



“CREAZIONE DI UN PRESIDIO TERRITORIALE NELLE AREE DELL’OBIETTIVO 2 DELLA PROVINCIA DI RIETI PER L’ORIENTAMENTO E PROMOZIONE DI OPPORTUNITÀ D’IMPRESA”

IL CONTESTO

L'iniziativa nasce dalla consapevolezza che il mondo dell'impresa ha subito, negli ultimi anni, una radicale quanto rivoluzionaria trasformazione.

È dimostrato infatti, che l'era della produzione di massa è ormai tramontata e, al di là delle differenze specifiche che caratterizzano le diverse tipologie di impresa, siamo entrati nell'era del servizio; servizio che, a sua volta, sia per gli enormi progressi conseguiti nel settore tecnologico, industriale, scientifico, economico, sia per un rinnovamento della figura del "professionista" nell'ambito della sfera produttiva, sta da qualche tempo assumendo sempre più una dimensione specialistica ed approfondita. Pertanto il nuovo imprenditore dovrà necessariamente servirsi di strutture che gli garantiscano la più qualificata assistenza e consulenza e che gli forniscano le indicazioni per le soluzioni più strategiche e rispondenti alle sue necessità sul mercato.

Nel Reatino la fine dell'intervento straordinario aveva lasciato, per alcuni anni, un vuoto nelle politiche di sviluppo economico.

Più di recente questo vuoto pare essere stato colmato dall'inclusione della zona ex Casmez nelle aree obiettivo 2 e 5b dell'intervento strutturale comunitario; tutto ciò sta però provocando anche un passaggio da una gestione centralizzata delle politiche di sviluppo ad un progressivo coinvolgimento dei soggetti locali (amministrazioni, soggetti sociali, categorie professionali). Tale processo, oltre che accrescere le responsabilità programmatiche e gestionali di questi ultimi, ha anche evidenziato che non basta trasferire ingenti risorse finanziarie e programmare adeguate realizzazioni strutturali per conseguire risultati effettivi di sviluppo; se contestualmente non vengono coinvolte le popolazioni locali e non si inducono processi culturali nuovi, i risultati continueranno ad essere effimeri.

Troppo a lungo lo Stato ha avallato una pratica assistenziale surrogando con elargizioni dirette il ritardo nello sviluppo del territorio e del reddito delle popolazioni meridionali e quindi anche del reatino. Troppo a lungo è mancata una reale volontà di collaborazione da parte degli organi centrali per intervenire a fianco delle Comunità ex Casmez nella promozione di iniziative decise localmente. I dati che di seguito riportiamo, classificano Rieti come uno tra i capoluoghi di provincia più piccoli d'Italia ma che comunque esplica un molo polarizzante nell'ambito regionale in quanto gravitante nell'orbita di Roma che dista da Rieti soltanto 70 Km.

Il settore dell'agricoltura conta 1750 aziende con 257.055 occupati ; l'industria conta 417 aziende con 3653 occupati ; il terziario vede 8 banche (650 occupati), 109 assicurazioni (263 occupati), 445 aziende di trasporti (780 occupati), 243 aziende pubbliche (5500 occupati), 1249 aziende nel commercio (2992 occupati), altre 431 (1741 occupati).

Per quanto attiene gli iscritti all'Ufficio del Collocamento della Provincia di Rieti, al mese di dicembre '96 risultavano essere 18.839 unità di cui 6855 (36,4) in cerca di prima occupazione ; gli avviamenti al lavoro sono stati 638 mentre gli avviamenti da contratti di formazione lavoro sono stati 93.

I lavoratori in mobilità invece, sempre al mese di dicembre '96, raggiungevano le 1029 unità.

La situazione socio-politico-economia, durante l'anno in corso, non ha subito sensibili variazioni.

C'è comunque da sottolineare che l'azione politica intrapresa dal Comune di Rieti e dalla stessa Amministrazione Provinciale, ha prodotto la stesura dei "Tatti Territoriali" finalizzati al rilancio dell'economia e dell'occupazione nel reatino.

In questo contesto socio-economico e nel suo rilancio, si andrà a posizionare l'attività del Presidio promossa dal Fidet Coop Lazio che dunque opererà in sintonia con le strategie di programma predisposte dagli Enti Locali.

