

DIGITAL STRATEGY PER IL NO PROFIT

a. ANALISI DEL CONTESTO ORGANIZZATIVO

L'ENTE ATTUATORE: Federazione trentina Pro Loco - UNPLI Trentino

La Federazione trentina Pro Loco - UNPLI Trentino (www.unplitrentino.it) è l'ente di coordinamento delle 190 Pro Loco provinciali, cui fanno capo circa 20.000 volontari in Trentino. La struttura è in costante crescita, ed oggi si compone di 7 collaboratori, dislocati nella sede centrale di Trento e nei 2 presidi territoriali suddivisi tra attività di consulenza tecnica, amministrativa e contabile, consulenza strategica e comunicazione.

Mission dell'ente è incentivare la crescita delle Pro Loco trentine quali soggetti di sviluppo delle loro comunità afferenti: questo obiettivo viene realizzato mediante la fornitura di servizi e consulenze alle associate sia a livello burocratico, che tecnico, legale e di comunicazione. La Federazione delle Pro Loco è organizzazione riconosciuta Family Audit dal 2017: questo ha contribuito a migliorare la policy aziendale

La Federazione fa parte della rete delle Pro Loco d'Italia, UNPLI (www.unpli.info), con sede a Roma, che riunisce oltre 6.200 associazioni Pro Loco. L'UNPLI è iscritta nel registro nazionale delle Associazioni di Promozione Sociale e all'Albo nazionale del Servizio Civile Nazionale. Fra le altre attività, l'Unpli è impegnata in prima fila nella tutela e valorizzazione del patrimonio immateriale, azione per cui ha ricevuto nel 2012 l'accreditamento da parte dell'Unesco.

L'IMPEGNO SOCIALE DELLE PRO LOCO

Le Pro Loco sono associazioni senza scopo di lucro formate da volontari che si impegnano per la promozione del luogo, per la scoperta e la tutela delle tradizioni locali, per migliorare la qualità della vita di chi vi abita, per valorizzare i prodotti e le bellezze del territorio.

Tra le loro specificità, ci sono le attività di animazione turistica e di accoglienza, in una modalità che mette al centro la creazione di una cultura dell'accoglienza che parte dalla valorizzazione della socialità e delle comunità. Le Pro Loco sono negli ultimi anni sempre più riconosciute nel loro importante ruolo per la crescita del tessuto sociale dei territori, in particolare di quelli periferici; allo stesso tempo, assume valore fondamentale anche la loro funzione attiva nella custodia e perpetuazione del patrimonio immateriale identificativo delle comunità locali. La stessa struttura dell'UNPLI, Unione Nazionale Pro Loco d'Italia, di cui la Federazione rappresenta il comitato regionale, è soggetto accreditato UNESCO per la segnalazione e la conservazione del patrimonio culturale immateriale. Pur essendo inquadrate dentro il settore della promozione sociale, le Pro Loco riescono a svolgere un'attività di integrazione e di animazione delle comunità evitando di innescare significati legati alla marginalità sociale o ai bisogni speciali di cui in genere si occupa in maniera esplicita il volontariato "sociale". La Pro Loco diventa quindi un soggetto che ha effetti sulla collettività e sulla sua possibilità di esistenza, sopravvivenza e integrazione sociale.

Gli effetti positivi delle Pro Loco sui territori sono testimoniati dalla costante crescita del numero delle Pro Loco, a livello sia locale che nazionale, negli ultimi 20 anni. Nel 1995, in Trentino, le Pro Loco associate alla Federazione erano poco meno di un centinaio, mentre al 30 agosto 2019 la Federazione conta 190 associate, con un incremento medio di quasi 5 unità annue.

