

# Attività regionali in materia di Orientamento

## Report di attività ed esiti dei Focus Group territoriali





## Contenuti

Sintesi partecipanti e temi dei focus Group

Pag. 3 - 13

Esiti focus group territoriale Province di Belluno e Treviso

Pag. 14 - 17

Esiti focus group territoriale Province di Padova e Rovigo

Pag. 18 - 21

Esiti focus group territoriale Città Metropolitana di Venezia

Pag. 22 - 26

Esiti focus group territoriale Province di Verona e Vicenza

Pag. 27 - 31

# Sintesi partecipanti e temi dei focus Group



# Sintesi partecipanti Focus Group

FOCUS GROUP /	TREVISO/BELLUNO	PADOVA/ROVIGO	VENEZIA	VERONA/VICENZA	TOTALE
TIPO STRUTTURE	(11.01.2018)	(18.01.2018)	(25.01.2018)	(01.02.2018)	
REGIONE VENETO	3	4	4	4	15
VENETO LAVORO	1	0	1	0	2
USR/UST	2	3	1	5	11
SERVIZI PER IL LAVORO (pubblici e privati)	1	0	0	0	1
ENTI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE	1	1	2	10	14
PROVINCE	4	2	0	0	6
COMUNI		3	4	4	11
ITS	0	3	1	3	7
ISTITUTI SCOLASTICI	2	8	5	5	20
RETI DI ORIENTAMENTO	5	0	1	1	7
STAFF TECNICO	4	1	4	4	13
UNIVERSITA'		3	1	0	4
<b>TOTALE</b>	<b>23</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>36</b>	<b>111</b>

# I Temi dei focus Group 1/2



Al fine di sostenere per il prossimo triennio le attività di orientamento, potenziando, in una logica di sistema, le reti territoriali, durante i Focus Group sono stati trattati i seguenti temi, con l'obiettivo di identificare con chiarezza, per le attività di orientamento erogate sul territorio regionale:

- i soggetti (**chi**) che attueranno gli interventi sostenuti dal FSE (reti) e i loro operatori (docenti, formatori, orientatori);
- i contenuti (**cosa**):
  - delle attività/progetti destinati agli utenti delle attività di orientamento (studenti, famiglie, giovani che non frequentano scuole / attività formative);
  - delle attività di rafforzamento delle competenze degli operatori (docenti, formatori, operatori delle reti);
  - degli interventi di rafforzamento degli strumenti informativi e di comunicazione;
- le modalità (**come**) con cui verranno erogate le attività di orientamento sostenute dal FSE e con quale tempistica (**quando**), nell'arco dell'anno scolastico/formativo;
- quali risultati (**perché**) sono attesi dai diversi interventi e come si organizzano le attività di monitoraggio e valutazione che intendono verificarli e misurarli.

# I Temi dei focus Group 2/2

Tema 1 – Le Reti

Tema 1 – Le Reti

Tema 1 - Le Reti



Tema 2 – I Target di destinatari

Tema 3 – La tempistica

Tema 4 – La comunicazione



# Le Reti territoriali / 1



Per identificare i sostegni più adeguati al rafforzamento delle reti è indispensabile individuare quali esperienze pregresse sono candidabili/riconoscibili come buone pratiche:



1. Tra le esperienze più recenti (ultimi 5 anni) delle reti territoriali di orientamento, quali sono quelle identificabili come buone pratiche?
2. Quali i loro principali elementi di qualità?

# Le Reti territoriali / 2



Per identificare i sostegni più adeguati al rafforzamento delle reti è indispensabile individuare quali esperienze pregresse sono candidabili/riconoscibili come buone pratiche:

1. Chi è il soggetto capofila nelle reti identificate come buone pratiche?
2. Quali sono stati i ruoli degli altri partner?
3. Quali supporti sono necessari alla organizzazione delle reti?



