

CAPABILITY BLUE HUB FVG

Trieste 25 MARZO E 17 APRILE 2024

**RISULTANZE EMERSE DAL TAVOLO DI LAVORO ORIENTAMENTO
DEL PERCORSO DI DESIGN THINKING**

INDICE

Introduzione	3
Metodologia di lavoro	3
Risultanze emerse dai gruppi di lavoro.....	5
Value Proposition "studente medie"	5
Sintesi risultati Value Proposizione dello "studente scuole medie"	6
HMW: domande di attivazione target studente scuole medie.....	7
Value Proposition "adulto"	9
Sintesi risultati Value Proposition dell'"adulto/genitore".....	10
HMW: domande di attivazione target adulto/genitore	10
Idee e prossimi step per l'implementazione	12
Le idee messe in campo per il target "studente scuole medie"	12
Le idee messe in campo per il target "adulti/genitori"	14
Conclusioni	17

Introduzione

Il presente documento contiene i risultati dei due incontri del tavolo di lavoro dedicato all'“orientamento” alle professioni del mare che si sono realizzati in presenza nei giorni 25 marzo e 17 aprile 2024 e che hanno visto la partecipazione di rappresentanti del sistema istituzionale, dell'orientamento, dell'istruzione, della formazione dei servizi per le politiche giovanili e delle imprese.

L'obiettivo di tali incontri di progettazione partecipata è stato quello di far emergere idee e proposte di miglioramento dei servizi dell'orientamento, scolastico e professionale, per meglio rispondere ai bisogni dei principali target di riferimento (in particolare, ragazzi frequentanti percorsi scolastici e adulti/genitori degli stessi) facendo tesoro delle suggestioni e degli indirizzi di miglioramento che sono emersi nel corso degli incontri di “future thinking” realizzati con le imprese.

Tale lavoro di gruppo, che è stato facilitato adottando metodologie e strumenti tipici del design thinking, si colloca all'interno del modello complessivo di intervento del progetto CBH FVG come un modo nuovo di tradurre in soluzioni concrete le esigenze e le idee emerse negli incontri di Future Thinking.

Le due metodologie adottate in modo sequenziale, *Future Thinking e Design Thinking*, si presentano come due elementi o fasi di lavoro dello stesso *modello e processo innovativo di rilevazione dei fabbisogni professionali e di progettazione partecipata di soluzioni concrete ed operative* (“messa a terra”).

Complessivamente, pertanto, si è trattato di un *intervento di sperimentazione* delle modalità di co-progettazione dell'innovazione e del cambiamento del sistema dell'orientamento e della formazione in Friuli-Venezia Giulia, per aumentare le capabilities di sistema e renderlo più capace di rispondere ai bisogni emergenti di competenze del settore della Blue Economy.

Metodologia di lavoro

Come già anticipato, il lavoro di co-progettazione è stato facilitato attraverso l'utilizzo di metodologie e strumenti tipici del *Design Thinking* e, in modo particolare, del **Service Design** per lo sviluppo di idee e soluzioni concrete per il miglioramento del sistema dei servizi di orientamento.

Di seguito si rappresenta il percorso metodologico completo che prevede una fase di preparazione, una fase di realizzazione composta da due incontri del tavolo di lavoro e una fase successiva di implementazione delle soluzioni.

Fase di preparazione.

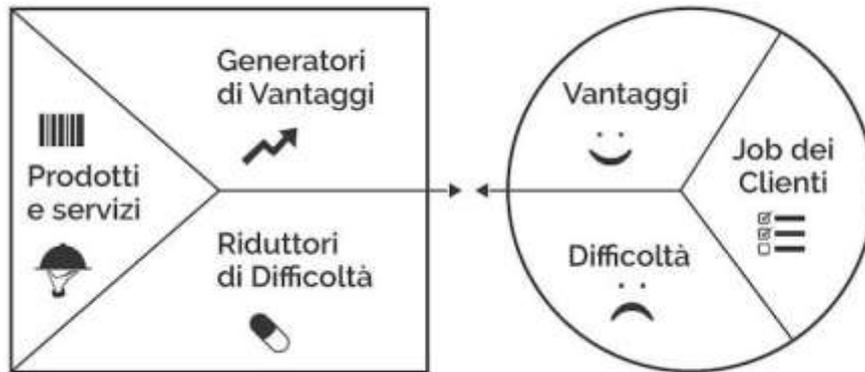
- A. In **fase di preparazione** sono stati riletti i risultati raggiunti in occasione dell'evento di lancio del progetto CBH FVG del 6 dicembre 2023. Questi risultati sono stati messi a confronto con i risultati del primo incontro di Future Thinking per individuare due macro-domande di attivazione, secondo la tecnica “HMW” (Come potremmo ...) che aiuta a tradurre un problema in una domanda di attivazione del processo di problem solving creativo. Sono state individuate due HMW:
1. (HMW) Come potremmo comunicare ai giovani, in modo da vincere le loro paure e far emergere attitudini personali e motivazione?
 2. (HMW) Come potremmo comunicare agli adulti significativi, in modo da de-costruire pregiudizi e stereotipi?

Fase di realizzazione degli incontri del tavolo di lavoro “orientamento”.

- B. Il primo incontro di lavoro è stato dedicato alla **fase esplorativa e di definizione** partendo dall'individuazione di due target specifici, portatori di interessi, rispetto ai servizi di orientamento e all'approfondimento delle loro esigenze. Dopo un breve confronto i membri del tavolo di lavoro hanno selezionato i seguenti due target: studenti frequentanti la scuola superiore di primo grado (scuole medie)

e gli adulti/genitori degli stessi. A questo punto i partecipanti si sono suddivisi in due sottogruppi ciascuno dedicato ad uno dei due target menzionati sopra. Lo strumento utilizzato dai sottogruppi è stato quello della Value Proposition.