Consapevole di questa complessità, il presente progetto, promosso dal Fidet Coop Lazio con il supporto del Consorzio Promozione e Sviluppo, intende contribuire a:

- promuovere interventi di sensibilizzazione culturale all'imprenditorialità giovanile,
- stimolando la crescita di nuova cultura imprenditoriale autonoma o associata nelle categorie svantaggiate (donne, lavoratori in mobilità e C.I.G.);
- stimolare il coordinamento attivo tra i vari soggetti (organi periferici dell'amministrazione centrale dello Stato, istituzioni pubbliche locali, realtà sociali, categorie professionali),
- sviluppando con la massima incisività ed efficacia le azioni che verranno intraprese, al fine di contribuire complessivamente alla crescita delle capacità organizzative, progettuali e imprenditoriali esistenti a livello locale;
- promuovere l'aggregazione tra i giovani, realizzando un accompagnamento orientato all'acquisizione di informazioni e di modelli culturali di tipo imprenditoriale e solidaristico e attuando servizi di supporto all'impresa;
- erogare servizi di assistenza tecnica alla progettazione di un business-plan;
- promuovere l'utilizzo di nuove tecnologie come requisito della strutturazione organizzativa dei processi produttivi e dell'erogazione di servizi.

Alla base del presente progetto vi è la convinzione che lo sviluppo effettivo dell'occupazione, e non la sua artificiosa e momentanea crescita, sia possibile soltanto allargando la base produttiva della nostra zona con la promozione di nuove imprese fatte sorgere in corrispondenza alle esigenze reali dei mercati locali.

Si vuole in tal modo contribuire a sconfiggere a livello culturale, la vecchia concezione del posto di lavoro fisso e garantito, magari pubblico, per sostituire ad esso una visione del lavoro che sia incentrata sul protagonismo creativo dei singoli.

L'iniziativa è nata da uno studio attento del contesto economico sociale in cui ogni giorno le aziende si misurano, si scontrano, affrontano le più svariate problematiche, tendendo sempre ad effettuare una politica strategica di conquiste di nuovi mercati, di nuove acquisizioni.

Naturalmente una simile politica si basa su una serie di fattori e di forze che devono combinarsi.

Tutto ciò non solo è necessario per acquisire spazio all'interno del mercato locale e nazionale, ma anche in quello internazionale, ben più difficile da conoscere e da conquistare; sempre più difficile quindi, razionalizzare la gestione aziendale e renderla più efficiente nella utilizzazione delle risorse, nella minimizzazione dei costi e nella massimizzazione dei profitti. Il progetto in questione riguarda un'attività di Presidio rivolto all'assistenza che il Fidet Coop Lazio ed il C.P.S. intendono offrire nei seguenti settori: promozione della forma imprenditoriale, formazione, valorizzazione delle imprese e dei beni da esse prodotti, ricerca di mercato, promozione sia in Italia che all'estero, assistenza progettuale, ristrutturazioni di rami di agende, assistenza legale: il tutto attraverso l'attività svolta da ricercatori e personale operante in Italia e all'estero.

L'idea è quella di offrire una serie di servizi che cerchino di promuovere la diffusione di imprese innovative formando ed assistendo gli operatori in questo settore.

IL PROGRAMMA DI LAVORO

LE ATTIVITÀ DEL PROGETTO SONO QUI DI SEGUITO SUDDIVISE IN FASI, ANCHE SE SPESSO QUESTE ULTIME SI SVOLGERANNO CONTEMPORANEAMENTE.

FASE I : Preparazione ed avvio dell'azione

OBIETTIVI

L'obiettivo di questa fase è adattare l'intervento alle specifiche esigenze locali, coinvolgere fin dall'avvio le forze pubbliche e private più attive sul territorio, mettere a punto la metodologia, la struttura ed i mezzi tecnici del presidio

ATTIVITÀ

Il punto di partenza per gli interventi operativi è offerto dalla presenza nel territorio di Rieti di due aree industriali determinate la prima dall'area industriale di Cittaducale-Vazia, la seconda dall'area di Borgorose-Pescorocchiano-Petrella Salto. Su quest'asse si intende attivare un Presidio nell'area di Vazia collegato ad uno periferico nell'area di Borgorose.

Sulla base di altre esperienze pregresse svolte dal CPS e dalle sue associate in aree marginali, risulta di un certo interesse, in un percorso di orientamento/ promozione/informazione/assistenza, la raccolta mirata di informazioni intorno ad alcuni fattori chiave: o individuazione, nell'ambito delle aree ob.2 di più puntuali tradizioni artigianali o industriali, di subculture caratteristiche;

o individuazione all'interno di queste aree limitate, di risorse tecniche potenzialmente disponibili per impieghi industriali o per servizi alle imprese;

o lettura integrata delle risorse (ambientali, culturali, tecniche...) esistenti ed utilizzabili in funzione di sviluppo locale; o conoscenza di precedenti iniziative imprenditoriali eventualmente concluse con successo/insuccesso e sommaria assunzione di indicazioni sui fattori di successo/insuccesso.

