



Co-founded by the
European Union's
Asylum, Migration
and Integration
Fund



EPIC - EUROPEAN PRACTICES FOR INTEGRATION AND CARE. Improving alternative forms of care for Unaccompanied Migrant Children

-
N. 863767

LINEE GUIDA PER L'ESPANSIONE DEL SERVIZIO 7 aprile 2021

Title of deliverable	Guidelines for service expansion Italiano
Deliverable N	D4.2/D69
Date	07/04/2021
Version	Draft 2





LINEE GUIDA PER L'ESPANSIONE DEL SERVIZIO

BACKGROUND

Il progetto "EPIC - EUROPEAN PRACTICES FOR INTEGRATION AND CARE. Improving alternative forms of care for Unaccompanied Migrant Children - N. 863767" è volto a sostenere il miglioramento del sistema di affido e assistenza alternativa in Europa, riconosciuto a livello internazionale come l'opzione più valida per un'integrazione di qualità per i bambini migranti e per l'intera società.

Il progetto, implementato in Italia, Spagna, Repubblica Ceca e Svezia, ha 3 obiettivi:

1. Favorire lo scambio di buone pratiche e metodologie per forme alternative di accoglienza per bambini migranti non accompagnati
2. Migliorare le competenze degli attori chiave e le informazioni per l'espansione del servizio
3. Migliorare l'efficacia e la qualità dei servizi offerti ai bambini migranti non accompagnati.

Pilastro del progetto è lo scambio di buone pratiche, attraverso l'organizzazione di 7 visite sul campo e valutazioni della qualità dei sistemi di cura locali. 120 professionisti, 60 affidatari e 220 bambini non accompagnati beneficiano di sessioni di formazione e informazione costruite sullo scambio di pratiche e sulla valorizzazione del programma di formazione sviluppato nell'ambito del progetto FORUM, finanziato dall'UE, e del modello IMPACT MEASUREMENT oggetto di un training svolto a fine 2020.

Infine, una **task force di esperti** assicura l'espansione dei servizi attraverso il miglioramento della qualità e della quantità dei posti assegnati ai minori. Viene lanciata una campagna di sensibilizzazione per reclutare famiglie per l'affido e forme alternative; anche il settore privato è chiamato a contribuire all'integrazione dei minori fornendo formazione professionale e opportunità di borse di studio/tirocinio.

Il Progetto prevede poi l'elaborazione di queste Linee Guida per l'espansione dei servizi, un piano di espansione del servizio di affido basato su una massiccia



campagna di sensibilizzazione. È redatto in formato elettronico e in quattro lingue: Inglese, Italiano, Spagnolo e Ceco.

LINEE GUIDA/INDICAZIONI

Ogni partner del progetto incaricato di questa attività è responsabile per l'elaborazione, la promozione e l'attuazione del piano di espansione del servizio nel suo territorio, secondo ogni specificità locale. Il diverso background, il territorio, gli stakeholder presenti e attivi in ogni paese e Comune, creano indubbiamente situazioni e necessità diverse.

Inoltre, ogni partner deve seguire ciò che è previsto da progetto e le linee guida finanziarie.

Con i MSNA in questo progetto includiamo anche i neomaggiorenni in quanto spesso sono minori in proseguo amministrativo o con le stesse difficoltà di integrazione, accoglienza e inclusione.

Queste linee guida sono dettagliate per le seguenti attività del WP4:

1. TASK FORCE PER LA COSTRUZIONE DI SERVIZI DI ASSISTENZA E INTEGRAZIONE

"FADV facilita e sostiene i partner a espandere i servizi al fine di trasferire competenze e opportunità per il benessere dei bambini migranti non accompagnati. Due aspetti sono presi in considerazione: i collocamenti in famiglia e l'efficacia dell'integrazione. FADV - grazie al suo roster di esperti e professionisti - crea una task force per supportare il Comune di Palermo e fornisce una guide per ACCEM e OPU.

