

INDICE

- 
- 1** **INDICE**
 - 2** **Introduzione**
 - 3** **La rete geografica: la partnership di progetto**
 - 3** **La rete europea: I partner**
 - 4** **LE AZIONI PREVISTE E REALIZZATE**
 - 5** **MACROFASE 1: L'Osservatorio Statistico di Genere**
 - 6** - Struttura dell'Osservatorio
 - 8** - Scheda di Sintesi
 - 9** **MACROFASE 2: LA COMUNICAZIONE**
 - 10** - Il portale web www.donneemedia.it
 - 11** - Altri strumenti della comunicazione
 - 12** - Scheda di Sintesi
 - 13** **MACROFASE 3: SENSIBILIZZAZIONE NELLE SCUOLE**
 - 13** - Un premio per le scuole: oltre gli stereotipi di genere
 - 15** - Scheda di Sintesi
 - 16** **MACROFASE 4: SENSIBILIZZAZIONE NEGLI ENTI E NELLE IMPRESE**
 - 16** - Pari Opportunità e Sistemi di Qualità
 - 17** - Scheda di Sintesi
 - 18** **MACROFASE 5: INGRESSO NEI MEDIA**
 - 18** - I percorsi di formazione: Salerno e Benevento sedi del corso per Esperta in comunicazione giornalistica
 - 22** - Scheda di Sintesi
 - 23** **LA TRANSAZIONALITA'**
 - 23** - Accordo di cooperazione transnazionale
 - 26** - Scheda di Sintesi
 - 27** **Il sistema di monitoraggio e controllo**
 - 28** **Il team di progetto**



“Il differenziale di genere è un indice che misura la disparità fra uomini e donne relativamente a quattro dimensioni:

- **la partecipazione e le opportunità nel mercato del lavoro,**
- **l'istruzione,**
- **l'accesso alle cariche politiche,**
- **le condizioni di salute.**

L'Italia è, in Europa, il Paese con il peggior risultato in termini di differenziale di genere”

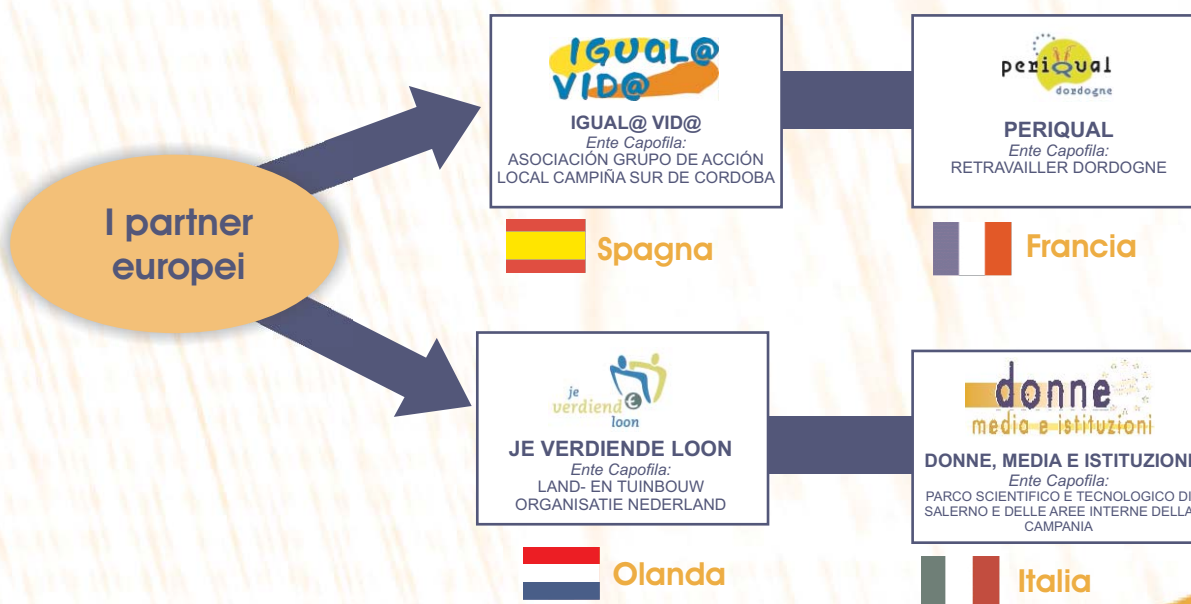
Partendo da questa considerazione, il progetto, nell'ambito dell'Iniziativa Comunitaria Equal, è intervenuto sull'asse Pari Opportunità, sia sul problema culturale relativo alla persistente disuguaglianza di opportunità fra uomini e donne, sia sul problema specifico di discriminazione di genere nell'ambito di alcune attività professionali. Nello specifico è stato analizzato il mondo della politica, dell'economia e dei Media.

La rete geografica: la partnership di progetto

La PS che ha realizzato il progetto è costituita da 5 partner pubblico-privati. La partnership ha contribuito in modo attivo alla innovatività della proposta progettuale. Tutti i partner sono diventati un punto di riferimento per la programmazione e per la realizzazione degli obiettivi.