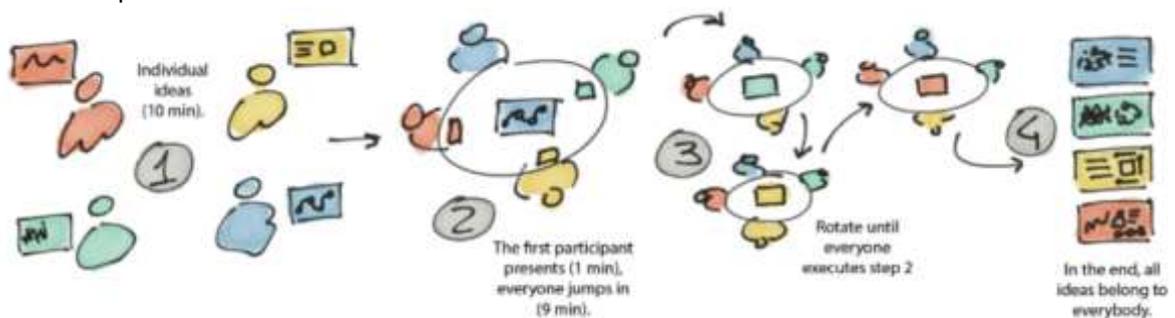
Figura 1: value proposition canvas (studente e adulto/genitore)



Questo strumento aiuta il gruppo di lavoro a mettersi nei panni del target, ovvero attraverso l’empatia cercare di immedesimarsi nel target per farne emergere i reali bisogni, le difficoltà che incontra nel soddisfare i propri bisogni e i vantaggi desiderati. Una volta fatto ciò, diventa più facile pensare a quali risposte dare per soddisfare tali bisogni, prevenire o alleviare le difficoltà e garantire un vantaggio. Questo lavoro ha fatto emergere diverse proposte di miglioramento del sistema dell’orientamento attraverso una metodologia Human Centered e attraverso una tecnica esplorativa che punta sulla capacità empatica di “mettersi nei panni” della persona a cui vogliamo indirizzare i nostri servizi.

- C. Il secondo incontro è stato dedicato alla **fase di ideazione**, ovvero allo sviluppo di idee e soluzioni concrete per il miglioramento del sistema dell’orientamento, partendo dalle risultanze dell’incontro precedente e quindi da una conoscenza più approfondita dei bisogni specifici del target di riferimento. In questo caso, la tecnica utilizzata è stata quella del brainstorming guidato attraverso la tecnica della SWAP IDEATION. Si tratta di un percorso a step che alterna momenti di riflessione e creazione di idee in modalità individuale e in silenzio con momenti di confronto con gli altri membri del sottogruppo per ricevere spunti e suggerimenti per il miglioramento e l’integrazione dell’idea proposta.

Figura 2 Swap Ideation



Grazie a questa tecnica di brainstorming strutturato ciascun sottogruppo (target studente e target adulto/genitore) hanno prodotto una serie ricca di proposte operative.

Fase successiva di implementazione delle soluzioni

- D. Il percorso di design thinking si concluderà con la **fase di prototipazione**. Alcune delle proposte e idee emerse verranno sviluppate dalla squadra del progetto CBH FVG per essere “prototipate” in vista di una

loro successiva “sperimentazione” – **fase di testing/implementazione** – da realizzare insieme agli stakeholder nel corso del secondo anno del progetto CBH

Risultanze emerse dai gruppi di lavoro

Di seguito si riportano i risultati dei due incontri del tavolo di lavoro rimandando al paragrafo conclusivo le indicazioni in merito alle modalità di continuazione del percorso di Design Thinking che riguardano la fase di prototipazione e implementazione.

Value Proposition “studente medie”

Si trascrivono di seguito i contenuti dei post-it per ciascuna delle sezioni dedicate al comportamento e ai bisogni del profilo “studente delle scuole medie”.

Cosa fa?

- Seguire le proprie ambizioni
- Informarsi su argomenti di suo interesse legati ad una possibile futura professione
- Pianificare (aiutato) un percorso di studi
- Chiedere aiuto a genitori e servizi (orientamento/COR)
- È curioso verso il settore mare e si informa
- Partecipa ai laboratori e attività di orientamento organizzati sul territorio
- Partecipa alle attività proposte dalle scuole
- Chiede aiuto agli amici
- Parla con mamma e papà
- Chiede; quali sbocchi professionali offre il diploma nel settore mare?
- Chiede a scuola, al docente orientatore
- Confronta i propri sogni con le possibilità
- Informarsi
- Conosce qualcuno per sentire la sua storia
- Capire quanto e quali materie di studiano
- Fare un’esperienza in loco
- Vedere qualche storia

Quali problemi incontra?

- Dove trovo un testimone?
- Mercato del lavoro incerto, troverò lavoro?
- Difficoltà a trovare fonti di informazione (non è abituato)
- Genitori poco aggiornati rispetto all’innovazione nelle professioni (non sono come 20 anni fa)
- Non sempre facile parlare in famiglia
- Tolgo tempo ad altre attività più interessanti
- Genitori con volontà diverse
- Indecisione, paura di sbagliare
- Le spiegazioni sono noiose
- Superare le proprie paure
- Confrontarsi con i genitori

Quali vantaggi vuole ottenere?

