



Proiect cofinanțat din Fondul Social European+ prin Programul Educație și Ocupare 2021 - 2027

Prioritatea: P02 „Valorificarea potențialului tinerilor pe piața muncii (Ocuparea forței de muncă în rândul tinerilor)“

Obiectiv specific: ESO4.1. „Îmbunătățirea accesului la piața muncii și măsuri de activare pentru toate persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă, în special pentru tineri, îndeosebi prin implementarea Garanției pentru tineret, pentru șomerii de lungă durată și grupurile defavorizate de pe piața muncii și pentru persoanele inactive, precum și prin promovarea desfășurării de activități independente și a economiei sociale (FSE+)“

Cod apel: PEO/440/PEO_P2/OP4/ESO4.1/PEO_A47

Cod proiect: 337378

Titlu proiect: VIVAT 2.0

RAPORT DE INFORMARE CU PRIVIRE LA STADIUL ȘI PROGRESUL PROIECTULUI “VIVAT 2.0

Cod proiect: 337378

- Luna 8 MARTIE 2026 -

În cea de-a noua lună de implementare a proiectului, martie 2026, Beneficiarul a continuat activitățile de monitorizare, coordonare și organizare internă, asigurând desfășurarea corespunzătoare a tuturor acțiunilor prevăzute în graficul de implementare.

A1.Managementul proiectului

A1.1.Coordonarea generala a proiectului

Managerul de proiect a organizat și a participat la întâlniri de monitorizare și coordonare, desfășurate atât la sediul de implementare, cât și în mediul online, cu scopul de a urmări progresul activităților, de a asigura respectarea termenelor stabilite și de a menține o comunicare eficientă între membrii echipei.

Ca urmare a solicitărilor venite atât din partea angajatorilor, cât și a grupului țintă, în luna martie a fost întocmit un act adițional prin care o grupă de „Lucrător comercial” a fost înlocuită cu o grupă de „Lucrător calificat în culturi de câmp și legumicultură”.

A1.2.Informare si publicitate

Pentru a asigura vizibilitatea contribuției Uniunii Europene prin Programul Educație și Ocupare (PEO) 2021-2027, precum și pentru promovarea proiectului și diseminarea rezultatelor acestuia, au fost implementate activități de informare și publicitate.

Toate materialele realizate au respectat cerințele Manualului de Identitate Vizuală aferent Instrumentelor Structurale 2021-2027 în România, precum și pe cele ale Manualului de identitate vizuală PEO 2021-2027, asigurând astfel conformitatea cu standardele de comunicare stabilite de Autoritatea de Management.

A2. Informare, identificare si inscriere grup tinta



În luna martie 2026, procesul de identificare și recrutare a grupului țintă a continuat, fiind selectate și înscrise 11 persoane eligibile, în conformitate cu criteriile stabilite prin metodologia proiectului. Activitatea a presupus informarea potențialilor beneficiari, verificarea eligibilității acestora pe baza documentelor justificative și înregistrarea lor oficială în cadrul operațiunii.

Campania din martie 2026 a demonstrat o abordare integrată și eficientă a comunicării online, reușind să combine conținut informativ cu distribuția strategică pe multiple canale. Activitățile desfășurate au contribuit la creșterea gradului de conștientizare privind importanța formării profesionale și la atragerea de potențiali beneficiari ai proiectului. Campania online a generat un impact semnificativ, cu zeci de mii de vizualizări și interacțiuni, contribuind la creșterea vizibilității proiectului.

În cadrul campaniei au fost realizate și publicate patru advertoriale pe platforme externe, abordând teme relevante precum integrarea pe piața muncii, dezvoltarea carierei, economia socială și promovarea egalității de șanse. Aceste materiale au avut rolul de a crește notorietatea proiectului și de a transmite informații utile către publicul larg. În paralel, pe site-ul oficial al proiectului au fost publicate două articole dedicate importanței formării profesionale continue, evidențiind atât beneficiile, cât și provocările asociate acestui proces.