Potenziali partner delle reti di orientamento:

- Istituti secondari di I e II grado statali e paritari
- Enti accreditati per la formazione e l'orientamento
- Università e ITS
- Parti sociali
- Centri per l'impiego
- Agenzie per il lavoro
- Enti locali

# I principali target group delle attività di orientamento sostenute dal FSE



**I giovani che frequentano, in Veneto, percorsi di istruzione e formazione e le loro famiglie, con particolare attenzione ai momenti di scelta, transizione e ri-orientamento**



**I giovani che non frequentano, in Veneto, percorsi di istruzione e formazione**

# Target, modalità e strumenti delle attività di orientamento



1. Rispetto ai principali target group di destinatari quali sono state, nelle esperienze recenti, le modalità più efficaci di erogazione delle attività di orientamento?
2. Quali strumenti si sono rivelati maggiormente adeguati per i diversi target group di destinatari (orientamento in aula, web / social, laboratori, visite, ecc.);
3. Quali informazioni di contesto sono utili, circa i diversi target group di destinatari, per progettare in modo più efficace le attività di orientamento?

Ragazzi che frequentano i percorsi di istruzione secondaria di I grado

Famiglie dei ragazzi che frequentano i percorsi di istruzione secondaria di I grado

Giovani che frequentano percorsi di istruzione e formazione secondaria di II grado

Famiglie dei giovani che frequentano percorsi di istruzione e formazione secondaria di II grado

Famiglie di ragazzi, in età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione

Giovani, al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione

# La tempistica di erogazione delle attività di orientamento



1. In quali periodi dell'anno è opportuna una maggior concentrazione delle attività di orientamento per i diversi target group di destinatari?
2. In relazione a tali periodi quale tempistica di osservazione degli esiti delle attività di orientamento è utile alla valutazione della loro efficacia?

Ragazzi che frequentano i percorsi di istruzione secondaria di I grado

Famiglie dei ragazzi che frequentano i percorsi di istruzione secondaria di I grado

Giovani che frequentano percorsi di istruzione e formazione secondaria di II grado

Famiglie dei giovani che frequentano percorsi di istruzione e formazione secondaria di II grado

Famiglie di ragazzi, in età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione

Giovani, al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione

# La tempistica per gli interventi di formazione dei soggetti che operano nell'ambito delle reti



1. In quale periodo dell'anno e in quali giorni della settimana è più utile concentrare le attività formative e di aggiornamento rivolte agli operatori delle reti?
2. Quale durata/articolazione temporale delle attività formative è ottimale per le diverse figure?





# La comunicazione

1. Quali strumenti / eventi di comunicazione sono già correntemente in uso a supporto delle attività di orientamento svolte sul territorio regionale?
2. Tra di essi quali sono i più efficaci:
  1. nei confronti dei destinatari e delle loro famiglie?
  2. per lo scambio di informazioni e pratiche tra gli operatori?
3. Quali nuovi strumenti possono migliorare la diffusione di informazioni presso:
  1. i destinatari e le loro famiglie?
  2. gli operatori dell'orientamento?



# Esiti focus group territoriale Province di Belluno e Treviso

11 gennaio 2018

Liceo Duca degli Abruzzi

Treviso



# Le indicazioni per la organizzazione e composizione delle Reti



1

## Composizione e organizzazione

- Necessità di un capofila
- Possibile ruolo di Capofila ad Istituto superiore accreditato
- Necessità di prevedere Incontri periodici e strutturati tra i Partner di rete

2

## Dimensionamento e articolazione territoriale

- Opportunità di estendere le reti al di là dei confini provinciali per consentire a studenti delle scuole secondarie di I grado di conoscere l'offerta delle scuole di II grado localizzate in province diverse
- Numero di destinatari ottimali per l'organizzazione delle attività di orientamento di rete pari a circa 10.000
- Numero di Partner ottimale per il coordinamento di rete pari a circa 20
- Scarsa utilità di reti di piccola dimensione
- Necessità di una un'infrastruttura estesa