L'APPORTO DEL PROGETTO DI SERVIZIO CIVILE - GARANZIA GIOVANI PER IL VOLONTARIATO TURISTICO TRENTO

Le associazioni Pro Loco si fondono sulla presenza capillare sui territori di numeri elevati di volontari, i quali impegnano il proprio tempo gratuitamente nella promozione e nella tutela del patrimonio ambientale, storico-artistico, culturale, sociale e immateriale. Questo settore ha infatti alla base della sua operatività la partecipazione dei cittadini che decidono di dedicare il proprio tempo libero a progetti che incidono sulla dimensione pubblica e collettiva delle comunità; si tratta di azioni volontarie spinte dal desiderio di partecipazione civica in favore di beni collettivi che operano al di fuori della pervasività della cornice strumentale dell'economia o che vi si relazionano proteggendo la propria natura ideale. Le Pro Loco attuano un'idea di turismo sostenibile, alternativo, partecipato anche dai cittadini e quindi più rispettoso del contesto e della presenza fisica e simbolica dei suoi protagonisti.

A fronte di tanta ricchezza generata per le comunità, però, solo poche associazioni possono contare su personale dedicato continuativamente per l'espletamento delle attività. La Federazione Pro Loco cerca di sopperire a questa carenza assistendo e supportando i volontari attraverso la messa a disposizione di personale qualificato, contributo talvolta indispensabile per permettere a tutte le Pro Loco di esistere.

La variabilità nel tempo, nella quantità di energie e di competenze che i volontari possono dedicare ai loro progetti trova una grande elemento di forza nel supporto che possono fornire loro i ragazzi in un progetto di servizio civile. Ai ragazzi viene infatti chiesto di operare per valorizzare questo settore, permettendo loro di contribuire fattivamente allo sviluppo dei territori in tema di costruzione di comunità, di sostenibilità e di valorizzazione culturale. Come già sperimentato negli scorsi progetti, le azioni messe in atto dai ragazzi riescono ad incidere in modo evidente sulla comunicazione delle attività delle Pro Loco, facendo spesso la differenza nel far emergere contenuti di valore all'interno delle azioni messe in campo dalle Pro Loco.

Allo stesso tempo, per i ragazzi il progetto svolge un'importante finalità in termini educazione civica, poiché li consapevolizza sull'importanza della partecipazione attiva nella collettività e sul valore del volontariato in senso lato, lasciando loro un imprinting valido per le loro successive esperienze di vita e formando cittadini più responsabili del bene civico: in alcuni casi, infatti, i ragazzi che svolgono questo tipo di progetto diventano poi essi stessi soci delle Pro Loco, e continuano quindi a contribuire in modo diretto a questo settore.

b. OBIETTIVI DEL PROGETTO

L'ottica di questo progetto è quella di offrire ai/alle ragazzi/e un'opportunità di crescita su due fronti: da una parte sul fronte professionale, permettendo loro di sviluppare competenze spendibili nel mondo del lavoro, dall'altra parte sul fronte personale, aiutandoli a sviluppare, attraverso l'esperienza concreta, i valori di senso civico e responsabilità sociale.

Partendo quindi da quelli più concreti ed arrivando a quelli più ideali, quattro sono i principali obiettivi del progetto Digital strategies per il no profit:

Obiettivo 1: fornire ai/alle giovani competenze spendibili nel mondo del lavoro

Il progetto è pensato per fornire competenze e abilità specifiche, difficilmente acquisibili con soli percorsi di studio, e molto ricercate nel mondo del lavoro nel momento presente.

Per questo, partiremo con il consolidamento delle conoscenze di base nell'ambito della comunicazione digitale, e poi caleremo queste conoscenze nella realtà del nostro ente. In questo modo i/le giovani potranno raccogliere i frutti del passaggio dalla teoria alla pratica, capendo concretamente come funzionano strumenti e strategie. Cuore del lavoro sulle tecniche di comunicazione sarà l'acquisizione di strumenti per approcciarsi alla comunicazione in modo critico e consapevole, imparando a decifrare i significati, a comunicare i valori, ad entrare in profondità nelle tematiche e a restituirle in modo adeguato per i diversi canali e per i diversi target.

Il secondo step sarà quello di far acquisire ai/alle giovani un metodo di lavoro, inserito all'interno di una cornice fornita da noi, ma allo stesso tempo personalizzabile.

Fondamentale è infatti che i/le giovani riescano non solo a fare bene il loro compito, ma anche a sistematizzare il loro lavoro per trasformarlo in conoscenza: per fare questo, sarà importante il contatto costante con la OLP, che accompagnerà i/le giovani non solo dal punto di vista del raggiungimento degli obiettivi aziendali, ma della creazione di un metodo di lavoro soggettivo, bagaglio prezioso per ogni loro esperienza lavorativa futura.