La task force è composta da: un consulente legale, un etnopsichiatra, un mobilitatore di comunità per sostenere la campagna locale e l'impegno del settore privato".

TIPS:

- Ogni partner (ACCEN, OPU e Comune di PALERMO) valuta le necessità del territorio e dei suoi servizi per identificare il profilo più necessario, sia un consulente legale, un etnopsichiatra, un mobilitatore di comunità, o altri profili che possono supportare l'espansione del servizio. Infatti, a seconda della situazione, può essere più utile uno psicologo che supporti le famiglie, o l'esperto di risorse umane per l'inserimento lavorativo e la valutazione dei CV, così come un responsabile sociale d'impresa per dialogare con il settore privato. Inoltre ogni



partner valuta e condivide con il PC del progetto EPIC, se sia meglio avere tre o due figure.

- Questi 3 esperti devono essere impegnati dall'inizio di questa attività (una lettera di impegno è firmata da loro per rafforzare l'importanza del loro ruolo e impegno). I criteri di selezione sono i seguenti:
 - conoscenza del territorio conoscenza del territorio e del contesto migratorio,
 - esperienza di lavoro con i migranti,
 - conoscenza degli stakeholder presenti sul territorio
 - motivazione,
 - disponibilità.
- Questi 3 esperti dovrebbero essere supportati nel loro lavoro congiunto, e il PM di ciascuno dei 3 partner dovrebbe promuovere incontri e spazi di confronto per la creazione di sinergie e un maggiore impegno. Vengono promossi incontri periodici con il PM e gli altri collaboratori coinvolti per definire le attività e verificare debolezze e punti di forza, nonché i successivi passi da compiere.

2. CAMPAGNA DI SENSIBILIZZAZIONE A LIVELLO LOCALE ORGANIZZATA IN ITALIA, SPAGNA, REPUBBLICA CECA

"Ogni partner lancia una campagna locale per promuovere l'affido dei minori stranieri non accompagnati. L'attività è una conditio sine qua non per espandere i servizi di affido. La campagna è adattata ai contesti regionali e raggiunge 5.000 cittadini attraverso: radio locali, giornali e social media".

TIPS:

Ogni partner elabora una propria campagna secondo i seguenti passi:

1. Identificazione degli obiettivi della campagna

Assicurarsi che siano in linea con gli obiettivi del progetto e con le linee guida di visibilità del progetto europeo

2. Identificazione e coinvolgimento degli attori della campagna

La pianificazione di una campagna promozionale dovrebbe iniziare con l'identificazione e il coinvolgimento di tutte le parti interessate nello sviluppo della campagna.

3. Sviluppo della descrizione della campagna



La campagna deve essere in linea con gli obiettivi del progetto e avendo cura di seguire le linee guida sulla visibilità del progetto europeo (art. 22 del Grant Agreement: informazioni sull'uso dei fondi europei e disclaimer).

Scelta dei canali più adatti (poster, FB, Instagram, televisione locale, televisione nazionale, radio, ecc.) La visibilità sarà certamente data attraverso il sito web del progetto EPIC e tutti i partner del progetto (siti web e social media), se questo aiuta il pubblico target.

4. Creare una linea temporale della campagna per la diffusione dei contenuti

Definire la tempistica in base ai canali scelti per la diffusione

5. Stampa/produzione

Le indicazioni per la stampa o il video-editing del materiale devono essere attentamente studiate e il materiale scelto deve essere testato in anticipo per ottenere i risultati desiderati. Il formato per la riproduzione video con smartphone, la qualità del video, l'audio, la qualità di stampa degli eventuali manifesti. Tutto deve essere accuratamente adeguato al canale scelto per promuoverlo.

È importante seguire le linee guida di visibilità del progetto europeo (art. 22 del Grant Agreement: informazioni sull'uso dei fondi europei e disclaimer).

6. Distribuzione della campagna

Ricorda che tutto il duro lavoro di pianificazione può essere sprecato se la pubblicità non è visibile a tutti o se è collocata nel luogo sbagliato. Inoltre, più il messaggio può essere vicino al prodotto da promuovere, più efficace sarà la campagna.