Componenta de social media a inclus distribuirea a opt postări pe Facebook și Instagram, precum și două postări pe LinkedIn, prin care au fost promovate temele centrale ale campaniei: educația continuă, orientarea în carieră și oportunitățile de integrare profesională. Mesajele au fost adaptate pentru fiecare platformă, urmărind creșterea gradului de interacțiune și implicare a audienței.

În ceea ce privește conținutul video, campania a inclus publicarea a două materiale pe YouTube, axate pe avantajele formării profesionale continue și pe pașii necesari pentru construirea unei cariere de succes. Acestea au contribuit semnificativ la creșterea vizibilității proiectului, canalul înregistrând aproximativ 42.878 de vizualizări și peste 216 ore de vizionare în perioada analizată. De asemenea, au fost publicate două videoclipuri pe TikTok, menite să atragă un public mai tânăr și să diversifice canalele de comunicare.

Prin mesajele transmise, campania a subliniat importanța învățării pe tot parcursul vieții, rolul formării profesionale în dezvoltarea unei cariere sustenabile, precum și necesitatea promovării egalității de șanse și a economiei sociale. Conținutul a fost conceput pentru a oferi atât informații practice, cât și motivație pentru persoanele interesate de dezvoltare profesională.

Rezultatele campaniei se reflectă inclusiv în obținerea a 10 contacte directe (lead-uri), constând în date de email și numere de telefon ale persoanelor interesate de oportunitățile oferite în cadrul proiectului. Acest indicator confirmă eficiența acțiunilor de promovare și relevanța mesajelor transmise pentru publicul țintă.

A3. Masuri specializate pentru stimularea ocupării și creșterii șanselor de ocupare a persoanelor din grupul tinta

SA3.1. Servicii specializate de informare și consiliere profesională



În luna martie 2026, cei 11 tineri identificați și înscrși în grupul țintă au participat la ședințe individuale de informare și consiliere.

SA3.2. Servicii specializate de mediere pe piața muncii

În cadrul acestei subactivități s-au derulat **serviciile specializate de mediere pe piața muncii** pentru **11 de tineri sub 30 de ani** din grupul țintă al proiectului, prin **ședințe individuale de mediere**, în vederea **angajării și integrării acestora pe piața muncii**.

Solicitantul, în calitate de **furnizor acreditat de servicii de mediere a muncii**, a implementat următoarele acțiuni specifice:

a) **Identificarea și înregistrarea locurilor de muncă vacante** în baza de date aferentă proiectului.

b) **Publicarea locurilor de muncă vacante** - Locurile de muncă identificate au fost comunicate persoanelor din grupul țintă în cadrul ședințelor individuale de mediere.

De asemenea, în cadrul ședințelor individuale de mediere, **participanții au beneficiat de instruire privind redactarea CV-ului și a scrisorii de intenție**, precum și de **consiliere privind pregătirea pentru interviu**. Totodată, tinerilor le-au fost prezentate **posibilitățile de angajare pe cont propriu**, avantajele și pașii necesari pentru înființarea unei afaceri.

A4. Masuri specializate de formare profesională a persoanelor din grupul țintă

SA4.1 Derularea programelor de formare profesională continuă

Programul de formare profesională „Lucrător comercial”, demarat la data de 23.10.2025, a continuat cu un număr de 13 participanți iar programul demarat la data de 29.01.2026 a continuat cu 12 participanți.

În data de 27.03.2026 a fost demarat al treilea program de formare profesională, „Lucrător comercial” cu 14 cursanți.

Activitățile implementate în luna martie 2026 au avut un rol important în progresul proiectului, evidențiind trecerea către o etapă mai practică și orientată spre rezultate concrete. Prin continuarea programelor de formare profesională proiectul își consolidează direcția strategică și își amplifică impactul asupra beneficiarilor.

Implicarea constantă a echipei de implementare, alături de respectarea riguroasă a cadrului metodologic și procedural, asigură condițiile necesare pentru derularea eficientă a activităților viitoare, în vederea atingerii obiectivelor asumate și a creșterii gradului de ocupare în rândul persoanelor vizate