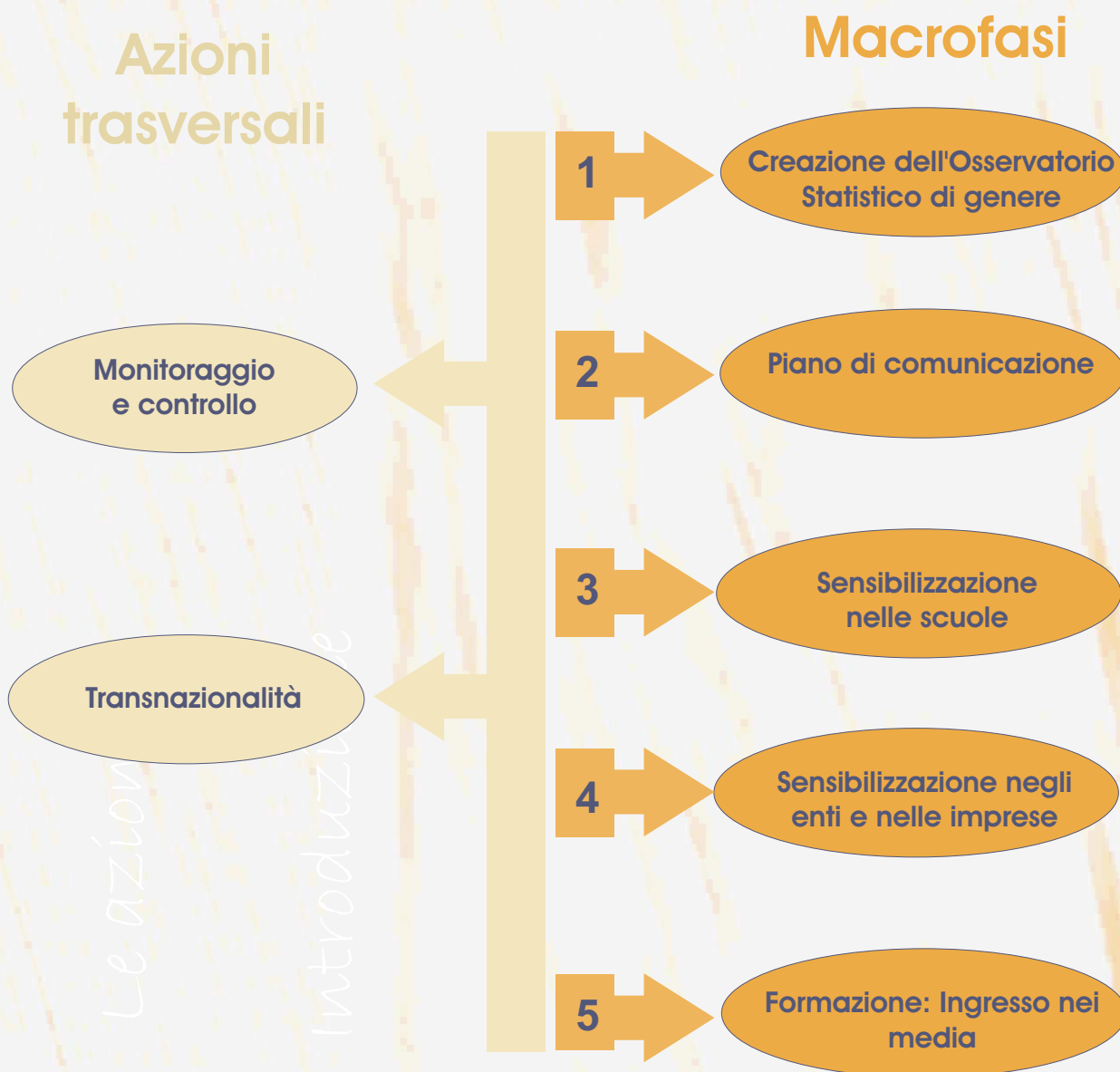
La rete europea: i partner



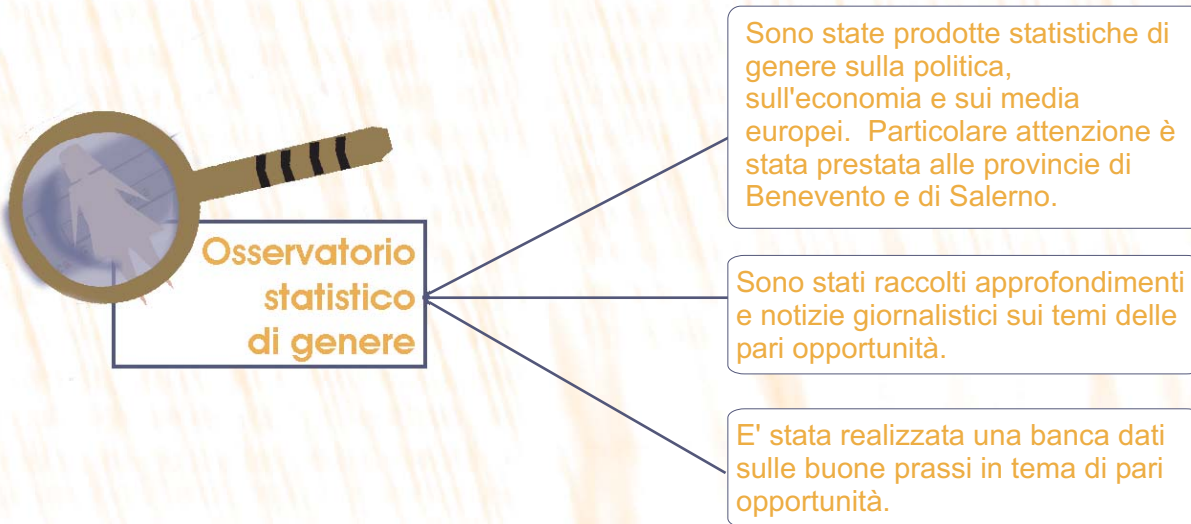
Le azioni previste e realizzate

L'intervento è stato realizzato attraverso una programmazione organizzata per macrofasi condivise dai partner, responsabili della realizzazione e gestione delle singole azioni. Gli accordi con i partner europei operanti nell'ambito di progetti Equal hanno consentito la realizzazione della fase transnazionale.

Il sistema di monitoraggio e controllo ha accompagnato, come elemento fondamentale, lo svolgimento dell'intero percorso fornendo un quadro periodico sullo stato di avanzamento delle attività e sugli obiettivi e i risultati raggiunti.



MACROFASE I: L'Osservatorio Statistico di Genere



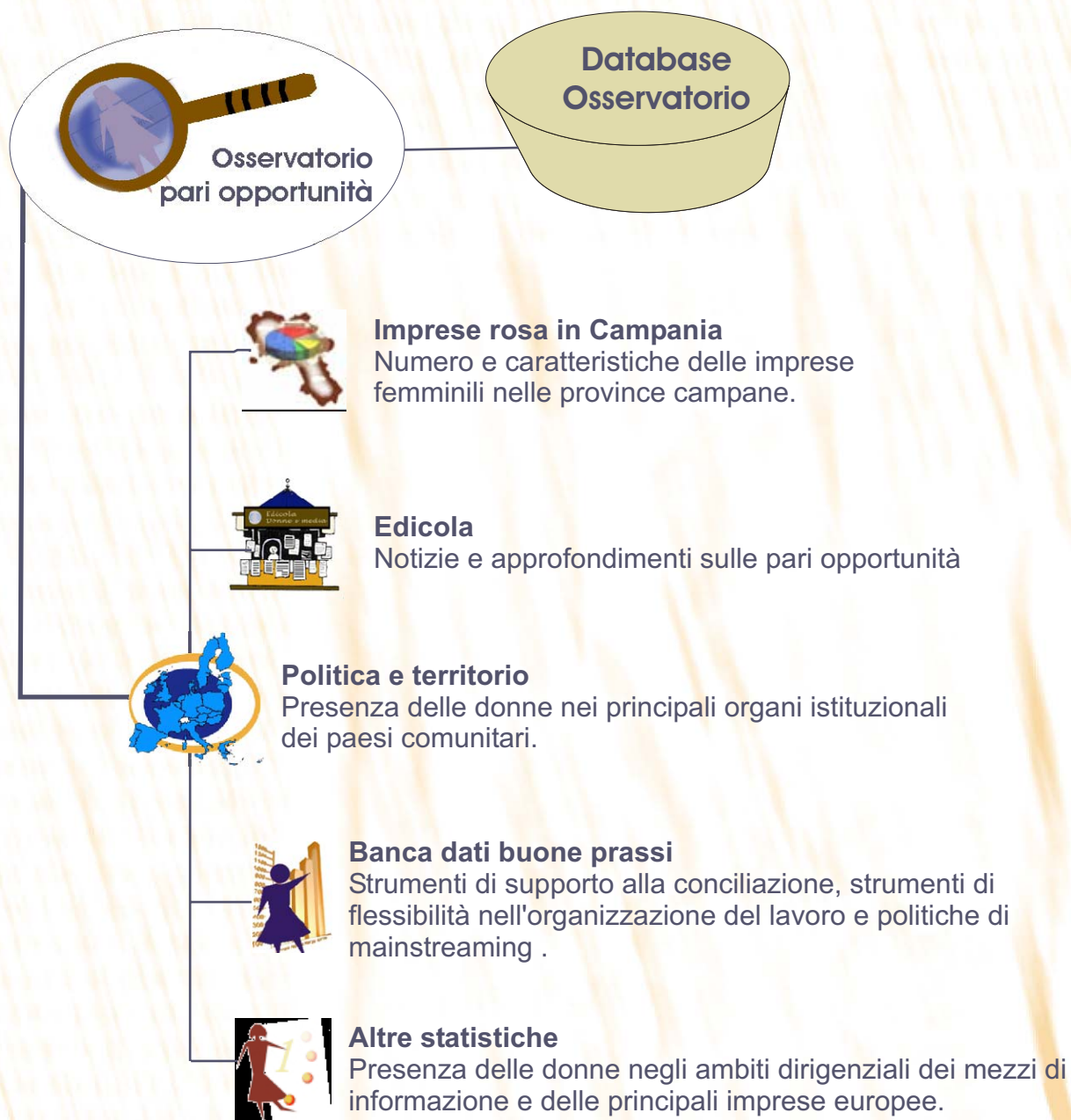
L'Osservatorio crea una opportunità di confronto che, attraverso la lettura comparata delle varie realtà nazionali, fornisce indicazioni e spunti di riflessione, nella comune finalità di accrescere la partecipazione delle donne alle istituzioni ed al meccanismo di formazione delle scelte politiche.