- Posso esplorare un settore in forte espansione.
- Ci saranno molte opportunità per studiare e lavorare
- Conosco meglio anche gli altri

- Ottengo crediti formativi
- Affrontare con entusiasmo la nuova scuola
- Accettare la sfida della nuova scuola
- Autostima
- Non è più facile conoscere attraverso le persone
- Felicità
- Scelta più consapevole
- Realizzazione
- Il costo di un'esperienza in loco
- Avere più chance nel M.d.L. di domani
- Fare un percorso di studi appagante
- Fare un lavoro gratificante

Si trascrivono adesso i contenuti dei post-it per ciascuna delle sezioni dedicate all'offerta di servizi e di sostegno a fronte per soddisfare i bisogni e le esigenze del profilo "studente delle scuole medie".

Servizi e attività

- Teatro delle professioni
- Orientatori in grado di comunicare con il giovane
- Attività comuni in contesto extrascolastico (genitori – figli)
- Viaggio di istruzione mirato (anche tramite centro estivo/ricreatori)
- Repertorio delle professioni (video, schede, animazioni)
- Canale di comunicazione aperto
- Dibattito/attività laboratoriali fra due gruppi di studenti

Risolutori di problemi

- Difficoltà di comunicazione con i genitori (facilitare il confronto in famiglia)
- Noia / estraneità rispetto alle informazioni ricercate (rendere la ricerca meno noiosa)
- Paura di non essere in grado di "farcela" a scuola (rafforzare l'autostima e l'autoefficacia)

Generatori di vantaggi

- Teatro delle professioni
- Tecniche di gamification
- Concorso tra scuole – qualche premio
- Riconoscimento formale (attività fatte)

Sintesi risultati Value Proposition dello "studente scuole medie"

La value proposition per lo "studente delle scuole medie" si concentra sull'offrire un approccio strutturato e interessante all'orientamento professionale, specialmente nel settore marittimo. Ecco una sintesi dei punti principali per ciascuna sezione del canvas.

Comportamenti e Bisogni dello Studente:

- gli studenti esprimono la loro curiosità e ambizioni riguardo a future professioni, cercando informazioni e pianificando percorsi di studio con l'assistenza dei genitori e dei servizi di orientamento;
- mostrano interesse verso il settore marittimo e partecipano a laboratori e attività di orientamento.

Problemi Incontrati:

- no dei problemi chiave è la **difficoltà di trovare testimonianze dirette** e fonti di informazione aggiornate, soprattutto a causa di un mercato del lavoro percepito come incerto;
- altri problemi includono la **difficoltà di comunicare questi argomenti con la famiglia**, indecisioni personali e paura di fare scelte sbagliate.

Vantaggi Ricercati:

- gli studenti sono alla ricerca di opportunità che permettano loro di **esplorare settori in crescita e garantiscano maggiori chance nel mercato del lavoro futuro**;
- **desiderano un percorso di studi appagante e un lavoro gratificante**, e cercano di **aumentare la propria autostima e realizzazione personale**;

Offerte di Servizio e Supporto:

- tra le soluzioni proposte, troviamo il "Teatro delle professioni", orientatori capaci di comunicare efficacemente con i giovani, e **attività che coinvolgano studenti e genitori fuori dall'ambito scolastico**;
- Si suggeriscono viaggi di istruzione mirati e materiali dinamici come video e animazioni per un **repertorio di professioni**, così da **rendere la ricerca e l'apprendimento più coinvolgenti**.

Risoluzione dei Problemi:

- Per **superare le difficoltà di comunicazione in famiglia e la noia/estraneità rispetto alle informazioni ricercate**, si propongono soluzioni per facilitare il confronto familiare e rendere il processo di ricerca meno noioso.
- Si vuole anche rafforzare l'autostima e l'autoefficacia per superare la paura di non essere all'altezza delle sfide scolastiche.

Generazione di Vantaggi:

- L'uso di tecniche di gamification, concorsi tra scuole con premi, e il riconoscimento formale delle attività svolte sono strategie mirate a creare vantaggi tangibili per gli studenti.

In sintesi, questa value proposition mira a guidare gli studenti attraverso un percorso di scoperta e apprendimento nel settore marittimo, affrontando le loro preoccupazioni e trasformandole in un piano di azione chiaro e un percorso educativo ricco e stimolante.

HMW: domande di attivazione target studente scuole medie

Per attivare il lavoro di gruppo nella generazione di idee innovative per il miglioramento del sistema dell'orientamento (obiettivo e contenuto del secondo incontro) si declinano e propongono alcune "domande attivanti" formulate con la tecnica HMW – How Might We frame:

Problema/HMW: "difficoltà di trovare testimonianze dirette"

Utilizzando la tecnica How Might We (HMW) per affrontare la sfida di trovare testimonianze dirette utili all'orientamento professionale nel settore marittimo, potremmo formulare delle domande come:

- "Come potremmo collegare gli studenti con i professionisti del settore marino per condividere le loro storie professionali?"
- "Come potremmo creare una piattaforma dove gli esperti marittimi possano regolarmente offrire spunti sulle loro professioni?"

- "Come potremmo organizzare eventi comunitari che riuniscano studenti e professionisti del mare per sessioni di Q&A dal vivo?"
- "Come potremmo sfruttare i social media per evidenziare le storie di successo dell'industria marittima?"

Problema/HMW: "difficoltà di comunicare e confrontarsi con la propria famiglia"

Per affrontare il problema della difficoltà di comunicare e **confrontarsi con la propria famiglia** riguardo alle professioni del mare, le domande "How Might We" potrebbero essere:

- "Come potremmo facilitare il dialogo tra gli studenti interessati al settore marittimo e le loro famiglie?"
- "Come potremmo creare occasioni familiari dove discutere in maniera costruttiva delle carriere marittime?"
- "Come potremmo utilizzare storie di successo del settore marittimo per incoraggiare conversazioni familiari?"

