

Allegato 3A - Scheda progetto per l'impiego di operatori volontari in servizio civile in Italia

ENTE

- 1) *Denominazione e codice SU dell'ente titolare di iscrizione all'Albo SCU proponente il progetto (*)*

COMUNE DI GENOVA, SU00143

CARATTERISTICHE DEL PROGETTO

- 2) *Titolo del progetto (*)*

GEnerAZIONI

- 3) *Contesto specifico del progetto (*)*

- 3.1) *Breve descrizione del contesto specifico di attuazione del progetto (*)*

Contesto

Il progetto si realizza all'interno del programma **"LINK: Connessioni tra persone e contesti"**, con l'intento di accostare i cittadini, in particolare i più giovani, i più fragili e quelli a maggior rischio di marginalità, ai servizi e alle risorse culturali e sociali offerte gratuitamente dalle Istituzioni.

Il progetto, consolidando e rafforzando la coesione sociale attraverso interventi che favoriscono l'avvicinamento dei cittadini all'istituzione contribuisce a costruire un tessuto sociale più sereno e vivibile.

Il progetto si sviluppa nel Comune di Genova, che rappresenta contemporaneamente l'Ente titolare del progetto e il contesto territoriale specifico all'interno del quale si sviluppa il progetto stesso.

Il Comune di Genova è organizzato su base funzionale, articolato principalmente in Aree e Direzioni. Il progetto coinvolge in particolare due Direzioni di Area strategiche:

- la Direzione di Area Scuola, attraverso l'Ufficio Progetti e Servizi per i Giovani,
- la Direzione di Area Gabinetto del Sindaco, con l'Ufficio Relazioni con Aziende e Fundraising.

Queste due strutture collaborano in sinergia, condividendo una *vision* comune orientata al futuro delle nuove generazioni, con l'obiettivo di creare opportunità concrete di crescita, partecipazione e connessione con il mondo economico e produttivo.

Genova è una città con un'offerta educativa ampia e articolata: sono attive oltre 500 sedi scolastiche, tra statali e paritarie, che accolgono decine di migliaia di bambini e ragazzi nei diversi cicli dell'istruzione. Il Comune di Genova facilita la Conferenza cittadina delle Istituzioni scolastiche autonome e dialoga con le scuole di ogni ordine e grado,

Alla luce dei più recenti dati ISTAT2024 [tuttitalia.it](https://www.tuttitalia.it), comunali dell'Ufficio Statistica del Comune di Genova <https://www.comune.genova.it/amministrazione/uffici/ufficio-centro-studi-statistica> e regionali <https://www.alfaliguria.it/index.php/osservatorio-del-mercato-del-lavoro/444-note-di-sintesi-pubblicate>, e delle analisi condotte da enti autorevoli come Caritas <https://www.caritasgenova.it/rapporto-poverta-caritas->

genova-2024-abitare-il-presente/, l'Università di Genova <https://unige.it/ateneo> e le principali fondazioni nazionali, **emerge con forza la necessità di investire nei giovani genovesi**: una generazione che si confronta con fragilità educative, discontinuità formative e incertezze occupazionali.

Bisogni

Il progetto intende rispondere **a tre bisogni prioritari** emersi quindi dall'analisi del contesto cittadino, connessi alla povertà educativa, alla dispersione scolastica e alla condizione dei NEET. Tali bisogni coinvolgono direttamente la Pubblica Amministrazione, in particolare gli uffici comunali dedicati al progetto.

Di seguito i bisogni emersi dal need assessment:

1. Empowerment e comunicazione: promuovere l'empowerment giovanile under 35 attraverso il consolidamento e l'aggiornamento della piattaforma digitale "Informagiovani", trasformandola in un hub integrato, accessibile e intuitivo.

L'interfaccia unica sarà il punto di accesso per tutte le opportunità presenti sul territorio in ambito culturale, formativo, lavorativo e di volontariato, grazie a un lavoro sinergico con i principali attori istituzionali e territoriali.

In questo modo si rafforza la rete dei servizi informativi dedicati ai giovani, promuovendo in maniera inclusiva percorsi di crescita, orientamento e cittadinanza attiva.

2. Awareness e promozione di eventi culturali: rafforzare la consapevolezza culturale e civica delle nuove generazioni, promuovendo la conoscenza del patrimonio materiale e immateriale della città di Genova e sperimentando nuovi interventi nell'ambito delle politiche giovanili. L'obiettivo è stimolare nei giovani un maggiore orientamento consapevole rispetto al proprio percorso formativo e professionale, favorendo processi di crescita personale, inclusione e partecipazione attiva.

3. Coinvolgimento del settore economico: il progetto riconosce nel coinvolgimento strutturato delle aziende un fattore strategico per contrastare la povertà educativa, la dispersione scolastica e l'inattività giovanile. Tali fenomeni richiedono azioni territoriali sistemiche che integrino politiche pubbliche, terzo settore e settore economico.

L'esperienza locale evidenzia la necessità di consolidare modelli di collaborazione stabili tra imprese e attori educativi, capaci di superare la frammentarietà degli interventi e di garantire continuità alle azioni progettuali. Il contributo delle aziende può esplicitarsi attraverso sponsorship, co-progettazione, iniziative di volontariato aziendale e azioni di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità sociale, dell'orientamento e dell'inclusione lavorativa.

Particolare attenzione è rivolta al mismatch tra offerta formativa e fabbisogni occupazionali. L'interazione anticipata tra studenti, giovani adulti e imprese – tramite eventi, workshop, attività di orientamento e testimonianze aziendali – può favorire la conoscenza reciproca e supportare la transizione scuola-lavoro. Il progetto mira quindi a rafforzare il ruolo del Comune di Genova come facilitatore tra mondo educativo e sistema economico, attivando sinergie per uno sviluppo locale più coeso e orientato ai giovani.

- **Indicatori (situazioni ex ante)**

BISOGNI	AREE DI INTERVENTO	INDICATORI	EX ANTE
EMPOWERMENT E COMUNICAZIONE Promuovere l'empowerment giovanile under 35 attraverso una comunicazione efficace e l'accesso facilitato alle opportunità. Si punta sul potenziamento della piattaforma digitale "Informagiovani", trasformandola in un hub integrato e accessibile. L'interfaccia unica raccoglierà contenuti e servizi culturali, formativi, lavorativi e di volontariato, in sinergia con attori istituzionali e territoriali.	Creare piani editoriali tematici dedicati ai giovani, affinché possano approfondire le tematiche orientative	N° piani editoriali tematici	Sono state sperimentate 2 newsletter tematiche: una dedicata al progetto "conNEET!" finanziato da Anci a valere sul bando "Link!" ed una al Festival di orientamenti 2024
	Promuovere servizi, opportunità e partecipazione in modo efficace e tempestivo, per intercettare i giovani nei luoghi digitali che frequentano abitualmente, favorendo una comunicazione diretta, accessibile e coinvolgente.	N° mensile di visualizzazioni e interazioni dei contenuti rivolti ai giovani sui canali social istituzionali del Comune/Informagiovani (Instagram, Facebook, newsletter), misurato attraverso i dati di reach.	Gli indicatori qui proposti non sono mai stati rilevati in modo sistematico, né conservati. Finora sono stati raccolti esclusivamente i "mi piace" di Facebook e i follower di Instagram.
	Rafforzare il contatto diretto con i giovani attraverso l'organizzazione di eventi orientativi in presenza, dedicati alle loro esigenze di informazione, formazione e partecipazione.	N° eventi	Negli ultimi anni il personale comunale di Informagiovani è diminuito e gli eventi orientativi si sono ristretti a 3 all'anno.

AWARENESS E PROMOZIONE EVENTI CULTURALI Rafforzare la consapevolezza culturale e civica dei giovani attraverso campagne integrate e iniziative pubbliche. Il progetto promuove la conoscenza del patrimonio cittadino e l'orientamento consapevole, stimolando partecipazione attiva e crescita personale. Eventi, media e linguaggi accessibili diventano strumenti per avvicinare le nuove generazioni alle istituzioni e alla vita culturale del territorio.	Aumentare la consapevolezza tra i giovani sull'offerta culturale disponibile, stimolare la loro partecipazione attiva e inclusiva	N° interventi di sensibilizzazione	Non sono mai stati realizzati interventi specifici a livello centrale in quanto le campagne realizzate sono sempre partite dal singolo progetto/servizio o Direzione erogatrice, senza uno sguardo sistemico degli interventi dell'Ente.
	Raggiungere i giovani e rafforzare il legame tra istituzioni e nuove generazioni.	N° giovani tra i 18 e i 35 anni incontrati	Nel 2024 è realizzato 1 focus group con 14 giovani della Consulta del Comune di Genova, al fine di analizzarne i bisogni, valutare l'impatto dei progetti realizzati e co-progettare attività future.
COINVOLGIMENTO DEL SETTORE ECONOMICO Aumentare gli interventi di prevenzione del fenomeno dei NEET e di attivazione dei giovani, attraverso sponsorship, co-progettazione e iniziative di orientamento, che promuovano sinergie tra scuola, istituzioni e sistema economico.	Attivare strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio, finalizzate a sostenere iniziative progettuali in ambito giovanile, culturale e sociale.	N° 5 attività di fundraising	Nel 2024 si sono realizzate 2 iniziative specificamente rivolte ai giovani.
	Attivare e consolidare rapporti con aziende, enti e	N° 10 attività di conoscenza delle imprese, con un la	Nel 2024:

	realità economiche del territorio attraverso azioni mirate di conoscenza, networking e mappatura, finalizzate alla definizione di potenziali collaborazioni, sponsorship e forme di sostegno a progetti rivolti ai giovani.	redazione di un profilo aziendale che osservi: • le competenze attese rispetto ai neo-assunti; • le misure adottate a contrasto del mismatch tra formazione scolastica e competenze richieste in azienda; • incontri collaborazioni tra scuole e imprese; stage formativi, alternanza scuola/lavoro.	• si sono visitate 5 imprese presso i loro siti produttivi. • si sono finalizzate 25 profilazioni di nuovi sponsor con la lettura di piani di sostenibilità aziendale e ESG reporting. • si è facilitata la co-progettazione di N° 3 iniziative specificamente rivolte ad un pubblico giovanile.
--	--	---	--

3.2) Destinatari del progetto (*)

BENEFICIARI DIRETTI:

4.000 bambini e ragazzi sino ai 19 anni, in relazione al progetto triennale finanziato dalla Fondazione della Compagnia di San Paolo "Città dell'Educazione 6/19 anni".

