



CITTA' DI TORINO

*DIVISIONE LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE E SVILUPPO ECONOMICO
SETTORE POLITICHE PER L'OCCUPAZIONE E PER LA FORMAZIONE PROFESSIONALE*

ALLEGATO 2

***PROCEDURA RISTRETTA PER L'AFFIDAMENTO DI SERVIZI PER
L'ORIENTAMENTO NELL'AMBITO DEL PIANO PROVINCIALE***

***PLURIENNALE DI ORIENTAMENTO
OBBLIGO D'ISTRUZIONE E OCCUPABILITÀ***

C.I.G. 35189590D5 - CUP C16F11000130003

***PROCEDURA RISTRETTA
(aggiudicazione all'offerta economicamente più vantaggiosa)***

LOTTO UNICO

SPECIFICHE TECNICHE

***PERIODO
1 APRILE 2012 - 31 AGOSTO 2013***

SOMMARIO

1. CARATTERISTICHE ED OBIETTIVI DEI SERVIZI	2
2. DESTINATARI	3
3. ARTICOLAZIONI E SEDI TERRITORIALI - MODALITÀ DI UTILIZZO	3
Articolazione territoriale	3
Area Nord - Ovest- S. Donato: la <i>CARTIERA</i> di V. Fossano, 8	4
Area Sud Est - Mirafiori Nord: il <i>CENTRO LAVORO TORINO</i> di V. Carlo Del Prete, 79	5
4. PROCESSI DI ESECUZIONE DEI SERVIZI	6
a) Servizi di orientamento individuale	6
b) Servizi di orientamento di gruppo	6
c) Servizi di orientamento alla professionalità	6
d) Valori attesi	7
5. CATALOGO DELL'OFFERTA – PIANO DELLA COMUNICAZIONE – AUTORIZZAZIONE	8
Il Catalogo dell'offerta	8
Il Piano di Comunicazione	8
6. RISORSE UMANE	9
7. AZIONI DI SISTEMA- GOVERNANCE – COLLABORAZIONE E COORDINAMENTO	10
8. MECCANISMI OPERATIVI - SISTEMA INFORMATIVO	10

1. CARATTERISTICHE ED OBIETTIVI DEI SERVIZI

Nell'ambito dell'Accordo di Programma ed in base al Piano Provinciale Pluriennale per le azioni di orientamento finalizzati a prevenire e contrastare la dispersione scolastica e formativa e favorire l'occupabilità, la Civica Amministrazione intende potenziare le politiche di orientamento a favore degli adolescenti e dei giovani di età compresa tra 16 e 22 anni; a tale fine nel presente Allegato si descrivono: strumenti, servizi ed azioni e relative modalità di attuazione, tempi di realizzazione, risorse impiegate, sistema di *governance*, meccanismi operativi, Piano della Comunicazione. I servizi oggetto dell'affidamento dovranno proporsi quale modello di intervento che, su basi organizzative e programmatiche innovative ed avvalendosi di un consolidato sistema di reti territoriali ed istituzionali, sia in grado di massimizzare le risorse impiegate. L'aggiudicatario dovrà pertanto realizzare i servizi avvalendosi delle più ampie reti per potenziare le politiche di orientamento e conseguire i seguenti obiettivi:

- fornire una diffusa informazione sull'offerta scolastica-formativa di prossimità e la possibilità di un supporto orientativo;
- orientare per supportare il rientro nel sistema dell'istruzione o della formazione mediante strumenti diversificati, quali l'offerta di iniziative attrattive e stimolanti e la relativa pubblicizzazione, informazione, ascolto, consulenza, conoscenza diretta del mercato del lavoro, promozione dell'*empowerment* e della rimotivazione finalizzati al rientro nei suddetti sistemi, coinvolgimento delle famiglie, riconoscimento ed integrazione di reti formali ed informali, attori territoriali, istituzioni coinvolte, sistema delle imprese e delle rappresentanze, servizi per il lavoro, associazionismo; utilizzo virtuoso delle iniziative presenti nelle due aree territoriali in cui saranno ubicate le sedi dei servizi, quali leve a valore aggiunto;
- sostenere ed orientare gli adolescenti e i giovani anche attraverso esperienze di conoscenza diretta del mercato del lavoro nella *transizione* dal sistema scolastico/formativo all'ingresso nel mercato del lavoro;
- orientare verso un progetto professionale scelto e consapevole e coerente con la domanda di lavoro che proviene dal mercato del lavoro.