Il progetto permette infine ai/alle giovani di esperire un reale contesto lavorativo, in cui il apprendere anche gli elementi necessari per stare dentro l'organizzazione interagendo con i suoi collaboratori.

Obiettivo 2: far sviluppare il mondo delle Pro Loco nella direzione della sostenibilità e della crescita della comunità, attraverso una comunicazione di valore

Le azioni di comunicazione della Federazione Pro Loco si situano all'interno della cornice istituzionale che essa rappresenta, quale ente di riferimento provinciale per il movimento Pro Loco; il loro obiettivo è pertanto di lungo termine ed è rivolto a portare una crescita nel mondo delle Pro Loco. Tale crescita è indirizzata in particolare verso i temi della cittadinanza attiva, della sostenibilità ambientale e della valorizzazione dei patrimoni culturali locali (materiali e immateriali): saranno questi gli aspetti principali su cui i ragazzi saranno chiamati a fare loro riflessioni e portare loro contributi, utili per il mondo Pro Loco ma anche trasversalmente per il discorso pubblico in senso ampio.

Obiettivo 3: sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema del volontariato

Nelle loro attività, i/le ragazzi/e capiranno come utilizzare i potenti strumenti di comunicazione attuali, non in ottica di marketing, ma in ottica di arricchimento del pubblico attraverso racconti di valore, mettendo in risalto gli aspetti più significativi del volontariato Pro Loco. Obiettivo sarà quello di avvicinare i pubblici più ampi ai temi portati avanti dalle Pro Loco, spingendo a interrogarsi e approfondire la conoscenza di questo settore.

Obiettivo 4: accrescere il senso civico e la partecipazione attiva

Trasmettere l'importanza della partecipazione attiva per le proprie comunità è uno dei maggiori obiettivi di questo progetto. Le Pro Loco sono in questo senso esempi virtuosi di inserimento dei cittadini nella "res publica", uno dei contesti privilegiati nella nostra società per grado di espressione del significato di cittadinanza attiva. Per questo per i ragazzi fare un'esperienza di un anno a stretto contatto con questo mondo può costituire un grande strumento formativo, nell'ottica di contribuire a formare dei cittadini che possano riconoscersi negli ideali del volontariato turistico, e di tramandare alle nuove generazioni l'importanza di contribuire, a seconda delle loro inclinazioni, per il miglioramento della vita nella propria comunità.

Riteniamo che essere parte attiva della cultura che sostiene il volontariato sia un esempio significativo di partecipazione: la possibilità di esprimersi anche professionalmente nei confronti di questo ambito è un modo per esercitare una vita attiva nel senso più nobile del concetto di cittadinanza e di istituire un meccanismo di responsabilità esplicito nei confronti del luogo in cui si vive.

Un fondamentale valore aggiunto di un progetto dedicato al volontariato turistico consiste nella messa in atto di un confronto con il diverso e con l'altro, opportunità preziosa che si realizza nell'ottica che i ragazzi possano diventare risorse cruciali il progresso culturale e sociale del nostro Paese.

c. I GIOVANI CHE CERCHIAMO

Numero

Il progetto si rivolge a un numero di ragazzi variabile da 1 a 2. A seconda del numero di ragazzi selezionati, il progetto verrà adeguato nelle azioni attuabili.

Caratteristiche dei giovani

Cerchiamo giovani appassionati di nuove tecnologie dell'informazione che abbiano il desiderio di esplorarne i possibili utilizzi a livello professionale, amanti della scrittura, flessibili e creativi, che apprezzino lavorare in team in un ambiente dinamico.

L'ambito della comunicazione richiede cura delle relazioni, capacità di comprensione dei processi, del contesto dell'organizzazione, spirito di iniziativa, capacità di osservazione.

Infine, vista la natura del settore in cui l'ente opera, è richiesta una sensibilità per il mondo del volontariato e per i temi di interesse sociale in senso lato.