3

## Attività e buone pratiche già sperimentate

- Formazione degli insegnanti delle scuole primarie e secondarie per acquisire le conoscenze/competenze specifiche in materia di orientamento
- Formazione parentale (es: laboratori per la scoperta del mondo della scuola e del lavoro)
- Training ai ragazzi delle scuole secondarie di I grado
- Laboratori per ragazzi con momenti di riflessione sui criteri di scelta dei percorsi futuri
- Laboratori di orientamento specifici per i ragazzi del III anno della scuola secondaria di II grado al fine di esplorarne interessi, attitudini e aspirazioni professionali
- Laboratori pomeridiani organizzati da Istituti superiori al fine di far conoscere ai ragazzi l'istituto e le attività
- Utilità di reti specifiche rivolte a determinati target (es: richiedenti asilo)
- Modello di orientamento sulla falsariga di Garanzia Giovani con una fase iniziale di presa in carico e successivo rinvio a specialisti
- Test pre e post intervento al fine di misurare il livello di consapevolezza prima e dopo l'orientamento
- Percorso a tappe che favorisca una crescita responsabile del partecipante mediante la realizzazione di un ambiente "sociale" dove il giovane possa confrontarsi con una serie di stimoli positivi che vanno dallo sport, al benessere fisico, alla cultura e al lavoro

# I Target

## I destinatari della attività di orientamento

Studenti frequentanti scuole secondarie di I grado localizzate in Veneto e loro famiglie



Studenti frequentanti scuole secondarie di II grado, compresa leFP, localizzate in Veneto e loro famiglie

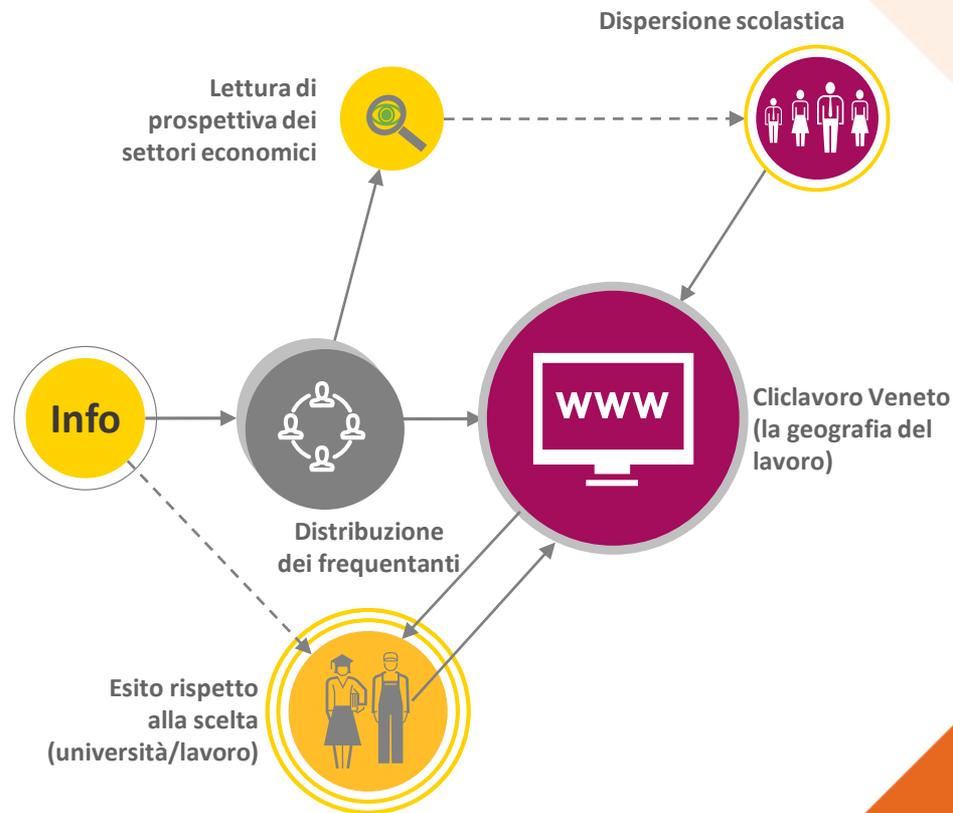


Al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione



Giovani disoccupati residenti in Veneto

## Informazioni di contesto sui target group



# La tempistica



Marzo  
'18



Attivazione dei sostegni regionali  
nei primi mesi dell'anno  
(entro marzo)