La compilazione di schede e questionari permetterà un'analisi successiva ben precisa e dettagliata del territorio e delle soluzioni in forma imprenditoriale proponibili.

Tali attività preliminari, oltre a consentire di calibrare meglio l'intervento e di mettere a punto la metodologia, consentiranno un primo approccio con le forze più attive e dinamiche, anche tra giovani e disoccupati che :

- abbiano forti legami con il territorio di nascita e/o appartenenza e siano motivati a restare in loco;
- siano ulteriormente motivati a creare in loco opportunità di lavoro e di reddito per sé e per gli altri;
- dimostrino di possedere abilità e competenza, anche embrionali, maturate in precedenti esperienze
- di lavoro dipendente, o professionale;
- posseggano i requisiti necessari (in termini di conoscenze, attitudine personale, utili ai fini dell'avvio di un'attività di impresa;

posseggano i requisiti necessari (in termini di conoscenze, attitudini e comportamenti) per l'assunzione del rischio d'impresa nei settori eventualmente identificati.

Contemporanea alla raccolta di dati ed informazioni, sarà l'attività di promozione e pubblicizzazione dell'iniziativa, fondamentale per la riuscita di una azione di animazione.

Tale promozione avverrà con tutti i mezzi tradizionali (media, mailing, riunioni, contatti con gli attori sociali ed i policy makers) ed assicurerà anche il lancio del concorso di idee ripreso poi nei punti successivi.

Allo stesso tempo saranno ulteriormente sensibilizzati al programma Enti pubblici che in alcuni casi già hanno aderito al progetto assicurando il loro sostegno (vedi allegato) e in numerosi altri casi sono già venuti in contatto con il Consorzio, mostrando un vivo interesse a iniziative di promozione della cultura d'impresa svolte dal CPS e dalle sue associate nell'attuazione di alcuni progetti.

Le attività preliminari comprenderanno anche il completamento dello staff e la predisposizione dei locali e delle attrezzature del presidio.

RISULTATI

Risultati della prima fase saranno:

- la visibilità sul territorio dell'iniziativa,
- l'adesione ai suoi obiettivi da parte di soggetti pubblici e privati,
- l'interesse suscitato presso i potenziali beneficiari,
- la funzionalità della struttura,
- la disponibilità di informazioni aggiornate sul contesto in cui operare.

INDICATORI

Alcuni dei possibili indicatori per la verifica del conseguimento degli obiettivi proposti sono il numero di passaggi sui media, gli attori pubblici e privati contattati e aderenti all'iniziativa, la mole delle informazioni raccolte, le domande di informazioni ricevute.....

DURATA

1 Mese dall'avvio delle attività

STAFF

Il Coordinatore e due esperti senior per l'attività di promozione.

2 esperti Junior per la raccolta dei dati e delle informazioni

Il personale di segreteria per la messa a punto della struttura.

COSTI

Non si è tenuto di specificare i costi di queste attività, del resto abbastanza limitati, facendoli rientrare tra quelli generali dell'azione.

FASE II) Il Presidio Territoriale d'area

OBIETTIVI

Gli Obiettivi da conseguire con la costituzione del presidio territoriale sono diversi:

- Costituire un punto di riferimento anche fisico (da ciò discende la localizzazione nel nucleo Industriale) per tutti coloro che siano interessati alla creazione d'impresa o all'ingresso/reingresso nel mondo del lavoro

- Fornire informazioni sia sulle attività realizzate dal progetto che su tutti gli argomenti connessi al mercato del lavoro ed alla creazione d'impresa.
- Orientare gli utenti, a seconda delle loro caratteristiche e bisogni, verso l'una o l'altra delle iniziative del Presidio.
- Individuare tra coloro che entreranno in contatto col presidio, le energie più attive e con maggiori potenzialità, metterle in contatto tra di loro e con Enti locali
- Costituire un'interfaccia con le altre strutture, pubbliche o non, che operano nel campo dell'occupazione (strutture di orientamento, di matching, di formazione..-)

ATTIVITÀ

I servizi che saranno espressi direttamente dal Centro Operativo del Presidio sono rivolti dunque a quelle persone che abbiano seriamente intenzione di intraprendere un'attività imprenditoriale ed inoltre possiedano un progetto originale che abbia in sé tutti i requisiti indispensabili per concretizzarsi in una iniziativa economicamente valida. Il servizio erogato potrà perfezionare l'idea iniziale definendola nel suo cammino fino a condurla alla creazione dell'impresa; potrà rafforzarla organizzativamente, precisarla nella scelta dei mercati, consolidarla nelle decisioni finanziarie e di investimento; il servizio non potrà invece surrogare le doti individuali né sostituirsi alle scelte e responsabilità dei singoli.

