e campagna email e/o SMS
- Copertura social network Regione e Direzione centrale lavoro
- Eventuali uscite mezzo stampa tramite giornalisti o inserzioni a pagamento

IN CORSO EVENTO

- Copertura social network Direzione centrale lavoro
- Eventuale streaming evento su web tv o altri canali (da richiedere tramite Insiel/Ufficio stampa)

POST EVENTO

- Foto e/o video su social network

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



4.

JOB CAFÈ



Il Job Cafè ha l'obiettivo di facilitare un incontro informale tra Servizi regionali per il lavoro e rappresentanti di aziende (es. responsabile del personale) di un settore specifico presenti sul territorio o con specifici fabbisogni professionali (target diversificato). Durante l'incontro gli operatori avranno modo di illustrare le opportunità che sono in grado di offrire al tessuto imprenditoriale territoriale e intercettare le reali esigenze della singola azienda di uno specifico settore presente sul territorio, in un clima informale e disteso.

Il format del Job Cafè è flessibile e può essere usato in situazioni molto diverse a seconda del target. Può essere organizzato in un solo gruppo o in più gruppi, composti al massimo da 6 persone ciascuno.

VANTAGGI PER L'AZIENDA

- Condividere informazioni e modalità operative su un tema specifico
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

SPAZI

La location ideale è un luogo informale (es. caffè/salotto/lounge/sala privata), ma allo stesso tempo, adatto ad un incontro di lavoro

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell'iniziativa l'azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro



TEMPI DI REALIZZAZIONE

3 settimane

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

Cartellina con:

- Scheda Servizi alle imprese
 - Scheda incentivi
 - Scheda ricerca di personale
 - Catalogo dell'offerta per le imprese
 - Questionario di gradimento
 - Fogli o blocchetto per appunti e penna
-

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

PRE-EVENTO

- Locandina e materiale divulgativo per web e stampa
- Sito istituzionale: sezione eventi online con possibilità di iscrizione
- Mailing list e campagna email e/o SMS
- Copertura social network Regione e Direzione centrale lavoro
- Eventuali uscite mezzo stampa tramite giornalisti o inserzioni a pagamento

IN CORSO EVENTO

- Copertura social network Direzione centrale lavoro
- Eventuale streaming evento su web tv o altri canali (da richiedere tramite Insiel/Ufficio stampa)

POST EVENTO

- Foto e/o video su social network
-

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati





Il Corner ha l'obiettivo di far conoscere alle aziende presenti sul territorio i servizi che la Regione è in grado di offrire.

Il Corner può essere collocato, sia all'interno del CPI, sia in luoghi strategici dove è possibile intercettare le aziende (es. Camera di commercio, associazioni datoriali, INPS ect., centri commerciali con presenza di molti negozi).

All'interno del Corner è necessaria la presenza di almeno un operatore dei Servizi pubblici per l'impiego che fornisca informazioni e distribuisca materiale promozionale dei servizi offerti, delle opportunità e dei progetti in essere. Il Corner potrà accogliere anche un rappresentante della partnership con Enti e Imprese.

VANTAGGI PER L'AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Condividere informazioni e modalità operative su un tema specifico
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

SPAZI

Il corner può essere posizionato in luoghi frequentati da imprenditori e professionisti o in fiere dedicate al lavoro o a specifici settori e, più in generale, in luoghi frequentati da persone

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

MONITORAGGIO

Esempio di Corner alla Fiera del Lavoro e utilizzo dei Social:

- FB Regione FVG (1 post)
- Twitter Regione FVG (1 tweet)

- Twitter Lavoro FVG (1 tweet)
- Twitter Servizi alle imprese (3 tweet)
- LinkedIn Servizi alle imprese (2 post)

Promuovere

Twitter Servizi alle imprese: 14 retweet, 21 like, 1.786 visualizzazioni

LinkedIn Servizi alle imprese: 2 post > 873 visualizzazioni; consigliato 30 volte

Attrarre

Raccolti 73 cv (42 HUB UBF, 17 HUB MAF, 9 PN, 4 TS e 1 GO)

Condivisione informazioni e modalità operative

Numero cittadini presenti: si stima una presenza di 1.200 persone.