Settembre  
'18



Erogazione delle attività di orientamento rivolte ai diversi target  
(picchi nel periodo prenatalizio)

Maggio  
'19

# Esiti focus group territoriale Province di Padova e Rovigo

18 gennaio 2018

ITS COSMO - IIS Usuelli Ruzza

Padova



# Le Reti

1

## Composizione e organizzazione

- Necessità di un capofila
- Possibile ruolo di Capofila ad Ente accreditato per l'orientamento
- Necessità di presenza, quale partner, di almeno un ITS
- Opportunità di presenza dei Comuni per la diffusione di informazioni sulle attività di orientamento e per il supporto al trattamento di situazioni specifiche nell'ambito dell'inclusione sociale
- Opportunità di coinvolgimento del Privato Sociale per raggiungere i giovani non inseriti in percorsi di istruzione - formazione (es: giovani accolti presso le comunità)

2

## Dimensionamento e articolazione territoriale

- Dimensionamento della rete da definire in relazione al numero dei destinatari potenziali delle attività di orientamento
- Perimetro cross-provinciale
- Orientamento di tipo verticale, che abbia però anche un'ampiezza orizzontale e sia il più variegato possibile

3

## Attività e buone pratiche già sperimentate

- Attività di stage e mini-stage (modalità esperienziali)
- Moduli integrati di formazione verticale
- Verticalità con la scuola primaria: l'orientamento che parte dall'infanzia.
- Simulazione d'impresa
- Ri-orientamento nel primo biennio della scuola secondaria di II grado
- Modelli e strumenti di integrazione dell'orientamento con l'attività didattica
- Diffusione della consapevolezza dell'importanza dell'orientamento al di là dei soli specialisti orientatori
- Laboratori di orientamento pomeridiani volti a promuovere la conoscenza dell'istituto



# I Target

## I destinatari della attività di orientamento

Studenti frequentanti scuole secondarie di I grado localizzate in Veneto di I grado e loro famiglie



Studenti frequentanti scuole secondarie di II grado, compresa leFP, localizzate in Veneto e loro famiglie