1.500 ragazzi e giovani sino ai 35 anni coinvolti in incontri, iniziative, eventi;

50 docenti

150.000 cittadini del territorio genovese

50 aziende

BENEFICIARI INDIRETTI: 2000 studenti universitari; 5000 giovani in fase di transizione tra la scuola e il lavoro; potenzialmente tutta la popolazione genovese. (più di 560.000 abitanti).

4) Obiettivo del progetto (*)

Descrizione dell'obiettivo con chiara indicazione del contributo che fornisce alla piena realizzazione del programma ()*

Il progetto si declina in riferimento agli Obiettivi SDG 4 e 11 dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo sostenibile del Programma **LINK - Connessioni tra persone e contesti**.

Il progetto "GGenerAZIONI", mira a rafforzare la coesione sociale nel territorio cittadino creando connessioni strutturate tra giovani, Pubblica Amministrazione e mondo del lavoro (Aziende Profit), con l'obiettivo di ridurre la dispersione scolastica, contrastare la povertà educativa e facilitare l'inserimento lavorativo delle nuove generazioni. Il Comune di Genova contribuisce direttamente al programma "**LINK**" sviluppando il proprio ruolo di facilitatore nelle connessioni tra:

- persone, giovani cittadini, famiglie, operatori educativi, rappresentanti aziendali e
- contesti: sistema scolastico, territorio comunale, istituzioni pubbliche, tessuto imprenditoriale locale.

Il progetto, nell'ottica sistemica con cui interviene nel programma, avvicina agli Obiettivi strategici dell'Agenda 2030:

OBIETTIVO

TARGET



4.3: Garantire pari accesso per tutti a un'istruzione tecnica, professionale e terziaria, compresa l'università.

4.4: Aumentare il numero di giovani e adulti con competenze tecniche e professionali rilevanti per l'occupazione, il lavoro dignitoso e l'imprenditorialità.

4.7: Garantire che tutti gli studenti acquisiscano conoscenze e competenze necessarie a promuovere lo sviluppo sostenibile (compresi i diritti umani, la parità di genere, la promozione della cultura di pace e nonviolenza, la cittadinanza globale).



11.3: Rafforzare l'urbanizzazione inclusiva e sostenibile, la pianificazione e la gestione partecipata degli insediamenti umani.

11.4: Rafforzare gli sforzi per proteggere e salvaguardare il patrimonio culturale e naturale del mondo.

L'Amministrazione comunale si pone quindi come snodo centrale per l'integrazione tra Obiettivi **SDG 4 (Educazione di qualità)** e **11 (Città e comunità sostenibili)** dell'Agenda 2030, utilizzando le proprie competenze istituzionali per fungere da ponte tra il sistema formativo e le esigenze del tessuto economico locale, promuovendo al contempo la partecipazione civica attiva dei giovani genovesi.

Il Comune di Genova intende costruire un modello replicabile di *governance* territoriale che, attraverso l'integrazione delle politiche pubbliche con il coinvolgimento del settore privato, generi un circolo virtuoso di crescita sociale ed economica centrato sui giovani, proponendosi di divenire punto di riferimento per un sistema educativo-lavorativo più coeso e rispondente ai bisogni del territorio genovese.

Il progetto si articola in risposta ai 3 bisogni che costituiscono gli indicatori dell'azione proposta, coinvolgendo attori diversi per raggiungere i seguenti obiettivi operativi:

1. promuovere l'empowerment giovanile under 35 attraverso il consolidamento e l'aggiornamento della piattaforma digitale "Informagiovani", trasformandola in un hub integrato, accessibile e intuitivo, che diventi punto di accesso unico per opportunità culturali, formative, lavorative e di volontariato, in sinergia con attori istituzionali e territoriali. In questo modo si rafforza la rete informativa dedicata ai giovani, favorendo percorsi di crescita, orientamento e cittadinanza attiva.

2. rafforzare la consapevolezza culturale e civica dei giovani, valorizzando il patrimonio della città e promuovendo la partecipazione attiva attraverso eventi e iniziative territoriali. L'uso integrato dei nuovi media e di linguaggi accessibili favorisce il coinvolgimento giovanile e il dialogo con le istituzioni.

3. promuovere il coinvolgimento strutturato delle aziende per contrastare povertà educativa e inattività giovanile, attraverso partnership stabili, co-progettazione e attività orientative. Mira a colmare il divario tra scuola e lavoro, rafforzando il ruolo del Comune come ponte tra sistema educativo e imprese.

Il progetto contribuisce infine al rafforzamento della coesione sociale affrontando le povertà educative e facilitando l'incontro tra le diverse generazioni e l'avvicinamento dei Cittadini alle Istituzioni grazie alla messa in rete e alla comunicazione tra il Comune di Genova, ETS, scuole e il settore privato (aziende, fondazioni aziendali, ecc), attraverso azioni volte a promuovere l'*engagement* e le competenze civiche.

BISOGNI: AMBITO	AREE DI INTERVENTO	INDICATORI	EX ANTE	EX POST
EMPOWERMENT E COMUNICAZIONE Obiettivo operativo 1: promuovere l'empowerment giovanile under 35 attraverso una comunicazione efficace e l'accesso facilitato alle opportunità. Si punta sul potenziamento della piattaforma digitale "Informagiovani", trasformandola in un hub integrato e accessibile. L'interfaccia unica raccoglierà contenuti e servizi culturali, formativi, lavorativi e di volontariato, in sinergia con attori istituzionali e territoriali.	Creare piani editoriali tematici dedicati ai giovani, affinché possano approfondire le tematiche orientative	N° piani editoriali tematici	Sono state sperimentate due newsletter tematiche, una dedicata al progetto "conNEET!" finanziato da Anci a valere sul bando "Link!" ed una al Festival di orientamenti 2024	5
	Promuovere servizi, opportunità e partecipazione in modo efficace e tempestivo, per intercettare i giovani nei luoghi digitali che frequentano abitualmente, favorendo una comunicazione diretta, accessibile e coinvolgente.	N° mensile di visualizzazioni e interazioni dei contenuti rivolti ai giovani sui canali social istituzionali del Comune/Informagiovani (Instagram, Facebook, newsletter), misurato attraverso i dati di reach.	Gli indicatori qui proposti non sono mai stati rilevati in modo sistematico, né conservati. Finora sono stati raccolti esclusivamente i "mi piace" di facebook e i follower di Instagram.	1000
	Rafforzare il contatto diretto con i giovani attraverso l'organizzazione	N° eventi	Negli ultimi anni il personale comunale di Informagiovani è diminuito e gli	5

	di eventi orientativi in presenza, dedicati alle loro esigenze di informazione, formazione e partecipazione.		eventi orientativi si sono ristretti a 3 all'anno.	
AWARENESS E PROMOZIONE EVENTI CULTURALI Obiettivo operativo 2: rafforzare la consapevolezza culturale e civica dei giovani attraverso campagne integrate e iniziative pubbliche. Il progetto promuove la conoscenza del patrimonio cittadino e l'orientamento consapevole, stimolando partecipazione attiva e crescita personale. Eventi, media e linguaggi accessibili diventano strumenti per avvicinare le nuove generazioni alle istituzioni e alla vita culturale del territorio.	Aumentare la consapevolezza tra i giovani sull'offerta culturale disponibile, stimolare la loro partecipazione attiva e inclusiva	N° interventi di sensibilizzazione	Non sono mai stati realizzati interventi specifici a livello centrale in quanto quelle realizzate sono sempre partito dal singolo progetto/servizio o Direzione erogatrice, senza uno sguardo sistemico degli interventi dell'Ente.	2
	Raggiungere i giovani e rafforzare il legame tra istituzioni e nuove generazioni.	N° giovani tra i 18 e i 35 anni incontrati	Nel 2024 è realizzato 1 focus group con 14 giovani della Consulta del Comune di Genova, al fine di analizzarne i bisogni, valutare l'impatto dei progetti realizzati e coprogettare attività future	100
COINVOLGIMENTO DEL SETTORE ECONOMICO Obiettivo operativo 3: aumentare gli interventi di prevenzione del fenomeno dei	Attivare strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio, finalizzate a	N° 5 attività di fundraising	Nel 2024 si sono realizzate 2 iniziative specificamente rivolte ai giovani.	4

