

**Progetto Meeting Lombardy.** ID Progetto 26641395  
POR Lombardia – Ob. 2 FSE 2007-2013

### **MEETING LOMBARDY: un'esperienza di conoscenza interattiva di Regione Lombardia**

E' un insieme di **4 azioni formative e di accompagnamento**, previste tra ottobre 2011 e novembre 2012, rivolte alla produzione di conoscenza e di elaborazioni personali e rappresentazioni creative dell'identità regionale da parte dei giovani coinvolti.

L'iniziativa è diretta prioritariamente ai **giovani, italiani e stranieri**, che stanno svolgendo un'esperienza di studio in Lombardia, come studenti delle scuole medie superiori e di istruzione professionale (Azioni 2-3) e universitari (Azioni 1 e 2); essa verrà realizzata tramite attività di conoscenza formale e informale della regione, con qualificate attività d'aula e campo, elaborazione autonoma da parte dei gruppi di studenti e accompagnamento, attraverso seminari, laboratori e tirocinio. La quarta delle Azioni previste, si colloca nell'ambito di iniziative di prevenzione attiva e coinvolge i docenti della scuole medie superiori delle province di PV e VA.

### **MEETING LOMBARDY E I GIOVANI**

Meeting Lombardy, in particolare nelle Azioni 1-3, disegna idealmente tramite linguaggi e setting formativi differenti, un percorso di incontro ed esplorazione delle risorse culturali e del territorio regionale, proponendo a gruppi di giovani diversi, per età, provenienza, ecc. ma accomunati dalla contestuale esperienza di studio nelle scuole medie superiori e nelle università della Lombardia, un'incursione a tutto campo nel sistema economico, sociale e istituzionale lombardo.

### **UNO SPAZIO DI RELAZIONE E DI COMUNICAZIONE**

Meeting Lombardy *incontra e fa incontrare* persone, storie, luoghi e immaginari giovanili caratterizzati da identità culturali e provenienze diverse, in un approccio di dialogo interculturale e mettendole in rapporto con *l'essere in regione*, consentendo ai partecipanti un approccio diretto a testimoni e livelli dell'organizzazione tecnica, amministrativa della PA, del mondo d'impresa e del territorio di Lombardia.

La dimensione internazionale presente nel processo di costituzione dei progetti di vita e lavoro da parte dei giovani, l'incrociarsi dei flussi migratori e della mutazione dei confini causati dal processo di crescita della società civile in atto nel Nord Africa, oltre che della comunicazione globale, sollecitano un'esperienza riflessiva e di comunicazione globale, sollecitano un'esperienza riflessiva e di community sul "sens of region" intesa come cittadinanza più vasta e identità plurale ancorate alla Lombardia.

***CONOSCERE LA REGIONE: nelle sue forme, organizzazioni sociali, istituzioni e territorio per sostenere le capacità autonome dei giovani***

“Managing the sense of region” è una definizione di *Kewin Lynch* (1918-84), celebre urban planner americano, che ben si adatta all’approccio dinamico e multi-dimensionale delle azioni formative proposte in Meeting Lombardy.

Il grado e l’accessibilità dell’esperienza e conoscenza del livello regionale, a partire dalla percezione del territorio, degli ambienti e dei paesaggi, per esempio nell’esperienza diretta della mobilità e delle reti sociali da parte dei giovani, insieme a quella dell’economia e dell’organizzazione sociale ed economica regionale con le sue istituzioni, è da ritenersi una componente del background delle competenze sociali su cui insiste un debole investimento da parte del sistema dell’istruzione, ma che risultano essenziali nella costruzione di **capacità individuali rivolte all’occupabilità e all’integrazione culturale** nelle transizioni tra scuola e lavoro e “nel lavoro” stesso per gli adulti.

***MEETING LOMBARDY E LA PROGRAMMAZIONE REGIONALE***

Le azioni formative di ML sono sollecitate dall’approccio integrato delle policy regionali per il mondo giovanile nel Programma regionale di sviluppo (PRS) della IX Legislatura, nella prospettiva attuata dal Piano operativo 2 “Internazionalizzazione e attrattività dei sistemi economici, delle imprese e dei talenti”, per il quale si tratta da un lato della collocazione di interventi per il mondo giovanile nelle azioni strategiche legate alla competitività, dall’altro della sollecitazione sul versante culturale ed educativo di un approccio di coinvolgimento interculturale e creativo dei giovani nei percorsi di conoscenza delle risorse e dell’identità territoriale lombarda, sia essa vissuta come appartenenza a comunità residenti, *users*, di interessi o di ospite temporaneo.

