

Milioni di contatti per i bandi della Regione

I pugliesi hanno fame di lavoro, è boom in Fiera

Più visitatori virtuali che reali quest'anno alla 75esima edizione della Fiera del Levante. Se, infatti, vi è stato un forte calo di presenze dovuto anche alla politica del nuovo presidente Gianfranco Viesti che ha tentato di eliminare i biglietti omaggio, aumentando però il prezzo di quello d'ingresso, lo stand della Regione Puglia, al contrario, ha visto un record di visitatori.

Quest'anno, infatti, il tema era il lavoro, quello concreto, per intenderci, in un momento di crisi economica che sta sconvolgendo e sta mettendo a dura prova anche il nostro Paese. Registrata, dunque, la cifra record di un milione e 490mila post sulla pagina ufficiale di facebook della Regione con un più 451% di visualizzazione e un più 875% di "mi piace" in una settimana. La crescita, inoltre, del 75% degli utenti attivi in una settimana. Più di 2mila e 150 pugliesi accediti attraverso il portale dell'Area Politiche per lo Sviluppo, il Lavoro e l'Innovazione alle attività svolte in Fiera tra cui: i workshop sulla ricerca attiva del lavoro, compilazione di un curriculum in formato europass tecniche per affrontare al meglio un colloquio di lavoro, strumenti di legge per l'autoimpiego e la creazione d'impresa. Oltre 1350 curricula in-

seriti nella versione sperimentale del servizio "banca dati curricula" attivata dalla Regione con il supporto di Innovapuglia.

Un interesse scaturito dal Piano straordinario per il Lavoro che sta muovendo risorse per 340 milioni di euro che con oltre 40 bandi rivolti a 52mila pugliesi è nei fatti il più importante programma progettato da una Regione italiana per creare nuova occupazione attraverso l'innalzamento dei livelli occupazionali dei soggetti disgiati e per salvaguardare l'occupazione esistente attraverso la valorizzazione del capitale umano. Fondamentale, secondo la vicepresidente e assessore regionale allo Sviluppo Economico, Loredana Capone, "il ruolo della Cabina di regia del Piano formata da sindacati e associazioni di categoria che con la propria presenza nel padiglione istituzionale ha contribuito a promuovere il Piano e arricchito il calendario delle attività con diversi workshop dedicati all'esame dei bandi".

Tutto ciò è stato reso possibile anche dalla comunicazione capillare attraverso i social network e un gruppo di radio locali che ogni giorno hanno trasmesso dallo studio radiofonico allestito nello stesso padiglione programmi e collegamenti di approfondimento.