In entrambe le aree territoriali in cui opererà, l'aggiudicatario dovrà conferire visibilità ai servizi oggetto dell'affidamento per consentirne l'accesso alla più ampia platea di destinatari, senza formalismi o selezioni di natura categoriale, faticosi ed inefficaci *percorsi a imbuto* né attività a carattere intensivo che per loro natura sarebbero rivolte ad uno scarso numero di destinatari. I servizi e le azioni dovranno quindi essere ad ampio spettro, più estese che intense e rivolte prevalentemente ai gruppi di destinatari, garantendo tuttavia anche un'offerta orientativa individuale di qualità. Per conferire valore aggiunto alle azioni di accompagnamento ed orientamento, integrare i diversi elementi e ruoli coinvolti, stimolare l'interesse dei destinatari, valorizzare gli apporti di società civile, istituzioni, saperi esperti nei differenti ambiti connessi all'accompagnamento ed all'orientamento, l'aggiudicatario dovrà redigere un articolato Catalogo che conterrà l'offerta unitaria di entrambe le aree territoriali, nonché un dettagliato Piano della Comunicazione. L'aggiudicatario dovrà raccordarsi costantemente con la Civica Amministrazione, nonché collaborare con gli attori coinvolti, le reti e le istituzioni territoriali per individuare, intercettare ed inserire nelle azioni appropriate e con tempestività, i destinatari che non accederebbero spontaneamente alle iniziative offerte. L'aggiudicatario dovrà pertanto adottare modelli gestionali ed organizzativi che considerino le variabili descritte; egli dovrà pertanto organizzare e gestire i servizi in modo flessibile ed innovativo; in tale ambito, previo accordo con la Civica Amministrazione, egli dovrà riprogrammare e riorientare i servizi qualora tale programmazione e riorientamento fossero necessari per conseguire gli obiettivi descritti in premessa ed all'art. 1 del Capitolato, nonché al presente Allegato.

2. DESTINATARI

Destinatari dei servizi di cui all'art. 1 del Capitolato ed ai parr. 1 e 4 del presente Allegato saranno adolescenti e giovani, in gruppi o singoli, di età compresa tra 16 e 22 anni che si trovano in almeno una delle seguenti condizioni:

- a) hanno interrotto la frequenza nei sistemi dell'istruzione, della formazione professionale o dell'apprendistato, e che non hanno pertanto conseguito alcun titolo di studio o qualifica, o sono senza licenza media e senza proscioglimento dall'obbligo
- b) pur frequentanti le scuole secondarie di secondo grado o percorsi formativi, sono a rischio di abbandono o di insuccesso tali da pregiudicarne lo sviluppo equilibrato, il futuro ingresso nel mercato del lavoro e di esporli al rischio della disoccupazione strutturale;
- c) hanno terminato la frequenza nei sistemi dell'istruzione e della formazione non sono in ricerca attiva del lavoro ma necessitano di informazioni e orientamento o per conseguire titoli successivi o per esperienze lavorative a contenuto formativo;
- d) le famiglie dei suddetti destinatari, quali destinatari intermedi che condizionano e indirizzano i comportamenti dei giovani e degli adolescenti

3. ARTICOLAZIONI E SEDI TERRITORIALI - MODALITÀ DI UTILIZZO

Articolazione territoriale

I servizi e le azioni di cui al successivo par. 4 avranno valenza cittadina; l'aggiudicatario dovrà realizzarli nelle seguenti aree, in locali che la Città gli metterà a disposizione gratuitamente e che egli dovrà denominare *Punti orientamento – Sistema Provinciale Orientarsi*: a) Area Nord- Ovest: *S. Donato*; b) Area Sud Est: *Mirafiori Nord*. Per la realizzazione di un sistema pubblico di orientamento condiviso, è indispensabile disporre di consolidate reti territoriali: in loro assenza non è infatti possibile intercettare, conoscere e supportare i destinatari, né sistematizzare le azioni di orientamento. In tale prospettiva entrambe le aree territoriali offrono condizioni favorevoli alla realizzazione dei servizi di cui al successivo par. 4, per i seguenti motivi:

- a) l'area *Mirafiori Nord* è stata recentemente oggetto di complesse azioni di riqualificazione integrata che hanno contribuito alla costruzione di una efficace progettualità sociale verticale; l'area *S. Donato* è attualmente oggetto di analoghi interventi di riqualificazione. In entrambe le aree la Città è presente con gli interventi, attori e modalità descritti al successivo par. 7;
- b) entrambe le aree sono connotate da problematiche connesse alla dispersione ed all'inattività giovanile.

Area Nord - Ovest- S. Donato: la CARTIERA di V. Fossano, 8

La *Cartiera di San Cesario* di V. Fossano 8, sita nella Circoscrizione IV, è un'ex fabbrica ristrutturata e riqualificata dalla Città; dall'anno 2009 essa è sede del *Centro del Protagonismo Giovanile CARTIERA* (www.cartiera.org), uno spazio polivalente a disposizione del territorio. Il *Centro* è gestito in partenariato dalla Circoscrizione IV e da un gestore privato costituitosi in Raggruppamento Temporaneo di Scopo (Raggruppamento) che gestisce parte dei locali del plesso.

La Civica Amministrazione collocherà il *Punto Orientamento* dell'area Nord –Ovest presso il *Centro*, poichè quest'ultimo dispone di un'ampia e diversificata rete di relazioni con le realtà che operano nella suddetta Circoscrizione, delle quali l'aggiudicatario potrà avvalersi per attrarre ed agevolare sia la fruizione della propria offerta da parte dei giovani destinatari e delle loro famiglie, sia i necessari apporti per la costruzione di tale offerta. All'interno del *Centro* la Circoscrizione IV metterà a disposizione dell'aggiudicatario ed a titolo gratuito un locale con una superficie di circa mq. 49,00 ed allestito con tavoli e sedie, situato al primo piano ed evidenziato in colore arancio nella planimetria *Allegato 5 – Primo piano via Fossano 8*, che costituisce parte integrante e sostanziale del Capitolato speciale.