Compito dell'Osservatorio di Genere è stato quello di monitorare la posizione delle donne nei luoghi di "potere": la politica, l'economia, i media.

Sono stati rilevati e studiati i seguenti dati:

1. numero delle donne nei Parlamenti europei;
2. numero di Ministri donne nei Governi Europei;
3. tipologia di Ministeri attribuiti alle donne;
4. ruolo ricoperto dalle donne nelle Amministrazioni regionali;
5. ruolo ricoperto dalle donne in tutte le Amministrazioni comunali salernitane e sannite;
6. ruolo delle donne nei Media europei;
7. ruolo delle donne nei Media italiani;
8. ruolo delle donne nelle maggiori società mondiali;
9. ruolo delle donne nelle principali società quotate in borsa.

Struttura dell'osservatorio



donne media e istituzioni
Elenco ammessi

[home] [il progetto] [destinatari] [osservatorio] [attività] [area riservata]

Osservatorio
pari opportunità

Unione Europea

Popolazione: **452000000**
Superficie: **3977304**
Anno: **2006** Invia

La situazione nel 2006

Ministeri
Donne: **102** (24,64%)
Uomini: **312** (75,36%)

Camera Basso
Donne: **1487** (23,13%)
Uomini: **4943** (76,87%)

Camera Alta
Donne: **400** (17,89%)
Uomini: **1836** (82,11%)

Risultati relativi all'anno 2006
Scegli la nazione... Invia

Notizie e approfondimenti sulla pari opportunità
Banca dati buone prassi
Altre statistiche
Imprese rosa in Campania

Home page Osservatorio - Portale www.donneemedia.it

Osservatorio
pari opportunità

Direzione di giornali e riviste in Italia
2006 Invia
La percentuale di uomini e donne in riferimento alle principali testate italiane per quotidiani e riviste.
22-vedi Commento
Riviste: Donne: 45,90%
Uomini: 55,10%
Quotidiani: Donne: 0,00%
Uomini: 100,00%

Imprese femminili in Campania

Periodo	Imp. femminili	Pop. Campania	Percentuale
Periodo 2004 (Commento)			
Avellino	10369	30170	35,7
Benevento	20145	60404	35,4
Caserta	56410	156130	39,1
Napoli	14146	34743	40,7
Salerno			
Periodo 2003 (Commento)			
Avellino	13640	30171	45,2
Benevento	19977	60407	35,7
Caserta	54510	151453	39,4
Napoli	94050	23003	40,9
Salerno			

Banca dati delle buone prassi

La ricerca condotta sul territorio nazionale ed europeo sulla presenza e l'analisi delle buone pratiche ha portato a dei risultati che è stato possibile aggregare nei seguenti settori a loro volta divisi in categorie:

Strumenti di supporto alla conciliazione

- Voucher formativi
- Asili nido

Strumenti di flessibilità nell'organizzazione del lavoro

- Organizzazione dei tempi di lavoro
- Telelavoro

politiche di mainstreaming

- Azioni di informazione/sensibilizzazione
- Inserimento lavorativo/Processi decisionali

Alcune servizi dell'osservatorio - Portale www.donneemedia.it

Macrofase I: l'osservatorio

Scheda di sintesi

ATTIVITA' SVOLTA

- Studio e analisi della posizione e del ruolo ricoperto dalle donne nelle istituzioni e nei media
- Statistiche di genere
- Progettazione e implementazione della Banca dati dell'Osservatorio Statistico di genere
- Realizzazione Banca dati Buone Prassi

OBIETTIVO GENERALE

- Monitorare la posizione ed il ruolo delle donne nei luoghi di potere: Politica, Economia, Media

BENEFICIARI

- Imprese, Enti, Scuole, Istituzioni, Cittadini

OUTPUT

- Osservatorio Statistico di Genere
- L'osservatorio è pubblicato sul portale www.donneemedia.it

I risultati dell'Osservatorio sono contenuti nella allegata pubblicazione "L'Osservatorio di Genere"

MACROFASE 2: La comunicazione

Il Piano di comunicazione è sintetizzato come segue:

OBIETTIVI GENERALI

- Promuovere contenuti e risultati di progetto;
- Favorire la diffusione di una cultura e di un linguaggio di genere;
- Sensibilizzare, informare, promuovere la partecipazione.

Sito di progetto:

www.donneemedia.it

- Locandine
- Manifesti
- Brochure
- Pubblicazioni tematiche
- Pubblicazione finale.

Diffusione di informazione con altri media:

- Cortometraggi
- Interviste
- DVD

Seminari, partecipazione ad eventi nazionali ed internazionali

La comunicazione ha previsto azioni permanenti e azioni periodiche, finalizzate a promuovere da un lato, un'immagine coordinata del progetto e dall'altro a supportare le molteplici attività svolte con strumenti e modalità efficaci.