I servizi di assistenza alla progettazione erogati avranno il compito di trasformare le idee iniziali in imprese efficienti, produttive e durature. Nella fase d'avvio, ancora ampiamente orientata al completamento e al perfezionamento dell'idea di impresa verranno prestati i seguenti servizi:

A. SERVIZIO INFORMATIVO SULLE CARATTERISTICHE DEL MERCATO

E' destinato ad offrire indicazioni e strumenti utili ad acquisire, da parte dei neo imprenditori, informazioni attendibili sui potenziali clienti a cui sarà rivolta la nascente impresa, sulle esigenze di qualità e sulle caratteristiche quantitative di questo mercato, sulle performance dei servizi, sulla definizione dei prezzi.. Una particolare attenzione sarà prestata ai settori di vocazione del territorio ed ai nuovi bacini occupazionali., soprattutto quelli inseriti nelle strategie di sviluppo della provincia e nei patti territoriali, come la cultura/turismo e l'ambiente.

B. SERVIZIO DI VALORIZZAZIONE DELLE COMPETENZE

E' orientato ad individuare le competenze mancanti alla compagine imprenditoriale concementi le capacità tecnico-professionali che rappresentano la base indispensabile di qualsiasi attività produttiva o di servizio, per i quali esiste una domanda reale. Per questo scopo si utilizzeranno anche metodologie di autovalutazione con supporti informatici, mutate da esperienze come quella delle camere di commercio Lombarde (Punto nuova impresa) o delle Agenzie francesi (Bilan des competences).

Successivamente a questi iniziali interventi di accompagnamento saranno erogati i servizi volti a definire e a strutturare esattamente l'impresa.

Essi si possono così precisare:

1. Servizio di analisi del mercato

- stabilire le dimensioni dei mercati (locale, regionale, nazionale, internazionale) orientando la scelta più opportuna anche in relazione alla loro segmentazione e all'esistenza di prezzi differenziati rivolti a specificare fasce di consumatori;
- individuare le linee tendenziali della domanda verificandone il trend di espansione o di contrazione;

- stabilire le caratteristiche di concentrazione o di frammentazione dei mercati, commisurate alla dimensione delle aziende concorrenti.
- programmare le capacità di penetrazione di mercato di un nuovo prodotto o servizio in relazione al rapporto qualità - prezzo, alle condizioni di pagamento, alla rete di vendita che si intende realizzare e alla rete di agenti che si è in grado di acquisire;
- valutare la reperibilità e il costo del lavoro necessario all'azienda a tutti i livelli delle figure professionali e verificare l'utilità di dar vita a corsi di formazione professionale specifici qualora non esistenti nel territorio;
- quantificare i costi degli immobilizzi (impianti, attrezzature, fabbricati, terreni ecc..) ed effettuare il calcolo degli ammortamenti stabilendone la durata a seconda dell'usura e dell'obsolescenza tecnologica degli stessi;
- determinare i costi delle materie prime, dei semilavorati, dei consumi energetici, dei trasporti, delle manutenzioni, delle consulenze e degli altri costi fissi;
- individuare il costo del denaro da acquisire nel mercato dei capitali (banche, prestiti internazionali con variazione del tasso di cambio delle monete, ecc...) o attraverso contributi pubblici a tasso agevolato.