NEET e di attivazione dei giovani, attraverso sponsorship, co-progettazione e iniziative di orientamento, che promuovano sinergie tra scuola, istituzioni e sistema economico.	sostenere iniziative progettuali in ambito giovanile, culturale e sociale.			
	Attivare e consolidare rapporti con aziende, enti e realtà economiche del territorio attraverso azioni mirate di conoscenza, networking e mappatura, finalizzate alla definizione di potenziali collaborazioni, sponsorship e forme di sostegno a progetti rivolti ai giovani.	N° 10 attività di conoscenza delle imprese, con un la redazione di un profilo aziendale che osservi: - le competenze attese rispetto ai neo-assunti; - le misure adottate a contrasto del mismatch tra formazione scolastica e competenze richieste in azienda; - incontri collaborazioni tra scuole e imprese; stage formativi, alternanza scuola/lavoro.	Nel 2024: - si sono visitate 5 imprese presso i loro siti produttivi. - Si sono finalizzate 25 profilazioni di nuovi sponsor con la lettura di piani di sostenibilità aziendale e ESG reporting. Si è facilitata la co-progettazione di N° 3 iniziative specificamente rivolte ad un pubblico giovanile.	15 30 5

5) *Attività con relativa tempistica, ruolo degli operatori volontari e altre risorse impiegate nel progetto (*)*

5.1) *Complesso delle attività previste per il raggiungimento dell'obiettivo (*)*

Gli ambiti di intervento e le relative attività di seguito dettagliate, vengono realizzate in maniera autonoma ma sinergica da entrambi gli Uffici del Comune di Genova (Ufficio Progetti e Servizi per i giovani e Relazioni con Aziende e Fundraising).

Gli/le OV impiegati all'interno della **struttura comunale** saranno affiancati da personale di esperienza pluriennale, che pur afferendo ad uffici diversi operano sul progetto in sinergia e pertanto le attività degli operatori volontari sono uguali in tutte le sedi.

Gradualmente, saranno forniti agli/alle OV gli strumenti che consentano loro la lettura funzionale dell'organizzazione comunale, identificando i punti di forza e i punti di debolezza ed esprimendo, laddove possibile, rimedi e ipotesi migliorative. Saranno loro proposti modelli di comunicazione progettuale su cui crescere e confrontarsi. Saranno loro illustrati i metodi di monitoraggio e rendicontazione delle attività di comunicazione digitale, di promozione culturale e di fundraising.

I/le giovani OV che verranno selezionati in questo progetto impareranno sulla base della loro diretta esperienza in servizio, ma anche attraverso interventi formativi, l'importanza della cooperazione e della collaborazione sul territorio, la dimensione del lavoro di rete, per cui la coprogettazione diventa un valore essenziale per la realizzazione di ogni tipo di intervento. La stessa logica di condivisione e confronto verrà attuata rispetto ai risultati ottenuti dai singoli progetti proposti nell'ambito del programma; in particolare verranno condivisi risultati e prodotti realizzati durante le diverse fasi del progetto, anche approfittando dei momenti di incontro tra OV che il programma prevede.

AMBITO	NOME ATTIVITÀ	DESCRIZIONE ATTIVITÀ
EMPOWERMENT E COMUNICAZIONE Obiettivo operativo 1: promuovere l'empowerment giovanile under 35 attraverso una comunicazione efficace e l'accesso facilitato alle opportunità. Si punta sul potenziamento della piattaforma digitale "Informagiovani", trasformandola in un hub integrato e accessibile. L'interfaccia unica raccoglierà contenuti e servizi culturali, formativi, lavorativi e di volontariato, in sinergia con attori istituzionali e territoriali.	1. Progettazione editoriale tematica per l'orientamento giovanile	Pianificazione di piani editoriali tematici rivolti ai giovani, per favorire l'approfondimento di tematiche orientative, con una calendarizzazione coerente rispetto alle attività previste. Partecipazione attiva a riunioni di team e incontri con stakeholder, per allineare la strategia comunicativa agli obiettivi progettuali e ai bisogni emersi. Ricerca e aggiornamento costante delle informazioni, attraverso attività di scouting su siti istituzionali e fonti informative affidabili. Produzione di notizie e contenuti informativi in diversi formati (reel, post, newsletter, bozze di comunicati stampa), pensati per il target giovanile. Redazione e pubblicazione di contenuti digitali, inclusi articoli, news, schede evento e approfondimenti tematici, con cura nella scrittura e nella revisione. Costruzione e aggiornamento di cataloghi tematici contenenti agevolazioni, opportunità culturali, momenti di incontro e open day, utili per l'orientamento e la partecipazione attiva dei giovani.
	2. Promozione digitale mirata di servizi, opportunità e	Promozione tempestiva e mirata di servizi, opportunità e iniziative rilevanti per la popolazione giovanile, attraverso la predisposizione di contenuti

		partecipazione giovanile informativi efficaci, accessibili e orientati all'engagement. Verifica della qualità, correttezza e coerenza dei testi redatti, affinché rispecchino gli obiettivi della comunicazione pubblica, i valori dell'Ente e la chiarezza necessaria per raggiungere il target giovane. Gestione editoriale e animazione continua del sito tematico di Informagiovani, curando la pubblicazione di notizie aggiornate e attrattive per sostenere la visibilità e l'utilità del portale. Comunicazione operativa attraverso canali digitali diretti (email, WhatsApp), per facilitare l'organizzazione, la logistica e la partecipazione a eventi, incontri e momenti informativi. Condivisione strategica delle attività educative e culturali tramite la newsletter, i social media e lo sportello online, favorendo la partecipazione attiva e consapevole dei giovani alle occasioni offerte dal territorio.
		3. Organizzazione di eventi in presenza per il coinvolgimento diretto dei giovani Programmazione interna attraverso incontri di coordinamento e definizione condivisa del piano delle attività, in un'ottica di co-progettazione e ottimizzazione delle risorse. Progettazione del format e del programma delle giornate, curando tempi, contenuti e modalità di fruizione affinché rispondano concretamente ai bisogni informativi dei giovani. Individuazione e coinvolgimento di partner istituzionali, educativi e del Terzo Settore, per rafforzare l'approccio integrato e aumentare il valore delle azioni orientative. Pianificazione strategica della comunicazione dell'evento, con attenzione alla coerenza narrativa, alla riconoscibilità dell'identità visiva e all'efficacia dei messaggi. Co-creazione di attività con i partner coinvolti, per garantire contenuti dinamici e interattivi, capaci di generare valore e protagonismo giovanile.

		Produzione dei materiali di comunicazione, curati in termini di contenuto e forma, per favorire un linguaggio visivo e verbale accessibile e attrattivo. Attivazione di un piano di promozione articolato, che includa social media, newsletter, affissioni, e il coinvolgimento dell'ufficio stampa. Partecipazione diretta a eventi e festival, per presidiare spazi frequentati dai giovani, ascoltarli e intercettare i loro bisogni reali attraverso la presenza fisica e il dialogo. Presidio dei percorsi di partecipazione giovanile già attivi sul territorio, come la Consulta dei Giovani o iniziative promosse da enti del Terzo Settore, al fine di integrare e rafforzare l'ecosistema partecipativo locale. Documentazione delle attività svolte attraverso la realizzazione di reel, video, materiali multimediali e testimonianze, con l'obiettivo di valorizzare i processi e restituirne pubblicamente il senso e l'impatto.
	AWARENESS E PROMOZIONE EVENTI CULTURALI Obiettivo operativo 2: rafforzare la consapevolezza culturale e civica dei giovani attraverso campagne integrate e iniziative pubbliche. Il progetto promuove la conoscenza del patrimonio cittadino e l'orientamento consapevole, stimolando partecipazione attiva e crescita personale. Eventi, media e linguaggi accessibili diventano strumenti per avvicinare le nuove generazioni alle istituzioni e alla	4. Promozione del patrimonio culturale attraverso iniziative di comunicazione e coinvolgimento Veicolazione di tematiche rilevanti per i giovani (es. diritto all'istruzione, diritti dell'infanzia, contrasto alla dispersione scolastica e alla povertà educativa, prevenzione del fenomeno dei NEET), ponendo le basi per una comunicazione civica che favorisca conoscenza e appartenenza. Divulgazione di informazioni utili e di stili di comportamento adeguati all'interno delle scuole, con l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti su temi sociali, culturali e di sostenibilità ambientale e territoriale. Facilitazione di collaborazioni con cittadini, aziende, scuole e altri attori del territorio, per rafforzare il legame tra giovani, opportunità educative e mondo del lavoro, in un'ottica di orientamento inclusivo. Promozione del patrimonio culturale locale (materiale e immateriale), inteso come leva per la partecipazione giovanile e strumento per ridurre le disuguaglianze nell'accesso alla cultura.
		5. Consolidamento del legame tra istituzioni e nuove generazioni Identificazione del messaggio da veicolare e definizione del tono di voce, del key visual e dei contenuti di copywriting, in coerenza con i valori del progetto e il target giovanile di riferimento.