Sono stati predisposti strumenti differenziati per garantire la diffusione di una cultura delle pari opportunità tra uomo e donna, sensibilizzando i giovani, i manager, i politici, gli imprenditori sulla necessità di una organizzazione sociale ed economica che includa le esigenze di conciliazione tra vita familiare e lavorativa delle donne.

Tra gli strumenti utilizzati si segnalano il portale web, i convegni e seminari, il materiale informativo e le pubblicazioni. Le azioni sono state rivolte ai diversi soggetti sociali, per una sensibilizzazione ed informazione continua. Particolare cura è stata data al linguaggio e all'immagine. L'attività ha consentito di offrire visibilità al progetto per tutta la sua durata e per le diverse iniziative.

Il portale web www.donneemedia.it

La natura del progetto Donne, Media e Istituzioni e la transnazionalità della compagine che lo compone hanno richiesto un confronto continuo di esperienze e di valutazioni tra la rete nazionale ed europea nonché una attenta attività di diffusione dei risultati raggiunti. Il portale ideato e realizzato in risposta alle necessità individuate, è uno strumento in grado di garantire:

1. visibilità e informazione sulle attività di progetto con possibilità di aggiornamento rapidi e veloci;
2. servizi di interazione tra i partner, scambio di materiali e lavoro congiunto;
3. servizi per l'erogazione e la gestione di formazione a distanza personalizzati.



Il Portale www.donneemedia.it è strutturato in tre sezioni:

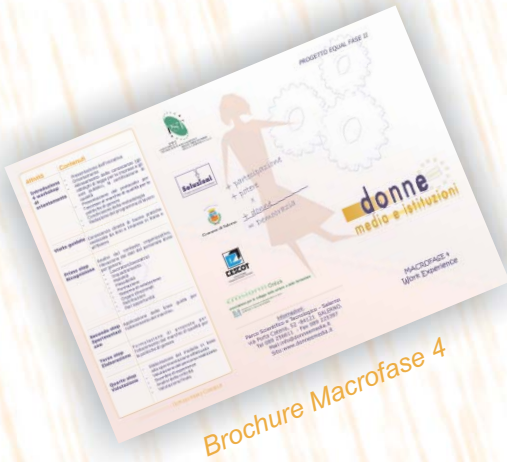
- area riservata;
- area pubblica;
- area e-learning.

L'area riservata è accessibile soltanto ai partner di progetto e agli utenti esplicitamente autorizzati da questi, il suo scopo è quello di garantire la continua interazione tra i diversi partners e la condivisione a distanza del lavoro e dei contenuti. Una parte di questa area è riservata al partner italiano che ha la funzione di aggiornare l'area pubblica del sito web.

L'utente dell'area pubblica è colui che accede al sito, in maniera occasionale o abituale, ha libero accesso solo a queste pagine. All'interno di esse può muoversi liberamente ma non può accedere all'area riservata.

L'utente della fad accede all'aula virtuale attraverso username e password assegnate dall'operatore e fruisce dei contenuti e delle utilità del sistema.

Altri strumenti di comunicazione



Brochure Macrofase 4



Cartelline di progetto



Brochure di presentazione del progetto



Workshop "Donne, Media e Istituzioni" - 2 Aprile 2007



Convegni - Macrofase III "Sensibilizzazione nelle scuole"



I DVD dei video "Donne e potere" e "Donne e Istituzioni"

macrofase 2: la comunicazione



Scheda di sintesi

ATTIVITA' SVOLTA

- Ideazione e realizzazione portale web
- Ideazione e realizzazione materiale informativo e divulgativo
- Ideazione e realizzazione materiali per l'immagine coordinata di progetto
- Seminari e incontri divulgativi

OBIETTIVO GENERALE

- Informare i potenziali beneficiari finali, gli attori sociali, politici ed economici sulle azioni previste dal progetto, sulla legislazione a favore delle pari opportunità e sull'importanza delle politiche di genere

BENEFICIARI

- Imprese, Enti, Scuole, Istituzioni, Cittadini

OUTPUT

- PORTALE WEB www.donneemedia.it
Alla data del 14/11/2007 sono stati registrati 13.664 contatti dell'area pubblica di cui 407 hanno visitato l'area transnazionale e 6.173 l'area riservata e l'area e-learning
- Materiali informativi e divulgativi
- Materiali per l'immagine coordinata del progetto
- Pubblicazioni per le macrofasi I e IV
- Pubblicazione finale

MACROFASE 3: Sensibilizzazione nelle scuole

Un premio per le scuole: oltre gli stereotipi di genere.

Il radicamento di stereotipi culturali nei ruoli femminile e maschile, tuttora veicolati in modo distorto dai media, produce, anche nelle nuove generazioni, effetti permanenti e indesiderati sia nelle scelte scolastiche che professionali di ragazze e ragazzi.

Tali scelte producono un divario tra opportunità di lavoro e stabilità dello stesso, con conseguenti differenze anche salariali ai danni della popolazione femminile. Gli stereotipi di genere incidono infatti, in maniera a volte indelebile, sulle scelte professionali dei giovani e vengono radicati nei comportamenti individuali in maniera spesso inconsapevole.

Il permanere di tali comportamenti si manifesta in maniera evidente anche all'interno delle coppie e delle famiglie; spesso è proprio lì che si radica e produce i suoi effetti nella condivisione del lavoro di cura, di figli ed anziani.

Obiettivi

L'azione ha realizzato, all'interno delle Scuole Secondarie Superiori, "un Premio" per le ragazze e i ragazzi per sensibilizzarli sul tema della Pari Opportunità fra uomo e donna ed in particolare, sulla necessità e opportunità di condividere il lavoro domestico e di cura e combattere gli stereotipi di genere sia nella famiglia che nel mondo del lavoro.

Attraverso questo intervento, è stata possibile una riflessione sui temi della segregazione professionale e sulla divisione sociale dei ruoli e una critica consapevole sugli stereotipi di genere da parte di ragazze e ragazzi.



Articolazione delle attività

Le attività sono state articolate in due momenti : sensibilizzazione e premiazione.

La fase di sensibilizzazione iniziale avvenuta con i presidi e professori, ha avuto i seguenti obiettivi :

- produrre la desegregazione scolastica e professionale quale elemento per valorizzare la presenza delle donne all'interno del mercato del lavoro;
- rimuovere stereotipi culturali sulla divisione del lavoro;
- promuovere la condivisione del lavoro domestico all'interno della famiglia quale strumento cardine per un equilibrato rapporto con il mondo del lavoro.



Gli strumenti utilizzati sono stati:

- Il video "Cosa c'è di strano" sulla condivisione del lavoro all'interno della famiglia;
- Il Depliant informativo sulla segregazione professionale e sulla condivisione del lavoro domestico;
- Il questionario propedeutico all'assegnazione del premio.

Gli interventi nelle scuole selezionate sono stati realizzati secondo il seguente programma:

- breve presentazione dell'azione;
- proiezione del video "Cosa c'è di strano";
- somministrazione del questionario;
- dibattito guidato.