2. Servizio di determinazione dell'ambito aziendale

Si tratta di aiutare a stabilire con chiarezza il maggior numero possibile di elementi che sono insiti in una corretta ideazione. Essi attengono a:

- la definizione del settore di attività dell'impresa;
- la determinazione del tipo di prodotto o di servizio;
- la strutturazione produttiva o di servizio dell'impresa;
- la quantificazione dei livelli di professionalità esigiti per il tipo di impresa che si vuole realizzare, la determinazione del numero di dirigenti e dei lavoratori dipendenti, l'organizzazione del processo produttivo, la scelta delle tecnologie appropriate, l'analisi dei costi di produzione, la valutazione della forza delle aziende concorrenti, l'innovazione qualitativa nei prodotti e nei servizi;
- l'individuazione dei mercati di vendita dei prodotti e dei servizi, delle opportunità e limitazioni che sono indotte dalla concorrenza, la conoscenza della struttura della domanda e dell'offerta dei medesimi prodotti o servizi, la valutazione dei fattori di successo e l'attivazione di strategie promozionali;
- l'acquisizione di tutti i benefici derivanti dalla disponibilità di risorse locali, dal rapido accesso al mercato di prodotti semilavorati o a scarti di lavorazione utili al processo produttivo;
- l'individuazione della disponibilità economico-finanziaria da investire nell'azienda.

Naturalmente allo sportello sarà possibile dare solo una prima consulenza, mentre gli approfondimenti saranno delegati al servizio di assistenza di cui alla successiva Fase V.

Vanno infine considerate come attività del presidio il coordinamento di tutti i servizi offerti dal progetto, la pubblicizzazione dell'azione e la diffusione dei risultati, nonché la segreteria di supporto a tutti i servizi e l'amministrazione.

Infine si può considerare responsabilità del presidio il monitoraggio e la valutazione delle attività, che per la sua importanza verrà più diffusamente trattata infra.

RISULTATI

Anche se nelle linee direttive del bando i risultati di queste attività non sono indicate, è possibile

prevederli:

- verranno fornite informazioni ed una prima consulenza ad almeno 1000 soggetti interessati ai servizi offerti ed all'ingresso/reingresso sul mercato del lavoro o alla creazione d'impresa.
- verrà coperto il territorio a livello informativo, promozionale delle attività del presidio e dei suoi risultati.
- Verranno individuati per mezzo delle attività di sportello e di orientamento almeno il 50 dei destinatari delle altre fasi (servizi) del progetto.

INDICATORI

Gli indicatori quantitativi per questa fase sono il numero di beneficiari assistiti all'omportello, la percentuale di questi che partecipa alle altre attività, la quantità di informazioni disponibili nelle banche dati utilizzate....

Gli indicatori qualitativi dovranno misurare invece il grado di soddisfazione degli utenti ed il livello qualitativo del servizio prestato.

DURATA

Le attività del presidio dureranno un anno circa (meno il mese di preparazione)

STAFF

Le figure presenti nella gestione del Presidio sono state individuate accuratamente dal Fidet Coop Lazio e dal CPS (vedi allegati).

Il presidio potrà contare su un coordinatore, esperto del mercato del lavoro e dell'assistenza alle PMI, su un junior a full-time con le mansioni di sportello/animazione/informazione, su una unità di segreteria a full time e su un amministrativo/contabile a part-time.

FASE III) Orientamento per ingresso e reingresso nel mercato del lavoro

Obiettivo della Fase III è favorire l'accesso (o il reingresso) sul mercato del lavoro, per due particolari categorie di beneficiari, e cioè giovani studenti o allievi di corsi di formazione e disoccupati di lunga durata.

ATTIVITÀ

Il sostegno ai beneficiari verrà assicurato attraverso la partecipazione a seminari di orientamento ed Informazione Per quanto concerne la categoria dei giovani da guidare per un loro ingresso nel mercato del lavoro, gli indirizzi e gli obiettivi che saranno espressi dai seminari sono orientati alla conoscenza e all'approfondimento da parte dei giovani di materie ed opportunità legate alle disposizioni e leggi regionali, nazionali, comunitarie.

Dunque, attraverso questi seminari, più specificatamente si far conoscere le possibilità di un ingresso nel mondo del lavoro offerte da :

- L.R. 29/96 (Creazione e Sviluppo di Piccole e Medie Imprese)
- Disposizioni espresse dal Docup Ob.2 97/99 Regione Lazio
- Contratti Formazione Lavoro, di lavoro temporaneo e apprendistato, tirocini, stages, borse lavoro, lavoro interinale (Pacchetto Treu)
- Le nuove figure nel settore ambientale e turistico con relativo tirocinio formativo.

Le possibilità offerte dalla libera circolazione tra i Paesi della comunità; per quest'ultimo punto, di estrema attualità ma insufficientemente conosciuto, si attiverà una collaborazione con la rete

comunitaria EURES e con gli Euroconsiglieri operanti nel Lazio , cosicché il servizio potrà fornire non solo notizie generali sui diritti dei cittadini comunitari e sui mercati del lavoro dei paesi membri, ma anche sulle professionalità richieste, sulle competenze da acquisire (le lingue preime fra tutte) e sulle concrete offerte di lavoro già presenti sulla rete Eures.