	vita culturale del territorio.		Individuazione degli strumenti più adatti per raggiungere i giovani nei luoghi digitali e fisici che frequentano (social, newsletter, eventi, affissioni, incontri diretti, ambienti scolastici e universitari). Pianificazione del lancio della comunicazione istituzionale sui canali dell'ente, definendo il timing di pubblicazione, la strategia di sponsorizzazione (se prevista), e le metriche di valutazione. Realizzazione di eventi pubblici ad alto impatto comunicativo (anche attraverso linguaggi artistici, musicali o visivi), finalizzati alla sensibilizzazione e al coinvolgimento attivo dei giovani, in connessione con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (Agenda 2030). Organizzazione di momenti di approfondimento, in particolare sui diritti dell'infanzia e dei giovani, sul Servizio Civile, sull'orientamento al volontariato e al diritto all'istruzione, in collaborazione con enti partner e realtà giovanili. Raccolta e analisi dei risultati raggiunti sulla base dei KPI stabiliti nella fase di pianificazione, per verificare l'efficacia dell'azione e orientare le strategie future secondo una logica di miglioramento continuo.
COINVOLGIMENTO DEL SETTORE ECONOMICO Obiettivo operativo 3: aumentare gli interventi di prevenzione del fenomeno dei NEET e di attivazione dei giovani, attraverso sponsorship, co-progettazione e iniziative di orientamento, che promuovano sinergie tra scuola, istituzioni e sistema economico.	6. Strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio	Profilazione delle aziende del territorio, attraverso la mappatura delle realtà potenzialmente interessate a sostenere progetti giovanili e culturali e alla costruzione di partnership valoriali. Partecipazione ai momenti pubblici di presentazione di bilanci di sostenibilità aziendale e report ESG, al fine di comprendere obiettivi, linguaggi e valori condivisibili, e stabilire punti di contatto tra settore economico e iniziative pubbliche. Lettura critica dei legami tra le strategie aziendali e gli obiettivi di sostenibilità dell'Agenda ONU 2030, in un'ottica di valutazione dell'impatto sociale e ambientale, utile alla costruzione di progettualità coerenti e credibili. Organizzazione di eventi di avvicinamento tra giovani e imprese (es. career day, talk, hackathon, laboratori esperienziali), capaci di offrire valore per entrambe le parti: orientamento per i giovani e brand awareness per le aziende.	

		Coinvolgimento attivo delle imprese agli eventi, con inviti mirati e dialoghi costruiti in base alle caratteristiche del target 18–29 anni, che le aziende spesso faticano a intercettare con i propri canali.	
	7. Attivazione e consolidamento rapporti con aziende, enti e realtà economiche del territorio	Pianificazione interna delle attività e incontri di coordinamento per definire il concept, gli obiettivi e i ruoli operativi, in funzione della costruzione di relazioni con il mondo economico e produttivo. Programmazione delle giornate evento e stesura della timeline dei contatti con aziende, enti e stakeholder territoriali, selezionati in base alla loro coerenza con i temi, i target e le finalità del progetto. Definizione del piano di comunicazione integrata, con la redazione di un piano editoriale e di promozione specifico per valorizzare le collaborazioni pubblico-private. Identificazione del messaggio chiave da veicolare e relativa modalità di diffusione (visual identity, copywriting, tono di voce), coerente con i valori istituzionali e attrattivo per i partner. Preparazione delle attività da svolgere congiuntamente ai partner, prevedendo ruoli attivi e visibilità per ciascun soggetto coinvolto. Produzione dei materiali di comunicazione e attivazione del piano promozionale, in raccordo con l'ufficio stampa, garantendo una narrazione coordinata e chiara dell'evento e delle collaborazioni. Affiancamento alle Direzioni comunali impegnate nella logistica e nella preparazione degli spazi, per favorire un'immagine coerente e un'organizzazione efficiente. Organizzazione della reception e dei flussi di accoglienza, come elemento chiave dell'esperienza degli ospiti e dei partner. Facilitazione della presenza e della partecipazione dei partner e sponsor, anche attraverso attività di networking e momenti di visibilità pubblica dedicati.	

			Svolgimento delle attività in programma (seminari, laboratori, spettacoli, talk), con attenzione alla valorizzazione della rete creata e al coinvolgimento del pubblico giovanile.	
--	--	--	--	--

5.2) Tempi di realizzazione delle attività del progetto descritte alla voce 5.1 (*)

Il Progetto ha una durata di 12 mesi, con ipotesi di sviluppo di avvio nel mese di maggio e conclusione in quello del maggio successivo.

Alcune attività saranno realizzate in modo continuativo per l'intero periodo mentre altre si concentrano in alcuni periodi dell'anno per la natura specifica delle stesse.

Di seguito il dettaglio dei tempi di realizzazione di ciascuna azione, attraverso un GANT mensile:

N.	Nome attività	Mese											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Progettazione editoriale tematica per l'orientamento giovanile	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	X
2	Promozione digitale mirata di servizi, opportunità e partecipazione giovanile			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Organizzazione di eventi in presenza per il coinvolgimento diretto dei giovani	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
4	Promozione del patrimonio culturale attraverso iniziative di comunicazione e coinvolgimento				x	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Consolidamento del legame tra istituzioni e nuove generazioni	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
6	Strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio				x	x	x	x	x	x	x	x	
7	Attivazione e consolidamento rapporti con aziende, enti e realtà economiche del territorio			x	x	x	x	x	x	x	x		

5.3) Ruolo ed attività previste per gli operatori volontari nell'ambito del progetto (*)

descrizione approfondita delle attività degli OV in relazione alle sedi del progetto max 8

NOME ATTIVITÀ	RUOLO SPECIFICO OV
---------------	--------------------

1. Progettazione editoriale tematica per l'orientamento giovanile	<u>Preparazione:</u> collaborazione nelle attività di scouting informativo, seguendo le indicazioni della OLP in merito alle fonti utilizzabili, contributo nell'individuazione di nuove fonti affidabili (siti istituzionali, partner, agenzie giovanili, reti europee, realtà del territorio), da monitorare con regolarità per intercettare eventi, bandi, corsi, opportunità culturali o formative rilevanti per il target giovanile. Partecipazione alla raccolta complessiva delle informazioni e riflessioni condivise con il personale comunale in merito alla valutazione della notiziabilità, selezionando insieme i contenuti ritenuti più rilevanti e traducendoli in un linguaggio accessibile, sintetico e coinvolgente. <u>Realizzazione:</u> partecipazione alla creazione di bozze di comunicati stampa, per promuovere eventi o progetti rilevanti; eventuale dialogo con l'Ufficio Stampa e Ufficio Social dell'Ente, e poi collaborazione nella realizzazione di news per il sito web dedicato ai giovani, con titoli chiari, date, link utili e parole chiave, di post social (Instagram, Facebook), con focus visivo, hashtag e call to action, reel o video brevi, realizzati partendo da uno storyboard semplice, con testi, immagini, brevi interviste e musica libera da diritti. Partecipazione all'individuazione dei temi da trattare nelle newsletter tematiche, condivisione con gli altri OV del programma LINK - Connessioni tra persone e contesti su eventi e info che pervengano dagli altri progetti, collaborazione nell'impaginazione in coerenza con la linea editoriale di Informagiovani. <u>Ex post:</u> partecipazione all'analisi dei risultati raggiunti (copertura social, interazioni, aperture newsletter), con restituzione collettiva e riflessione sull'efficacia comunicativa. Proposta di miglioramenti per azioni future, anche attraverso la documentazione delle buone pratiche emerse.
2. Promozione digitale mirata di servizi, opportunità e partecipazione giovanile	<u>Creazione:</u> collaborazione nell'analisi dei bisogni informativi dei giovani under 35. Partecipazione a riunioni di progettazione delle campagne digitali, produzione di contenuti orientati alla promozione di servizi, bandi, opportunità e percorsi di partecipazione, affiancamento nello sviluppo del key visual coerente con il target giovanile e con i temi trattati. Affiancamento nell'elaborazione di messaggi di copywriting capaci di generare engagement, chiarezza e accessibilità comunicativa. Supporto nell'adattamento creativo per i diversi canali digitali (sito web, Instagram, Telegram, newsletter, WhatsApp). <u>Realizzazione:</u> affiancamento nella creazione o aggiornamento di una landing page dedicata. Produzione di contenuti social (reel, post, caroselli, video interviste, stories). Affiancamento nell'elaborazione di testi per newsletter e invii informativi. Realizzazione di materiali visuali e testuali (infografiche, locandine, immagini per il web). Partecipazione alle riunioni di pianificazione per definire tempistiche, target e canali. Supporto nel monitoraggio in tempo reale delle performance della campagna (visualizzazioni, interazioni, click). Attività di helpdesk digitale per fornire chiarimenti o informazioni aggiuntive a giovani interessati. Affiancamento nella gestione dei feedback ricevuti attraverso i canali digitali. Supporto nell'analisi dell'efficacia della sponsorizzazione (se attivata), in base ai KPI prestabiliti. Raccolta e sistematizzazione dei dati di engagement e accesso. Supporto nell'analisi qualitativa e quantitativa dei dati raccolti.