Problema/HMW: "mancanza e difficoltà nel coinvolgere studenti e genitori insieme in attività extrascolastiche finalizzate a migliorare la conoscenza delle opportunità di lavoro offerte dalle nuove professioni del mare"

Per affrontare il problema della mancanza e **difficoltà nel coinvolgere studenti e genitori** in attività extrascolastiche legate alle nuove professioni del mare, ecco alcune possibili domande "How Might We":

- "Come potremmo progettare attività extrascolastiche sulle professioni del mare che siano attraenti sia per gli studenti sia per i loro genitori?"
- "In che modo potremmo rendere i genitori partecipi e attivi nelle sessioni di orientamento professionale marittimo?"
- "Quali esperienze pratiche potremmo offrire per dimostrare agli studenti e ai loro genitori il valore delle professioni del mare?"

Problema/HMW: "ricerca delle informazioni e modalità di comunicazione poco coinvolgenti, divertenti e stimolanti per i ragazzi"

Per affrontare il problema della ricerca di informazioni e modalità di **comunicazione poco coinvolgenti, divertenti e stimolanti** per i ragazzi, ecco alcune domande "How Might We":

- "Come potremmo rendere le informazioni sulle professioni del mare più interattive e coinvolgenti per i ragazzi?"
- "In che modo potremmo utilizzare giochi e tecnologie interattive per presentare le carriere marine ai giovani?"
- "Come potremmo collaborare con creatori di contenuti digitali per produrre materiali informativi più accattivanti sulle professioni del mare?"

Value Proposition “adulto”

Si trascrivono di seguito i contenuti dei post-it per ciascuna delle sezioni dedicate al comportamento e ai bisogni del profilo “adulto/genitore”.

Cosa fa?

- Visitare le strutture lavorative
- Rivolgersi ad un esperto
- Parlare con gli insegnanti
- Ricerca informazioni
- Avvicino mia figlia a più contesti possibili
- Lavoro su me stesse
- Mi informo (fornire informazioni adeguate): cosa vuol dire ben retribuito!
- Info day – internet
- Avere contatti anche informali con persone che lavorano nelle realtà!
- Trovare una scuola / attività che stimoli interesse e motivi mio figlio
- Reperire informazioni / esplorazione /visite in azienda

Quali problemi incontra?

- Non so niente sulle professioni del mare
- Quale qualità della vita offre un mestiere del mare?
- Ci sono troppe informazioni non so da dove iniziare
- Quali sono i mestieri che possono essere ben retribuiti?
- Dispersione
- Mio figlio non ha voglia di studiare
- Non so cosa piace veramente a mio figlio
- Sviluppare reali potenzialità dei figli
- Non so quale settore lavorativo offre più opportunità
- Mio figlio vuole fare una scuola che vale poco, può fare di più
- Non conosco il settore

Quali vantaggi vuole ottenere?

- Avere più occasioni per parlare con lui (figlio)
- Potrei essere assicurato
- Aumento gli stimoli
- Futuro stabile
- Se fa qualcosa che gli interessa, mio figlio non molla e si impegna
- Capire perché ha in mente quelle idee
- Mio figlio farà un lavoro ben retribuito
- Benessere e soddisfazione
- Conoscere i mestieri mi permette di comprendere il sistema
- Settore in espansione: ricadute occupazionali e ampliamento delle conoscenze

Si trascrivono adesso i contenuti dei post-it per ciascuna delle sezioni dedicate all’offerta di servizi e di sostegno a fronte per soddisfare i bisogni e le esigenze del profilo “adulto/genitore”.

Offerte di Servizio e Supporto:

- Informazione in situazione: informarsi facendo (es. Delfino Verde)

- Catalogo di tutte le professioni su una nave (o altro marittimo)
- Coinvolgere le famiglie attivamente nelle attività, processi, ecc.

Risoluzione dei Problemi:

- Ripensare la propria immagine (da parte del mondo produttivo)

Generazione di Vantaggi:

- Investire sulla stabilità contrattuale

Sintesi risultati Value Proposition dell'“adulto/genitore”

Dal punto di vista di un adulto genitore che desidera aiutare il proprio figlio nel processo di ricerca delle opportunità di studio e lavoro correlate alle professioni del mare, il focus è sulla raccolta di informazioni attraverso visite aziendali, consultazioni con esperti e insegnanti, e l'interazione informale con professionisti del settore.

L'adulto genitore cerca di stimolare l'interesse del figlio spronandolo ad esplorare diversi ambienti lavorativi e contesti educativi.

Le principali sfide che si trova davanti includono la **mancanza di conoscenza specifica sulle professioni marine**, la **difficoltà nel filtrare l'abbondanza di informazioni disponibili** e l'**incertezza sulle opportunità di carriera retribuite** e sulla **qualità di vita offerta da questi mestieri**.

Per affrontare queste sfide, si propone di **migliorare l'immagine del settore** e di investire in stabilità contrattuale per aumentare l'attrattiva delle professioni del mare.

HMW: domande di attivazione target adulto/genitore

Per attivare il lavoro di gruppo nella generazione di idee innovative per il miglioramento del sistema dell'orientamento (obiettivo e contenuto del secondo incontro) si declinano e propongono alcune “domande attivanti” formulate con la tecnica HMW – How Might We frame:

Problema/HMW: “scarsa conoscenza da parte dei genitori delle professioni del mare e di come il contesto della blue economy sia cambiato e sia in continuo cambiamento nel futuro”

Per affrontare il problema della scarsa conoscenza da parte dei genitori delle professioni del mare e delle evoluzioni della blue economy, si possono formulare le seguenti domande "How Might We":

- "Come potremmo organizzare incontri informativi per i genitori che presentino le carriere nella blue economy e le sue future evoluzioni?"
- "Come potremmo utilizzare i canali social e le piattaforme digitali per educare i genitori sulle opportunità professionali nel contesto della blue economy in continua evoluzione?"
- "Quali partnership potremmo instaurare con aziende e istituzioni del settore marittimo per creare programmi di formazione per i genitori sulle professioni del mare?"