Sviluppo relazioni

Numero "Schede contatto" consegnate: 40

Numero contatti con aziende: 80

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell'iniziativa l'azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

TEMPI DI REALIZZAZIONE

4 settimane

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

Cartellina con:

- Scheda Servizi alle imprese
 - Scheda incentivi
 - Scheda ricerca di personale
 - Catalogo dell'offerta per le imprese
 - Questionario di gradimento
 - Fogli o blocchetto per appunti e penna
-

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

PRE-EVENTO

- Locandina e materiale divulgativo per web e stampa
- Sito regionale: sezione eventi online con possibilità di iscrizione
- Mailing list e campagna email e/o SMS
- Comunicato stampa
- Copertura social network Regione Fvg e Direzione centrale lavoro
- Eventuali altre uscite mezzo stampa tramite giornalisti o inserzioni a pagamento

IN CORSO EVENTO

- Copertura social network Direzione centrale lavoro
- Eventuale streaming evento su web tv o altri canali (da richiedere tramite Insiel/Ufficio stampa)

POST EVENTO

- Foto e/o video su social network
-

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



SPAZIO AZIENDA

recruiting day ■

l'azienda si presenta ■

l'azienda si presenta con opportunità ■

giochi esperienziali per giovani ■



1.

RECRUITING DAY



COMUNICAZIONE

FORMAZIONE



INFORMAZIONE



SERVIZIO

Il “Recruiting Day” è un’opportunità dedicata alle imprese del territorio che hanno in programma un adeguato numero di assunzioni, ad esempio l’apertura di nuove unità produttive o nuove filiali.

Il Recruiting Day raccoglie, nello stesso luogo e nello stesso momento, l’azienda o le aziende interessate a determinati profili professionali e un numero elevato di candidati, anche preselezionati dai CPI secondo quanto richiesto dalle aziende stesse.

Durante la giornata di lavori l’azienda si presenta e descrive le proprie opportunità lavorative ed in seguito effettua i colloqui con i candidati in co-gestione tra l’azienda e i Servizi per l’impiego oppure gestiti singolarmente dall’azienda.

VANTAGGI PER L’AZIENDA

- Promozione del *brand* aziendale
- Soddisfazione del fabbisogno di personale

PARTNERSHIP

I Partner potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

Il Recruiting Day può essere

- Interamente realizzato presso strutture individuate dalla Regione
- Interamente realizzato presso l’azienda
- Diviso in due momenti a) una prima attività di preselezione presso una struttura della Direzione centrale lavoro e b) una successiva selezione fatta negli spazi dell’azienda

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell’iniziativa l’azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

TEMPI DI REALIZZAZIONE

3 - 4 settimane



ESEMPIO DI RECRUITING DAY

Esempio di organizzazione di un Recruiting Day nel settore turistico alberghiero

ore 8.00 riunione di raccordo degli operatori aziendali e regionali e predisposizione spazi;
ore 8.45 registrazione e assegnazione dei turni di colloquio;
ore 9.15 prima presentazione aziendale;
ore 10.00 seconda presentazione aziendale;
Preselezione per PROFILI DI PORTIERE NOTTURNO, FRONT OFFICE, CHEF DE RANG, BARMAN MIXOLOGIST, CAMERIERE DI BAR
ore 14.15 inizio primo colloquio di preselezione – accertamento conoscenza lingua inglese (tre operatori addetti) e, per gli idonei, successivo passaggio al secondo colloquio di verifica delle competenze ed attitudini specifiche del profilo
ore 19.00 conclusione dei colloqui

IL Recruiting Day si è svolto nel corso di due giornate in cui sono state accolte 491 persone, distribuite tra i vari profili.

Inoltre, al Centro per l'impiego interessato sono pervenuti 600 *Curricula* entrati nella valutazione di una prima aderenza ai profili ricercati

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

- Brochure della Regione con le opportunità per il lavoratore
- Gadget della Regione predisposti per il Recruiting Day
- Invito e programma di svolgimento del Recruiting Day
- Fogli e blocchetti per appunti

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

L'evento sarà promosso mediante:

PRE-EVENTO

- Locandine
- Sito istituzionale: sezione eventi – home page
- Mailing list mirata ai potenziali partecipanti
- Social network su profili della Regione
- Eventuali uscite sulla stampa locale (da concordare)

POST EVENTO

- Sarà fornito all'azienda materiale dell'evento per la pubblicazione sul proprio sito
- Foto dell'evento e breve video su Social network della Regione

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



2.

L'AZIENDA SI PRESENTA



“L’azienda si presenta” è un momento informativo organizzato dai Servizi regionali per il lavoro in collaborazione con una o più imprese del territorio durante il quale i referenti aziendali possono illustrare l’organizzazione di cui fanno parte, la *mission*, la *vision*, i valori, i prodotti e la presenza sul mercato. Ovviamente durante l’esposizione potranno essere messi in evidenza i profili professionali presenti all’interno dell’impresa e, ove possibile, anche un’indicazione sullo sviluppo delle medesime professionalità negli anni a venire.

L’attività è indicata sia per i giovani che possono così venire a contatto e conoscere una realtà aziendale sia per i lavoratori disoccupati coinvolti in un percorso di ricollocazione o riqualificazione professionale.

