



## Riunione della Giunta camerale del

23	/	06	/	2022
gg		mm		aaaa

Allegato n.

## SCHEDA DI VALUTAZIONE INIZIATIVE TRASVERSALI

### TITOLO DELL'INIZIATIVA

IL TALENTO PORTA LONTANO  
Incontri di orientamento per docenti, studenti di scuola secondaria di I° grado e loro genitori

### PERIODO DI SVOLGIMENTO

01 aprile 2022 - 15 settembre 2023

### CONTRIBUTO RICHIESTO €

22.250

### SPESA PREVISTA €

44.500

### NOTE\*

--

\*In caso di rettifica del contributo per superamento del cumulo dei benefici pubblici



PARAMETRI DI VALUTAZIONE	INIZIATIVA	COLONNA RISERVATA UFFICIO BANDI
Settori coinvolti	<input type="checkbox"/> Agricoltura <input checked="" type="checkbox"/> Artigianato <input checked="" type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Commercio	
Iniziativa inserita in una delle aree prioritarie di intervento promozionale per il 2022	<p><b>A) COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE</b></p> <input type="checkbox"/> Innovazione e digitalizzazione delle imprese e della PA	
	<input type="checkbox"/> Sostegno alla competitività delle imprese e dei territori	
	<input type="checkbox"/> Valorizzazione del patrimonio culturale, promozione del turismo, miglioramento delle condizioni ambientali	
	<input checked="" type="checkbox"/> Orientamento al lavoro e alle professioni	
	<b>B) REGOLAZIONE DEI MERCATI</b>	
	<input type="checkbox"/> Tutela del consumatore e del mercato, vigilanza, rilevazione prezzi e giustizia alternativa	
	<b>C) COMMERCIO INTERNAZIONALE E INTERNAZIONALIZZAZIONE DEL SISTEMA PRODUTTIVO</b>	
	<input type="checkbox"/> Supporto all'internazionalizzazione delle imprese	
	<b>D) SERVIZI ISTITUZIONALI E GENERALI DELLE AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE</b>	
	<input type="checkbox"/> Servizi istituzionali e generali delle Amministrazioni Pubbliche	



### CRITERI OGGETTIVI - DIRIGENTE AREA 2 DR MAURO SFREDDO

Pluralità degli Organismi richiedenti coinvolti incluso il «capofila»	<input type="checkbox"/> due Organismi <input type="checkbox"/> fino a tre Organismi <input checked="" type="checkbox"/> quattro Organismi e oltre	<input type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input checked="" type="checkbox"/> 25
Tipologia dell'iniziativa in termini di individuazione delle imprese destinatarie	<input type="checkbox"/> L'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa <b>oppure</b> <input checked="" type="checkbox"/> L'iniziativa non prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa	
Numerosità e struttura delle imprese destinatarie dell'iniziativa	<b>Se l'iniziativa prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</b> <input type="checkbox"/> fino a 20 imprese potenzialmente destinatarie <input type="checkbox"/> da 21 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 50 addetti potenzialmente interessati <input type="checkbox"/> da 51 addetti potenzialmente interessati e oltre  <b>Se l'iniziativa NON prevede l'individuazione delle imprese destinatarie dell'iniziativa stessa:</b> <input type="checkbox"/> fino a 100 imprese potenzialmente destinatarie <input checked="" type="checkbox"/> da 101 imprese potenzialmente destinatarie e oltre <input type="checkbox"/> fino a 500 addetti potenzialmente interessati <input checked="" type="checkbox"/> da 501 addetti potenzialmente interessati e oltre	<input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input type="checkbox"/> 10  <input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10 <input type="checkbox"/> 5 <input checked="" type="checkbox"/> 10



Maggiore percentuale di copertura dei costi di progetto tramite entrate diverse dal contributo camerale	<input checked="" type="checkbox"/> dal 50% al 55,99% <input type="checkbox"/> dal 56% al 60,99% <input type="checkbox"/> dal 61% e oltre	<input checked="" type="checkbox"/> 15 <input type="checkbox"/> 20 <input type="checkbox"/> 25
<b>TOTALE PUNTEGGIO (A)</b>		<input type="text" value="60"/>



## CRITERI DI OPPORTUNITÀ – GIUNTA CAMERALE

<p>Rilevanza, ai fini della promozione dell'economia provinciale e utilità per le imprese, concentrando le risorse su iniziative di maggior rilievo</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 387 1066 1025" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>Formare il capitale umano coerentemente ai fabbisogni professionali delle aziende faciliterà l'ingresso dei giovani nel mondo del lavoro riducendo il tasso di disoccupazione giovanile e consentendo alle aziende una maggiore reperibilità delle competenze richieste dall'economia globale.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Destinazione alla generalità delle imprese interessate anche non iscritte, non aderenti o non facenti parte dell'Organismo proponente, associazione di categoria, comitato o organismo organizzatore dell'iniziativa</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1167 1066 1805" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>Promuovere l'orientamento significa agevolare la filiera educativa che fisiologicamente traghetterà i giovani dalla scuola al mondo del lavoro permettendo loro di portare con sé un plus di soft skills essenziali per affrontare il mercato globale.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>