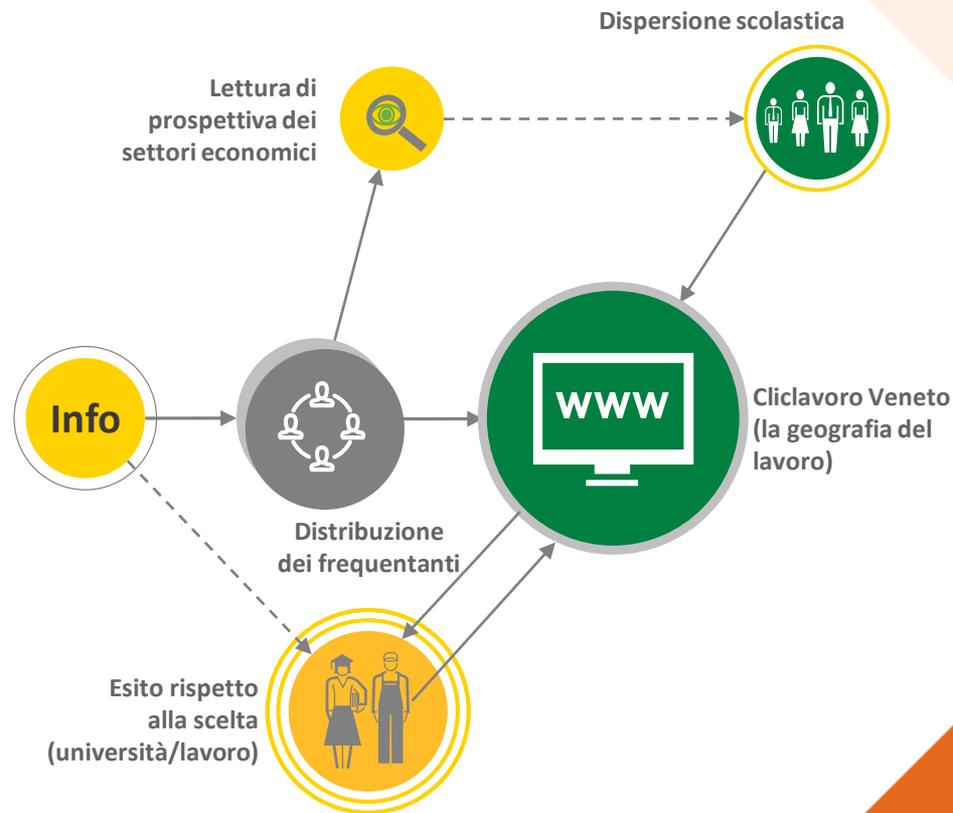


Al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione



Giovani disoccupati residenti in Veneto

## Informazioni di contesto sui target group



# La tempistica



Marzo  
'18



**Attivazione dei sostegni regionali  
nei primi mesi dell'anno  
(entro marzo)**

Settembre  
'18



**Erogazione delle attività di orientamento rivolte ai diversi target  
(picchi nel periodo prenatalizio)**

Settembre  
'19

# Esiti focus group territoriale Città Metropolitana di Venezia

25 gennaio 2018

Fondazione ITS Logistica Marco Polo  
Venezia



# Le Reti

1

## Composizione e organizzazione

- Necessità di un capofila
- Possibile ruolo di Capofila ad Ente accreditato per l'orientamento
- Necessità di un modello organizzativo basato su un accordo scritto con indicazione delle attività di competenza di ciascun Partner
- Necessità di prevedere una funzione di coordinamento di rete e gruppi di lavoro su tematiche trasversali, quali ad esempio il monitoraggio e la valutazione
- Necessità di un modello organizzativo riferito ad un sistema unitario
- Necessità di presenza, quale partner, di almeno un ITS
- Opportunità di presenza dei Comuni per la diffusione di conoscenze e informazioni

2

## Dimensionamento e articolazione territoriale

- Necessità di definire il dimensionamento della rete in relazione al numero dei destinatari potenziali delle attività di orientamento

3

## Attività e buone pratiche già sperimentate

- Modelli e strumenti per l'integrazione, nelle scuole, dell'orientamento con le attività didattiche
- Attività esperienziali (laboratori pomeridiani, mini-stage, sportelli di dialogo diretto con docenti e alunni più grandi)
- Incontri specifici con i genitori
- Salone dell'offerta formativa con previsione di supporti economici per l'utilizzo di mezzi di trasporto per i ragazzi partecipanti
- Quaderno con la descrizione di dettaglio delle attività di orientamento
- Peer review tra le reti al fine di scambiare buone pratiche



# I Target

## I destinatari della attività di orientamento

Studenti frequentanti scuole secondarie di I grado localizzate in Veneto di I grado e loro famiglie



Studenti frequentanti scuole secondarie di II grado, compresa leFP, localizzate in Veneto e loro famiglie



Al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione



Giovani disoccupati residenti in Veneto

## Informazioni di contesto sui target group



# La tempistica



Marzo  
'18



Attivazione dei sostegni regionali  
nei primi mesi dell'anno  
(entro marzo)

Settembre  
'18



Erogazione delle attività di orientamento rivolte ai diversi target  
(picchi nel periodo prenatalizio)

Ottobre  
'19

# La comunicazione



Le attività di **comunicazione** devono essere funzionali ai seguenti obiettivi:

01

**VALORIZZARE IL PROGETTO** promuovendo il sistema orientamento attraverso tutti i canali di comunicazione (utilizzare al massimo il web, potenziare social network) e integrando gli strumenti di comunicazione