VANTAGGI PER L’AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Condivisione delle informazioni e delle modalità operative su un tema specifico
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

I Partner potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

LOGISTICA

Per organizzare “L’azienda si presenta” è necessario scegliere il luogo tenendo conto del numero di persone che si presume parteciperanno all’evento.

Possono essere utilizzate le sale del Centro per l’impiego, se disponibili, oppure gli spazi dell’Informagiovani comunale, gli spazi aziendali o altri spazi individuati nel territorio di riferimento.

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell’iniziativa l’azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro



TEMPI DI REALIZZAZIONE

3-4 settimane

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L'ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

- Brochure della Regione con le opportunità per il lavoratore
- Gadget della Regione
- Invito e programma di svolgimento
- Fogli e blocchetti per appunti

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

L'evento sarà promosso mediante:

PRE-EVENTO

- Locandine
- Sito istituzionale: sezione eventi – home page
- Mailing list mirata ai potenziali partecipanti
- Social network su profili della Regione
- Eventuali uscite sulla stampa locale (da concordare)

POST EVENTO

- Sarà fornito all'azienda materiale dell'evento per la pubblicazione sul proprio sito
- Foto dell'evento e breve video su Social network della Regione

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell'azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



3.

L'AZIENDA SI PRESENTA

(CON UNA O PIÙ OPPORTUNITÀ)



COMUNICAZIONE



FORMAZIONE



INFORMAZIONE



SERVIZIO

“L’azienda si presenta” è un momento informativo organizzato dai Servizi regionali per il lavoro in collaborazione con una o più imprese del territorio durante il quale i referenti aziendali possono illustrare l’organizzazione di cui fanno parte, la *mission*, la *vision*, i valori, i prodotti e la presenza sul mercato. Ovviamente durante l’esposizione potranno essere messi in evidenza i profili professionali presenti all’interno dell’impresa e, ove possibile, anche un’indicazione sullo sviluppo delle medesime professionalità negli anni a venire.

L’attività è indicata sia per i giovani che possono così venire a contatto e conoscere una realtà aziendale, sia per i lavoratori disoccupati coinvolti in un percorso di ricollocazione.

Nel caso della variante “con una o più opportunità” sarà presentata durante l’incontro anche l’opportunità offerta e sviluppata in collaborazione con i Servizi regionali per il lavoro.

Può trattarsi di:

- corso di formazione co-progettato con l’impresa
- possibilità di tirocini presso l’azienda stessa
- opportunità di lavoro
- altro

VANTAGGI PER L’AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Condivisione delle informazioni e delle modalità operative su un tema specifico
- Offerta di opportunità aziendali ad un target specifico

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell’azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati



STEPS DI REALIZ- ZAZIONE EVENTO

1. Rilevazione dei fabbisogni professionali in azienda

2. Verifica della possibilità o meno di reperire sul mercato del lavoro le figure ricercate

3. Definizione dei requisiti minimi su cui costruire la professionalità ricercata

4. Servizi regionali per il lavoro e ATI formazione PIPOL valutano l'occupabilità delle persone attraverso il rafforzamento delle loro competenze

5. ATI formazione e aziende interessate definiscono il progetto formativo

6. Per promuovere l'opportunità formativa e lavorativa viene organizzato un incontro in cui l'azienda si presenta e definisce le caratteristiche dei profili ricercati e i requisiti necessari, l'Ente di formazione investito della realizzazione formativa definisce modalità e contenuti del corso e i Servizi regionali per il lavoro affiancano l'azienda e l'Ente nella preselezione del gruppo classe. Lavorare con un gruppo classe selezionato è un vantaggio per tutto il sistema: per gli allievi, i cui prerequisiti di inserimento lavorativo sono già stati valutati prima di iniziare il corso, per l'Ente di formazione che procede con un gruppo motivato e per l'azienda che può costruire competenze su capacità già individuate (attraverso lo stage in azienda)

LOGISTICA

Per organizzare “L’azienda si presenta” è necessario scegliere il luogo tenendo conto del numero di persone che si presume parteciperanno all’evento.

Possono essere utilizzate le sale del Centro per l’impiego, se disponibili, oppure gli spazi dell’Informagiovani comunale, gli spazi aziendali o altri spazi individuati nel territorio di riferimento

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L’ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

- Brochure della Regione con le opportunità per il lavoratore
- Gadget della Regione
- Invito e programma di svolgimento
- Fogli e blocchetti per appunti

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

L’evento sarà promosso mediante:

PRE-EVENTO

- Locandine
- Sito istituzionale: sezione eventi – home page
- Mailing list mirata ai potenziali partecipanti
- Social network su profili della Regione
- Eventuali uscite sulla stampa locale (da concordare)

POST EVENTO

- Sarà fornito all’azienda materiale dell’evento per la pubblicazione sul proprio sito
- Foto dell’evento e breve video su Social network della Regione

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell’iniziativa l’azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

E’ possibile predisporre e distribuire brochure e gadget aziendali ai partecipanti

TEMPI DI REALIZZAZIONE

3-4 settimane



4.