Orari di apertura e modalità di utilizzo dei locali della CARTIERA

L'aggiudicatario dovrà garantire l'apertura del *Punto Orientamento* per almeno quarantuno (41) settimane all'anno ed almeno trentasei (36) ore settimanali ed in giorni distribuiti in modo tale da consentire la massima possibilità di accesso dei destinatari. Nell'ambito di tale orario l'aggiudicatario dovrà aprire al pubblico uno sportello in funzione di *front office* per almeno quindici (15) ore settimanali, nel quale l'aggiudicatario dovrà svolgere le funzioni di accoglienza come descritte nel par. 4.

1) Per lo svolgimento delle azioni relative ai *colloqui orientativi e counselling approfondito*, consulenze individuali o a piccoli gruppi, nonché di ogni attività da svolgersi previo appuntamento, l'aggiudicatario potrà fruire del citato locale di 49 mq in via esclusiva per complessive trentasei (36) ore settimanali, indicativamente nei seguenti giorni ed orari: lunedì: dalle ore 9.30 alle ore 12.30 e dalle ore 14.00 alle 17.00; martedì: dalle 14.00 alle 20; mercoledì: dalle ore 9.30 alle ore 12.30 e dalle ore 14.00 alle 17.00; giovedì: dalle ore 14.00 alle ore 17.00; venerdì: dalle ore 14.00 alle ore 20.00; sabato: dalle ore 14.00 alle 20.00;

2) Per lo svolgimento delle funzioni di *accoglienza - contatto* descritte nel par. 4, per almeno quindici (15) ore settimanali l'aggiudicatario potrà avvalersi di personale proprio ed utilizzare gratuitamente, in modo condiviso con il Raggruppamento, il locale sito al piano terreno, attualmente attrezzato ed adibito alla funzione di accoglienza e *front office* dei cittadini che si rivolgono al *Centro* (cfr. la planimetria *Allegato 5 – Piano terra*, che costituisce parte integrante del Capitolato speciale), indicativamente nei seguenti giorni ed orari: lunedì, mercoledì e giovedì dalle ore 9.30 alle ore 12.30; venerdì dalle ore 17.00 alle ore 20.00; sabato dalle ore 9.30 alle ore 12.30;

3) Per lo svolgimento degli incontri e delle attività di carattere seminariale descritti nel par. 4 che prevedano un'ampia platea di destinatari, l'aggiudicatario potrà avvalersi in forma gratuita della sala *Punto Prestito e Lettura* sita al piano terreno dell'immobile, indicativamente per venti (20) giorni all'anno. L'aggiudicatario dovrà programmare gli incontri previo preavviso ed in accordo con il Raggruppamento.

Regolazione dei rapporti con il Raggruppamento Temporaneo di scopo che opera nella CARTIERA

Entro quindici (15) giorni dalla data dell'avvenuta aggiudicazione e previo accordo con la Civica Amministrazione, l'aggiudicatario ed il Raggruppamento dovranno stipulare in forma scritta un apposito accordo inerente alle modalità di condivisione dell'immobile e dei locali, per consentire l'esercizio delle rispettive attività e sulla base delle indicazioni di cui ai suddetti punti 1), 2) e 3).

La Civica Amministrazione si riserva la facoltà di destinare sedi diverse da quella sopra descritta ai servizi di cui al par. 4.

Area Sud Est - Mirafiori Nord: il CENTRO LAVORO TORINO di V. Carlo Del Prete, 79

Il Centro Lavoro Torino (CLT) di V. Carlo Del Prete 79, sito nella Circoscrizione II in un edificio di proprietà della Civica Amministrazione, è un servizio offerto dalla Città ai cittadini che cercano lavoro, un luogo che accoglie la domanda di chi deve affrontare un cambiamento professionale, uno spazio per rispondere ad esigenze informative, formative, orientative e consulenziali (www.comune.torino.it/centrolavorotorino); esso è gestito da un Raggruppamento Temporaneo di Imprese (Raggruppamento) a seguito di aggiudicazione effettuata ai sensi del D. Lgs. n. 163/06. La Civica Amministrazione vi collocherà il *Punto Orientamento* dell'area Sud – Est, poiché il CLT offre strumenti diversificati connessi alla ricerca del lavoro, quali *counselling* individuale, percorsi consulenziali, servizi per l'autoimpiego e le microimprese, seminari ed incontri periodici anche con esperti del mondo del lavoro e testimoni privilegiati sulle tematiche connesse.

Anche il CLT dispone pertanto di un'ampia e diversificata rete di relazioni delle quali l'aggiudicatario potrà avvalersi in particolare per reperire i necessari apporti funzionali alla costruzione della propria offerta. All'interno del CLT, a titolo gratuito la Civica Amministrazione metterà a disposizione due locali, allestiti con tavoli e sedie, che l'aggiudicatario potrà utilizzare in via esclusiva; tali locali sono evidenziati rispettivamente con le lettere "A" e "C" di cui alla planimetria *Allegato 6 CLT Via carlo del prete 79*, che costituisce parte integrante e sostanziale del Capitolato speciale.