02

**COINVOLGERE GLI STAKEHOLDER** attraverso la creazione di reti ben strutturate e funzionali alle attività previste e attraverso il coordinamento e l'integrazione tra le attività delle diverse reti (siti web per ciascuna rete con una struttura unitaria)

03

**DIFFONDERE BUONE PRATICHE** rafforzando ed estendendo la conoscenza, soprattutto presso gli stakeholder e gli operatori, delle soluzioni di successo praticate dalle reti con particolare riferimento a sostenibilità, efficacia e innovazione

# Esiti focus group territoriale Province di Verona e Vicenza

01 febbraio 2018

Fondazione ITS LAST

Verona



# Le Reti

1

## Composizione e organizzazione

- Necessità di un capofila
- Possibile ruolo di Capofila ad Ente accreditato per l'orientamento
- Necessità di un modello organizzativo basato su un accordo scritto con indicazione delle attività di competenza di ciascun Partner
- Necessità di prevedere una funzione di coordinamento di rete e gruppi di lavoro su tematiche trasversali, quali ad esempio il monitoraggio e la valutazione
- Necessità di un modello organizzativo riferito ad un sistema unitario
- Necessità di presenza, quale partner, di almeno un ITS
- Opportunità di presenza dei Comuni per la diffusione di conoscenze e informazioni

2

## Dimensionamento e articolazione territoriale

- Necessità di definire il dimensionamento della rete in relazione al numero dei destinatari potenziali delle attività di orientamento

3

## Attività e buone pratiche già sperimentate

- Modelli e strumenti per l'integrazione, nelle scuole, dell'orientamento con le attività didattiche
- Attività esperienziali (laboratori, mini-stage)
- Percorsi strutturati per i docenti/orientatori
- Pacchetti di rinforzo per i passaggi e i ri-orientamenti
- Guida all'offerta scolastico – formativa per ambiti professionali, realizzata sotto forma di App
- Learning Tour Aziendali per docenti e orientatori
- Plan Your Future - Il portale dell'Orientamento



# I Target

## I destinatari della attività di orientamento

Studenti frequentanti scuole secondarie di I grado localizzate in Veneto di I grado e loro famiglie



Studenti frequentanti scuole secondarie di II grado, compresa leFP, localizzate in Veneto e loro famiglie



Al di fuori dell'età dell'obbligo, che non frequentano percorsi di istruzione e formazione



Giovani disoccupati residenti in Veneto

## Informazioni di contesto sui target group



# La tempistica



Aprile  
'18



**Attivazione dei sostegni regionali  
nei primi mesi dell'anno  
(entro marzo)**

Settembre  
'18



**Erogazione delle attività di orientamento rivolte ai diversi target  
(picchi nel periodo prenatalizio)**

Settembre  
'19

# La comunicazione



Le attività di **comunicazione** devono essere funzionali ai seguenti obiettivi:

01

**COMUNICARE LA PROGRESSIVA STRUTTURAZIONE DEL SISTEMA DI ORIENTAMENTO REGIONALE** garantendo la conoscenza, soprattutto da parte dei cittadini, dei risultati del Progetto, con particolare attenzione agli strumenti e alle attività rivolti ai destinatari (spot pubblicitari/pubblicità progresso)

02

**VALORIZZARE IL PROGETTO** in termini di visibilità e riconoscibilità, promuovendo il sistema regionale attraverso tutti i canali di comunicazione (utilizzare al massimo il web, potenziare social network, integrazione degli strumenti di comunicazione)

03

**COINVOLGERE GLI STAKEHOLDER** sia nell'ambito delle reti che nei momenti di coordinamento e integrazione tra le attività delle diverse reti a livello regionale

04

**DIFFONDERE BUONE PRATICHE** rafforzando ed estendendo la conoscenza, soprattutto presso gli stakeholder e gli operatori, delle soluzioni di successo praticate dalle reti con particolare riferimento a sostenibilità, efficacia e innovazione