Problema/HMW: “difficoltà dei genitori nell'orientarsi nell'offerta informativa in merito alle opportunità di studio e lavoro correlate alle professioni del mare, essendo disorganizzata, sovrabbondante e poco finalizzate a comprendere gli sbocchi occupazionali”

Per affrontare il problema delle difficoltà dei genitori nell'orientarsi nell'offerta informativa sulle opportunità di studio e lavoro nel settore marittimo, potresti considerare queste domande "How Might We":

- "Come potremmo semplificare e organizzare le informazioni sulle carriere marittime per renderle facilmente accessibili ai genitori?"
- "Come potremmo collaborare con esperti del settore marittimo per sviluppare webinar informativi mirati ai genitori riguardo gli sbocchi occupazionali nel settore?"
- "Quali strumenti potremmo sviluppare per filtrare e personalizzare le informazioni sulle professioni del mare in base agli interessi specifici e alle esigenze dei genitori?"

Problema/HMW: "difficoltà dei genitori a comprendere i percorsi di carriera all'interno della blue economy e a valutarne i benefici in termini di retribuzione e qualità della vita"

Per affrontare il problema della difficoltà dei genitori a comprendere i percorsi di carriera all'interno della blue economy e a valutarne i benefici in termini di retribuzione e qualità della vita, potresti considerare queste domande "How Might We":

- "Come potremmo illustrare chiaramente i percorsi di carriera nella blue economy ai genitori, evidenziando i benefici economici e di qualità della vita?"
- "In che modo potremmo organizzare sessioni informative con esperti della blue economy per discutere le retribuzioni e le condizioni di lavoro?"
- "Quali strumenti potremmo creare per aiutare i genitori a fare confronti informati tra diversi percorsi di carriera nella blue economy?"

Problema/HMW: "persiste nella maggior parte degli adulti non del settore un'immagine vecchia e poco attraente del settore della blue economy e delle professioni del mare"

Per affrontare il problema della persistente percezione vecchia e poco attraente del settore della blue economy e delle professioni del mare tra gli adulti non addetti ai lavori, ecco alcune domande "How Might We":

- "In che modo potremmo collaborare con media e influencer per diffondere una visione più attraente e contemporanea delle professioni del mare?"
- "Come potremmo utilizzare testimonianze di successo e studi di caso recenti per mostrare il dinamismo e le opportunità nel settore marittimo?"
- "Quali eventi o esperienze immersive potremmo organizzare per cambiare la percezione pubblica delle carriere nella blue economy?"

Idee e prossimi step per l'implementazione

Il secondo incontro del tavolo di lavoro dedicato all'orientamento è stato dedicato alla **fase di ideazione**. Partendo da una serie di domande di attivazione (HMW, come potremmo ...) i due sottogruppi, ciascuno dedicato ad uno dei due target presi in considerazione (studenti e adulti/genitori) hanno sviluppato una serie di idee e proposte di lavoro che vengono riportate di seguito nella forma fedele in cui sono state scritte dai partecipanti.

Le domande di attivazione proposte dal facilitatore erano inizialmente quattro, ma entrambi i gruppi hanno ritenuto che la rispettiva terza domanda fosse una ripetizione delle altre e che potesse pertanto essere non trattata, senza che ciò inficiasse in alcun modo il risultato finale del lavoro di ideazione.

Le idee messe in campo per il target "studente scuole medie"

Si riportano le idee sviluppate dal gruppo di lavoro suddivise per ciascuna delle tre domande di attivazione (HMW).

A. Problema/HMW: "difficoltà di trovare testimonianze dirette"

- "Come potremmo collegare gli studenti con i professionisti del settore marino per condividere le loro storie professionali?"
- "Come potremmo creare una piattaforma dove gli esperti marittimi possano regolarmente offrire spunti sulle loro professioni?"
- "Come potremmo organizzare eventi comunitari che riuniscano studenti e professionisti del mare per sessioni di Q&A dal vivo?"
- "Come potremmo sfruttare i social media per evidenziare le storie di successo dell'industria marittima?"

1. **Idea:** evento in collegamento con una comunicazione social. L'evento fisico rimanda alle testimonianze online e la comunicazione social contribuisce alla diffusione dell'evento con gli esperti.

Suggerimenti: dibattito fra esperienza di un professionista "anziano" e un giovane professionista per condividere come è cambiato il mondo delle professioni del mare e colmare il gap generazionale. Comunicazione giovane.

2. **Idea:** organizzare evento su professioni mare con attività pratiche, laboratoriali.

Suggerimenti: difficile che le aziende portano ragazzini delle medie all'interno (pericoloso). 1 stand per ogni azienda. Esperienza passata: *ARS Navigandi*: 1 percorso di vari laboratori tenuti dai professionisti. Anche utilizzo di visore ma sconsigliato sotto i 14!

3. **Idea:** "storie", team di storytelling. Candidature spontanee: "diventa il volto della tua professione" carica un video. Poi arriva una troupe che si occuperà di registrare il video. Format: il contenuto sarà poi caricato sia sulle piattaforme social che sul sito dedicato

Suggerimenti: aggiungere podcast, audio, contenuti blog, piattaforma, video lungo per YouTube. Collegare. Un ragazzo che intervista? Come format.

4. **Idea:** evento/i sullo stile del Trieste Science Fest. Eventualmente collegato ad eventi già presenti (es. TS coppa d'autunno? Maratona d'Europa?) coinvolgendo le scuole per sessioni Q&A. Possiamo pensare a qualche attività coinvolgente, tipo un simulatore?