Destinatari dell'intervento di sensibilizzazione nelle scuole sono stati gli studenti e le studentesse delle terze e quarte classi degli Istituti Secondari nonché i dirigenti scolastici ed il corpo docente.

Nella tabella seguente sono riepilogati i dati di sintesi :

ISTITUTI PROVINCIA DI SALERNO	classe di età	maschi	femmine	totale
Liceo Scientifico "Da Vinci"	16-18	23	25	48
Liceo Socio-Pedagogico "Alfano I"	16-18	7	13	20
Istituto Tecnico Commerciale Aziendale "G. Amendola"	16-18	21	26	47
TOTALE SALERNO		51	64	115
ISTITUTI PROVINCIA DI BENEVENTO				
Liceo Classico "A. Lombardi" di Airola (BN)	16-18	14	21	35
Istituto Tecnico Industriale "G. Bosco"	16-18	53	4	57
Istituto Magistrale "Guacci "	16-18	64	4	68
TOTALE BENEVENTO		131	29	160
TOTALE		182	93	275

L'azione si è conclusa con l'organizzazione di due giornate di premiazione in cui sono stati premiati 6 ragazzi e 6 ragazze che hanno dimostrato più sensibilità nel superamento degli stereotipi. Per ogni scuola sono stati premiati un ragazzo e una ragazza con la consegna di un buono di acquisto libri.

I risultati finali raggiunti sono stati:

- aver stimolato la riflessione e la sensibilizzazione all'interno dell'ambiente scolastico ancora poco oggetto in Italia di sistematici interventi sulle pari opportunità;
- aver sperimentato un metodo efficace di sensibilizzazione ripetibile in tutti i contesti scolastici;
- aver stabilito crediti formativi per gli alunni che hanno seguito le attività.

Scheda di sintesi

ATTIVITA' SVOLTA

- Attività di sensibilizzazione delle nuove generazioni sui temi degli stereotipi di genere che producono effetti permanenti e indesiderati sia nelle scelte scolastiche che professionali di ragazze e ragazzi

OBIETTIVO GENERALE

- Combattere gli stereotipi di genere nella famiglia e nel mondo del lavoro e sollecitare ragazzi e ragazze ad una critica consapevole

BENEFICIARI

- 275 Studenti e Studentesse delle terze e quarte classi di 6 Istituti secondari di cui 3 della Provincia di Salerno e 3 della Provincia di Benevento

OUTPUT

- Premio nelle Scuole consegnato a 6 ragazzi e 6 ragazze nell'ambito di due eventi pubblici.

MACROFASE 4: Sensibilizzazione negli Enti e nelle Imprese

Pari opportunità e sistema di qualità

E' stato costruito un possibile modello per implementare il marchio di genere

E' stata realizzata un'attività di sensibilizzazione e animazione per coinvolgere imprese ed enti pubblici nella fase di sperimentazione del marchio di genere

Sono state selezionate e avviate all'attività di Work experience otto allieve che hanno svolto un'affiancamento consulenziale nelle aziende e negli enti, per la sperimentazione del modello di certificazione.

La finalità dell'azione è stata quella di verificare, in termini di fattibilità, la possibilità di introdurre o rafforzare le politiche di genere all'interno di organizzazioni private e pubbliche.

Gli obiettivi specifici sono stati:

- l'individuazione di modelli, strategie di buone pratiche e indicatori che misurano le politiche di genere adottate o adottabili dalle organizzazioni nei diversi settori;
- la creazione di una mappatura delle azioni intraprese dalle organizzazioni su tematiche di genere (descrizione dei casi e delle politiche adottate);
- la creazione di una procedura e dei criteri minimi per il rilascio e il mantenimento del marchio;
- la costruzione di ipotesi per incentivare Enti e Imprese all'adozione del marchio;

I risultati sono contenuti nell'allegata pubblicazione "Pari Opportunità e Sistemi di Qualità: linee guida per la sperimentazione del marchio di genere".



Seminario di orientamento
Salerno (12/09/2007) - Benevento (14/09/2007)

Scheda di sintesi

ATTIVITA' SVOLTA

- Definizione di un possibile modello per implementare il marchio di genere
- Sensibilizzazione e animazione finalizzata al coinvolgimento di imprese ed enti pubblici nella fase di sperimentazione del marchio di genere
- Work experience

OBIETTIVO GENERALE

- Introdurre o rafforzare le politiche di genere all'interno di organizzazioni private e pubbliche

BENEFICIARI

- 8 allieve che hanno svolto le work experience
- Enti pubblici, aziende private, organizzazioni di categoria che hanno aderito alla fase di sperimentazione (in totale 8)

OUTPUT

- Work experience per 8 allieve
- Linee guida per la sperimentazione

MACROFASE 5: Ingresso nei media

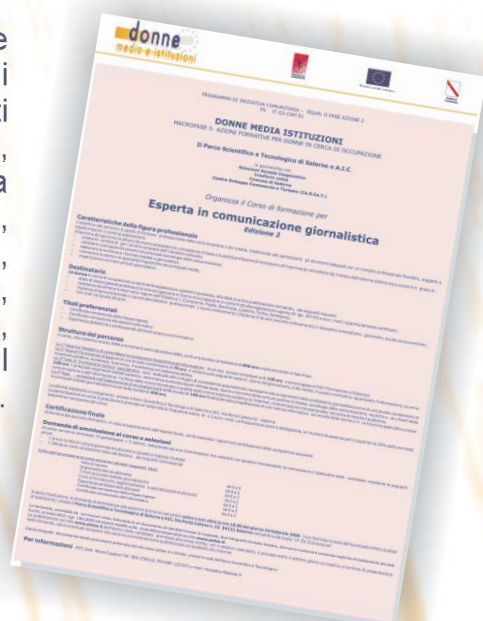
Perché un corso di formazione per giornaliste?

Perché nel settore dei media si riscontra un'elevata presenza di donne che faticano a realizzare percorsi di carriera per motivi di ordine organizzativo e culturale.

Infatti, quello dei media è un settore strutturato secondo un sistema organizzativo poco favorevole alla conciliazione dei tempi delle donne e basato spesso su un modello culturale di tipo maschile dove la donna diviene oggetto di una comunicazione basata su stereotipi e pregiudizi.