## **LE CARATTERISTICHE PECULIARI DELLE AZIONI FORMATIVE**

### **MEETING LOMBARDY (AZIONE 1) GIF001/AE**

**Chi:** 35 studenti stranieri borsisti e non che studiano nelle università e istituti universitari lombardi, con priorità a studenti provenienti dai paesi dell’Africa e dall’area arabo-mediterranea

**Come:** percorso didattico-culturale strutturato in lezioni, case study social program e attività di community, supportati dalla piattaforma Moodle.

**Perchè:** far conoscere la ricchezza e del patrimonio culturale e le eccellenze del tessuto produttivo della regione nelle sue diverse dimensioni

**Quando e dove:** ottobre 2011 – giugno 2012; 7 giornate da 8 ore, 5 lezioni frontali e due case studies in loco; sede di Éupolis e sedi decentrate.

### **MADE IN LOMBARDY (AZIONE 2) GIF002/AE**

**Chi:** 30 studenti delle scuole medie superiori e dei Centri di Formazione Professionale (CFP) del territorio regionale. Ci si riferirà preferibilmente alle scuole del segmento comunicazione e comunicazione multimediale, produzione audiovisiva, ecc..

**Come:** attraverso la realizzazione di indagini e interviste strutturate presso Testimonial di eccellenza i partecipanti realizzeranno il dossier Made in Lombardy e dei corti cinematografici durante il laboratorio svolto presso le scuole. Le produzioni cinematografiche saranno premiate in un vento conclusivo e avranno visibilità attraverso una mostra multimediale.

**Perchè:** evidenziare l’importanza della tradizione e della cultura del territorio lombardoper la creazione di una nuova cultura del lavoro (dal passato al presente, verso il futuro).

**Quando:** luglio 2012-ottobre 2012; 5 giornate da 8 ore di laboratori didattico-formativi.

### **WE BRAND LOMBARDY (AZIONE 3) GIF003/AE**

**Chi:** 100 tra studenti universitari che frequentano le Università lombarde e le scuole universitarie (Accademia Belle Arti, IED, ecc.) del territorio regionale, e delle scuole medie superiori e dei Centri di Formazione Professionale (CFP) ad indirizzo grafico e artistico del territorio regionale.

**Come:** attraverso la realizzazione di un logo del progetto Meeting Lombardy, con il supporto di società di design e comunicazione. Il progetto si concluderà con un evento di premiazione degli autori dei migliori loghi che potranno poi partecipare a uno stage in un’azienda leader sul territorio nel settore grafico e della comunicazione. Il tirocinio aziendale rappresenta un’occasione significativa per applicare e verificare modelli e schemi concettuali appresi durante il corso di studio alla realtà operativa dell’impresa.

**Perchè:** L’azione è tesa a stimolare un’esperienza di cittadinanza attiva e partecipazione dei giovani alle attività di governo locale attraverso l’interpretazione di un simbolo comune, con ciò innescando e promuovendo intraprendenza e propositività.