Dal punto di vista delle prospettive, il percorso è pensato come esperienza strategica per fornire ai/alle giovani le competenze di base essenziali per inserirsi nel mondo del lavoro nel campo della comunicazione: l'approccio dei/delle giovani che saranno con noi dovrebbe quindi essere quello della formazione e dell'apprendimento attraverso l'esperienza diretta, nell'ottica di beneficiare dell'esperienza per acquisire competenze chiave preziose per la loro professione futura.

Il colloquio di selezione

Il colloquio di selezione valuterà sia la coerenza tra le aspettative dei/delle giovani e gli elementi del progetto, sia le loro attitudini, e si comporrà di una parte di confronto e una parte di produzione con esercizi scritti.

Il colloquio sarà tenuto dal direttore della Federazione (counsellor aziendale, sociologo) e dalla OLP.

Nello specifico i criteri di cui terremo conto saranno:

1. Coerenza tra aspettative e progetto (da 1 a 20)

- Il candidato riconosce il progetto come possibilità di applicare le conoscenze acquisite durante il suo percorso formativo
- Il candidato riconosce le competenze che il progetto può apportare alla sua formazione personale e professionale

- capacità di connettere aspetti teorici e pratici rispetto ad un futuro percorso professionale

2. Conoscenza e comprensione del progetto (da 1 a 10)

- Il candidato è in grado di descrivere correttamente la proposta

3. Condivisione degli obiettivi dell'ente (da 1 a 10)

- Ha già avuto esperienze di volontariato
- Descrive in maniera convincente il proprio interesse per i temi della partecipazione e della promozione sociale

4. Motivazione (da 1 a 30)

- Riconosce il valore dell'esperienza per apprendere competenze professionali
- Non presenta esperienze professionali retribuite e significative nello stesso ambito di competenza del progetto
- **Interesse e impegno a portare a termine il progetto**
- Il progetto si inserisce in una fase del ciclo di vita compatibile con l'esperienza di apprendimento
- Riporta esperienze dimostrabili in campi simili a quelli del progetto a titolo dilettantistico non professionale e non retribuito

5. Idoneità allo svolgimento delle mansioni previste (da 1 a 30)

- Proprietà di linguaggio orale adeguata al progetto
- capacità di composizione (test scritto)
- Capacità di cogliere e sintetizzare i concetti principali di un testo scritto (test scritto)
- Capacità di analisi di un messaggio complesso in termini di efficacia e capacità di avanzare proposte di miglioramento

d. COSA SI FA IN QUESTO PROGETTO

Si viene inseriti nel dipartimento comunicazione ed ufficio stampa della Federazione Pro Loco, che si occupa di promuovere e valorizzare il volontariato a livello interno ed esterno: esso si fa interprete dei valori del volontariato turistico condivisi dalle 190 associate, attraverso la ricerca di temi di interesse per il pubblico social e per la stampa, la diffusione di notizie costruttive, la promozione dello spirito del volontariato.

Il dipartimento divide il suo operato in comunicazione istituzionale e servizi di comunicazione verso i soci; gli strumenti a disposizione sono il sito web www.unplitrentino.it, le pagine social istituzionali (Facebook, Instagram, Twitter, Linkedin), la newsletter periodica, il magazine Centopaesì. Il dipartimento si occupa inoltre di organizzare conferenze stampa istituzionali e per i maggiori eventi dei soci, di realizzare redazionali e approfondimenti per la stampa locale e per la stampa specialistica nazionale, di gestire la produzione di materiali per radio e tv.

Il periodo di emergenza ha radicalmente cambiato le attività delle Pro Loco, che al momento in cui si scrive sono ancora bloccate nella realizzazione di eventi. Nondimeno, tale situazione di stallo ha permesso di soffermarsi e approfondire temi a cui nella normalità si dava poco spazio: molte Pro Loco stanno mettendo in atto iniziative online, stanno lavorando per tenere attive comunque le loro comunità o si stanno evolvendo sempre più nella loro comunicazione digitale. In questo scenario, la Federazione, e il progetto in atto, si inserisce dando alle Pro Loco strumenti per fronteggiare questo periodo lavorando sullo sviluppo delle competenze digitali, sulla riflessione su temi come sviluppo sostenibile, senso di comunità, valorizzazione delle risorse culturali, innovazione e cambiamento. Pertanto, i/le ragazze, a differenza dei progetti precedenti, lavoreranno meno in ambito segreteria eventi e più in ambito di strategia, di produzione di contenuti di riflessione e di stimolo.