Il C.P.S. ed il Fidet Coop Lazio intendono altresì promuovere attraverso questa fase di seminari, le opportunità legate alla formula cooperativa quale espressione di lavoro collettivo da applicare ad iniziative imprenditoriali.

Particolare attenzione sarà rivolta alle possibilità legate alla Imprenditorialità Giovanile.

Infatti, vista l'esperienza acquisita nel settore dagli operatori del C.P.S., si analizzeranno in sede di seminari, gli interventi a sostegno dei giovani previsti dall'art. 1 bis della Legge 236/93, che prevede lo sviluppo di progetti di impresa nel settore dei servizi (turistico-culturale, ambientale, innovazione tecnologica) che, con la legge 266/97 (Legge Bersani), è stata estesa ai comuni del Centro Nord rientranti negli obiettivi 2 e 5b e quindi alle aree servite dal Presidio..

Per la categoria dei disoccupati di lunga durata, il ciclo dei seminari riguarderà principalmente le disposizioni nel Docup Ob.2 97/99 della Regione Lazio, la L.R.29/96 e quanto predisposto dai contratti di fornitura temporanea di lavoro.

L'attività dovrà indirizzare il D.L.D. a :

- individuare e valutare le proprie professionalità ed attitudini
- creare un'idea di lavoro concreta in relazione alle proprie capacità
- valutare le proprie capacità di analisi e di risposta di fronte un problema.

I risultati prefissi, quindi, sono :

- far capire esattamente alla persona non solo le sue attitudini professionali ma anche e soprattutto i limiti ;
- gli interessi e le aspettative in relazione alla tipologia di lavoro ;
- la conoscenza della propria persona in funzione del ruolo professionale ;
- la capacità di autoanalisi in relazione alle esperienze pregresse ;
- la capacità di analizzare e risolvere situazioni e problemi di lavoro ;
- analizzare le strategie di lavoro e di azione passate creando così un quadro esatto su cui discutere e valutare le proprie esperienze professionali.

Soprattutto per questa seconda categoria di utenti verranno utilizzate le metodologie sperimentate soprattutto in Gran Bretagna (Job centre) ed in Francia (Centre pour la recherche d'empie) particolarmente adatte sia a rimotivare i disoccupati nella loro ricerca, facendo loro socializzare questa difficile fase della loro vita, sia a fornire loro nuovi strumenti per aumentare le probabilità di reingresso sul Mercato del Lavoro (+ 50 rispetto ai "normali" disoccupati)

Verranno realizzati 40 seminari di 4/5 giorni ciascuno in 2 cicli di 20 (10 per giovani e 10 per disoccupati)

RISULTATI

Il principale risultato che si intende conseguire attraverso i seminari è l'aumento delle probabilità di inserimento lavorativo e la conseguente riduzione del tempo di ricerca di lavoro

I destinatari previsti sono 540 (300 giovani e 240 disoccupati di lunga durata)

INDICATORI

Indicatori quantitativi saranno il numero dei partecipanti ai seminari (e delle ore di lezione)

Indicatori qualitativi saranno il gradimento e l'interesse degli utenti e l'accrescimento delle loro competenze (valutato attraverso schede e questionari a loro vita inseriti nella banca dati presente all'interno del Presidio Territoriale).

Si predisporrà anche un sistema di rilevazione dell'occupazione dei beneficiari a seguito dei seminari, in modo da confrontarne le possibilità di successo (tempo medio di ricerca) rispetto ad altri gruppi equivalenti.

TEMPI

Si prevede di effettuare i due cicli di 20 seminari in un periodo di tre mesi ciascuno; per far ciò sarà necessario effettuare due seminari in contemporanea, ma ciò consentirà anche economie di scala.

STAFF

Per le attività della fase III saranno utilizzati 3 senior dell'equipe stabile (in veste di docenti) nonché alcuni senior su materie specifiche, spesso utilizzando testimonial che portino la loro concreta esperienza (dirigenti d'azienda, operatori delle strutture di matching, di orientamento, degli osservatori).

Verranno anche utilizzati 2 junior con funzioni di tutor.