Suggerimenti: QR code di collegamento a una realtà virtuale che proponga in parallelo dei contenuti/testimonianze (YouTube? Instagram? Podcast...) Fare più eventi per puntare a risultati sul lungo periodo.

5. **Idea:** creare un repertorio delle professioni marittime, cioè una piattaforma online con contenuti “desk” e “testimonianze”, link di approfondimento e animato con “eventi” di approfondimento: descrizioni, percorsi di istruzione/formazione; potenziamento di mercato, potenzialità di crescita professionale.

Suggerimenti: nessuno

B. Problema/HMW: “difficoltà di comunicare e confrontarsi con la propria famiglia”

- "Come potremmo facilitare il dialogo tra gli studenti interessati al settore marittimo e le loro famiglie?"
- "Come potremmo creare occasioni familiari dove discutere in maniera costruttiva delle carriere marittime?"
- "Come potremmo utilizzare storie di successo del settore marittimo per incoraggiare conversazioni familiari?"

1. **Idea:** bisognerebbe creare delle occasioni in cui i ragazzi, partecipando ad un evento o ad una visita/sessione di orientamento, producano qualcosa da mostrare a casa. Oppure in seguito all’evento devono produrre un testo + immagini + video? Da presentare ad un evento successivo (concorso fra scuole) dove i genitori siano invitati. Molti genitori potrebbero aiutare i propri figli nel lavoro da fare, questo stimolerebbe anche il dibattito familiare.

Suggerimenti: cosa si vince? Il lavoro deve seguire una scaletta pilotata, eventualmente in modo diverso fra il lavoro che farà il genitore ed il lavoro che farà il figlio. Si potrebbe inserire una video intervista a dei professionisti ed una “intervista doppia” fra genitore e figlio.

2. **Idea:** la disponibilità di informazioni organizzate nel repertorio online facilita il confronto rispetto ad esperienze vissute singolarmente dal giovane e difficili da comunicare.

Suggerimenti: nessuno

3. **Idea:** quanto conosci tuo figlio/a - test online. Gioco che va fatto online genitore + kids. 2 output: il ragazzo/a scopre le sue passioni/predisposizioni e quali potrebbero essere i percorsi di studio + indicati; il genitore comprende quanto conosce il proprio figlio/a.

Suggerimenti: come output confronto tra genitore/figlio. Mi dicono tipo “Sorprendo”.

4. **Idea:** interviste a parenti/amici che lavorano nel settore marittimo da condividere poi con la classe a scuola.

Suggerimenti: domande spunto che siano una traccia. Anche videointerviste, aneddoto, sfida, problemi da affrontare.

5. **Idea:** aperitivo di confronto con professionisti. One to one = autenticità. Brochure informative che contengono dati, lato genitore, come stipendio, mercato, carriera, opportunità ed emozioni, lato studente, come mi sento, ambiente di lavoro, soddisfazione personale. Comunicare a scuola delle opportunità di incontro con professionisti per studenti e genitori.

Suggerimenti: scatola gioco fisico da poter fare a casa. Incontro con il professionista webinar con figlio e genitore.

C. Problema/HMW: “ricerca delle informazioni e modalità di comunicazione poco coinvolgenti, divertenti e stimolanti per i ragazzi”

- "Come potremmo rendere le informazioni sulle professioni del mare più interattive e coinvolgenti per i ragazzi?"
- "In che modo potremmo utilizzare giochi e tecnologie interattive per presentare le carriere marine ai giovani?"

- "Come potremmo collaborare con creatori di contenuti digitali per produrre materiali informativi più accattivanti sulle professioni del mare?"

1. **Idea:** importanza di testimonial che attivino i ragazzi e che presentino le attività in modo coinvolgente.
Suggerimenti: come reperirli?
2. **Idea:** produrre un APP o una piattaforma che proponga giochi/quiz e contenuti come video, ecc., pensata sia per l'adulto che per i ragazzi, che sia interattiva fornendo i contenuti in esito al gioco (o simile). Tipo Sin City ma su una nave? Durante il gioco (e per poter giocare) impari le varie professioni del mare.
Suggerimenti: vedi gioco sulle navi da guerra dove parti dalla progettazione e arrivi alla nave finita. Vedi "Port City Ship Tycoon"?
3. **Idea:** gamification. Le sfide piacciono. APP: chi è il più esperto di... classifica di livello geografico, classe, scuola, provincia ... Con domande sui contenuti. Esempio ogni giovedì esce un video sul tema e poi ci sono le domande
Suggerimenti: si possono vincere delle monete che poi possono essere spese in vari modi. Evoluzione dei libri game/black mirror. "The Sea Republic"
4. **Idea:** mappa 3D su sito web di professioni del mare, esempio sito web Drake. Organizzazione delle informazioni in modo da essere fruibili sia da studente che da adulti. Interattività. Brochure trasferita sul digitale. Comunicazione con creatori digitali di Trieste, ad esempio The Sea Republic. Collaborazione con punti di interesse sociale/ritrovo dei giovani
Suggerimenti: libri game come ispirazione

Le idee messe in campo per il target "adulti/genitori"

Si riportano le idee sviluppate dal gruppo di lavoro suddivise per ciascuna delle tre domande di attivazione (HMW).

- A. Problema/HMW: "scarsa conoscenza da parte dei genitori delle professioni del mare e di come il contesto della blue economy sia cambiato e sia in continuo cambiamento nel futuro"

Per affrontare il problema della scarsa conoscenza da parte dei genitori delle professioni del mare e delle evoluzioni della blue economy, si possono formulare le seguenti domande "How Might We":

- "Come potremmo organizzare incontri informativi per i genitori che presentino le carriere nella blue economy e le sue future evoluzioni?"
- "Come potremmo utilizzare i canali social e le piattaforme digitali per educare i genitori sulle opportunità professionali nel contesto della blue economy in continua evoluzione?"
- "Quali partnership potremmo instaurare con aziende e istituzioni del settore marittimo per creare programmi di formazione per i genitori sulle professioni del mare?"