Orari di apertura e modalità di utilizzo dei locali del CENTRO LAVORO TORINO

L'aggiudicatario dovrà garantire l'apertura del *Punto Orientamento* per almeno quarantuno (41) settimane all'anno ed almeno trentasei (36) ore settimanali ed in giorni distribuiti in modo tale da consentire la massima possibilità di accesso dei destinatari. Nell'ambito di tale orario l'aggiudicatario dovrà aprire al pubblico uno sportello in funzione di *front office* per almeno quindici (15) ore settimanali, nel quale l'aggiudicatario dovrà svolgere le funzioni di accoglienza come descritte nel par. 4.

1) Per lo svolgimento delle azioni relative ai *colloqui orientativi*, *counselling approfondito*, consulenze individuali o a piccoli gruppi, nonché di ogni attività di cui al seguente paragrafo da svolgersi previo appuntamento, l'aggiudicatario potrà fruire del locale indicato con la lettera "C" di cui alla planimetria *Allegato 6*, messogli a disposizione in via esclusiva e senza alcun vincolo di orario né di giorni; l'aggiudicatario dovrà concordare con la Civica Amministrazione la distribuzione oraria e dei giorni dedicati a tali attività;

2) Per lo svolgimento delle funzioni di accoglienza- contatto descritte nel par. 4, per almeno quindici (15) ore settimanali in giorni ed in orari da definire previo accordo con la Civica Amministrazione, l'aggiudicatario potrà fruire gratuitamente del locale indicato con la lettera "A" di cui alla planimetria *Allegato 6*, messogli a disposizione in via esclusiva e senza vincoli di orario; l'aggiudicatario dovrà concordare con la Civica Amministrazione la distribuzione oraria e dei giorni dedicati alla funzione di accoglienza-contatto;

3) Per lo svolgimento degli incontri e delle attività di carattere seminariale descritti nel par. 4 che prevedano un'ampia platea di destinatari, l'aggiudicatario potrà avvalersi in forma gratuita dei locali dell'immobile indicati con la lettera "B" alla planimetria *Allegato 6*, per circa venti (20) giorni all'anno. L'aggiudicatario dovrà programmare gli incontri previo preavviso ed in accordo con il Raggruppamento.

Regolazione dei rapporti con il Raggruppamento Temporaneo di scopo che opera nel CENTRO LAVORO TORINO

Entro quindici (15) giorni dalla data dell'avvenuta aggiudicazione e previo accordo con la Civica Amministrazione, l'aggiudicatario ed il Raggruppamento dovranno stipulare in forma scritta un apposito accordo inerente alle modalità condivisione dell'immobile e dei locali, per consentire l'esercizio delle rispettive attività e sulla base delle indicazioni di cui ai suddetti punti 1), 2) e 3).

La Civica Amministrazione si riserva la facoltà di destinare sedi diverse da quella sopra descritta ai servizi di cui al par. 4.

4. PROCESSI DI ESECUZIONE DEI SERVIZI

Durante gli orari di apertura di ciascun *Punto Orientamento*, in giorni ed orari distribuiti in funzione del massimo accesso dei destinatari e con le modalità descritte al paragrafo precedente, l'aggiudicatario dovrà realizzare:

a) Servizi di orientamento individuale

- *accoglienza, contatto*. Nello sportello aperto in funzione di *front office* che dovrà essere aperto al pubblico per almeno quindici (15) ore settimanali, l'aggiudicatario dovrà accogliere i destinatari ed informarli sulle opportunità del sistema scolastico, formativo ed orientativo, nonché fissare gli ulteriori appuntamenti orientativi. Previo appuntamento, l'aggiudicatario dovrà accogliere e ricevere i giovani e/o le famiglie inviati al *Punto Orientamento* da soggetti quali ad esempio le scuole, il Centro per l'Impiego, le agenzie formative, ecc....;
- *colloqui orientativi, counselling approfonditi*. I *colloqui orientativi* dovranno mirare all'individuazione di percorsi scolastici o formativi o professionali verso i quali il destinatario si senta portato, rendere consapevoli i destinatari delle competenze necessarie per i profili professionali desiderati e dei vincoli/opportunità presenti nel mercato del lavoro, mentre il *counselling approfondito* dovrà individuare le abilità e le competenze di cui il destinatario dispone, o che è necessario che acquisisca.

Ciascun colloquio-intervista dovrà durare indicativamente almeno mezz'ora, mentre il colloquio orientativo un'(1) ora ed il *counselling approfondito* almeno (2) due ore.