Scegliere i materiali giusti può aiutare a distribuire la campagna in tutti i diversi luoghi e garantire che i materiali siano facilmente e correttamente installati.

7. Monitoraggio e valutazione

Per capire se la campagna sta raggiungendo gli obiettivi che sono stati identificati all'inizio e per correggere il focus se non è efficace.

- Secondo il documento "*Standard minimi per l'affido dell'UaM in Italia*"¹, il **passaparola** tra individui/famiglie e famiglie affidatarie è il modo migliore per promuovere l'aumento del numero di casi di affido. Le testimonianze delle famiglie affidatarie, il racconto delle loro esperienze, la rete tra le esperienze sono elementi fondamentali e imprescindibili per mostrare come l'affido sia un'esperienza condivisibile da tutti e come l'affido (tradizionale o leggero) sia un'esperienza possibile e fattibile. È la famiglia stessa che diventa promotrice del servizio di affido e il messaggio su cui puntare è che l'affido è un'esperienza che le famiglie sono in

¹ Forum Project:

<https://forum-project.alberodellavita.org/wp-content/uploads/2019/10/National-standard-ITA.pdf>



grado di fare. Questo sempre nei limiti della privacy, della sensibilità delle singole famiglie o minori, e del contesto paese.

- Una buona campagna di sensibilizzazione dovrebbe quindi concentrarsi su:
 - l'organizzazione di incontri con **testimonianze dirette di famiglie affidatarie** e di minori in affido, facilitando il passaparola e il lavoro in rete;
 - incontri e **presentazione dei servizi e della rete**;
 - un altro elemento fondamentale per una buona campagna di informazione e sensibilizzazione è la **decostruzione dell'immagine collettiva dei minori stranieri non accompagnati**: la decostruzione deve portare a raccontare i bambini per quello che sono e che la storia dell'affido è possibile perché sono bambini.

Questo punto, anche se non previsto direttamente come attività nel progetto, deve essere considerato nell'organizzazione degli incontri, nella programmazione degli eventi, nella definizione del testo della campagna.

- È anche importante fornire **informazioni sulla varietà di proposte di affido e supporto ai MSNA**. Oltre all'affido tradizionale, a tempo pieno, ci possono essere anche affidamenti part-time o le cosiddette "famiglie di sostegno" limitate a poche ore durante il giorno o nel fine settimana, così come si possono promuovere proposte di alloggio "bed and breakfast", che possono avvicinare il giovane a un'esperienza di tipo familiare, ma con un progetto di studio o lavoro concordato al di fuori della famiglia ospitante.

3. ENGAGEMENT OF PRIVATE SECTOR

"L'impegno del settore privato, anch'esso coinvolto nel WS1 per l'individuazione di buone pratiche per l'integrazione dei minori, parte attraverso contatti e visite dirette gestite dai partner per la stipula di accordi e quindi l'avvio di nuove opportunità."

TIPS:

- Ogni partner (ACCEM, OPU e Comune di PALERMO) elabora una mappatura dei settori privati/istituzioni/altre CSO-Organizzazioni della Società Civile, ecc secondo le seguenti priorità: 1. Conoscenza precedente con il partner; 2. Settore di intervento; 3. Criteri geografici; 4. Altre esperienze e supporto dato.



Co-founded by the
European Union's
Asylum, Migration
and Integration
Fund



Tra questi contatti ci sono il partecipante alle e-Roundtables, e i partner nel settore CSR- Responsabilità Sociale d'Impresa della stessa organizzazione.

- La lista è costantemente aggiornata. Tutti i contatti della lista sono coinvolti nel progetto, inviando la Newsletter, menzionandoli nei post (previo loro accordo ad essere menzionati), e invitandoli agli eventi e alle visite sul campo.