Il progetto non cambia in caso di lockdown in quanto tutte le attività in programma sono realizzabili in telelavoro.

Il percorso, pensato per essere in stretta sinergia con il lavoro dell'OLP, attraverso il contatto diretto o webinar quotidiani, prevede nello specifico la realizzazione delle seguenti attività:

- aggiornamento del sito internet www.unplitrentino.it
 - impegno previsto: 6 ore settimanali
 - cosa si impara: a lavorare su un CMS, a costruire una pagina web, a selezionare immagini e renderle adatte per il web, a formattare un testo in ottica SEO, a verificare gli insights di una pagina
 - con chi si lavora: OLP, webmaster, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: formazione iniziale sull'utilizzo dello strumento (8 ore) - durante tutto il periodo: l'OLP corregge ogni articolo e poi lo rivede insieme ai ragazzi, inoltre settimanalmente 1 ora per verificare testi e insight, incontri al bisogno per risoluzione dubbi o problematiche
- copy e gestione delle pagine social dell'ente
 - impegno previsto: 12 ore settimanali
 - cosa si impara: usare facebook a livello aziendale, a fare copy per facebook, il copy per instagram, la lettura degli insights, la gestione delle PR sui social, l'editing delle immagini
 - con chi si lavora: OLP, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: formazione iniziale su copy per social (6 ore), fornisce i contenuti su cui i ragazzi dovranno realizzare i post, corregge ogni post insieme ai ragazzi, insegna a come editare le immagini per i social, a come differenziare i messaggi in base al tipo di social, a leggere gli insights e a gestire le PR (come rispondere ai commenti, cosa fare in caso di criticità...)
- ricerca contenuti di interesse
 - impegno previsto: 3 ore settimanali
 - cosa si impara: a confrontarsi con il personale presente nell'organizzazione per acquisire informazioni, a selezionare i contenuti di interesse a seconda del focus dato, a archiviare i contenuti trovati e a renderli fruibili ai colleghi
 - con chi si lavora: OLP, collaboratori ente, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: nel processo di ricerca dei materiali l'OLP è

sempre presente: dopo aver educato i ragazzi all'individuazione del tema di interesse e all'utilizzo di strumenti di ricerca (circa 3 ore) lavora inizialmente con loro nella ricerca dei materiali sui nostri periodici (circa 1 mattinata). In seguito i ragazzi vengono autonomizzati e l'OLP rimane sempre presente per confronto con i ragazzi in caso di incertezza sull'inserimento o meno di materiali (circa 1 ora a settimana)

- segreteria avanzata per area comunicazione
 - impegno previsto: 2 ore settimanali
 - cosa si impara: le basi per la segreteria di un ufficio: gestione file e cartelle, smistamento telefonate, risposta istituzionale alle mail, archiviazione contenuti, partecipazione a incontri con soci e stakeholders, contatto con le Pro Loco per il reperimento di materiali di archivio
 - con chi si lavora: OLP, colleghi in servizio civile, stakeholders (partner di progetto, soci...)
 - che sostegno fornisce l'OLP: nelle prime settimane spiega come è organizzato l'ufficio comunicazione e relativa segreteria (circa 10 ore), coinvolge poi ogni volta che vi sorge l'opportunità i ragazzi nei meeting di interesse, è reperibile per dubbi , affianca
- redazione newsletter
 - impegno previsto: 8 ore ogni 2 settimane
 - cosa si impara: a utilizzare uno strumento di email marketing, a produrre piccoli testi per lo strumento, a verificare gli insights
 - con chi si lavora: OLP, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: formazione iniziale (6 ore), poi affiancamento per ogni newsletter (revisione e correzione), analisi insieme degli insight il giorno seguente all'uscita
- organizzazione di piano editoriale social
 - impegno previsto: 5 ore settimanali
 - cosa si impara: a organizzare una timetable con i contenuti da pubblicare, a selezionare, organizzare rubriche, gestire le tempistiche, autovalutare il proprio lavoro, verificare gli insights
 - con chi si lavora: OLP, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: incontro settimanale tutti i martedì dalle 10 alle 12 per: impostare i contenuti della settimana seguente, approvare i contenuti già calendarizzati, controllare i risultati della settimana precedente
- segreteria di ufficio stampa
 - impegno previsto: 2 ore a settimana
 - cosa si impara: a fare una rassegna stampa, a fare recall per giornalisti, a tenere una rubrica stampa
 - con chi si lavora: OLP, colleghi in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: una formazione iniziale per fornire le basi dell'ufficio stampa (1 giornata), affiancamento nella realizzazione della rassegna stampa, supervisione in itere e alla fine di ogni rassegna tematica
 - NOTA: l'attuazione o meno di questa attività può variare fortemente a