		<u>Ex post</u> : collaborazione alla redazione della reportistica finale per la valutazione d'impatto della promozione.
	3. Organizzazione di eventi in presenza per il coinvolgimento diretto dei giovani	<u>Preparazione</u>: partecipazione alla fase organizzativa degli eventi promossi dal Comune o in collaborazione con altri enti del territorio, in affiancamento al personale comunale. Collaborazione nella predisposizione del materiale informativo e promozionale (bozze di flyer, grafiche, testi per mailing e inviti), supporto nella gestione delle liste di contatti, nella diffusione degli inviti tramite mailing list, newsletter e canali social. Contributo nella realizzazione di telefonate di recall e attività di promozione presso gli spazi fisici di aggregazione giovanile. <u>Realizzazione</u>: partecipazione attiva agli eventi in qualità di collaboratori e protagonisti, supportando l'accoglienza, la gestione logistica e il dialogo con i partecipanti. Documentazione dell'evento tramite la realizzazione di contenuti digitali (foto, brevi video, interviste), anche in tempo reale, da destinare alla comunicazione social e alla piattaforma Informagiovani. Rilevazione di feedback dal pubblico presente e collaborazione nella distribuzione di materiali informativi o questionari. <u>Ex post</u>: supporto nella selezione e archiviazione del materiale prodotto (foto, video, interviste), partecipazione alla stesura di brevi resoconti o articoli sull'evento per il sito e per i social. Collaborazione all'analisi dei risultati (presenze, interazioni online, gradimento), anche attraverso confronti collettivi con i/le referenti del progetto. Contributo alla sistematizzazione delle buone pratiche e alla proposta di suggerimenti utili per la pianificazione di eventi futuri.
	4. Promozione del patrimonio culturale attraverso iniziative di comunicazione e coinvolgimento	<u>Preparazione</u>: partecipazione a incontri di programmazione interna; telefonate e scambi con partner; preparazione attività insieme ai partner; preparazione dei materiali di comunicazione; affiancamento nelle attività promozionali e di ufficio stampa. <u>Realizzazione</u>: allestimento sale; organizzazione reception; organizzazione spazi partner per eventuali attività; allestimento e preparazione spazio per eventuale spettacolo; assistenza; distribuzione materiale informativo sulle attività associative ed istituzionali e gadget <u>Ex post</u>: analisi di eventuali questionari di gradimento, raccolta feedback, riflessioni nel team di lavoro.
	5. Consolidamento del legame tra istituzioni e nuove generazioni	<u>Preparazione</u>: partecipazione ad incontri per la realizzazione di need assessment territoriali e settoriali (interviste, questionari, focus group con esperti e/o beneficiari, ecc...); reperimento e supporto nell'analisi documentale; affiancamento nell'analisi di fattibilità; ricerca bandi di finanziamento; affiancamento nell'analisi dei bandi e di rispondenza ai bisogni dei territori; partecipazione a riunioni con i possibili donatori. <u>Realizzazione</u>: analisi della documentazione da produrre; affiancamento nella predisposizione del piano di realizzazione; partecipazioni a riunioni di coordinamento con i partner; affiancamento nella produzione del quadro logico dell'intervento; affiancamento nell'analisi dei costi e nella realizzazione del budget di progetto; collaborazione nella stesura della proposta; collaborazione nella stesura degli accordi di partenariato; affiancamento nella predisposizione dei documenti di supporto. <u>Ex post</u>: partecipazione all'analisi dei risultati raggiunti in termini di engagement e partecipazione giovanile; collaborazione nella raccolta di feedback qualitativi e

		quantitativi da parte dei giovani coinvolti (questionari di gradimento, interviste, focus group); affiancamento nella redazione di report finali e documentazione utile per la capitalizzazione dell'esperienza; contributo all'individuazione di buone pratiche replicabili in altri contesti o progettualità future.	
6. Strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio		<u>Creazione:</u> collaborazione nella mappatura delle aziende del territorio e nella raccolta di informazioni utili alla profilazione (settore, valori, impegno sociale, età media del personale, attività con i giovani, ecc.); supporto nella creazione di un database dinamico e aggiornabile delle realtà economiche potenzialmente interessate a sostenere progettualità giovanili; partecipazione alla progettazione e definizione degli eventi di incontro tra giovani e imprese (career day, hackathon, ecc.), anche attraverso brainstorming e raccolta di buone pratiche. Ricerca ed eventuale studio dei bilanci di sostenibilità aziendali (ESG), con supporto all'analisi degli elementi chiave utili a costruire partnership valoriali. Collaborazione alla progettazione dei format di presentazione e dialogo tra imprese e giovani. <u>Realizzazione:</u> partecipazione attiva agli eventi pubblici di presentazione dei bilanci ESG e dei report di sostenibilità, con presa appunti, sintesi e restituzione delle informazioni. Affiancamento all'OLP nella preparazione di materiali di contatto per le aziende (schede evento, inviti, info-kit), supporto nella gestione dei rapporti con i partner aziendali (inviti, recall, follow-up); collaborazione all'organizzazione logistica degli eventi: accoglienza, facilitazione delle interazioni, raccolta feedback. Contributo alla comunicazione pre e post evento: post social, mini-report, interviste ai partecipanti. Partecipazione attiva ai momenti di confronto tra imprese e giovani, attivandosi nella facilitazione, nel porre domande e talvolta portando testimonianze dirette. <u>Ex post:</u> raccolta e sistematizzazione dei dati di partecipazione e coinvolgimento aziendale. Collaborazione alla valutazione dei punti di contatto emersi tra imprese e obiettivi dell'Agenda ONU 2030. Affiancamento nell'elaborazione di un report sulle potenzialità emerse per lo sviluppo di progetti condivisi. Supporto nella redazione di contenuti utili alla rendicontazione sociale e comunicativa degli eventi. Contributo alla creazione di un archivio delle aziende coinvolte, utile per il follow-up e per iniziative future. Partecipazione a momenti di riflessione interna per migliorare le prossime edizioni degli eventi e rafforzare le reti di collaborazione.	
7. Attivazione e consolidamento rapporti con aziende, enti e realtà economiche del territorio		<u>Creazione:</u> il/la giovane può supportare nella verbalizzazione degli incontri, nella raccolta di buone pratiche e nell'analisi preliminare di stakeholder potenziali; nella ricerca di realtà locali interessanti, nella creazione di un database di contatti e nella mappatura degli interlocutori. Inoltre l'OV può contribuire con idee creative, svolgere un benchmark su campagne simili, e predisporre bozze grafiche e testuali. Può affiancare l'OLP nella stesura dei testi, nella scelta dei visual e nella verifica di coerenza con i valori istituzionali. <u>Preparazione:</u> può aiutare nella stesura delle schede partner, nell'organizzazione operativa delle attività condivise, e nel coordinamento degli orari. L'OV può contribuire alla redazione di comunicati stampa, post social, contenuti web, e realizzare materiali grafici di base. Il/la giovane può supervisionare il rispetto del layout degli spazi, monitorare le tempistiche e collaborare al coordinamento delle forniture. Inoltre l'OLP gli/le insegnerà a presidiare i desk di accoglienza, ad	

	organizzare i materiali informativi e gestire le registrazioni. Dopo le prime esperienze l'OV potrà accompagnare gli ospiti, facilitare i contatti tra stakeholder e contribuire all'organizzazione dei momenti ufficiali. <u>Ex post:</u> l'OV collaborerà come co-facilitatore/trice negli incontri, curerà la documentazione (foto, video, report) e rilevare il gradimento del pubblico. Gestirà la somministrazione di questionari, analizzerà i dati raccolti e contribuire alla redazione del report finale.	
--	---	--

5.4) Risorse umane complessive necessarie per l'espletamento delle attività progettuali previste

Le risorse umane presenti in entrambe le sedi e facenti parte del <i>team</i> di progetto sono suddivise in un'ottica di esperienza e di coinvolgimento nelle singole attività.		
NOME ATTIVITÀ	PROFESSIONALITÀ RISORSE UMANE	N. RISORSE
1. Progettazione editoriale tematica per l'orientamento giovanile	1 responsabile politiche giovanili, 1 comunicazione social, 1 referente informatico, 1 referente piattaforme del Comune di Genova alla partecipazione della Città, 1 expert Comunicazione, 1 operatore attività giovanili, 1 Istruttore amministrativo esperto di materiali digitali	7
2. Promozione digitale mirata di servizi, opportunità e partecipazione giovanile	1 responsabile politiche giovanili, 1 comunicazione social, 1 referente informatico, 1 referente piattaforme del Comune di Genova alla partecipazione della Città, 1 expert Comunicazione,	5
3. Organizzazione di eventi in presenza per il coinvolgimento diretto dei giovani	1 responsabile politiche giovanili, 1 referente Consulta dei giovani, 1 referente alla partecipazione della Città, 1 referente eventi, 1 Istruttore Servizi Socio-Educativi Culturali	5
4. Promozione del patrimonio culturale attraverso iniziative di comunicazione e coinvolgimento	1 responsabile attività culturali, 1 responsabile politiche giovanili, 1 responsabile fundraising, 1 collaboratore amministrativo, 1 addetto Ufficio stampa	5
5. Consolidamento del legame tra istituzioni e nuove generazioni	1 responsabile senior di fundraising, 1 responsabile politiche giovanili, 1 referente per le aziende e 1 esperto di pratiche amministrative	4
6. Strategie di fundraising orientate al coinvolgimento di imprese e soggetti economici del territorio	1 responsabile senior di fundraising, 1 responsabile politiche giovanili, 1 responsabile comunicazione, 1 responsabile amministrativo, 1 project manager, 1 responsabile attività educative, 1 referente per le aziende e 1 esperto di pratiche amministrative	8
7. Attivazione e consolidamento rapporti con aziende, enti e realtà economiche del territorio	1 responsabile senior di fundraising, 1 responsabile comunicazione, 1 responsabile amministrativo, 1 project manager	5

--	--	--	--

5.5) Risorse tecniche e strumentali necessarie per l'attuazione del progetto (*)

Ogni OV avrà l'opportunità di operare in un ufficio del Comune di Genova con in dotazione una postazione di lavoro personale, comprensiva di scrivania, sedia e dotazioni di cancelleria.