<p>Incidenza diretta e duratura sul sistema economico provinciale rispetto a iniziative che hanno riflessi indiretti o soltanto temporanei</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 315 1046 1120" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>L'orientamento garantisce ai giovani una maggiore conoscenza del sistema economico del proprio territorio e alle aziende di poter attingere dalla scuola competenze allineate con i propri bisogni professionali. Le ricadute sull'economia provinciale, e non solo, si registrano sia dal punto di vista occupazionale che produttivo, creando nel contempo un rapporto virtuoso e sinergico tra scuola ed azienda.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 5</p>
<p>Carattere innovativo di processo e/o prodotto</p>	<p>Breve descrizione</p> <div data-bbox="435 1249 1066 1892" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"><p>L'orientamento in rete tra due associazioni di categoria si è rivelata una scelta vincente, sia per i risultati numerici ottenuti nelle scorse edizioni che per il modello proposto. Dare esempio di come si possa lavorare in squadra per il raggiungimento di obiettivi comuni dà vita ad una "Best Practice" che fortifica la trasmissione del messaggio alle giovani generazioni. Inoltre, tale sforzo di negoziazione e di team building da parte del mondo economico, che quest'anno si rafforza grazie alla partnership anche con le reti regionali di orientamento, permetterà agli studenti e alle loro famiglie di aprire lo sguardo al cambiamento, alle opportunità e di pensare con consapevolezza al modo più intelligente per coniugare le passioni ai bisogni.</p></div>	<p><input type="checkbox"/> 0</p> <p><input type="checkbox"/> 1</p> <p><input type="checkbox"/> 2</p> <p><input type="checkbox"/> 3</p> <p><input type="checkbox"/> 4</p> <p><input type="checkbox"/> 5</p> <p><input type="checkbox"/> 6</p> <p><input type="checkbox"/> 7</p> <p><input type="checkbox"/> 8</p> <p><input type="checkbox"/> 9</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 10</p>



Adeguatezza del sistema di misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto	Breve descrizione  Monitoraggio delle iscrizioni scolastiche sulla tipologia di percorsi scelti e l'analisi a più livelli dell'impatto sociale di tale operazione per il territorio.	<input type="checkbox"/> 0 <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/> 4 <input checked="" type="checkbox"/> 5
<b>TOTALE PUNTEGGIO (B)</b>		<input type="text" value="30"/>
<b>TOTALE A+B</b>		<input type="text" value="90"/>



Camera di Commercio  
Vicenza

## **APPENDICE: DESCRIZIONE INTEGRALE DELL'INIZIATIVA / PROGETTO**



## Obiettivo dell'iniziativa/progetto:

L'obiettivo dell'intero progetto è quello di favorire un collegamento tra mondo scolastico e impresa nel tentativo di creare un matching costruttivo e coerente tra profili scolastici e fabbisogni professionali delle aziende; formare il capitale umano del futuro sviluppando talenti e competenze, riducendo la distanza tra domanda e offerta di lavoro. Con questo progetto di rete, unico nel suo genere, ci prefiggiamo di attivare un percorso virtuoso in favore di studenti, famiglie e docenti che illustri il contesto in cui viene fatta la scelta della scuola superiore.

Si tratta di un passaggio molto delicato della crescita di un adolescente che deve tenere conto di diversi fattori: gli interessi e le attitudini personali, il consiglio orientativo della scuola, le aspettative della famiglia e dell'andamento del mercato del lavoro. Troppo spesso vengono trascurate o non individuate le vere abilità e i reali talenti dei giovani che si ritrovano a fare delle scelte che li allontanano dal successo formativo o professionale.

L'idea è quindi quella di far riflettere tutti gli attori di questo momento strategico della loro crescita, aprendo scenari, ponendo domande, affinando uno spirito critico e osservativo che permetta loro di acquisire consapevolezza, autostima e autonomia. Per tale motivo, rispetto alle precedenti edizioni, è stato inserito un modulo specifico rivolto esclusivamente agli insegnanti per fornire loro degli strumenti pratici per orientare i propri allievi verso un percorso formativo affine alle loro caratteristiche personali, interessi ed attitudini e un modulo dedicato agli studenti delle classi seconde della scuola secondaria di primo grado per iniziare ad informarli e motivarli verso una scelta consapevole che avverrà nei primi mesi della classe terza.