**Quando:** dicembre 2011 – novembre 2012 con un seminario finale dalla durata di 4 ore.

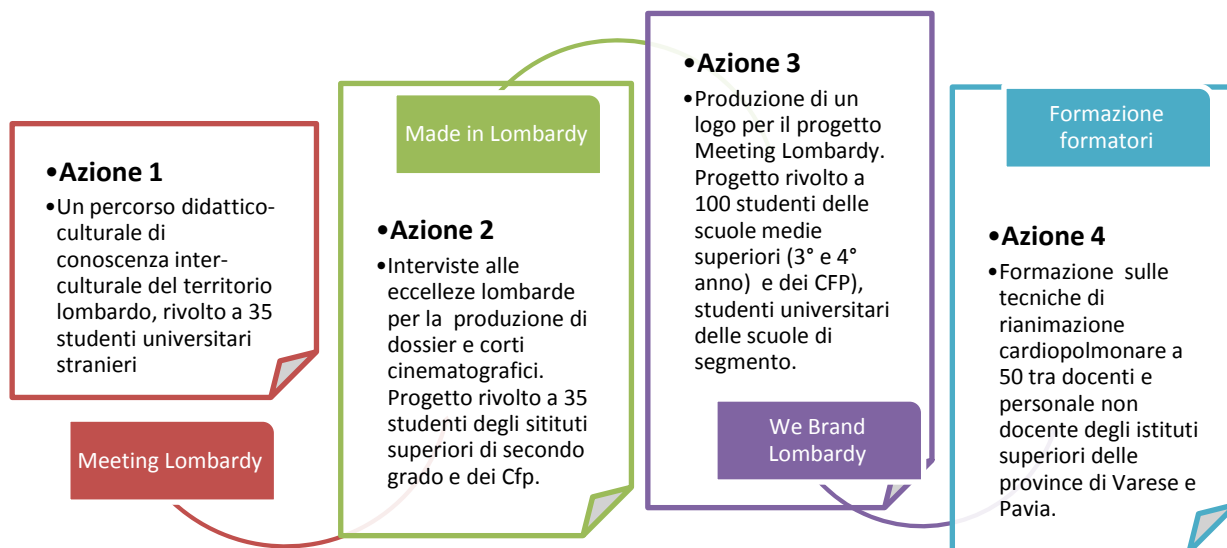
**FORMAZIONE MINI ANNE DI EDUCAZIONE ALLA PREVENZIONE ATTIVA (AZIONE 4) GIF004/AE**

**Chi:** 50 tra personale docente, tecnico amministrativo e Ata delle scuole secondarie di secondo grado e dei Cfp delle province di Pavia e Varese.

**Come:** Il corso ha l'obiettivo di sensibilizzare i formatori e delle comunità scolastiche Orispetto al rischio cardiaco e alla gestione del primo soccorso; di insegnare la tecnica della rianimazione cardiopolmonare; e di diffondere il messaggio, le tecniche di primo intervento e sani stili di vita e di alimentazione agli adolescenti e ai giovani.

**Perchè:** Le malattie cardiovascolari sono la più importante causa di morte del nostro territorio: le patologie dell'apparato cardiocircolatorio uccidono in misura superiore al tumore, agli incidenti stradali e a tutte le altre malattie.

**Quando:** Novembre 2011. Il corso sarà strutturato in 2 giornate per 8 ore d'aula negli STER locali, Pavia e Varese.



### **UN EVENTO FINALE**

Le 4 Azioni formative sono connesse da obiettivi specifici e legami tra prodotti e momenti e strumenti di comunicazione: in particolare il carattere regionale del percorso del progetto Meeting Lombardy si conferma nell'invito ai gruppi dei giovani e dei formatori partecipanti a tutte 4 le Azioni formative a un evento conclusivo, da realizzarsi nel **novembre 2012**.

### **RESPONSABILITÀ ORGANIZZATIVA**

Partner e capofila, Éupolis Lombardia - Struttura Posizionamento Istituzionale – Dirigente Gregorio F. Terreno. Direzione Governance e Istituzioni: Dirigente Alessandro Colombo.

### **Il contesto e il partenariato di progetto**

Meeting Lombardy è inserita nelle attività formative previste dal *Piano operativo regionale (POR) Lombardia – Ob. 2 FSE 2007-2013*, Asse 2 Occupabilità, diretto all'Obiettivo globale 2. "Accompagnare le transizioni al lavoro e nel lavoro" e si svolge come progetto del Fondo sociale Europeo (FSE), attuato da Éupolis Lombardia. Le Azioni 2 e 3 sono realizzate in Partenariato con la Società ETA.ss srl, Seregno MI (<http://www.etass.it/>).

**Meetinglombardy@Eupolislombardia.it**

**www.eupolis.regione.lombardia.it**

**Piattaforma Moodle**

Riferimenti organizzativi: Marina Merlini, tel. 02 – 67507428, email: [marina.merlini@eupolislombardia.it](mailto:marina.merlini@eupolislombardia.it); contatti: Sonia Minchillo, tel. 02 – 67507409, [sonia.minchillo@eupolislombardia.it](mailto:sonia.minchillo@eupolislombardia.it)