FASE IV) Attività di Promozione e Cultura d'Impresa

OBIETTIVI

L'obiettivo di questa fase è diffondere una cultura imprenditoriale che consenta di offrire ai giovani nuove alternative alla tradizionale attesa di un posto dipendente (meglio se pubblico) promuovendo le PMI, l'autoimpiego, le forme cooperative (anche sociali)

ATTIVITÀ

Per il raggiungimento di questo obiettivo verranno realizzate due azioni:

La prima nelle scuole che coinvolgerà 10 tra Istituti Superiori ed, enti formativi offrendo loro:

- Una guida, realizzata dal BIC Lazio per la creazione d'impresa
- una formazione orientata ai docenti che dovranno utilizzare e promuovere tale guida
- una serie di incontri con gli allievi per interessarli al progetto e alla creazione d'impresa

Attraverso gli incontri negli istituti scolastici, si approfondiranno i percorsi del fare impresa, analizzando :

- il mercato locale e le opportunità verso cui orientare le scelte
- le nuove tecnologie e la ricerca
- gli strumenti legislativi a sostegno dei neo imprenditori
- le modalità di redazione di un progetto

Tra gli studenti verrà lanciato poi un concorso di idee per selezionarne 12 da ammettere alla frequenza di un seminario tecnico di 80 ore per l'elaborazione di business plan.

La seconda azione sarà indirizzata a giovani universitaria ed anch'essa, attraverso 2 incontri e seminari sulla cultura d'impresa selezionerà 24 giovani che parteciperanno a 2 seminari analoghi a quello su descritto per la elaborazione di un business plan.

I 2 seminari saranno articolati in sessioni teoriche e in attività pratiche, in cui i giovani, con il sostegno degli esperti del servizio, apprenderanno elementi e tecniche di pianificazione aziendale.

Verranno stimulate nei giovani le due azioni principali :

- raccolta di informazioni
- elaborazione del documento.

Sarà importante dunque sensibilizzare le capacità analitiche e di programmazione di ognuno dei partecipanti affinché l'impresa ipotizzata non venga solo creata ma sia capace di vivere nel tempo. In particolar modo sarà data attenzione nel corso dei seminari agli aspetti legati al :

- mercato
- marketing
- processo produttivo
- organizzazione dell'azienda
- organizzazione dei dati economici e finanziari

Preliminare a queste attività sarà un'azione promozionale presso le scuole, gli enti di formazione e l'università, per creare un ambiente recettivo e ottenere la cooperazione e la diffusione dei risultati.

RISULTATI

I risultati saranno di due tipi:

Uno a vasto raggio, "culturale" di sensibilizzazione di docenti e giovani ai temi dell'inserimento lavorativo, dell'impresa, che non possono restare separati dalla "cultura" scolastica tradizionalmente intesa:

il secondo più ristretto, l'elaborazione di 24 business plan e la contemporanea acquisizione di competenze progettuali in altrettanti giovani.

INDICATORI

A) Scuole e/o enti coinvolti (10)

B) Giovani coinvolti (150 nelle scuole superiori e negli enti di FP + 100 studenti universitari)

C) Business plan(36)

FASEV) Informazione e Assistenza

OBIETTIVI

L'obiettivo di questa azione è quello di sostenere la nascita di nuove imprese mediante un supporto nella fase di analisi di prefattibilità e di sostegno accompagnamento nello start up.

ATTIVITÀ

L'azione di informazione e assistenza che verrà svolta dal CPS attraverso i suoi professionisti, prevede l'attivazione di un insieme di servizi

Sulla base del programma articolato nel bando, sono previste le seguenti azioni :

- a) analisi di prefattibilità che prevedono 24 ore a progetto circa, svolta tenendo conto delle indicazioni presenti nella Mappa delle opportunità fornita dal Bic Lazio
- b) percorsi formativi personalizzati, studiati in base al settore economico prescelto, alle caratteristiche delle attività e dell'impresa che si intende avviare ed infine su quelle del soggetto/soggetti coinvolti.
- e) supporto consulenziale continuativo volto all'individuazione di fonti contributive e di finanziamento a partire da quelle regionali (Legge 29 e altre)

d) assistenza in fase di start-up e elaborazione di 20 piani di fattibilità.

Sia nell'iter completo con relazione finale del piano di fattibilità, sia nell'iter ridotto, è di fondamentale importanza il coinvolgimento dell'interessato al fine di sviscerare tutti gli aspetti e le caratteristiche della nuova impresa con i relativi stati di avanzamento dei lavori e gli eventuali motivi di interruzione.