b) Servizi di orientamento di gruppo

- *incontri a carattere seminariale*. L'aggiudicatario dovrà organizzare e attivare incontri a carattere seminariale rivolti a gruppi di destinatari, inerenti in particolare a: informazione sui percorsi offerti dal sistema scolastico e formativo, contesto economico locale, domanda di professionalità del mercato del lavoro, competenze da acquisire per rispondere a tale domanda, sensibilizzazione per motivare l'apprendimento; tali incontri potranno essere organizzati anche in cicli di approfondimento. L'aggiudicatario dovrà adottare un approccio ed un adeguato dimensionamento dei gruppi per garantirne la partecipazione ed il ruolo attivo dei destinatari; a tale proposito egli dovrà rivolgere gli incontri a gruppi omogenei anche in base all'argomento trattato e dedicare incontri anche alle famiglie dei destinatari, per sostenerne il ruolo di motivatori circa il valore dell'istruzione e della formazione. A titolo meramente esemplificativo si indicano le seguenti iniziative: presentazioni di settori della formazione mediante incontri con esperti di specifici settori professionali, incontri con professionisti ed imprese e con istituzioni coinvolte nella tematica (anche presso le loro sedi), presentazione di buone prassi e di esperienze di successo nell'ambito della formazione, dell'inserimento lavorativo e dell'autoimprenditorialità; presentazione di esperienze di studenti, visite guidate ad istituzioni ed agenzie scolastiche e formative di eccellenza, a piccole e medie imprese, ad incubatori di impresa che supportano i giovani nella realizzazione delle loro idee, incontri con artigiani e con le rappresentanze delle categorie produttive. Stanti gli obiettivi e l'oggetto delle iniziative descritte da offrire ai destinatari, l'aggiudicatario dovrà costantemente operare per diversificare ed offrire costantemente le iniziative. L'aggiudicatario dovrà programmare nel tempo le iniziative offerte con una adeguata calendarizzazione, al fine di diffonderle, affermarle e consolidarle. La Civica Amministrazione monitorerà costantemente l'adesione alle iniziative offerte dall'aggiudicatario; gli esiti di tale monitoraggio potranno dare luogo alla riprogrammazione da parte dell'aggiudicatario, in accordo con la Civica Amministrazione.

c) Servizi di orientamento alla professionalità

- *laboratori orientativi*. Per rafforzare le azioni orientative, a piccoli gruppi di destinatari l'aggiudicatario potrà offrire esperienze pratiche finalizzate all'acquisizione di competenze e conoscenze nell'ambito di determinati mestieri o professioni con l'assistenza di un *tutor*, o ancora per sperimentare modalità personalizzate di apprendimento. A titolo esemplificativo, anche avvalendosi di soggetti terzi l'aggiudicatario potrà offrire laboratori che simulino l'impresa in

diversi ambiti produttivi, affiancati da attività che stimolino la socializzazione di gruppo. Tali laboratori dovranno avere una durata congrua con la concreta esperienza e gli obiettivi da conseguire.

- *provamestiere*. A seguito dei servizi di accoglienza, consulenza orientativa, *counselling approfondito* e di un'adeguata valutazione di necessità e aspettative di alcuni destinatari, per supportarne il rientro nel sistema dell'istruzione o della formazione, in casi particolari e previo accordo con la Civica Amministrazione, a destinatari di età compresa tra 16 e 18 anni l'aggiudicatario potrà offrire l'opportunità di inserimento in esperienze pratiche, organizzandone l'inserimento in brevi percorsi destrutturati presso imprese, quale ad esempio l'esperienza di *Provamestiere* che concentrando l'attenzione sull'orientamento ed il rinforzo delle competenze, possano consentire la conoscenza di un determinato mestiere con la finalità di imparare *facendo*. Ciascuna esperienza avrà la durata massima di tre (3) giorni, per ventiquattro (24) ore massime.

- *tirocini orientativi*. A seguito delle azioni di accoglienza, consulenza orientativa, *counselling approfondito* e di un'adeguata valutazione, in casi particolari e previo accordo con la Civica Amministrazione, ad alcuni destinatari di età compresa tra 18 e 22 anni l'aggiudicatario potrà offrire percorsi orientativi che favoriscano l'elaborazione di un progetto formativo/professionale consapevole per migliorarne l'occupabilità mediante l'attivazione di tirocini, anche in collaborazione con il Centro per l'Impiego, qualora possibile. L'esperienza in tirocinio mira a favorire l'orientamento alle scelte professionali mediante la conoscenza diretta del mondo del lavoro, per misurarsi con un contesto lavorativo organizzato, provare diverse tecnologie ed acquisire le informazioni di base sul rapporto teoria- pratica nell'ambito di una specifica attività.

Per ciascun destinatario inserito l'aggiudicatario dovrà avvalersi del monitoraggio e dell'affiancamento di un *tutor*; ciascun tirocinio dovrà avere la durata massima di un (1) mese, per ottanta (80) ore massime.

Compatibilmente con le risorse disponibili, la Civica Amministrazione si riserva la facoltà di trasferire all'aggiudicatario un importo a titolo di incentivo per la frequenza dei tirocini orientativi, che l'aggiudicatario dovrà erogare direttamente a ciascun destinatario inserito nei tirocini orientativi. In tal caso, con successivi provvedimenti la Civica Amministrazione definirà tale importo, nonché procedure e modalità per il relativo trasferimento all'aggiudicatario, la presentazione della documentazione e della rendicontazione, nonché il sistema di regole che l'aggiudicatario dovrà osservare nell'utilizzare l'importo. Qualora inserisca i destinatari in un tirocinio orientativo, l'aggiudicatario dovrà stipulare la relativa convenzione e provvedere alla relativa comunicazione al Centro per l'Impiego di Torino. Stante l'importanza dei servizi di orientamento alla professionalità da offrire ai destinatari, l'aggiudicatario dovrà operare per il costante reperimento e mantenimento della rete delle imprese suscettibili di ospitare i partecipanti al tirocinio ed alle esperienze di *Provamestiere*.

d) Valori attesi

Per il periodo di affidamento, **per ciascun Punto Orientamento** l'aggiudicatario dovrà garantire complessivamente i seguenti valori minimi attesi relativi ai servizi di cui ai parr. a)- c):

- n. 3000 accessi complessivi di destinatari al *front office* per fruire rispettivamente delle funzioni di accoglienza e contatto di cui al par. a). Per ciascun destinatario l'aggiudicatario dovrà redigere una scheda individuale;
- n. 850 complessivi tra colloqui-intervista, colloqui individuali e orientativi, *counselling approfonditi* di cui al par. a);
- n. 92 incontri a carattere seminariale di cui al par. b);
- n. 21 laboratori orientativi di cui al par. c);
- n. 70 esperienze della tipologia *Provamestiere*. di cui al par. c);
- n. 25 *tirocini orientativi* di cui al par. c).

