

COOPÉRATIVE ORSO TURIN

- **Type de projet** : services en ligne
- **Durée** : toute l'année
- **Bénéficiaires** : plus de 1000 utilisateurs



DESCRIPTION

Dans le cadre de l'accord de coopération qui a fait naître la Cité des Métiers, un effort a été fait afin de favoriser une consolidation des services existants, assurés par différents acteurs. Ce projet est réalisé dans le cadre de la stratégie POR FSE WE CARE de la Région du Piémont.

Les objectifs sont les suivants :

- augmenter l'efficacité par rapport au groupe cible, en termes d'emploi ou d'implication sociale.
- recueillir les besoins des bénéficiaires, par tchat, téléphone ou email.

Deux actions principales sont proposées :

- Le service ARLO : réservation d'une session d'orientation en groupe.
- Le "coffee craft" : des entrepreneurs et des professionnels racontent leur expérience sous format vidéo.

CHIFFRES-CLÉS

- Nombre de partenaires : **4**
- Nombre de personnes impliquées dans la gouvernance : **5**
- Nombre de jours/heures de travail consacrés : **720 heures**
- Budget du service : **150 000€**
- Pourcentage de fonds privés et publics : **91.000 eur / 66%**.
- Nombre d'utilisateurs impliqués et répartition par âge : 1000 utilisateurs, principalement âgés de 18 à 35 ans.
- Nombre de personnes impliquées dans le projet : **10**
- Répartition des activités sur site/hors site/en ligne : **100% en ligne**
- Nombre de canaux de communication : **13**

CONTACT

Adresse : Via Spalato 63/d 10141 Torino
Site internet : www.cittadeimestieritorino.org
E-mail: info@cittadeimestieritorino.org
Téléphone : 0113853400



FINANCEMENT



Le budget total du service en ligne est de 150.000€.
Le projet est cofinancé à 66% par la région Piémont et le reste est couvert par des économies et des cofinancements au titre d'autres projets.

Il peut y avoir un cofinancement dans le cadre d'autres initiatives, qui configurent des institutions telles que la "Compagnia di San Paolo" comme un financeur indirect du secteur bancaire.

Le partenaire principal établit les coûts réels pour l'ensemble du partenariat et chaque partenaire est responsable de fournir des informations sur les frais encourus pour le service. Environ 80 % sont affectés à la mise en œuvre opérationnelle du projet, tandis que le reste est dédié à la coordination, la planification, l'administration, la diffusion et la communication.

GOVERNANCE

Les partenaires sont quatre agences d'emploi gérées par des coopératives sociales :

- Coop. O.R.SO - coordinateur
- Consorzio Abele Lavoro - axé sur la collecte et le recyclage des déchets
- Consorzio Sinapsi - gestion des technologies, graphisme et communication
- Consorzio Self - services socio-éducatifs.

Pour gérer la coopération, des réunions de contrôle mensuelles sont organisées pour faire le point, vérifier l'avancement et définir les prochaines étapes. Les relations contractuelles sont formalisées par l'établissement d'un groupement temporaire pour 18 mois (durée totale du projet). Il existe une cabine de contrôle où les décisions sont prises sur la base d'une négociation.

Le consortium Sinapsi prend en charge le site et les outils en ligne qui ont été et seront préparés. Le site représente le collecteur d'activités, que chacun organise pour lui-même ou collabore à organiser pour tous.

QUALITÉ



Il est très difficile de mettre en place des procédures d'échange d'informations. Un des partenaires (Sinapsi) est responsable de la gestion du téléchargement des ressources sur le site et sur la chaîne Youtube. Il a également défini un standard minimum que chaque partenaire doit respecter. L'organisation travaille à la définition et à l'application de pratiques communes qui doivent être garanties par chaque partenaire et constituent les résultats du projet lui-même.

En ce qui concerne l'évaluation des services, un questionnaire de satisfaction des usagers a été prévu pour les activités en présentiel et il est également prévu d'en créer un pour les activités en ligne. Au départ, les utilisateurs pensaient que l'offre de services en ligne était provisoire, les avis divergent entre ceux qui sont habitués aux services en présentiel et considèrent l'offre en ligne moins qualitative, et les "natifs du numérique" qui recherchaient ce type de service et en sont satisfaits.



FORCES/LIMITES

- La principale limite est que l'existence du projet dépend exclusivement des contributions du public et des partenaires.
- Le nombre et les différentes typologies des acteurs impliqués rendent difficile son fonctionnement. La négociation est épuisante. La relation avec l'administration publique est problématique parce qu'elle n'améliore pas le partenariat. Le type de relation est formel et non substantiel.
- Résistance des partenaires à définir des procédures communes.
- Il est très difficile de mesurer les impacts, tant sur le plan financier que celui des ressources.



IMPACTS

Le premier chiffre d'impact est lié au nombre d'utilisateurs touchés par les services. Des indicateurs quantitatifs et qualitatifs permettant de mesurer l'impact seront définis.

Le nombre de partenaires permet d'atteindre un nombre bénéficiaires suffisant. Il y a la possibilité de travailler sur les spécialisations et d'améliorer les compétences propres à chacun. Cela améliore la capacité à réagir à une situation de crise comme celle du COVID.



Erasmus+



COMMUNICATION

Il existe 13 canaux de communication (le site web du CdM, 1 facebook (CdM), les chaînes Youtube, les sites web des partenaires, 2 événements régionaux). La communication doit atteindre le maximum d'utilisateurs potentiels. Les parties prenantes sont les entreprises et autres structures sociales pouvant servir de passerelle pour augmenter l'audience.

A l'exception d'une brochure de présentation, la communication se fait entièrement via internet, en utilisant les sites web de la Cité des métiers ainsi que les sites web des partenaires et leurs chaînes youtube. Les événements et les initiatives sont également communiqués via les centres d'information pour les jeunes et les centres pour l'emploi, respectivement par la ville de Turin et la région du Piémont.

L'un des partenaires est chargé de coordonner la communication et les autres doivent donner de la visibilité via leurs propres canaux. Le plan de communication initial a été adapté à la situation actuelle et il a été décidé de réduire l'effort au strict minimum et d'améliorer l'existant.

Les réseaux sociaux sont les outils de communication les plus utilisés, par le biais d'événements et de vidéos de présentation envoyées via whatsapp.