seconda delle attitudini e delle capacità del singolo ragazzo

- redazione articoli / revisione per house organ
 - impegno previsto: 10 ore, 1 volta ogni 3 mesi
 - cosa si impara: a produrre un testo rivolto ad un pubblico ampio (correttezza e sintassi), a sintetizzare e organizzare concetti, a scrivere in modo fluido e fruibile
 - con chi si lavora: OLP
 - che sostegno fornisce l'OLP: fornisce gli stimoli per il tema da trattare, rivede gli articoli insieme ai ragazzi
 - NOTA: l'attuazione o meno di questa attività può variare fortemente e dipende dalle attitudini e dalle capacità del singolo ragazzo

PERCORSO FORMATIVO

A fronte delle esperienze degli anni precedenti, abbiamo sviluppato un metodo di inserimento del ragazzo all'interno delle attività in corso graduale e personalizzato per ogni ragazzo. Le tipologie di attività che il ragazzo potrebbe svolgere sono infatti varie e presentano diverso grado di difficoltà, per questo non viene stabilito a priori un settore di cui il ragazzo si deve occupare.

Il metodo di inserimento è il seguente:

1. **Scoperta e analisi del contesto.** Durata: 1 mese. Ai ragazzi viene chiesto di prendere familiarità con il contesto delle Pro Loco, per la maggior parte di loro nuovo. Lavorano quindi in modalità di scoperta, raccogliendo dati interessanti, aggiornando i database relativi agli eventi, ai progetti delle Pro Loco, ai loro social. In questa fase la OLP monitora i ragazzi individuando capacità e propensioni. Incontri settimanali con ragazzi ed OLP servono in questa fase per l'OLP per capire meglio i ragazzi e ai ragazzi per segnalare loro interessi particolari o preferenze
2. **Divisione delle mansioni.** La OLP, dopo aver elaborato un'ipotesi sulle attribuzioni di mansioni per i singoli ragazzi, si confronta direttamente con loro per verificare il loro accordo o per modificarlo parzialmente. Si inizia qui la formazione specifica, che coinvolge tutti i ragazzi. Sebbene ad ognuno vengano attribuite delle aree di competenza infatti, l'ottica è quella di tenere il gruppo sempre coeso, con tutti i membri del team sempre al corrente su quanto stanno facendo gli altri. Un primo periodo di prova di un paio di settimane serve per verificare la validità della suddivisione.
3. **Acquisizione di responsabilità.** Dopo circa 3 mesi dall'inizio e verificata la capacità dei/delle ragazzi/e, vengono date loro le prime piccole responsabilità. Per chi si occupa dei social è la stesura del piano editoriale, per chi segue l'ufficio stampa istituzionale la creazione ad esempio di un invito per una conferenza. Le riunioni settimanali proseguono ma acquisiscono un valore più tecnico operativo.
4. **Autonomizzazione.** Dopo i primi 6 mesi ai ragazzi meritevoli viene data, se lo desiderano, la possibilità di operare in maggiore autonomia. Per esempio, per chi si occupa di social significa realizzare insieme a loro una campagna a pagamento, per chi si occupa di ufficio stampa far realizzare loro un testo per la stampa, oppure di proporre iniziative social di coinvolgimento della community.