Dunque anche nella fase di informazione ed assistenza, la formula del business plan sarà particolarmente curata dai professionisti del C.P.S. con maggiore attenzione alle azioni di mercato e di marketing. Un valore aggiunto al programma di informazione ed assistenza sarà certamente espressa dal C.P.S. nella fase dello start-up ; attraverso le esperienze ed i contatti maturati nell'ambito dell'internazionalizzazione delle imprese (v. curriculum).

RISULTATI

Si prevede la realizzazione di 14 seminari monotematici, 40 esami di prefattibilità, elaborazione di 30 business plan e di altri dieci Avvio di nuove imprese. Almeno sei.

INDICATORI

A) Studi di Fattibilità 20

B) Giovani coinvolti (45 per percorsi personalizzati; 76 per docenza e assistenza tecnica)

C) Assistenza allo start up(6)

10) STRUMENTI E ORGANIZZAZIONE DEL PRESIDIO

- PROMOZIONE

Alla base dell'attività di Presidio e del suo successo, va posizionata una forte e meticolosa pubblicizzazione nel territorio interessato dell'iniziativa che si va a intraprendere.

Questa fase risulta comunque più facile se si pensa al radicamento del Fidet Coop Lazio e del C.P.S. nella Provincia di Rieti, alla disposizione logistica dei promotori del programma e delle loro pregresse esperienze nella promozione di cultura di impresa.

Come già ampiamente sperimentato non sarà solo attraverso i mass media più comuni che comunque andrà applicata l'azione di promozione e pubblicità bensì anche e soprattutto attraverso il contatto diretto con gli utenti secondo le fasi applicative del progetto previsto.

In accordo con il BIC Lazio verrà dunque realizzato materiale divulgativo e promozionale che in maniera semplice ed efficace possa trasmettere all'interessato le informazioni necessario individuate dalle strategie di lavoro e di programma.

- BANCA DATI

Nell'attività interna al Presidio verrà creata una banca dati ove verranno inserite le informazioni relative gli utenti coinvolti nel programma.

Questa unità centrale, riceverà a sua volta i dati comunicati dall'unità della sede di Pescorocchiano collegata alla stessa in rete.

- VALUTAZIONE E MONITORAGGIO

Si tratta di due attività fondamentali nel quadro del progetto di attivazione del Presidio Territoriale ai fini di tenere sotto controllo l'implementazione dell'insieme delle attività. Una adeguata attività

di valutazione servirà a verificare costantemente il raggiungimento degli obiettivi in rapporto alle risorse impegnate . Per questo si sono identificati in fase di progettazione, per ogni azione, i risultati attesi e gli indicatori da tenere sotto controllo, in modo da facilitare il lavoro di valutazione.

Nel Presidio Territoriale è inoltre, impegnato un esperto con competenze specifiche in materia (Dottor Campagna), al quale sarà affidato il compito di seguire il monitoraggio del progetto e tenere

costantemente informato il coordinamento. Quest'ultimo, a sua volta, compirà verifiche mensili sull'andamento delle attività di concerto con il coordinamento del Bic Lazio Infine, per ciò che riguarda i seminari, le attività di orientamento, di informazione e assistenza, si opererà con l'ausilio di uno strumento come il questionario. La somministrazione in entrata , al fine di cogliere le aspettative verso la struttura, e quella in uscita per verificare il gradimento del servizio, i mutamenti introdotti e raccogliere pareri e indicazioni serviranno ad orientare al meglio il lavoro del **Presidio**.

- TECNOLOGIE INNOVATIVE

Nell'ambito del progetto di Presidio che sarà realizzato dal CPS un fattore chiave è stato individuato dunque nell'utilizzo della telematica.

Per sviluppare l'accesso a servizi multipli interattivi e costruire uno spazio comune dell'informazione, si garantirà una gestione coerente dei progetti d'impresa, si creeranno interconnessioni tra le varie reti rendendo interoperabili i vari servizi, si offriranno una serie di informazioni in tempi brevi.

Un approccio di questo tipo è indispensabile per promuovere la creazione di nuovi mercati. Operare in rete, infatti, oggi significa conoscere nuove opportunità : è per questa ragione che Internet rappresenta nell'ambito del progetto un elemento cardine intorno a cui ruoteranno una serie di azioni volte alla formazione della cultura di impresa ; a tale scopo, è stato previsto l'utilizzo di immagini elettroniche (servizi video interattivi), l'accesso elettronico alle informazioni (amministrative, scientifiche e quant'altro), la posta elettronica (è infatti necessario sviluppare i diversi servizi commerciali di trasmissione elettronica dei documenti: lo sviluppo di questo servizio è particolarmente importante per migliorare la competitività delle PMI).