In particolare ogni OV avrà a disposizione 1 pc, comprendente schermo, tastiera, mouse, webcam, cuffie, microfono, collegamento internet sia via cavo che wi-fi, 1 stampante/fax/scan, 1 video proiettore. I giovani OV avranno 1 cellulare a disposizione del progetto e 1 telefono fisso per sede. Le/gli OV avranno altresì a disposizione materiali di cancelleria qb (penne, matite, carta, faldoni, fascette trasparenti, pinzatrice, forbici, buste, ecc...).

Per il progetto gli operatori volontari avranno a disposizione un tablet per le attività di gruppo.

In merito agli eventi saranno disponibili locali per incontri: sale di rappresentanza, aule in biblioteche comunali, spazi polifunzionali, giardini, stand presso i Festival e per la gestione di incontri si può disporre di locali di rappresentanza del Comune, aule delle biblioteche comunali e spazi polifunzionali.

Ogni volontario avrà libero accesso a tutto il Patrimonio documentale, oltre che alle banche dati di interesse per il progetto.

6) Eventuali particolari condizioni ed obblighi degli operatori volontari durante il periodo di servizio

All'OV potrà essere richiesta la disponibilità a effettuare nel periodo estivo la propria attività in sede diversa da quella di servizio per un periodo non superiore ai 60 giorni, previo consenso e comunicazione al Dipartimento per le Politiche Giovanili e il Servizio Civile Universale, al fine di dare attuazione ad attività specifiche connesse alla realizzazione del progetto.

Affinché gli/le OV possano partecipare a tutte le attività sopra descritte, traendone il maggior vantaggio possibile in termini formativi, di conoscenze acquisite e abilità agite che si trasformano in competenze potenzialmente certificabili, è previsto che gli stessi prestino servizio anche in giornate festive e in orario serale, sempre nel rispetto del monte ore e dei turni di riposo stabiliti.

Le sedi del Comune di Genova resteranno chiuse una settimana in prossimità della Pasqua, una settimana a cavallo di Ferragosto, una settimana durante le festività natalizie, fermo restando la possibilità di lavorare in smart working.

Sono richieste inoltre: flessibilità oraria, anche in orari serali, disponibilità ad effettuare servizio esterno, occasionale disponibilità di impegno nei giorni festivi, eventuale disponibilità a svolgere trasferte per eventuali incarichi fuori sede, compatibilmente con le indicazioni della normativa vigente nella gestione degli Operatori Volontari.

7) Eventuali partner a sostegno del progetto

Istituto Gobetti: CF 80043730102

Grazie ai suoi indirizzi (linguistico, scienze umane, economico-sociale, coreutico), l'Istituto Gobetti rappresenta una vetrina per buone prassi educative, con esperienze

sperimentali e progettualità realizzate in rete con il Comune di Genova – come il progetto “Intorno al Ponte San Giorgio” o “conNEET!”, finanziato da ANCI nell’ambito del bando “LINK!” – e in autonomia, promuovendo anche scambi culturali. La scuola può quindi sia ospitare incontri e dibattiti organizzati dai volontari del Servizio Civile Universale, sia contribuire attivamente alla raccolta e analisi dei fabbisogni tramite un percorso di coprogettazione con alunni e docenti, finalizzato alla nascita di nuove iniziative. L’Ufficio Relazioni con Aziende e Fundraising del Comune può curare il raccordo di alcuni di questi progetti con le iniziative comunali, scelte tra quelle che prevedono il contributo attivo di finanziatori privati, la co-progettazione pubblico-privato con le grandi aziende del territorio, la realizzazione concreta delle idee con contributi esterni, l’utilizzo di competenze aziendali, di strategie efficaci di comunicazione multi-canale, dando così ai giovani della scuola l’opportunità di sperimentarle direttamente.

Istituto Gaslini–Meucci: CF 80052730100

Con il suo qualificato indirizzo di studio “Servizi Culturali e dello Spettacolo” che prevede tra le varie discipline anche quelle legate al cinema e all’audiovisivo, rappresenta un partner ideale per i progetti di Servizio Civile Universale. Gli studenti, coinvolti in percorsi di coprogettazione con i docenti, possono realizzare video, reel e format comunicativi in grado di documentare e raccontare le esperienze dei volontari, rafforzando l’impegno del Comune di Genova nelle politiche giovanili. Questi contenuti, pensati e realizzati a scuola, fungeranno da strumenti di visibilità istituzionale, veicolati attraverso i canali social e istituzionali del Comune. In particolare la promozione delle politiche giovanili: grazie a un linguaggio dinamico e autentico, realizzato dai ragazzi stessi, si amplifica l’awareness sul Servizio Civile, stimolando la partecipazione. In sintesi, il Gaslini–Meucci diventa un vero e proprio laboratorio integrato di narrazione, cittadinanza attiva e orientamento professionale per i più giovani, potenziando la qualità del progetto, l’attrattiva dei finanziamenti e l’impatto formativo sul territorio.

FORMAZIONE DEGLI OPERATORI VOLONTARI

8) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione (*)

8.a) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione

La formazione generale sarà progettata per favorire il coinvolgimento attivo e diretto degli operatori volontari, attraverso un ampio ventaglio di metodologie didattiche, tra cui: simulazioni, esercitazioni pratiche, attività in sottogruppi, laboratori di approfondimento e ricerca, incontri con esperti, esperienze guidate e momenti di debriefing collettivo.

Il lavoro di gruppo sarà centrale e contribuirà a:

- Valorizzare e potenziare le risorse personali e relazionali degli operatori volontari;
- Costruire un percorso formativo coerente con i bisogni espressi, le competenze possedute e le motivazioni individuali.

Il percorso formativo si articolerà in più incontri e si baserà su due principali approcci metodologici:

Formale: lezioni frontali arricchite da momenti di confronto e discussione strutturata;

Non formale: utilizzo di tecniche di animazione e simulazione, rielaborazione dei vissuti personali e di gruppo, esercitazioni guidate, lavori di gruppo, role-playing, debriefing, tecniche di facilitazione e approcci di formazione esperienziale.

Sono previsti inoltre interventi di esperti per approfondire tematiche specifiche.

La formazione sarà erogata prioritariamente in presenza, per favorire la coesione del gruppo e stimolare dinamiche relazionali efficaci. In caso di impossibilità motivate da parte dei volontari a raggiungere la sede, è prevista anche l'erogazione in modalità online (sincrona e/o asincrona), nel rispetto delle indicazioni fornite dal Dipartimento.

8.b) Tecniche e metodologie di realizzazione della formazione specifica

Il percorso formativo specifico sarà realizzato in proprio e verrà strutturato all'interno di diversi moduli tematici, declinati in specifici contenuti formativi proposti trasversalmente a tutti gli operatori volontari del progetto.

Questa metodologia (coadiuvata dall'utilizzo di tecniche di apprendimento quali role play, simulazioni, utilizzo di carte stimolo, brain storming, giochi di conoscenza e valutazione, casi studio, etc.) ha l'obiettivo di sviluppare negli operatori volontari competenze e capacità utili per una efficace realizzazione del progetto.

Nel caso in cui l'operatore volontario non disponga di adeguati strumenti per l'attività da remoto (pc, smartphone e connessione internet) sarà cura dell'ente referente e degli enti di accoglienza mettere a disposizione *device* per l'operatore volontario. La percentuale di formazione a distanza sincrona e asincrona sarà comunque non superiore ad un massimo di 36h (50% del totale previsto).

9) Moduli della formazione specifica e loro contenuti con l'indicazione della durata di ciascun modulo ()*

Il percorso si realizzerà attraverso 11 moduli formativi suddivisi in 21 incontri per una durata complessiva di 72 ore. La formazione specifica ha l'obiettivo di fornire al volontario strumenti tecnici specifici e quindi le conoscenze e le competenze necessarie a svolgere in maniera propositiva ed efficace le attività previste nel progetto. La Formazione si propone di fornire ai giovani una visione articolata e ampia del contesto di Progetto all'interno del quale gli operatori volontari si sperimentano nel percorso di servizio civile. Per fare in modo che questi contributi servano a contestualizzare l'intervento svolto dagli operatori volontari ci si avvarrà della testimonianza di formatori specifici, sempre coadiuvati e integrati dagli Olp, al fine di proporre metodologie e spunti di riflessione, suggerimenti tecnici pratici e occasioni di riflessione sul lavoro educativo.

Contenuti e tempistica di erogazione dei moduli formativi:

I° modulo: Pianificare l'accoglienza e lavoro in team: (tot 10 h – possibile rimodulazione online)

All'interno del modulo verranno affrontate le pratiche relative alla presa in servizio degli Operatori volontari.

- Presentazione delle attività e della propria struttura e storia
- Far conoscere sedi e persone
- Descrivere il percorso progettuale di ogni volontaria/o

Il modulo potrà essere realizzato in presenza o online.

La formazione a distanza si utilizza a livello universitario, per la formazione professionale continua di diverse categorie di professionisti, per il training e l'upskilling aziendale ma anche per la formazione personale. Anche nell'ambito della formazione agli operatori di servizio civile assume un ruolo importante, divenendo conoscenza e competenza necessaria per sviluppare al meglio un percorso di servizio civile anche in rimodulazione da remoto.

