PRONTUARIO PER ORGANIZZARE LA VISITA

L'obiettivo è offrire ai giovani l'opportunità di un incontro ravvicinato con le realtà produttive e di conoscere l'impegno e il talento che gli imprenditori condividono con i propri collaboratori nella realizzazione di prodotti e servizi, i risultati raggiunti e i progetti futuri, la propria storia. Le visite e gli incontri sono soprattutto un momento di conoscenza diretta dell'impresa. Impianti, macchinari, prodotti e persone sono l'azienda: un corpo unico, dove il funzionamento è legato alla capacità di questi fattori d'interagire e di collaborare verso un obiettivo comune. Occorre pertanto cercare di trasmettere questa realtà ai partecipanti.

Al tempo stesso è importate, durante la visita e l'incontro con i giovani, stimolare il confronto e l'interazione per far emergere le loro impressioni e per un maggiore coinvolgimento nell'esperienza di conoscenza dell'impresa e di coloro che vi operano.

Copertura assicurativa
L'azienda deve provvedere alla copertura assicurativa per i visitatori, se non già stipulata.

LA VISITA IN AZIENDA

Breve introduzione alla visita
È consigliabile iniziare la visita con un momento di "aula", durante il quale presentare l'iniziativa PMI DAY e quindi l'azienda (evitando possibilmente, o riducendo al minimo, dati relativi al fatturato, percentuali e così via), i suoi prodotti, la storia, i cambiamenti nel tempo, eventuali riconoscimenti e brevetti, i traguardi raggiunti anche in collaborazione con altre imprese (esempio partecipazione a filiere, reti d'impresa, ecc.) e i rapporti con il territorio (iniziative di carattere ambientale, sociale, rivolte ai giovani). Infine, il percorso e quali parti dello stabilimento verranno visitate.
È consigliabile che questa fase non superi i 15/20 minuti.

Svolgimento della visita
La visita deve consentire una visione il più possibile d'insieme della realtà aziendale, creando laddove possibile anche momenti interattivi.
L'azienda, se lo ritiene opportuno, può limitare l'accesso al pubblico di alcune aree dello stabilimento, utilizzando nastri delimitatori o delle catenelle.
È importante programmare il flusso del pubblico secondo le dimensioni dell'azienda e del numero dei collaboratori disponibili per la guida delle visite. A tal fine, è opportuno stabilire un numero massimo di visitatori, che possono essere accolti nel corso della giornata.

Le aziende che lo desiderano possono integrare la visita con brevi **laboratori esperienziali**, pensati per coinvolgere attivamente i ragazzi e rendere la giornata ancora più significativa. Questi momenti pratici possono richiamare:

- le attività core dell'impresa (es. simulazioni, piccoli montaggi, disegni tecnici, prove digitali o manuali guidate, ecc.),
- il **tema** di questa edizioni del PMI DAY, ovvero **"scegliere"**, proponendo riflessioni o giochi legati alle decisioni da prendere in ambito scolastico o lavorativo,
- le **competenze trasversali** richieste nel mondo del lavoro (es. lavoro di squadra, problem solving, comunicazione, ecc.).

Non si tratta di un'attività obbligatoria, ma può rappresentare un'occasione per rafforzare il messaggio educativo dell'iniziativa e stimolare l'interesse dei giovani verso il mondo produttivo e il proprio futuro.

Rinfresco finale
Questo momento è utile per avere un primo feedback dei giovani visitatori e valutare le loro impressioni e risulta particolarmente apprezzato dai ragazzi.

Linguaggio
Il personale dell'azienda, che contribuisce personalmente all'iniziativa, dovrà utilizzare un linguaggio semplice e soprattutto adatto ai diversi target.

Si ricorda che, per la pubblicazione di foto e video che ritraggono minori, è necessaria l'autorizzazione dei genitori o della scuola nel caso essa ne abbia preventivamente acquisito il consenso.

COMUNICAZIONE

La comunicazione a livello centrale sarà gestita dalla Divisione Relazioni Esterne di Confindustria, mentre a livello territoriale sarà gestita dalla nostra Associazione. Anche X, Instagram, Facebook, Linkedin saranno strumenti utilizzati per dare "visibilità social" alla Giornata utilizzando l'hashtag **#PmiDay2025**. Anche le aziende aderenti sono invitate ad utilizzare l'hashtag sui propri canali social.

Attraverso L'Imprenditore (rivista, sito e canali social) verrà ampliata la visibilità dell'iniziativa.