A seguito della pandemia, il progetto è stato trasformato in versione digitale consentendo a studenti, genitori e insegnanti di seguire gli incontri dalle LIM delle aule scolastiche o, per i genitori, direttamente dallo smartphone e quindi in qualsiasi luogo si trovino.



## Destinatari dell'iniziativa/progetto:

Studenti delle scuole secondarie di primo grado (2<sup>a</sup> e 3<sup>a</sup> media) vicentine che saranno le future figure professionali del domani.

L'evento vuole parlare innanzitutto ai ragazzi e alle ragazze del territorio per renderli consapevoli che la scelta di oggi condizionerà le future scelte professionali, oltre che coinvolgere:

- docenti di scuola secondaria di primo grado, per fornire loro degli strumenti pratici per orientare i propri allievi verso un percorso formativo affine alle loro caratteristiche personali, interessi ed attitudini;
- famiglie nella loro totalità, in quanto sono le prime agenzie educative e sono coloro che pongono le basi educative dei ragazzi;
- aziende, al fine di fornire un loro contributo e apertura sul mercato del lavoro e suoi fabbisogni.

## Risultati attesi:

Formare il capitale umano del futuro sviluppando talenti e competenze, ridurre la distanza tra domanda e offerta di lavoro, preparare figure professionali coerenti con i bisogni delle aziende coinvolgendo circa 10.000 studenti e 700 docenti delle scuole secondarie di primo grado.

Conferire una maggiore visione d'insieme, grazie alla testimonianza di numerose aziende coinvolte, sui possibili sbocchi professionali coinvolgendo circa 4.700 genitori di studenti delle scuole medie. Visualizzazione diretta FB: 10.000 genitori.

Il gradimento della scorsa edizione da parte di entrambi i target incoraggia a proseguire in questa esperienza.

Dati lato studenti:

- 91% degli intervistati afferma che il progetto ha rappresentato un aiuto nella scelta della scuola superiore;
- 80% evidenzia che conoscere il mondo del lavoro permetta una scelta più centrata;
- 87% assegna al progetto un punteggio maggiore a 7 (scala 1-10).

Dati lato genitori:

- 96% degli intervistati riconosce che il percorso formativo li ha aiutati a supportare la scelta dei propri figli;
- 96% sostiene che è stato molto utile seguire gli incontri assieme ai propri figli;
- 94% afferma che sia strategico affrontare il tema del lavoro in fase di orientamento verso la scuola superiore;
- 91% assegna al progetto un punteggio maggiore a 7 (scala 1-10).

Inoltre, pur nella decrescita demografica (-3.1%) e nella flessione degli iscritti agli istituti tecnici, nella provincia di Vicenza si registrano tassi positivi nell'indirizzo meccanico-meccatronico e informatico, così come nell'indirizzo Made in Italy degli istituti professionali, a testimonianza dell'efficacia del messaggio orientativo.



### **Ricadute positive sul territorio:**

Fare orientamento significa lavorare insieme alle scuole sulle competenze dei ragazzi per formare il capitale umano del futuro, favorire l'autoaffermazione dei giovani in modo che possano contribuire alla vita sociale ed economica del Paese e far convergere in modo virtuoso i loro talenti con le esigenze di un mercato in continuo cambiamento. Significa sviluppare soft skills legate all'autostima, all'autonomia, alla capacità di scegliere che permettano loro di costruirsi un progetto di vita di soddisfazione e di crescita, evitando il disagio del drop out e la frustrazione di un titolo di studio poco competitivo o di una professione non centrata sulle proprie predisposizioni. Il capitale umano avanzato è uno dei principali fattori di competitività e la scelta centrata degli studi permette di mettere in pista del personale con spirito di iniziativa, soddisfatto, motivato e sicuro delle proprie potenzialità. Risorse umane con una marcia in più che traggono dal piacere della formazione l'entusiasmo per la crescita, il miglioramento e la ricerca.

L'orientamento rappresenta un punto cardine delle nuove riforme previste dal PNRR 2021 in quanto permette di incanalare le competenze dei giovani nei fabbisogni professionali delle aziende.

### **Criteri che il beneficiario intende adottare per la misurazione dell'efficacia dell'iniziativa/progetto (es. rilevazione di customer satisfaction o opportuni indicatori qualitativi e quantitativi di valutazione, in relazione agli obiettivi stabiliti):**

Somministrazione di questionari di soddisfazione alla fine degli incontri e monitoraggio delle iscrizioni alle scuole secondarie di secondo grado.  
Visualizzazioni nella diretta FB con i genitori.