e. LA FORMAZIONE SPECIFICA

Social media strategy: 24 ore

Formatore: OLP , corsi esterni on line

Si inizia con un modulo di base di 8 ore per allineare le competenze dei ragazzi, spesso piuttosto diversificate. Temi: introduzione a Facebook, Instagram, Twitter - specificità e differenziazione dei messaggi in base ai social - analisi dell'utenza - best practices a cui ispirarsi. Altre 8 ore avverranno poi in affiancamento individuale o di gruppo durante lo svolgimento del progetto, servendosi di incontri di supervisione ed esercizi. Le rimanenti 8 ore saranno da utilizzare da parte dei ragazzi per seguire corsi sul tema in academy online, gratuiti o finanziati dall'ente. (Abbiamo aggiunto questa opportunità, anche su consiglio di una ragazza che ha fatto un Servizio Civile da noi, per dare ai ragazzi la possibilità di sfruttare al meglio la situazione di lavoro da casa. La stiamo testando con i ragazzi ora in Servizio Civile e l'esperienza è molto apprezzata).

Utilizzo di CMS sito, creazione contenuti e SEO: 8 ore

Formatore: OLP, webmaster esterno

Si illustrerà come utilizzare il CMS del sito della Federazione per implementare i contenuti, come strutturare le diverse pagine web, come ottimizzare i contenuti in ottica SEO, come lavorare con immagini e media. Ai ragazzi verranno affidati degli esercizi in aula.

Scrivere di no profit - strumenti di lettura del senso: 8 ore

Formatore: OLP

In questo modulo verrà insegnato al ragazzo come entrare in modo approfondito e strutturato nei temi più rilevanti del settore no profit, per imparare a rintracciare significati e linee di senso e restituirli nel modo migliore attraverso il testo.

Capiremo come differenziare i messaggi a seconda dell'obiettivo, del target e dello strumento utilizzato. Infine, impareremo a leggere i feedback, a rimodulare e aggiornare il lavoro a seconda degli stimoli ricevuti dal target.

Basi di cultura organizzativa: 4 ore

Formatore: direttore Federazione Pro Loco

Il modulo sull'organizzazione è volto principalmente a far comprendere il tipo di contratto associativo che lega i volontari e la tipologia di organizzazione che si struttura su questo legame. E' utile portare i ragazzi a valutare la differenza tra il contesto familiare, il contesto associativo e il contesto lavorativo perchè nel volontariato esiste una certa tendenza a mescolarli.

Temi trattati: l'organizzazione del lavoro. Ruoli e interazione: gerarchia, interazione di ruolo e conflitti. I conflitti personali: conflitti di genere, generazionali e caratteriali. Le regole dell'organizzazione ed i comportamenti organizzativi. L'organizzazione volontaria: caratteristiche e peculiarità. Compiti, obiettivi e loro valutazione.

Corso di formazione di base Sicurezza sul lavoro: 8 ore

Formatore: consulente esterno

Nella formazione è previsto il corso base di 8 ore con rilascio di attestato valido ai fini della normativa vigente inerente il tema della sicurezza sul lavoro.

Temi trattati: i rischi nel lavoro in contesti di ufficio - la valutazione del rischio - le misure di contenimento del rischio

Procedura di sicurezza aziendale - Gestione emergenza Coronavirus: 4 ore

Formatore: responsabile sicurezza aziendale

Verranno esposte le procedure da seguire per l'attività in ufficio, verrà consegnata relativa documentazione e moduli da compilare quotidianamente. I ragazzi saranno inoltre invitati a frequentare un corso on line (30 minuti) sulle procedure base da adottare in ufficio.

f. TUTORING E MONITORAGGIO

Per mantenere costantemente il polso sul progetto in atto, dal punto di vista della progressione del lavoro e della crescita personale del/la ragazzo/a, mettiamo in atto tre tipi di incontri:

Tutoring: contatto diretto quotidiano dei/delle ragazzi/e con l'OLP (che lavora nella stessa sede, 3 giorni a settimana), singolarmente e in gruppo. Qui ci si confronta su temi di stretta operatività, si organizza il lavoro della giornata, ci si confronta durante la giornata su dubbi o proposte. I momenti formali di incontro si tengono ogni mattina, con una piccola riunione operativa del team, e poi proseguono passo passo nelle ore lavorative, quando i ragazzi si confrontano sulle specifiche mansioni singolarmente con la OLP. Settimanalmente si fissa una riunione più approfondita in cui si affrontano temi operativi a lungo termine e riflessioni sull'avanzamento del progetto. Gli incontri vengono fatti in gruppo e singolarmente, a seconda delle mansioni del singolo, per affrontare specifiche criticità o temi che il ragazzo ha bisogno di approfondire.