Tematiche esplorate: presentazione delle attività, team building, processo di gruppo

Formatore: Francesca Arba

Durata: 2 incontri da 5 ore

II° modulo: Sicurezza (tot. 8 h – a distanza asincrona)

Il modulo relativo alla "Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego di volontari in progetti di servizio civile" affronterà gli argomenti previsti dalla Formazione Generale e Specifica Rischio Basso in materia di Salute e Sicurezza nei luoghi di Lavoro così come previsto dal Decreto Legislativo 9 aprile 2008, n. 81 e succ. e seguendo le indicazioni dell' Accordo Stato Regioni sulla formazione dei lavoratori del 21.12.2011, repertorio 221, e sarà svolto entro i primi 90 giorni di servizio degli operatori volontari. La formazione verrà erogata tramite piattaforma E-Learning con fruizione asincrona.

Formatore: Mario Fattore

Durata: 8 ore

III° modulo: Le attività per i giovani del Comune di Genova

Nel corso del modulo formativo verranno presentate la *vision*, la mission e l'organizzazione dell'ente, facendo particolare riferimento agli obiettivi che il Comune di Genova vuole raggiungere con i giovani e a favore dei giovani. Verranno quindi presentate la struttura di Informagiovani, di Creatività giovanile, dei servizi sociali che operano a favore dei giovani e le forme di partecipazione giovanile dell'ente, compresi i metodi di lavoro, le procedure e l'approccio multidimensionale dell'organizzazione alla promozione e tutela dei diritti dei bambini e del protagonismo giovanile. La seconda parte del modulo presenterà le attività dei soggetti che maggiormente sono presenti sul sito tematico, quali interlocutori principali e attivi sul territorio cittadino nell'ambito di intervento e settore del progetto.

Il modulo si propone di offrire un esempio concreto del lavoro svolto da un Ente pubblico in un ambito specialistico, allo scopo di far comprendere i meccanismi attraverso cui le scelte locali si inseriscono nel più ampio contesto dei fenomeni globali. Intende inoltre favorire la consapevolezza del ruolo attivo che la società civile può assumere nel promuovere pratiche di collaborazione civica e forme di partecipazione consapevole e responsabile alla vita pubblica.

Formatori: Cristina Micali

Durata: 2 incontri da 4 ore

IV° modulo: Comunicazione sociale e fundraising (tot. 12 h)

Nel corso del modulo formativo verranno introdotti i concetti chiave e i principi che dominano il mondo della comunicazione sociale e della raccolta fondi. Verranno presentati modelli di pianificazione di campagne (di comunicazione e fundraising) ed esempi di campagne realizzate dal Comune di Genova. Verranno poi proposte esercitazioni pratiche sui temi presentati.

Tematiche esplorate:

- tecniche e strategie di comunicazione;
- l'ideazione di una campagna;
- il piano di comunicazione;
- tecniche e strategie di raccolta fondi;
- lanciare e gestire una campagna di fundraising;
- esempi pratici di campagne concluse e in corso.

Formatore: Oriano Pianezza

Durata: 4 incontri da 3 ore ciascuno

V° modulo: lavoro di rete e coprogettazione (tot. 8 h)

Verrà fornita una panoramica sui concetti lavoro di rete e coprogettazioni, concetti strettamente legati che mirano a migliorare l'efficacia degli interventi attraverso la collaborazione e la condivisione di risorse pubbliche, private e del III settore. Particolare attenzione alle strategie di intervento utilizzate sino ad oggi rispetto al fenomeno NEET, gli interventi normativi in essere, le caratteristiche dei principali stakeholders coinvolti dalle dinamiche dei fenomeni presi in esame e le buone prassi riconosciute a livello nazionale e come esse possano essere declinate a livello locale. Verranno quindi approcciate le soluzioni ministeriali attive in Italia e gli interventi ad esse collegate, con particolare riferimento alle attività sul territorio ligure. Verrà presentata l'importanza del lavoro di rete ed i partenariati attivi a livello locale e i progetti di fund rising negli ambiti di intervento realizzati e in corso di realizzazione.

Formatore: Stefania Ieluzzi

Durata: 2 incontri (2 incontri da 4 ore)

VI° modulo: Metodologie didattiche innovative (tot. 4 h)

In questo modulo formativo verranno illustrate le basi teorico-metodologiche utilizzate nella progettazione educativa. I metodi adottati si ispirano a un approccio innovativo, basato sull'applicazione delle più recenti teorie pedagogiche e sulla valorizzazione del pensiero critico, del dialogo e della partecipazione attiva. Le riflessioni con i volontari verranno avviate a partire dalla Philosophy for Children (P4C): pensiero critico e comunità di ricerca. In questa parte del modulo si approfondirà l'approccio della Philosophy for Children, una metodologia educativa che favorisce la riflessione, il pensiero autonomo e il dialogo costruttivo tra pari. Saranno presentati i principi della comunità di ricerca e le modalità con cui il facilitatore guida il gruppo verso una riflessione condivisa e partecipata, promuovendo un clima di ascolto, rispetto e collaborazione. Verranno esplorate alcune tecniche di apprendimento basate sul gioco, come il role playing e le simulazioni, con un focus particolare sulla gestione del gruppo e sul ruolo del facilitatore. Si analizzerà come queste metodologie possano favorire l'engagement, l'apprendimento esperienziale e lo sviluppo di competenze trasversali. Saranno inoltre presentate esperienze e strumenti sviluppati nell'ambito dei progetti promossi da Informagiovani Genova, con particolare attenzione all'uso del gioco come leva educativa e comunicativa per i giovani.

Formatore: Silvia Bevilacqua

Durata: 1 incontro da 4 ore

VII° modulo: Elementi di tecniche di progettazione (tot. 6 h)

Progettare significa attivare un processo di riflessione e organizzazione strutturata di ciò che si intende realizzare. È immaginare scenari futuri sulla base delle azioni intraprese, scomporre un problema complesso in elementi più gestibili e individuare gli strumenti più adeguati ad affrontarli. Significa avere una visione chiara degli obiettivi, delle azioni necessarie per raggiungerli e delle possibili conseguenze.

Ogni intervento volto a produrre un cambiamento, soprattutto in contesti complessi e in continua evoluzione, richiede un percorso progettuale consapevole e strutturato.

Nel corso del modulo verranno approfondite tutte le fasi del ciclo di progetto, presentando i principali strumenti operativi, le risorse per la ricerca di opportunità di finanziamento, l'analisi dei bandi e i format più utilizzati per la stesura dei progetti.

Particolare attenzione sarà dedicata alle schede progetto per la richiesta di sponsorizzazioni, con riferimento ai progetti del Comune di Genova.

Infine, si esploreranno i passaggi che permettono di trasformare un'idea creativa in un vero e proprio progetto imprenditoriale, attraverso la redazione di un business plan.

Verrà utilizzata una metodologia partecipata nell'approcciarsi alla progettazione che, accanto ad una prima fase teorica, faccia sperimentare gli/le OV in attività simulate e di analisi di casi studio.

Formatore: Stefania Alma

Durata: 1 incontro da 6 ore

VIII° modulo: Elementi e tecniche di promozione della cittadinanza attiva (tot. 4 h)

Gli Enti Locali e la struttura del Comune di Genova declinano in modo diversificato la comunicazione per e con i cittadini: dagli sportelli al digitale, dalle procedure amministrative alle consulenze.

La progettazione a supporto della creazione di strumenti per la promozione della cittadinanza attiva e dello sviluppo dell'attivazione sociale è un processo che attiva il dialogo e la partecipazione fin dalle fasi di avvio.

All'interno del modulo verranno illustrate le attività di promozione della cittadinanza attiva gestite dal Comune di Genova, facendo poi un focus particolare su una buona pratica cittadina che si rivolge specificatamente al target di età su cui si concentra il progetto.

L'attività di Informagiovani promuove la cittadinanza attiva a partire dalle informazioni offerte sulla pagina web e sui social, dalla realizzazione di eventi e consulenze a supporto del servizio civile, dalla creazione di incontri che facilitino all'avvicinamento al lavoro (autonomo e dipendente) fino alla collaborazione con gli stakeholder e alla creazione di un sistema dell'orientamento cittadino. Tutte queste fasi di lavoro verranno dettagliate e fatte sperimentare agli/le OV attraverso esercitazioni e simulazioni, dopo una prima fase di trasmissione contenutistica.

Formatori: Cristina Micali

Durata: 2 incontri da 2 ore

IX° modulo: Elementi e tecniche di fundraising della cittadinanza attiva (tot. 4 h)

Il modulo formativo si propone di approfondire diversi aspetti fondamentali per la raccolta fondi finalizzata a progetti di cittadinanza attiva, con un'attenzione particolare alle dinamiche di fundraising aziendale e non istituzionale.

Si affronterà il processo di selezione delle iniziative idonee alla donazione, con un'analisi degli elementi che rendono un progetto attrattivo per i potenziali donatori, così come i criteri per la valutazione di queste iniziative.

Successivamente, verranno esaminate le diverse forme di contribuzione e sponsorizzazione offerte dalle aziende, con una particolare attenzione alle strategie di coinvolgimento del settore privato nei progetti di cittadinanza attiva.

Un'altra area di focus sarà la scrittura di abstract di progetto e la distinzione tra concept, abstract e progetto stesso. Questo permetterà ai partecipanti di apprendere come comunicare in modo efficace le idee dei loro progetti, sintetizzandole in modo chiaro e persuasivo.