5. CATALOGO DELL'OFFERTA – PIANO DELLA COMUNICAZIONE – AUTORIZZAZIONE

Il Catalogo dell'offerta

Per conferire valore aggiunto, visibilità, affermazione e consolidamento, diffusione ai servizi descritti al precedente paragrafo, stimolare e mantenere costante l'interesse di destinatari, istituzioni e reti, integrare i ruoli coinvolti, valorizzare gli apporti di società civile, istituzioni, saperi esperti, a complemento ed integrazione dei servizi descritti al par. precedente, l'aggiudicatario dovrà predisporre, produrre, distribuire, pubblicizzare ed aggiornare un articolato catalogo dell'offerta, quale strumento di programmazione, comunicazione e divulgazione; in tale catalogo egli dovrà illustrare la programmazione periodica di iniziative, azioni, servizi ed interventi di cui al precedente paragrafo. L'aggiudicatario dovrà redigere il catalogo in modo omogeneo ed unitario: il catalogo dovrà pertanto essere unico e contenere un'ampia e diversificata gamma di offerta in entrambi i *Punti* alle diverse categorie di destinatari, evitando ridondanze, garantendo coordinamento e coerenza interna all'offerta complessiva e di ciascun *Punto*. Nell'ambito del catalogo e per avvalersi delle adeguate sinergie, l'aggiudicatario dovrà operare un costante rinvio ad iniziative, strumenti, risorse, dotazioni strategiche di altri soggetti e sistemi: ad esempio, egli dovrà includere nel catalogo anche le iniziative offerte dalla Città e dalla Provincia di Torino e da altri soggetti ed istituzioni, collaborando con i soggetti il cui apporto sarà indispensabile per offrire iniziative adeguate e coerenti da inserire nel catalogo. Il catalogo dovrà essere facilmente aggiornabile e consultabile anche su internet, oltre che in forma cartacea; sarà pertanto indispensabile redigerlo con modalità e forma grafica appropriate, anche al fine di integrarlo con la programmazione istituzionale. Nell'ambito del proprio ruolo di *governance*, la Civica Amministrazione potrà infatti collaborare con l'aggiudicatario nel reperimento di adesioni all'offerta, nella pubblicizzazione e nel mantenimento dei rapporti con i soggetti le cui iniziative potranno essere inserite nel catalogo, in particolare con le imprese e con le scuole, le agenzie formative, il sistema di offerta integrata per l'attuazione della Convenzione recentemente stipulata tra la Provincia e la Città di Torino, nel coordinamento delle due sedi, per evitare incoerenze e ridondanze, in un'ottica sinergica, di allocazione ottimale delle risorse, di creazione di valore.

Il Piano di Comunicazione

Per mantenere interesse e visibilità, affermare, diffondere ed attrarre il sistema di offerta di servizi illustrato, consentirne il consolidamento della conoscenza e l'assestamento dell'identità, l'aggiudicatario dovrà collocare il catalogo nell'ambito di un organico Piano di comunicazione, stante l'importanza fondamentale della predisposizione di adeguate e costanti informazioni e comunicazioni, e della costruzione e mantenimento delle relazioni con gli attori che dovranno offrire il proprio apporto. Coerentemente con le iniziative da offrire ed i relativi tempi necessari, l'aggiudicatario dovrà pertanto programmare e predisporre un dettagliato Piano che stabilisca le modalità di conseguimento degli obiettivi della comunicazione; a partire dal posizionamento attuale dei servizi di cui al par. 4, nel predisporre il Piano l'aggiudicatario dovrà considerare i seguenti elementi:

Obiettivi del Piano

L'aggiudicatario dovrà redigere il Piano per conseguire i seguenti obiettivi:

- informare i giovani destinatari e stimolare il loro interesse ad aderire all'offerta, sollecitandoli sull'importanza dell'istruzione e della formazione per il proprio benessere e sviluppo futuro;
- informare le famiglie dei destinatari in senso proattivo circa gli obiettivi dell'offerta orientativa, la sua connotazione, i limiti ed i confini, le opportunità, le sedi;
- informare la cittadinanza, le istituzioni, le reti, le rappresentanze, le scuole, affinché tali attori comprendano il significato dei servizi ed offrano i propri contributi che dovranno essere programmati ed inclusi nel catalogo, intercettino, inviino ed invitino i giovani destinatari alla fruizione dell'offerta.

Destinatari del Piano

Nel predisporre il Piano, l'aggiudicatario dovrà basarsi su una strategia comunicativa rivolta alle seguenti categorie di destinatari:

- *giovani destinatari*;
- *adulti*: famiglie dei destinatari;
- *territorio*: istituzioni, reti, rappresentanze di categorie imprenditoriali coinvolte nella tematica, scuole secondarie superiori, potenziali *testimonial*.

