



**PROGRAMUL OPERATIONAL CAPITAL UMAN**

**Titlul proiectului: „PRIMUL PAS IN CARIERA - INTEGRAREA TINERILOR NEET'S PE PIATA MUNCII IN REGIUNEA SUD-MUNTENIA!”**

**Contract nr. 17712/30.06.2022**

**COD SMIS proiect: POCU/991/1/3/154436**

**Beneficiar: CURRENT TRENDS CONSULTING SRL ; Partener 1: Fundatia CREATIW ; Partener 2: RISING STAR SRL**

## Strategie aferenta campaniei de informare

INTOCMIT

Expert ~~de~~ campanie de informare



# ***Introducere***

Prezenta ***Strategie aferentă campaniei de informare*** este realizată în cadrul subactivității A1.1:

“Campanie de informare și promovare tineri cu vârsta cuprinsă între 16-29 ani” și are drept scop contribuția la atingerea obiectivului general al proiectului, respectiv: creșterea gradului de ocupare și dezvoltarea competențelor pentru 378 tineri NEETs someri, cu vârste cuprinse între 16-29 de ani, înregistrați la Serviciul public de ocupare din regiunea Sud-Muntenia, cu accent pe cei din categorii defavorizate, cum ar fi rromii și cei din mediul rural, prin furnizarea de servicii de informare și promovare, servicii de formare profesională, servicii de mediere pe piața muncii și sprijin pentru dezvoltarea antreprenorialului în rândul acestora pe perioada proiectului. Totodată, aplicarea prezentei strategii va conduce inclusiv la atingerea obiectivelor specifice ale proiectului „**PRIMUL PAS ÎN CARIERĂ - INTEGRAREA TINERILOR NEET'S PE PIATA MUNCII ÎN REGIUNEA SUD-MUNTENIA!**”

# CONTEXTUL GENERAL DE APLICARE A STRATEGIEI

Prin obiectivele și activitățile sale, proiectul participă la realizarea obiectivelor strategice stabilite la nivel european, în ceea ce privește combaterea șomajului în rândul tinerilor, inserția tinerilor NEETs prin primirea de oferte de angajare, ucenicie, stagii sau educație continuă, îmbunătățirea situației tinerilor, în special cei cu nivel redus de calificare și cei care se confruntă cu bariere multiple în calea intrării pe piața forței de muncă, crearea de condiții optime pentru competitivitate prin încurajarea unui mediu favorabil inițiativei și dezvoltării întreprinderilor, promovarea unui mediu propice cooperării dintre întreprinderi. Prin programe de formare și sprijinul furnizat întreprinderilor se creează premisele obținerii valorii adăugate prin creșterea gradului de calificare și competențe obținute.

# CE SE URMARESTE PRIN CAMPANIA DE INFORMARE

- conștientizarea grupului țintă privind importanța programelor de formare profesională în dezvoltarea economică, în soluționarea provocărilor sociale, economice și de mediu, precum și în propria dezvoltare personală și profesională.
- Activitatea A1.1 a proiectului “**Campanie de informare si promovare tineri cu varsta cuprinsa intre 16 si 29 ani**” în cadrul căreia este realizată prezenta Strategie de informare răspunde Obiectivului Specific 1 al proiectului - Creșterea nivelului de informare si promovare in randul tinerilor cu privire la avantajele aduse de proiect si indrumarea acestora spre SPO in vederea participarii la formare continua si consolidarea unei cariere. Informarea potentialilor membrii ai grupului tinta al proiectului, presupune derularea unor activitati complexe de informare, comunicare si promovarea in randul publicului vizat a beneficiilor proiectului in ceea ce priveste posibilitatile de instruire a grupului tinta

## CE SE URMARESTE PRIN CAMPANIE?

- 1) posibilitatea si modalitatile tinerilor NEETs de a se inscrie la SPO in vederea profilarii,
- 2) posibilitatea persoanelor interesate si eligibile de a se inscrie si de a face parte din grupul tinta al proiectului (motiv pentru care in cadrul campaniei se va descrie in mod clar si concret metodologia de selectie a grupului tinta, conditiile si criteriile de eligibilitate etc),
- 3) oportunitatea participarii tinerilor NEETs la programele de formare profesionale gratuite cu recunoastere nationala si europeana (prin apostila) in cadrul proiectului,
- 4) oportunitatea participarii tinerilor NEETs la serviciile de mediere pe piata muncii, precum si la programul de antreprenoriat prevazut in cadrul prezentului proiect
- 5) promovarea si publicitatea planurilor de afaceri selectate in cadrul proiectului.