Si analizzeranno poi gli elementi costitutivi della co-progettazione pubblico-privato, esaminando come queste partnership possano contribuire alla realizzazione di progetti di successo.

Successivamente, si esploreranno gli obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, la Responsabilità Sociale d'Impresa e le opportunità di collaborazione con le imprese rispetto allo ESG Rating. Ci si concentrerà su come i progetti di cittadinanza attiva possano contribuire al raggiungimento di questi obiettivi globali e come le imprese possano essere coinvolte in modo significativo.

Infine, si analizzeranno le tecniche di raccolta fondi in ambito istituzionale, concentrandosi su come le organizzazioni possano accedere a finanziamenti pubblici e sviluppare relazioni di collaborazione con le istituzioni.

Attraverso un approccio interattivo e pratico, i partecipanti avranno l'opportunità di approfondire le loro conoscenze sui diversi aspetti del fundraising della cittadinanza attiva e di acquisire le competenze necessarie per sviluppare e gestire con successo progetti finanziati dalla comunità e dal settore privato.

Formatori: Oriano Pianezza

Durata: 2 incontri da 2 ore

X° modulo: Elementi conoscitivi del Patrimonio Culturale di Genova (tot. 4 h)

Questo modulo formativo di 4 ore offre un'approfondita esplorazione del ricco patrimonio culturale di Genova. Durante il corso, i partecipanti avranno l'opportunità di analizzare e comprendere vari aspetti del patrimonio culturale della città.

Ci concentreremo sul "Sistema Museale del Comune di Genova", esaminando le diverse istituzioni museali presenti in città, come i Musei di Strada Nuova, il Museo di Palazzo Reale e il Museo Galata del Mare. Analizzeremo le collezioni uniche di questi musei e discuteremo del loro ruolo nella promozione e conservazione del patrimonio culturale genovese.

Le "Istituzioni Culturali della Nostra Città/Regione" saranno oggetto di un'ulteriore indagine. Esploreremo il ruolo di istituzioni come la Fondazione Carlo Felice, la Fondazione di Palazzo Ducale e altre realtà culturali locali. Questo ci permetterà di comprendere come queste istituzioni contribuiscano alla promozione delle arti, della musica e della cultura in generale.

Successivamente, analizzeremo il "Sistema Bibliotecario Genovese", approfondendo le risorse e i servizi offerti dalle biblioteche della città, come la Biblioteca Berio e la Biblioteca Universitaria di Genova.

Infine, esploreremo le "Peculiarità e Unicità del Patrimonio Culturale Genovese", focalizzandoci su aspetti quali l'architettura, l'arte, le tradizioni e le sfide legate alla sua conservazione e promozione.

Attraverso approfondite discussioni, attività interattive e analisi di casi studio, i partecipanti acquisiranno una conoscenza più approfondita del patrimonio culturale di Genova e saranno in grado di inserire gli elementi appresi all'interno delle attività di promozione, progettazione, realizzazione eventi e fundraising inserite nel progetto.

Formatori: Patrizia Viacava

Durata: 2 incontri da 2 ore

XI° modulo: Elementi conoscitivi delle Politiche Sociali della nostra Città (tot. 4 h)

Le azioni di tutela e promozione dell'infanzia esercitate dalla Direzione di Area Scuola del Comune di Genova si sviluppa nella gestione diretta di 84 servizi educativi 0/6 anni, nella promozione del diritto allo studio, nel controllo dell'assolvimento dell'obbligo formativo e nella realizzazione di progetti di contrasto al c.d. "drop out" scolastico. Le progettualità realizzate in partenariato e sussidiarietà con le realtà cittadine del "3° settore" permettono di offrire uno sguardo ampio sulla popolazione tra 0 e 35 anni, realizzando in collaborazione anche con gli assistenti sociali, diverse sperimentazioni educative a supporto dell'innovazione in ambito educativo.

All'interno del modulo formativo verranno presentate agli/le OV le politiche in essere, fornendo esempi concreti di come queste vengano implementate all'interno dei Servizi. Verrà fornito un quadro della struttura operativa e delle competenze espresse dai vari settori, con un approfondimento particolare sulle politiche giovanili ed i meccanismi di coinvolgimento della fascia di popolazione giovanile.

Formatori: Cristina Micali

Durata: 2 incontri da 2 ore

10) *Nominativi, dati anagrafici, titoli e/o esperienze specifiche del/i formatore/i in relazione ai contenuti dei singoli moduli*

<i>Dati anagrafici del formatore specifico</i>	<i>Titoli e/o esperienze specifiche (descritti dettagliatamente)</i>	<i>Modulo formazione</i>
FRANCESCA ARBA nata a Genova il 9/3/1980 CF: RBAFNC80C49D96 9H	Responsabile Competenze e processi formative nell'ambito dell'Ufficio Progetti e Servizi per I giovani del Comune di Genova Laurea specialistica Educazione degli adulti e della formazione continua Laurea in Esperto nei processi formativi	I modulo: Pianificare l'accoglienza e il lavoro in team Metodologia informale Tot 10 ore Sincrona, possibile rimodulazione on line

	Master Gestione e Sviluppo delle risorse umane Esperienza pluriennale nell'accompagnamento di progetti di Servizio civile nelle varie declinazioni (universale e regionale) in particolare sulle funzioni formative e di riconoscimento delle competenze.	
MARIO FATTORE nato a Piedimonte Matese (Ce) il 21/3/1981 CF: FTTMRA81C21G596G	Università degli Studi della Campania "L. Vanvitelli" (già Seconda Università degli Studi di Napoli), Laurea in Giurisprudenza esperienza come ASPP Funzionario Ufficio Gestione Sistema Sicurezza Comune di Genova	<u>II modulo: Sicurezza</u> Metodologia formale Tot 8 ore Asincrona
Cristina Micali Nata a Genova il 26/01/1967 C.F.: MCLCST67A66D069W	Responsabile Ufficio Progetti e Servizi per i giovani del Comune di Genova Laurea in lettere, perfezionamento universitario come "Consulente dell'Orientamento", Esperta di formazione e bilancio di competenze. Esperienza decennale nell'attivazione di percorsi formativi nella comunicazione e nella partecipazione attiva nelle progettualità dedicate ai bambini, ai ragazzi, ai giovani e agli adulti.	III modulo: Le attività per i giovani del Comune di Genova Metodologia informale Sincrona Tot 8- 2 incontri da 4 ore VIII modulo: Elementi e tecniche promozione della cittadinanza Metodologia informale Sincrona Tot 4 ore-2 incontri da 2 ore XI modulo: Elementi conoscitivi delle Politiche Sociali della nostra Città Metodologia informale Sincrona Tot 4 ore- 2 incontri da 2 ore
ORIANO PIANEZZA Nato a Genova il 26/05/1964	Responsabile Ufficio Relazioni con Aziende e	IV modulo: Comunicazione sociale e fundraising Metodologia informale

C.F.: PNZRNO64E26D96 9E	Fundraising del Comune di Genova Laurea triennale in Servizio Sociale Decennale esperienza di project management ed Attività di fundraising all'interno dell'istituzione pubblica	Sincrona Tot: 12 ore (4 incontri da 3 ore ciascuna) IX modulo: Elementi e tecniche di fundraising della cittadinanza attiva Metodologia informale Sincrona 2 incontri da 2 ore (tot. 4 h)
STEFANIA IELUZZI Nata a Torino il 5.5.1971 C.F. LZZSFN71E45L219 W	Qualifica di animatore professionale. Esperta nella gestione e conduzione di gruppi di lavoro, nella progettazione in ambito socio-culturale, nell'accompagnamento alla realizzazione attraverso bandi specifici per giovani, in particolare i NEET. - management di progetti e strutture di partecipazione dei cittadini – Case di Quartiere.	V modulo: Lavoro di rete e coprogettazione Tot 8 ore-2 incontri da 4 ore Metodologia informale Sincrona
SILVIA BEVILACQUA Nata a Genova il 9/08/1977 BVLSLV77M49D96 9E	Assegnista UniCh G. d'Annunzio. PhD Università di Genova. Ha co-progettato il Master (II livello) in Pratiche di filosofia a scuola, nelle comunità e nelle organizzazioni, coordina il gruppo di ricerca Philosophy for children (UNIGE) è cultrice della materia in Letteratura per l'infanzia (DISFOR). Progetta attività di philosophy for children/community e letteratura nelle scuole e non solo.	VI Metodologie Didattiche Innovative Metodologia informale Sincrona Tot 4 ore- incontro di 4 ore
STEFANIA ALMA Nata a Genova il 20/10/1971	Laura magistrale in organizzazione dei servizi sociali;	VII modulo: Elementi di tecniche di progettazione

C.F. LMASFN71R20D96 9L	Funzionario socio educativo culturale dal 2000 ad oggi.	Metodologia informale Sincrona Tot 6 ore – 1 incontro da 6 ore
VIACAVA PATRIZIA nata a Genova il 12(11/1990 C.F. VCVPRZ90512D969 E	Funzionario Attività principale verifica e stimolo di interesse da parte delle aziende del territorio a progetti promossi dalla Pubblica Amministrazione, tramite azioni di Sponsorizzazione, Crowdfunding, Art Bonus. Supporto al coordinamento interno delle esigenze dell'Ufficio, monitoraggio dati, aggiornamento mailing, ampliamento database	X° modulo: Elementi conoscitivi del Patrimonio Culturale di Genova Metodologia informale Sincrona Tot 4 ore- 2 incontri da 2 ore