4. LANCIO DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE PER I MINORI STRANIERI NON ACCOMPAGNATI

"Brevi corsi di formazione professionale sono organizzati per i Minori Stranieri Non Accompagnati per orientarli ad un'agevole integrazione nel mercato del lavoro. In ogni contesto e in base ai bisogni dei beneficiari, vien loro offerta: competenze generali (come comportarsi in un posto di lavoro e organizzazione del tempo), canali di ricerca del lavoro, preparazione del CV e simulazione del colloquio di lavoro, pacchetto Microsoft office, tipi di contratti di lavoro. Beneficiari target: 60 minori migranti (accompagnati e non). Inoltre, vengono attivati 5 stage/borse di studio".

TIPS:

- Ogni partner (ACCEM, OPU e Comune di PALERMO) definisce l'attività di formazione professionale (residenziale, incontri One to One, incontri in plenaria) ed elabora contatti con gli attori del settore privato che potrebbero sostenere l'integrazione dei minori nel mercato del lavoro.
- I professionisti della task force sostengono e orientano la formazione e cercano accordi tra l'organizzazione e il settore privato per includere questi UaM nel loro database e per coinvolgerli in stage/borse di studio.
- Gli attori del settore privato sono costantemente coinvolti nel progetto, informati sulle attività, menzionati nei post (se viene firmato un accordo e loro accettano di essere menzionati), e invitati agli eventi e alle visite sul campo.

5. VALUTAZIONE DELL'ESPANSIONE DEL SERVIZIO

"La task force elabora una linea di base della consulenza e una valutazione finale. La task force valuta l'espansione del servizio a livello qualitativo e quantitativo. Dati i diversi modelli di cura e di migrazione, in ogni paese i partner di implementazione si



*rivolgono ai minori migranti (accompagnati e non), disegnando progetti di vita personalizzati in relazione ai modelli di collocamento e/o integrazione.
In Italia, il Comune di Palermo attiva 5 nuovi inserimenti in famiglie affidatarie e 10 inserimenti lavorativi/scolastici.
In Spagna, ACCEM attiva 5 nuovi inserimenti in affido e 10 inserimenti lavorativi/scolastici.”*

TIPS:

- Ogni task force (ACCEM, OPU e Comune di PALERMO) fornisce una linea di base della consulenza e una valutazione finale. Parte delle informazioni necessarie sono le seguenti:
 - o Numero di contatti con il settore privato
 - o Numero di incontri con il settore privato
 - o Numero di UaM collocati in affidamento/cura alternativa
 - o Numero di UaM inseriti nel lavoro/inserimento scolastico
 - o Altro da definire

 - La lista è costantemente aggiornata e condivisa tra i 3 esperti e con il PM di ogni partner.
-



Co-founded by the
European Union's
Asylum, Migration
and Integration
Fund



- Ogni partner (ACCEM, OPU e Comune di PALERMO) valuta le necessità del territorio e dei suoi servizi per identificare il profilo più necessario, sia un consulente legale, un etnopsichiatra, un mobilitatore di comunità, o altri profili che possono supportare l'espansione del servizio. Infatti, a seconda della situazione, può essere più utile uno psicologo che supporti le famiglie, o l'esperto di risorse umane per l'inserimento lavorativo e la valutazione dei CV, così come un responsabile sociale d'impresa per dialogare con il settore privato.
- Questi 3 esperti devono essere impegnati dall'inizio di questa attività (una lettera di impegno è firmata da loro per rafforzare l'importanza del loro ruolo e impegno). I criteri di selezione sono i seguenti:
 - o conoscenza del territorio e del contesto migratorio,
 - o esperienza di lavoro con i migranti,
 - o conoscenza degli stakeholder presenti sul territorio
 - o motivazione,
 - o disponibilità.
- Questi 3 esperti dovrebbero essere supportati nel loro lavoro congiunto, e il PM di ciascuno dei 3 partner dovrebbe promuovere incontri e spazi di confronto per la creazione di sinergie e un maggiore impegno. Vengono promossi incontri periodici con il PM e gli altri collaboratori coinvolti per definire le attività e verificare debolezze e punti di forza, nonché i successivi passi da compiere.