# CUM NE VOM ATINGE OBIECTIVELE? PRIN:



Organizarea a 30 evenimente de informare si promovare a persoanelor interesate



Derularea unei campanii de informare si contientizare online prin publicarea de bannere oline pe minim 2 website-uri cu impact semnificativ, realizarea de conturi pe principalele retele de socializare si publicarea de continut pe acestea,timp de 6 luni.


# UNDE SE VA APLICA STRATEGIA DE INFORMARE



Actiunile de informare a grupului tinta si de promovare a proiectului, se vor desfasura la nivelul fiecarui judet, din regiunea mai putin dezvoltata **Sud Muntenia**, in vederea asigurarii de sanse egale de participare a persoanelor din toate judetele regiunii de dezvoltare in care proiectul se va implementa.

Se vor promova intens beneficiile aduse grupului tinta ca urmare a participarii la activitatile proiectului, atat in cadrul componentei online, cat si a celei offline:

- Participare la un program de formare antreprenorială specifică în conformitate cu standardele existente
- Participare la un program de dezvoltare a competențelor antreprenoriale
- Realizarea de către fiecare participant la formare, a unui plan de afaceri individual, instrument util în planificarea ideii de afaceri, dezvoltarea acestora și obținerea unor posibile finanțări;
- Posibilitate de a primi finanțare directă sub formă de minimis
- Servicii personalizate de consiliere în vederea implementării planurilor de afaceri în domeniul antreprenoriatului social și în domeniul antreprenoriatului, inclusiv de identificare a de piețe de desfacere oferite persoanelor selectate în vederea implementării planurilor de afaceri;
- Includerea gratuită într-o platformă online - o rețea de sprijin, putând astfel beneficia pe viitor de acces gratuit și instant la informații pentru dezvoltarea unei întreprinderi



# Se vor promova temele orizontale, atat online, cat si offline:

Temele orizontale vor fi respectate pe toata durata desfasurarii activitatii de informare a grupului tinta si anume:

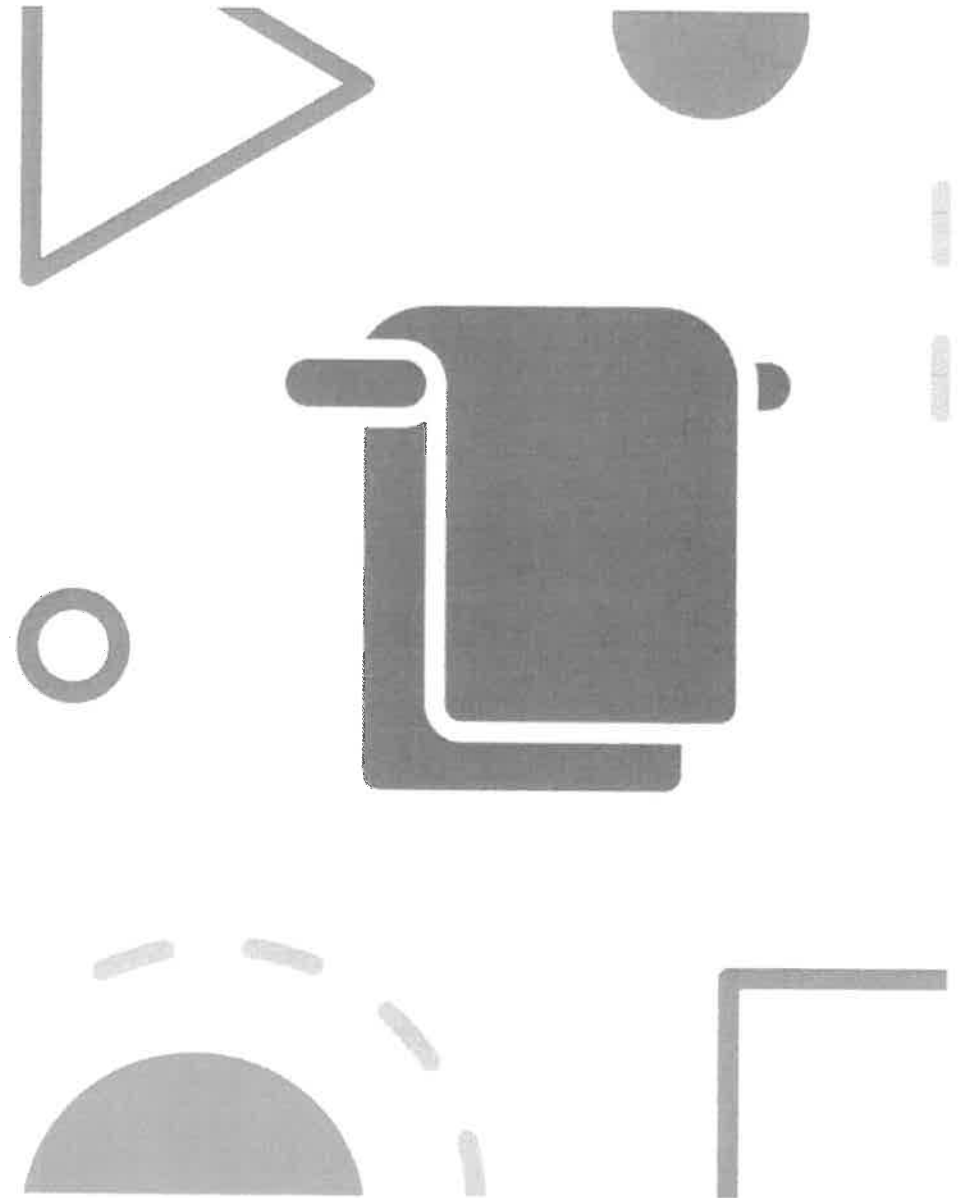
- Egalitatea de sanse si non-discriminarea: toti membrii GT, atat in cadrul informarii initiale cat si dupa momentul recrutarii, vor primi informatii teoretice si recomandari practice, adaptate specificului activitatii lor. Pe parcursul realizarii activitatilor se va tine cont de practicile si politicile relevante in domeniul combaterii discriminarii, asigurandu-se evitarea oricarui tratament preferential, deosebire, excludere, restrictive sau preferinta bazata pe criterii precum: rasa, nationalitate, etnie, limba, religie, categorie sociala, convingeri, gen, orientare sexuala, varsta, handicap, boala cronica contagioasa, apartenenta la o categorie defavorizata
  - Dezvoltarea durabila : membrii grupului tinta vor fi informati cu privire la conceptul de dezvoltare durabila, ce reprezinta totalitatea formelor si metodelor de dezvoltare socio-economica al carui fundament il reprezinta asigurarea echilibrului intre sistemele socio economice si potentialul natural. Dezvoltarea durabila trebuie privita ca o adaptare a societatii si a economiei la marile probleme cu care omenirea se confrunta in prezent.
  - Promovarea egalitatii intre femei si barbati: beneficiarii proiectului vor fi informati, de faptul ca, in ceea ce priveste accesul la finantare si selectarea planurilor de afaceri, se va asigura participarea la concurs a tuturor persoanelor din grupul tinta, indiferent de categoria sociala din care provine, asigurandu-se tratament egal si egalitate de sanse atat pentru barbati cat si pentru femei.
-

# COMPONENTA OFFLINE

**PRESUPUNE:** Organizarea a 30 evenimente de informare si promovare a persoanelor interesate

In cadrul acestor evenimente, se vor prezenta, minim, urmatoarele:

1. Obiectivul general al proiectului
2. Obiectivele specifice ale proiectului
3. Categoriile de grup tinta eligibile
4. Axa prioritara de investitii, sursa de finantare si bugetul proiectului
5. Data de incepere si de finalizare a proiectului
6. Activitatile care se vor desfasura
7. Conditile de finantare din cadrul proiectului
8. Alte informatii care sunt solicitate de catre beneficiarii informati si interesati pentru a fi selectati in vederea recrutarii in grupul tinta



## COMPONENTA ONLINE (1)

**PRESUPUNE:** publicarea a 2 bannere on-line pe 2 site-uri, crearea de conturi pe principalele site-uri de socializare si publicarea de continut de promovare pe acestea, timp de 6 luni.