I percorsi di formazione: Salerno e Benevento sedi del corso per Esperta in comunicazione giornalistica

Il progetto ha sperimentato una modalità di formazione innovativa nei contenuti e nella forma. Infatti, oltre ai tradizionali contenuti tecnico-specialistici sono stati inseriti moduli sull'identità e sui linguaggi di genere, sugli strumenti per favorire la conciliazione. E' stata utilizzata una metodologia didattica differenziata, basata su una forte alternanza tra formazione d'aula, formazione esperienziale e formazione on the job, favorita anche dall'impiego di risorse tecnologiche, quali la piattaforma di e-learning, che hanno facilitato il processo di apprendimento e di fruizione dei contenuti. Alla fine dei percorsi, 32 giovani donne, in possesso di laurea e con un'età media di 28 anni, hanno conseguito il titolo di "Esperta in comunicazione giornalistica"



L'articolazione dei corsi: 1600 ore di formazione erogata in 12 mesi

Il percorso formativo è stato realizzato in due edizioni presso le sedi di Salerno e Benevento del Parco Scientifico e Tecnologico. Ciascuna edizione ha avuto una durata di 800 ore così articolate:

- 300 ore di aula;
- 100 ore di FAD;
- 100 ore project work;
- 400 ore di stage.



Nella tabella che segue è riportata l'architettura del percorso con moduli, unità didattiche e relativa durata.

Moduli, unità didattiche e durata

F.A.D.

Lingua inglese	40 ore
Informatica di base	60 ore

Formazione di base

Storia del giornalismo e dei media	10 ore
Normativa in materia di pari opportunità	10 ore
Il quadro normativo riguardante l'informazione, la comunicazione pubblica, la stampa, la privacy	15 ore
Storia dell'identità di genere	10 ore
Organizzazioni pubbliche e aziendali	10 ore
Esercitazioni pratiche	20 ore

Formazione tecnico - Specialistica

Informatica avanzata: Content Management	30 ore
Il sistema delle fonti d'informazione (ANSA)	10 ore
Gestione dell'ufficio stampa	10 ore
Routines produttive e organizzazioni delle testate giornalistiche mezzo stampa e on line	15 ore
Routines produttive e organizzazioni delle testate giornalistiche televisive	15 ore
Prospettive di genere nei linguaggi verbali e visivi	10 ore
La comunicazione interpersonale attraverso le interviste	10 ore
Esercitazioni pratiche	30 ore

Formazione on the job e tirocinio

Elaborazione di un project work	100 ore
Tirocinio presso testate giornalistiche, Enti pubblici e Imprese	400 ore

La fase d'aula : 300 ore per lo sviluppo di competenze di ruolo e di genere

La formazione d'aula è stata realizzata con il supporto di docenti provenienti dal mondo accademico, della comunicazione pubblica e del giornalismo. Le attività didattiche, improntate a forme di apprendimento attivo e accompagnate da esercitazioni pratiche, sono state articolate come segue:

- formazione di base incentrata su temi generali dell'informazione e dell'identità di genere;
- formazione tecnico-specialistica , che ha trattato i temi del sistema delle fonti di informazioni, della gestione dell'ufficio stampa, delle routines produttive, dell'organizzazione delle testate giornalistiche televisive, a mezzo stampa e on line.

La FAD: 100 ore di Formazione a Distanza e Servizi di supporto.

La piattaforma di e-learning è stata utilizzata con un duplice obiettivo: come strumento di comunicazione e di supporto da parte del team di progetto alle allieve e come metodo di formazione flessibile per il consolidamento delle competenze informatiche e linguistiche.

I materiali proposti sono stati corredati da esercitazioni, test di verifica e approfondimenti, resi fruibili attraverso la piattaforma Fad "Donne e Media" accessibile dal sito web del progetto.

La fase di Tirocinio : 400 ore di full immersion nel mondo dei Media, degli Enti e delle Istituzioni

La fase di stage ha completato il percorso formativo, ha consentito alle allieve di sperimentare attivamente il ruolo lavorativo, di inserirsi in contesti organizzati, di provare ad applicare le conoscenze apprese nelle fasi precedenti.

Hanno aderito al progetto 25 strutture che hanno accolto nei propri uffici le allieve. Di queste strutture, 11 sono Enti pubblici, 9 Imprese ed Enti privati e 5 sono Testate giornalistiche regionali.

**Enti pubblici**

- Comune di San Giorgio del Sannio (Bn)- Ufficio stampa
- Comune di San Nicola Manfredi(Bn) - Ufficio stampa
- Comune di Calvi (Bn)- Ufficio stampa
- Comune di Benevento -ASCOBEN- Ufficio stampa
- Comune Cava de' Tirreni - (Sa)- Ufficio comunicazione/stampa
- Comune di Portici- (Na)- Ufficio stampa
- Comune di Pontecagnano Faiano- (Sa)- Ufficio stampa
- Comune di Montecorvino Rovella (Sa) Ufficio Stampa
- Regione Campania -Commissione Regionale pari opportunità
- Provincia di Salerno - Ufficio Consigliera di Parità
- Comune di Benevento Centro per l'Occupabilità Femminile (COF)

Imprese

- GESCO Campania Napoli Consorzio cooperative sociali- Comunicazione sociale
- T Erre e-care Campania SpA- Napoli
- Kompar SpA- Marchio FERGI Nola Ufficio comunicazione
- Immobiliare Panoramica srl- Salerno Ufficio Marketing
- Consorzio COMETA- Ufficio Marketing e Comunicazione
- Public Image Nocera Inferiore (Sa)- Ufficio comunicazione
- Incoerenze- Salerno - Ufficio Comunicazione
- Jobiz Com Srl Salerno Ufficio Formazione
- Fondazione Teatro di San Carlo - Napoli - Ufficio Stampa



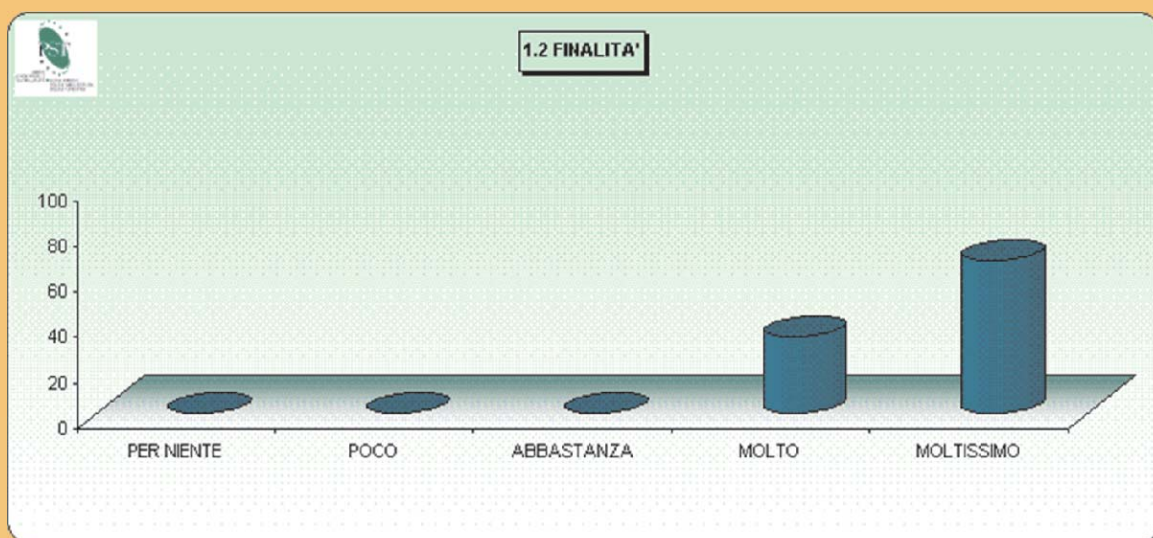
• Testate giornalistiche

- Il Denaro redazione di Napoli
- Il Quaderno editrice di Benevento
- Il Sannio quotidiano (BN)
- Il ROMA quotidiano redazione di Napoli
- Agenzia ANSA Soc. Coop.- redazione Napoli