1. **Idea:** Sviluppare progetti per coinvolgere i genitori nel percorso/fase iniziale di conoscenza – presentazione dei PCTO proposti dagli istituti e offerti/messi a disposizione dalle realtà produttive (o + in generale blue economy). Percorso formativo per orientare che veda le famiglie partecipare con un mondo scolastico che si attivi in tempo per supportare un percorso importante che non si può tradurre nel mero partecipare ad una attività che eroga crediti, che per lo studente è spesso un punto di partenza.
Suggerimenti: coinvolgimento rappresentanti genitori. Diversi livelli: scuola, istituzioni, aziende. Inserire incontri di conoscenza all'interno delle prime fasi del PCTO.
2. **Idea:** approfittando della Barcolana, stand con dispositivi di realtà aumentata che propongano: evoluzione mestieri; nuove professionalità; incontri virtuali con testimonial.
Suggerimenti: predisposizione materiale. Utilizzare il format per altre manifestazioni.

3. **Idea:** giornata cluster per genitori/cittadini. “Fiera del mare”. Stand – video – realtà aumentata – testimonianze.
Suggerimenti: Coinvolgimento politici e istituzioni, non necessariamente Trieste
 4. **Idea:** organizzare “esperienze” dirette (gite, visite, ecc..) nel contesto “produttivo/economico” legato al mare rivolte a famiglie.
Suggerimenti: coinvolgimento del cluster, delle aziende. Esperienze ludiche/ricreative, vedere i backstage. Cambiamento di prospettiva da parte delle aziende. Investire sull’attrarre giovani/talenti alle professioni del mare (comunicazione, “pubblicità” delle professioni non solo del prodotto).
 5. **Idea:** organizzare degli eventi nelle scuole per informare e far conoscere ai genitori e ai figli le varie professioni del mare. Creare dei contenuti chiari e concreti per educare i genitori.
Suggerimenti: Studio delle parole/immagini chiave per catturare l’attenzione. Rendere il contenuto rilevante per il target.
- B. Problema/HMW: “difficoltà dei genitori nell’orientarsi nell’offerta informativa in merito alle opportunità di studio e lavoro correlate alle professioni del mare, essendo disorganizzata, sovrabbondante e poco finalizzate a comprendere gli sbocchi occupazionali”

Per affrontare il problema delle difficoltà dei genitori nell’orientarsi nell’offerta informativa sulle opportunità di studio e lavoro nel settore marittimo, potresti considerare queste domande "How Might We":

- "Come potremmo semplificare e organizzare le informazioni sulle carriere marittime per renderle facilmente accessibili ai genitori?"
 - "Come potremmo collaborare con esperti del settore marittimo per sviluppare webinar informativi mirati ai genitori riguardo gli sbocchi occupazionali nel settore?"
 - "Quali strumenti potremmo sviluppare per filtrare e personalizzare le informazioni sulle professioni del mare in base agli interessi specifici e alle esigenze dei genitori?"
1. **Idea:** creare una piattaforma che funzioni come una sorta di “videogioco” di un percorso interattivo che permetta di immaginare dei percorsi, dalla scelta della secondaria fino allo sbocco lavorativo. Concreti con scelte a “bivio” (non predeterminate, con la possibilità di immaginare percorsi “infiniti”)
Suggerimenti: tanti soldi. Un bravissimo sviluppatore, come farlo arrivare ai genitori.
 2. **Idea:** creare video e/o realtà aumentata da “raccoliere” in un unico contenitore (social o fiera per es.) o da presentare a scuola? Video ricchi di immagini e testimonianze ma che tengono conto di alcuni aspetti: occupabilità, retribuzione, formazione / specializzazione richiesta / riconoscimento / prestigio per superare i pregiudizi.
Suggerimenti: nessuno
 3. **Idea:** rovesciare il punto di visto, in base alle attitudini, ai desideri, ... quali i profili che potrebbero rientrare all’interno del settore.
Suggerimenti: grande lavoro di preparazione
 4. **Idea:** far conoscere nel concreto ai genitori le aziende e le varie professioni (vedere e far conoscere la parte pratica del lavoro).
Suggerimenti: open day, mettersi d’accordo con le aziende per avere degli esempi concreti.
 5. **Idea:** controtendenza. Offerta mirata a chi ha l’interesse: giovani, genitori, scuole. Le aziende mandano alle scuole il materiale che viene dirottato alle famiglie. A casa! Difficoltà è dei genitori! Brochure, inviti, coinvolgimenti diretti.
Suggerimenti: cluster che propone alle scuole. Regia Regione/scuole per le famiglie.

C. Problema/HMW: “persiste nella maggior parte degli adulti non del settore un’immagine vecchia e poco attraente del settore della blue economy e delle professioni del mare”

Per affrontare il problema della persistente percezione vecchia e poco attraente del settore della blue economy e delle professioni del mare tra gli adulti non addetti ai lavori, ecco alcune domande "How Might We":

- "In che modo potremmo collaborare con media e influencer per diffondere una visione più attraente e contemporanea delle professioni del mare?"
- "Come potremmo utilizzare testimonianze di successo e studi di caso recenti per mostrare il dinamismo e le opportunità nel settore marittimo?"
- "Quali eventi o esperienze immersive potremmo organizzare per cambiare la percezione pubblica delle carriere nella blue economy?"