**SE TINE CONT DE FAPTUL CA:** Publicitatea ONLINE față de cea tradițională are următoarele avantaje:

- captararea atenției publicului țintă - posibilitatea de a cuprinde o audiență – țintă determinată, și mai ales activă;
- monitorizarea - obținerea informațiilor despre publicul țintă la scurt timp de la lansarea campaniei; pot fi obținute instantaneu indicații privind eficiența camapniei publicitare;
- diversitate în ceea ce privește informațiile puse la dispoziția grupului tinta (text, grafică, sunet, video, efecte speciale);
- vizibilitatea informatei furnizate este foarte mare, aceasta putând fi practic vizionata la orice oră și în orice loc de către internauți;
- interactivitatea ridicată permite echipei de implementare să intre în contact direct cu potențialul GT, iar aceștia din urmă au posibilitatea de a studia si analiza serviciile oferite si oportunitatile create de proiect
- Costul este unul relativ mic în comparație cu televiziunea, de exemplu unde un spot publicitar este echivalent cu cel al bannere-lor pentru un an;
- flexibilitate pe direcțiile mass-media, mediu adresabil spre exemplul mesajele e-mail și mediul interactiv (chat-urile forum-urile);
- publicitatea on-line este singura ce permite un feed-back imediat al eficienței campaniei și modificări în timp real;

## COMPONENTA ONLINE (2)

Bugetul prevăzut pentru realizarea serviciilor de Promovare on-line (A1), în cadrul proiectului PRIMUL PAS IN CARIERA - INTEGRAREA TINERILOR NEET'S PE PIATA MUNCII IN REGIUNEA SUD-MUNTENIA!, s-a realizat în baza unei estimări de costuri, în faza de elaborare a proiectului, prin consultarea pieței privind serviciile promovare on-line (A1), cheltuielile reprezentand estimarea costurilor pentru organizarea si implementarea subactivitatii A1.1, respectiv implementarea campaniei de informare si constientizare online cu privire la necesitatea si importanta implicarii tinerilor NEETs in activitatea de formare profesionala si/sau angajarea pe piata muncii (inclusiv angajare pe cont propriu).

## CRITERII DE ADAPTARE A MESAJELOR ADRESATE GT – COMPONENTA ONLINE, CAT SI OFFLINE

---

Instrumentele de comunicare vor difuza mesaje adaptate la specificul publicului/grupului tinta astfel incat impactul generat sa asigure indeplinirea obiectivelor de comunicare si totodata sa asigure sustenabilitate proiectului pe termen mediu si lung. Criteriile de adaptare a instrumentelor de comunicare si a mesajului la specificul grupului tinta sunt:

- a) Geografic - unde se afla publicul tinta (urban/rural) ? Bariere fizice si psihologice care pot distorsiona continutul si impactul estimat al mesajului.
- b) Demografic - Care este varsta, sexul, educatia, venitul publicului tinta?
- c) Psihografic - Care este comportamentul, stilul de viata, personalitatea publicului? Ce caracteristici loiale au? Sunt receptivi la idei noi si tehnologii inovative?
- d) Comportament - Care sunt nevoile si dorintele publicului? Care este nivelul lor de intelegere, informare, ce obicei de consum au?

•

PENTRU  
ASIGURAREA  
UNEI  
COMUNICARI  
EFICIENTE IN  
CADRUL  
CAMPANIEI, SE VA  
AVEA IN VEDERE:

- o ascultare activă pe tot parcursul derularii campaniei și a proiectului;
- formularea mesajului într-o manieră clară, ușor de înțeles de către grupul tinta vizat, respectiv tineri Neets din Regiunea Sud Muntenia;
- respect și empatie față de grupului tinta;
- armonizarea mesajului verbal cu cel nonverbal și paraverbal în interacțiunea cu grupul tinta;
- atenție la feedback și adaptarea mesajului în funcție de acesta;
- o inteligență emoțională dezvoltată.