Mezzi e strumenti di comunicazione

Per agevolare e semplificare la divulgazione dei servizi offerti al più ampio numero di destinatari e la ricezione della comunicazione da parte delle diverse categorie di destinatari, nonché massimizzarne l'efficacia utilizzando uno stile adeguato alle diverse caratteristiche ed aspettative, sarà necessario utilizzare mezzi e strumenti di comunicazione diversificati, quali ad esempio siti internet, *social network*, *mailing list*, *newsgroup* mediante i quali il catalogo e la programmazione dovranno essere diffusi ed aggiornati; la messa in rete di risorse, strumenti, documenti; comunicazioni e informazioni su siti istituzionali; la divulgazione dell'offerta mediante video multimediali; la produzione di materiale promozionale e divulgativo in forma cartacea quali ad esempio cartoline e *dépliant* da distribuire nei luoghi maggiormente frequentati o presso i luoghi in cui operano i destinatari, in base alle diverse categorie. Con riferimento a tutti i mezzi e gli strumenti di comunicazione utilizzati, l'aggiudicatario dovrà avvalersi dei medesimi concetti adattati ai diversi mezzi alle diverse categorie di destinatari, nonché i medesimi linea grafica e *claim*. Coerentemente con la comunicazione delle iniziative offerte, l'aggiudicatario dovrà rispettare adeguati tempi di programmazione, per reperire in tempo utile gli attori che dovranno offrire il proprio supporto e favorire l'adesione a tale offerta. Prima dell'avvio dell'affidamento la Civica Amministrazione potrà predisporre un'apposita campagna di comunicazione, mentre nel corso dell'affidamento essa divulgherà e comunicherà le iniziative offerte, anche avvalendosi di mezzi di comunicazione istituzionali.

Approvazione ed autorizzazione del Catalogo e del Piano di Comunicazione

L'aggiudicatario dovrà predisporre il catalogo ed il Piano in collaborazione con la Civica Amministrazione. Stanti titolarità e *governance* in capo alla Civica Amministrazione, dalle quali derivano regia, coordinamento e controllo dei servizi oggetto dell'affidamento, nonché il ruolo strategico del Catalogo e del Piano nell'ambito della comunicazione pubblica, la Civica Amministrazione dovrà preventivamente approvare ed autorizzare il processo di predisposizione del catalogo e del Piano, in termini di contenuti, forma, modalità, tempi di aggiornamento, mezzi e strumenti di diffusione alle diverse categorie di destinatari. In assenza di tali approvazione ed autorizzazione, l'aggiudicatario non potrà divulgare né il catalogo, né il Piano di comunicazione. Nel corso dell'affidamento la Civica Amministrazione si riserva la facoltà di predisporre ulteriori Piani comunicazione.

6. RISORSE UMANE

Per garantire qualità ed efficacia e il conseguimento degli obiettivi dei servizi oggetto dell'affidamento, l'aggiudicatario dovrà avvalersi di risorse umane in quantità adeguate e con le necessarie competenze ed esperienze professionali secondo gli specifici servizi da offrire descritti al par. 4; a tale fine egli dovrà avvalersi di tali risorse per garantire in modo ottimale la realizzazione dei servizi. In particolare l'aggiudicatario dovrà avvalersi di:

- un referente con la funzione di coordinamento ed al quale dovrà essere conferita la responsabilità decisionale, in possesso di documentata esperienza almeno triennale in programmazione, organizzazione e coordinamento nelle attività di orientamento. Tale referente dovrà mantenere i rapporti con la Civica Amministrazione;
- orientatori in possesso di documentata esperienza almeno triennale in attività di orientamento, di comprovata conoscenza del sistema di orientamento e dell'offerta scolastica e formativa, nonché dei meccanismi di funzionamento e d'ingresso nel mercato del lavoro;
- personale in possesso di documentata esperienza almeno triennale nelle funzioni di tutoraggio nei tirocini orientativi e/o in attività analoghe a quelle di *Provamestiere* di cui al par. 4;
- educatori o personale in possesso di documentata esperienza almeno triennale nel tutoraggio di attività laboratoriali di cui al par. 4.

7. AZIONI DI SISTEMA- GOVERNANCE – COLLABORAZIONE E COORDINAMENTO

Le azioni di sistema mireranno al potenziamento di efficacia ed efficienza dei servizi, promozione del sistema, integrazione degli attori coinvolti, costruzione e mantenimento delle reti sociali e coordinamento istituzionale per conferire e giovare del valore aggiunto che queste ultime apporteranno in funzione dell'offerta dell'aggiudicatario. Stante titolarità pubblica e le modalità innovative dell'offerta, la Civica Amministrazione e la Provincia di Torino assumeranno la *governance* a garanzia della costante coerenza dei servizi con gli obiettivi. Per coordinare e favorire l'integrazione degli attori coinvolti, esse si avvarranno in particolare delle scuole secondarie, dei servizi per il lavoro della Città e del Centro per l'Impiego, delle agenzie formative, delle rappresentanze di categoria, della rete dei Centri Provinciali per l'Istruzione degli Adulti (ex C.T.P.), delle reti territoriali, in collaborazione con le Divisioni *Servizi Educativi*, *Gioventù* e le Circoscrizioni coinvolte, anche per intercettare ed inserire nei servizi i giovani che non ne fruirebbero spontaneamente, nonché monitorare e valutare i livelli di *performance* dei servizi e di ricalibrarli in ragione dei bisogni dei destinatari. L'aggiudicatario dovrà collaborare attivamente al sistema illustrato, raccordandosi costantemente con la Civica Amministrazione e operando per costruire, mantenere e consolidare relazioni proficue con gli attori sopra illustrati. Per costruire le sinergie descritte, di fondamentale importanza sarà il costante rinvio ad iniziative, strumenti, risorse, dotazioni strategiche di altri soggetti; a titolo esemplificativo:

- il coordinamento con i Servizi per il Lavoro della Città e con il CPI per rispondere ad esigenze di orientamento non legate alla ricerca attiva del lavoro;
- il coordinamento con i C.T.P. per inviarvi i destinatari privi del titolo di studio della scuola secondaria di primo grado, affinché tali destinatari possano sostenere l'esame presso il C.T.P. e conseguire il titolo e/o i crediti formativi per il passaggio a percorsi formativi nell'anno successivo, o a percorsi nell'apprendistato;
- il *Piano Locale Giovani* della Provincia e della Città di Torino;
- le iniziative delle Circoscrizioni cittadine, oltre a quelle attivate nelle due aree territoriali;
- la rete di relazioni con le agenzie formative che operano nell'ambito rispettivamente delle *Direttive Diritto – Doveri ed Apprendistato*.

L'aggiudicatario dovrà infine avvalersi anche delle risorse, degli strumenti, dei locali e degli attori impegnati nella riqualificazione di entrambe le aree territoriali in cui saranno ubicate le sedi dei servizi e nelle quali la Città è presente con interventi integrati e con collettori di reti. L'aggiudicatario potrà pertanto avvalersene nel realizzare i servizi in due aree in cui la Città è già legittimata, riconosciuta ed impegnata nella gestione di reti territoriali di sviluppo locale. La Civica Amministrazione intende infatti realizzare un sistema di orientamento pubblico, entro il quale entrambi i *Punti Orientamento* siano in grado di operare nel diffondere la conoscenza dei danni della dispersione e dell'abbandono scolastico, la cultura dei benefici individuali e sociali dell'istruzione e della formazione, nella valorizzazione dell'accompagnamento sociale e delle reti territoriali quali attori fondamentali per l'intercettazione dei destinatari e l'ampliamento e la diversificazione dell'offerta. Nell'operare nel modo descritto, l'aggiudicatario potrà inoltre vantaggiosamente fruire di strumenti quali leve strategiche e ad alto valore aggiunto, evitando di ricercare e costruire ulteriori reti o altre risorse *ex novo*, evitando duplicazioni e ridondanze ed allocando meglio le risorse da investire nei servizi oggetto dell'affidamento.

8. MECCANISMI OPERATIVI - SISTEMA INFORMATIVO

L'aggiudicatario dovrà verificare costantemente l'esecuzione dei servizi mediante un adeguato monitoraggio anche ai fini della relativa riprogrammazione; egli dovrà pertanto dotarsi di meccanismi operativi quali ad esempio istruzioni, documenti, modulistica, sistemi di rilevazione, analisi ed elaborazione dei dati, al fine di garantire il costante controllo della gestione dei servizi e le informazioni alla Civica Amministrazione per l'analisi *in itinere ed ex post*, nonché la verifica dei risultati. L'aggiudicatario dovrà inoltre utilizzare il sistema informativo che gli sarà indicato dalla Civica Amministrazione ed avvalersene per l'aggiornamento e l'implementazione dei dati e delle

informazioni raccolti durante l'esecuzione dei servizi. Per ciascun periodo di affidamento, in base ad indicatori concordati con la Civica Amministrazione, l'aggiudicatario dovrà inoltre trasmettere:

- entro dieci (10) giorni successivi ai primi tre (3) mesi dalla data dell'aggiudicazione, un primo rapporto sui servizi svolti nel primo trimestre; tale rapporto dovrà contenere i dati quali-quantitativi relativi agli elementi di cui al presente Allegato, con particolare riferimento all'oggetto delle attività offerte, al tasso di adesione, alla programmazione;
- periodici rapporti sulle attività entro i dieci (10) giorni successivi a ciascun trimestre, che dovranno avere il medesimo contenuto del primo rapporto sopra illustrato;
- entro i dieci (10) giorni successivi alla data di scadenza dell'affidamento, un rapporto finale contenente i dati finali quali-quantitativi e le relative analisi;
- entro i dieci (30) giorni successivi alla data di scadenza dell'affidamento, il rapporto sulle risultanze di un'indagine di soddisfazione dei destinatari e degli *stakeholder* (effettuata anche a campione) mediante l'impiego di strumenti e con modalità concordati con la Civica Amministrazione;
- ulteriori dati, qualora opportuno o qualora richiesti dalla Civica Amministrazione.

L'aggiudicatario dovrà inoltre costantemente raccordarsi con la Civica Amministrazione mediante periodici incontri di coordinamento.

La Dirigente del Settore
*Politiche per l'Occupazione
e per la Formazione Professionale*
DOLORES SPESSA