Placement e follow up: **il 45% circa delle allieve ha dato seguito allo stage prolungando la permanenza presso le strutture ospitanti o trovando occupazione in altre strutture.**

Dai dati di gradimento dei corsi emerge una piena soddisfazione da parte delle allieve: infatti per il 67% esso ha consentito di affrontare meglio il mercato del lavoro e per l'80% ha garantito un miglioramento nelle competenze, nelle abilità incrementando di fatto la propria occupabilità.

1,2 In che misura ritieni che la formazione impartita da questo corso abbia migliorato il modo di affrontare e risolvere i problemi concreti di lavoro



Scheda di sintesi**ATTIVITA' SVOLTA**

- Progettazione e realizzazione del percorso formativo "esperta in comunicazione giornalistica"
- Progettazione e implementazione della piattaforma FAD

OBIETTIVO GENERALE

- Introdurre, nel territorio di riferimento, le figure di "Giornalista redattrice editoriale", "Redattrice on line" e "Addetto stampa", con competenze sull'identità di genere

BENEFICIARI

- 40 Donne (di cui 10 uditrici), disoccupate, in possesso di laurea e residenti in Regione Campania

OUTPUT

- 32 Allieve hanno conseguito la qualifica di "Esperta in comunicazione giornalistica"

Accordo di cooperazione transnazionale SHIFTS - Spain-Holland-Italy-France Transnational Strategy

La rete di cooperazione transnazionale avviata tra i 4 paesi partner è stata finalizzata a completare e integrare le azioni sviluppate nell'ambito dei diversi progetti nazionali, per affrontare i temi della discriminazione di genere nel mondo del lavoro e per contribuire ad una maggiore consapevolezza del valore dell'uguaglianza di genere e della conciliazione tra vita familiare e professionale.

Il lavoro svolto dalle PS è il risultato di un approccio innovativo, basato sul confronto e sullo scambio di esperienze, buone pratiche e strumenti di benchmarking. Per questa ragione la scelta dell'acronimo "shifts", ossia "cambiamenti".

Gli Obiettivi della cooperazione transnazionale condivisi dalla partnership sono stati:

- lo scambio di informazioni, di metodologie e di risultati relativi alle attività svolte a livello nazionale da ciascun partner nell'ambito del tema della progressione di carriera verticale e orizzontale delle donne;
- il trasferimento di metodologie specifiche usate dai partner per sensibilizzare gli attori sociali alle problematiche di genere;
- lo sviluppo di una conoscenza comune delle differenze culturali esistenti nei vari paesi sugli stereotipi di genere;
- l'elaborazione di una strategia comune di sensibilizzazione sulle pari opportunità rivolta al grande pubblico.

Il progetto italiano ha affrontato il tema delle discriminazioni connesse alla segregazione verticale (disparità di accesso ai ruoli di responsabilità) in campo politico e professionale, in particolare nel settore dei Media e delle Istituzioni al fine di promuovere attraverso azioni di formazione, informazione e diffusione la conciliazione tra la vita familiare e lavorativa della donna.



Il progetto francese ha trattato il tema della segregazione orizzontale (disparità di accesso agli impieghi e professioni) nei settori delle costruzioni, dei servizi e dell'agricoltura. La struttura portante del progetto è stata la creazione di un network territoriale per avvicinare domanda e offerta di lavoro al fine di ridurre il tasso di disoccupazione in Dordogna.



Il progetto olandese ha inteso supportare le mogli degli imprenditori agricoli, anch'esse impegnate nell'attività aziendale, per ottenere gli stessi diritti e le stesse condizioni dei loro mariti. Oltre l'empowerment di genere, il progetto ha affrontato anche il problema della scarsità di leggi a tutela del ruolo lavorativo delle mogli degli agricoltori, in caso di divorzio e di morte del marito.



Il progetto spagnolo ha proposto interventi volti ad armonizzare la vita familiare e professionale delle donne nelle aree rurali. Con il progetto sono state sviluppate azioni di formazione per l'inserimento lavorativo, servizi di assistenza alla conciliazione, servizi di diffusione, comunicazione e sensibilizzazione per sostenere donne e famiglie monoparentali.



I Seminari tematici

Sono stati organizzati tre seminari, strutturati come eventi tematici che hanno coinvolto, oltre le strutture partner dei quattro progetti Equal, vari “attori territoriali” (politici, operatori sociali ed economici, esperti di politiche di genere, etc.), con lo scopo di condividere buone pratiche, scambiare strumenti e prodotti, discutere di strategie politiche.

Ogni paese ha assicurato, per ciascun seminario, la presenza di due relatori esperti di pari opportunità e di un gruppo composto dai partner del progetto.

FRANCIA, Bordeaux16-17 marzo 2006

La rimozione degli stereotipi di genere e il “label égalité”, il marchio di genere promosso dallo stato francese

**ITALIA, Salerno**30 novembre 1 dicembre 2006

Le buone pratiche in materia di pari opportunità e gli strumenti di attuazione delle politiche di genere: quadro normativo e buone prassi nei paesi partner

**SPAGNA, Montilla**22-23 marzo 2007

Le misure di conciliazione tra vita familiare e lavorativa e il mainstreaming di genere



La Strategia transnazionale di attività di sensibilizzazione

Le PS hanno realizzato un'indagine comparata che ha fornito una panoramica di alcuni aspetti-chiave relativi all'attuazione delle politiche di genere negli enti locali dei 4 paesi Partner.

Dall'indagine condotta sui 54 Comuni selezionati, emerge che il principio delle pari opportunità non è molto diffuso tra gli enti locali in quanto l'accesso alla carriera pubblica è ancora in maggioranza appannaggio maschile. La diffusione di una organica informazione sulle politiche di genere è scarsa, in quanto vi è poca attenzione da parte degli amministratori locali verso il tema delle pari opportunità e mancano iniziative e piani di mainstreaming di genere per promuovere azioni di supporto alle donne. Vi è inoltre una limitata conoscenza da parte degli Amministratori della legislazione nazionale in materia di pari opportunità e dell'impatto che l'applicazione di queste misure può avere sull'organizzazione del lavoro. Si ignora che un clima lavorativo favorevole e un'organizzazione del lavoro che contempli misure di conciliazione aiuterebbe sicuramente sia le donne dipendenti dei Comuni, sia quelle che rivestono cariche politiche. Infine, emerge la comune esigenza di incrementare i servizi assistenziali per l'infanzia, gli strumenti di sostegno economico-finanziario e le modalità lavorative innovative (part-time e telelavoro).

