



Rendere più semplice l'accesso ai servizi per il lavoro e la formazione, raggiungendo cittadini e imprese attraverso strumenti e canali sempre più vicini alle loro abitudini quotidiane. È questo l'obiettivo della nuova strategia di comunicazione 2026-2029 del Settore Formazione, Servizi per l'Impiego e Crisi Aziendali della Regione Marche, presentata oggi nella Sala Li Madou nel corso dell'evento "Comunicazione è Servizio". L'incontro ha visto gli interventi dell'assessore regionale al Lavoro e alla Formazione Tiziano Consoli, del direttore del Dipartimento Politiche Sociali, Lavoro, Istruzione e Formazione Roberta Maestri, del dirigente del Settore Formazione, Servizi per l'Impiego e Crisi Aziendali Massimo Rocchi, della responsabile delle attività di promozione e comunicazione Alessandra Cerioni e di Ugo Esposito, CEO di Kapusons. A portare la propria esperienza sono stati inoltre rappresentanti di Clementoni, Agorà e Adecco.

"I dati straordinari che abbiamo registrato sulla comunicazione – 50.000 follower sulla nostra piattaforma dedicata a lavoro e formazione, oltre 7,5 milioni di visualizzazioni, 2.500 contenuti forniti e 2.000 offerte di lavoro veicolate attraverso i bandi e le politiche del Fondo Sociale Europeo (FSE) – dimostrano nei fatti che la Regione Marche è all'avanguardia sia nella capacità di informare i cittadini, sia nell'utilizzo dei fondi europei, settore in cui ci

confermiamo la prima regione d'Italia ad aver impiegato tutte le risorse disponibili – ha dichiarato l'assessore Tiziano Consoli –. Attraverso una buona comunicazione possiamo creare opportunità effettive per i giovani e per chi cerca una stabilizzazione lavorativa, facendo da ponte con il mondo delle imprese e coinvolgendo tutti gli stakeholder della filiera. Per questo stiamo portando avanti una vera e propria operazione culturale di riqualificazione dei Centri per l'Impiego, che rappresentano i nostri presidi più capillari sul territorio. Da un lato stiamo riformulando il nuovo Patto per il Lavoro e la legge regionale, che oramai aveva ben ventun anni, puntando sulla digitalizzazione e sull'Intelligenza Artificiale come elementi fondamentali per facilitare l'incrocio tra domanda e offerta di lavoro. Dall'altro, con progetti come la Bussola Digitale veniamo incontro a chi ha una scarsa alfabetizzazione informatica, mentre attraverso la delocalizzazione degli uffici stiamo portando i Centri per l'Impiego dalle città più grandi verso le realtà più piccole, per offrire maggiori opportunità a tutti e non lasciare indietro nessuno. Voglio ringraziare tutti per il grande lavoro svolto e per quello che continueremo a fare".

"Quando si agisce in sinergia tra istituzioni e operatori si sa da dove si parte, ma siamo certi che, con l'impegno di tutti, potremo raggiungere mete superiori a ogni aspettativa". Nel corso dell'evento è stato illustrato il piano che accompagnerà la comunicazione dei servizi regionali per il lavoro e la formazione fino al 2029. Al centro della nuova campagna ci saranno gli operatori dei Centri per l'impiego, scelti come protagonisti della comunicazione per valorizzare il ruolo svolto quotidianamente a supporto di cittadini e imprese. Contestualmente sarà aggiornato il logo dei Centri per l'impiego e saranno introdotte nuove soluzioni grafiche per rendere più riconoscibili campagne, servizi e strumenti informativi. Una parte importante della strategia riguarderà i canali digitali. Instagram e TikTok saranno utilizzati soprattutto per dialogare con i giovani attraverso contenuti dedicati all'orientamento e alla ricerca del lavoro, Facebook continuerà a rappresentare uno strumento informativo per i cittadini, mentre LinkedIn sarà rivolto in particolare alle imprese e ai professionisti. A questi si affiancheranno WhatsApp per le comunicazioni rapide e di prossimità, YouTube per approfondimenti e video-guide e Google Maps per facilitare l'accesso alle sedi e ai servizi dei Centri per l'impiego.

Fonte: LA4NEWS/ITALPRESS