GIOCHI ESPERIENZIALI



Attualmente le imprese cercano sempre più candidati che, oltre a competenze professionali o formative specifiche, possiedano altre abilità definite trasversali quali flessibilità, capacità di *problem solving*, spirito di adattamento e di collaborazione, doti comunicative, competenze spendibili in attività e settori differenti.

I “giochi esperienziali” possono essere una buona opportunità per verificare e scoprire abilità e competenze. Possono essere articolati in diverse prove pratiche (come ad esempio nel caso dei *boot camp*: il ponte tibetano, *stepping*, *orienteering* e altro ancora) dove ciascun partecipante può mettere alla prova le proprie capacità di orientamento all’obiettivo, di pianificazione, di gestione del tempo, di lavoro in gruppo, di gestione dello stress e della fatica fisica. Durante le medesime prove, i responsabili delle aziende possono valutare in prima persona le qualità personali e l’approccio individuale dei candidati, caratteristiche difficilmente osservabili in contesti tradizionali.

L’attività è particolarmente indicata per un target giovane.

VANTAGGI PER L’AZIENDA

- Promozione immagine aziendale
- Condivisione delle informazioni e delle modalità operative su un tema specifico
- Valutazione di possibili futuri collaboratori su competenze trasversali
- Sviluppo delle relazioni territoriali con attori pubblici e privati

PARTNERSHIP

Partner ed eventuali testimonial potranno essere individuati di volta in volta (Comuni, Distretti industriali...)

ORGANIZZAZIONE

Per la realizzazione dell’iniziativa l’azienda avrà un unico riferimento nella persona del Project Leader, indicato dai Servizi regionali per il lavoro

E’ possibile predisporre e distribuire brochure e gadget aziendali ai partecipanti



TEMPI DI REALIZZAZIONE

4 settimane

LOGISTICA

Per organizzare i “giochi esperienziali” è necessario scegliere il luogo adatto tenendo conto del numero di persone che si intende coinvolgere nell’evento. La struttura dovrà avere spazi *outdoor* e *indoor* attigui e sufficienti per accogliere i gruppi dei partecipanti e sviluppare i giochi all’esterno e all’interno.

AFFITTO SPAZI

Gli spazi possono essere di proprietà dei soggetti istituzionali coinvolti, della Regione o possono essere presi in affitto.

MATERIALI DI COMUNICAZIONE PER L’ATTIVITÀ FORNITI DALLA REGIONE

- Brochure della Regione con le opportunità per il lavoratore
 - Gadget della Regione per i giochi esperienziali
 - Invito e programma di svolgimento dei giochi esperienziali
 - Fogli e blocchetti per appunti
-

COMUNICAZIONE ESTERNA: MODALITÀ DI PROMOZIONE OFFERTA DALLA REGIONE

L’evento sarà promosso mediante:

PRE-EVENTO

- Locandine
- Sito istituzionale: sezione eventi – home page
- Mailing list mirata ai potenziali partecipanti
- Social network su profili della Regione
- Eventuali uscite sulla stampa locale (da concordare)

POST EVENTO

- Sarà fornito all’azienda materiale dell’evento per la pubblicazione sul proprio sito
 - Foto dell’evento e breve video su Social network della Regione
-

MODALITÀ DI MONITORAGGIO

Su richiesta dell’azienda potrà essere fornita una reportistica della iniziativa con dati statistici riguardanti visualizzazioni internet, partecipanti, risultati dei questionari di gradimento somministrati

PROFIT

SEO

DEVELOP
MARKETING

SYSTEM
PERFORMANCE

Leader

CC

CONTATTI/SERVIZI ALLE IMPRESE

UDINE

Via della Prefettura, 16

TEL. 0432 279959 | 0432 279954 | 0432 279973

PORDENONE

Largo San Giorgio, 12

TEL. 0434 231506

MANIAGO

Via della Vittoria, 11

TEL. 0434 529595

GORIZIA

Corso Italia, 55

TEL. 0481 386609

TRIESTE

Scala dei Cappuccini, 1

TEL. 040 3772815 | 040 3772864

email: servizi.impres@regione.fvg.it

Stampato su carta riciclata al 100%
nel mese di novembre 2019
ed. 1.0/2019
Progetto grafico: Ufficio grafico RFG
Stampa: La Tipografica srl/Udine

Web: www.regione.fvg.it >
formazione lavoro > servizi per i datori di lavoro
Twitter: @Servimpresefvg
Linkedin: @Servizi alle imprese Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia
Facebook: @FormazioneLavoroeGiovani
Email: servizi.impreseregione.fvg.it