Lo scambio di buone pratiche

Ogni PS ha condiviso con gli altri partner una buona pratica sviluppata nel proprio contesto nazionale, in particolare: il bilancio di competenze per la Francia, la mediatrice di pari opportunità per l'Italia, il metodo della gestione delle dinamiche familiari per l'Olanda e i servizi di assistenza alla conciliazione per la Spagna. La condivisione e lo scambio delle buone pratiche è avvenuto mediante il trasferimento di materiali via Intranet, durante i seminari tematici e nel corso delle riunioni del gruppo direttivo.

Il sistema di supporto al progetto per le relazioni transnazionali

E' stato realizzato un sistema Intranet che ha facilitato il processo di cooperazione e ha consentito ai partner di scambiare informazioni sulle reciproche attività nazionali, confrontare i diversi contesti, la normativa generale e le politiche territoriali, diffondere esperienze e metodologie, prodotti e strumenti.



Le riunioni del Gruppo Direttivo

In ciascun paese partner è stata organizzata una riunione del Gruppo Direttivo per discutere la programmazione delle attività, lo scambio delle informazioni attraverso il sistema Intranet, l'organizzazione dei seminari transnazionali, lo sviluppo della strategia di comunicazione e la progettazione della brochure finale.

FRANCIA, Bergerac
10 novembre 2005

SPAGNA, Montilla
5 maggio 2006

ITALIA, Salerno
29 novembre 2006

OLANDA, Deventer
21-22 giugno 2007



Scheda di sintesi

ATTIVITA' SVOLTA

- Seminari tematici
- Scambio di buone pratiche
- Strumenti di cooperazione
- Riunioni del Gruppo Direttivo
- Studi e analisi comparate

OBIETTIVO GENERALE

- Lo scambio di informazioni, di metodologie e di risultati relativi alle attività svolte a livello nazionale da ciascun partner
- L'elaborazione di nuovi modelli di gestione e organizzazione del lavoro
- Lo sviluppo di una conoscenza comune sugli stereotipi di genere
- L'elaborazione di una strategia comune di sensibilizzazione sulle pari opportunità

BENEFICIARI

- Cittadini, Comuni, Istituzioni, Imprese, Organismi di parità, Associazioni femminili, Partner nazionali

OUTPUT

- 3 Seminari Tematici
- 4 Riunioni del gruppo direttivo
- 1 Brochure di divulgazione dei dati dell'Indagine comparata
- 1 sistema di comunicazione integrata Intranet

Il sistema di monitoraggio e controllo

Il sistema di monitoraggio nel suo complesso è stato funzionale ad obiettivi di controllo ex ante, in itinere ed ex post dell'efficacia e dell'efficienza del progetto.

Ha consentito di sistematizzare i risultati conseguiti in forma di database da utilizzare come base informativa per l'attivazione di nuova progettualità e per la divulgazione dei risultati di progetto.

E' stato possibile valutare da un lato l'impatto complessivo dell'intervento, il raggiungimento degli obiettivi previsti in sede di progettazione esecutiva, e dall'altro di presidiare, nelle sue varie fasi di svolgimento, gli aspetti strettamente operativi apportando eventuali correttivi.

La valutazione del progetto Equal Donne, Media e Istituzioni, è stata realizzata attraverso la definizione di un modello valutativo basato sul principio della partecipazione attiva dei singoli partner sia per la specifica area o fase in cui sono stati direttamente coinvolti, sia per l'intero percorso progettuale.

Il sistema di monitoraggio ha previsto dispositivi di verifica dell'efficacia interna (relativa a tutte le attività e output di processo) ed esterna (relativo ad attività e output di contesto).

Nel primo caso si è osservato il grado di coerenza tra obiettivo generale, obiettivi specifici, attività e risultati, seguendo una logica a cascata.

I destinatari del sistema di valutazione implementato sono stati sostanzialmente tre:

- i partner nazionali;
- i destinatari delle azioni progettuali e fruitori dei servizi offerti;
- i partner transazionali.

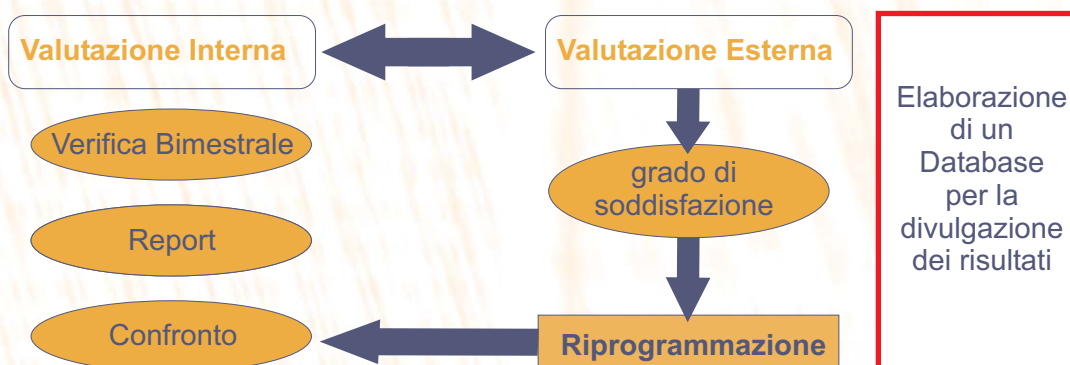
Nel primo caso sono state previste delle verifiche bimestrali coincidenti con le riunioni del Comitato di Coordinamento in cui ciascun partner ha espresso un'autovalutazione sui seguenti aspetti:

- livello di attuazione del progetto;
- livello di sostenibilità;
- livello di comunicazione interna;
- livello di coordinamento interno al partenariato.

Nel secondo caso per ciascuna attività e fase progettuale si è rilevato il grado di soddisfazione dei destinatari finali sul livello dei servizi forniti con l'obiettivo di migliorare ed eventualmente riprogrammare le attività successive.

Nel terzo caso, mediante le riunioni del Gruppo di progetto, sono stati periodicamente valutati gli stati di avanzamento del progetto di cooperazione transazionale.

Nello schema seguente si indica la struttura del sistema di monitoraggio e controllo progettuale.



Il team di progetto



- Maria Casaburi
- Isabella Colamarco
- Debora Brindisi
- Tonino Mazzilli



- Luigi Fuschetto
- Maria Giovanna Iadanza
- Annarita Ranauro
- Umberto Rinaldi



- Alida Castelli
- Stefania Fadda
- Mariella Anchora



- Giovanna De Vita
- Serena Pompilio
- Cosimo Pedicini



Comune di Salerno



- Luciana Iosca