1. **Idea:** qualcosa che spiazza, che fa emergere in maniera dirompente le percezioni “sbagliate” (nel senso che non trovano riscontro nella realtà di oggi). Percorso emotivo (non razionale) per entrare in contatto con le proprie emozioni negative o nascoste rispetto alle professioni del mare.
Suggerimenti: creativo per tradurre concretamente quest’idea.
2. **Idea:** sezione apposita del nuovo museo del mare con manifestazione “festival” annuale tematico
Suggerimenti: 😊 ok
3. **Idea:** svecchiamento immagine, di tutto ciò che ha a che fare con la blue economy tralasciando volutamente il mare e i settori con più pregiudizi o presentarli in altre chiavi, oppure penso ai maggiori pregiudizi e bersaglio questi
Suggerimenti: creativi
4. **Idea:** coinvolgere i lavoratori per far vedere il reale lavoro e non l’idea che si ha di questo. L’azienda dovrebbe selezionare una persona per ogni settore per esporre la propria visione.
Suggerimenti: smontare gli stereotipi attraverso esperienze personali.
5. **Idea:** creare una task force che si occupi di “divulgazione” con varie professionalità che possano affrontare la problematica nei suoi diversi aspetti (fil maker divulgatori, orientatori, chi raccoglie dati, le aziende, le istituzioni).
Suggerimenti: coinvolgimento istituzioni.

Conclusioni

Sono state davvero tante le proposte e le idee per un miglioramento concreto delle modalità stesse con cui fare orientamento scolastico e professionale, in generale ma anche in particolare nell'ambito delle professioni del mare.

In linea generale emergono alcune esigenze, proposte di miglioramento e concrete soluzioni che sono un po' trasversali a tutte le idee e che pertanto andrebbero tenute in considerazione in fase di prototipazione.

Si presentano qui come sintesi conclusiva del lavoro di confronto e co-progettazione:

1. puntare sulle storie e sui racconti più che sulle informazioni asettiche rispetto al settore economico. Stimolare e favorire la condivisione di storie di vita vera, magari anche attraverso l'attivazione di legami forti come quelli parentali (es. lo zio che lavora nei servizi portuali), il testimonial, ecc;
2. puntare maggiormente su una rappresentazione delle "professioni del mare" e sui percorsi scolastici e professionali funzionali alle stesse. Offrire uno strumento multilivello e multimediale per aiutare i ragazzi a scoprire, anche in modo autonomo e interattivo, le professioni del mare nei prossimi 5 e 10 anni e a comprendere i percorsi di studio e professionali offerti dal sistema regionale;
3. aumentare il livello esperienziale e di coinvolgimento emotivo (non razionale) degli interventi di orientamento. Favorire quindi le attività pratiche, in azienda quando è possibile, o in laboratori dedicati, ma cercando di stimolare un coinvolgimento emotivo e di immaginazione personale in un mondo come quello della blue economy in continuo cambiamento. Lavorare in modo creativo sui pregiudizi simulando una riflessione che aiuti ad eliminarli non in modo razionale ma emotivamente coinvolgente;
4. coinvolgimento diretto dei genitori nelle attività di orientamento per avvicinare figli e genitori a partire dalle occasioni di scoperta del settore della blue economy, dalla condivisione delle opportunità di PTCO, alle visite guidate in azienda, alla coproduzione di artefatti all'interno di laboratori di orientamento come FABLAB, ecc.
5. l'utilizzo di metodologie di orientamento che si basano sul gioco, l'interattività e le attività ludiche in generale, attraverso lo sviluppo di piattaforme digitali, videogame, video interattivi che consentano una navigazione personalizzata attraverso un percorso che passa attraverso diversi momenti di valutazione e scelta (una sorta di bivi). In questo modo si renderebbe il processo di orientamento un percorso di esplorazione e scoperta fatto proprio dal ragazzo stesso.
6. Svecchiare la comunicazione, ma soprattutto le strategie di comunicazione. Ad esempio, sviluppando campagne di comunicazione fortemente esperienziali in grado di parlare ai giovani nei luoghi e nelle modalità a loro più vicine. Una comunicazione costante, non legata ad uno specifico evento.

Le idee sviluppate e qui raggruppate in 6 linee di indirizzo generale saranno successivamente selezionate dal team di progetto CBH FVG per proporre agli stakeholder, non solo quelli che hanno partecipato ai due incontri di co-progettazione, di svilupparle insieme in altrettanti prototipi da testare nel sistema, grazie anche alle opportunità di finanziamento regionale già disponibili: ad esempio, Attiva Giovani e Attiva Scuola.

Fin da ora, si possono evidenziare alcune idee che potrebbero diventare altrettanti prototipi:

1. piattaforma interattiva per l'orientamento alle professioni del mare;
2. laboratori di futuro per ragazzi delle medie;
3. laboratorio di design thinking figli/genitori per rispondere ad un bisogno identificato da una impresa;

4. sviluppo di un format di “video interattivo” per l’orientamento autonomo attraverso l’autodeterminazione di possibili percorsi professionali da parte del ragazzo;
5. hackathon su un settore della blue economy per stimolare l’immaginazione e l’orientamento attraverso una sfida/gioco, sempre con l’input di una o più imprese del settore;
6. percorsi di “peer-to-peer” tra ragazzi delle scuole medie e ragazzi più grandi che frequentano percorsi formativi di scuola superiore o istituti professionali riconducibili alle professioni del mare (progetto PCTO);
7. Sviluppo di un programma di testimonianze in classe da parte di parenti e testimonial che parlano della loro esperienza professionale ma soprattutto personale;
8. Ecc.

Le idee, come già detto, sono tante. Occorre definire un ordine di priorità e iniziare una fase di prototipazione funzionale alla sperimentazione delle stesse.