Monitoraggio: una volta al mese l'OLP incontra i/le ragazzi/e singolarmente e lavora con loro attraverso uno strumento di autovalutazione (strutturato grazie al contributo di una psicologa del lavoro) per entrare in tematiche inerenti la crescita personale del/della giovane e la sua soddisfazione, il confronto sul raggiungimento degli obiettivi, la riflessione sui progressi delle competenze professionali e soprattutto trasversali. Ogni mese l'incontro ha come oggetto anche la scheda di monitoraggio mensile dello SCUP.

Monitoraggio con direttore: ogni due mesi circa o al bisogno, il direttore (nella sua qualifica di consulente delle organizzazioni) incontra i/le giovani per effettuare una verifica generale della soddisfazione del ragazzo nei confronti del progetto e del loro inserimento nell'ente. L'attività di monitoraggio verrà fatta constare in apposito verbale.

g. COMPETENZE CHE SI POSSONO ACQUISIRE

Lavorando all'interno del dipartimento comunicazione dell'ente, il/la ragazza avrà la

possibilità di essere partecipe di tutte le fasi e di tutte le attività che ruotano intorno alla promozione di una realtà istituzionale e dei suoi associati: si tratta di attività che richiedono una predisposizione verso i rapporti interpersonali, la produzione di messaggi e la stesura di testi, la precisione e la sintesi.

L'organizzazione incentiva i ragazzi ad accedere alla certificazione di competenze per l'identificazione e la messa in trasparenza degli apprendimenti, li accompagna nell'iter e permette loro di svolgere le pratiche necessarie durante l'orario di servizio.

Per definire le figure state scelte due competenze da due figure professionali del repertorio della regione Emilia Romagna e ci si è concentrati sulla qualificazione del **tecnico della comunicazione/informazione**.

Competenza 1: Composizione contenuti comunicativi

Conoscenze

- Tecniche del pensiero creativo
- Tecniche di relazione interpersonale
- Principi di comunicazione visiva
- Tecniche di comunicazione e relazione
- Programmi di grafica e web design

Risultati

- Applicare tecniche di costruzione di un testo nel rispetto delle regole grammaticali e di sintassi
- Adottare stili di comunicazione verbale adeguati al contesto e agli interlocutori finali
- Utilizzare applicativi informatici per la redazione ed integrazione di tabelle, presentazioni, testi, immagini
- Individuare la forma di comunicazione più efficace perseguiendo principi di sintesi e chiarezza espositiva

Competenza 2: Sviluppo piano editoriale

Conoscenze

- Media e regole della comunicazione di un'istituzione no profit
- Web e reti di comunicazione virtuali.
- Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.)

Risultati

- Valutare tempi necessari all'implementazione del piano di comunicazione
- Individuare strutture, tecnologie, rete di soggetti da coinvolgere in funzione della strategia comunicativa che si intende realizzare
- Adottare le modalità e i supporti di diffusione più adeguati a raggiungere il target di destinatari individuato
- Utilizzare i canali comunicativi più appropriati all'implementazione del piano di comunicazione
-

h. INDICAZIONI PRATICHE

Sede di lavoro

Gli uffici si trovano presso la sede della Federazione Pro Loco in via Oss Mazzurana 8. Vista la situazione di emergenza, almeno la metà del lavoro viene svolta in telelavoro; gli scenari sono però variabili e i casi sono quattro:

- zona bianca: presenza in ufficio 4 giorni (salvo esigenze particolari del/la giovane)
- zona gialla: presenza in ufficio per 2 o 3 giorni a settimana
- zona arancione: presenza per 1 giorno a settimana

(in questi due casi, l'organizzazione è comunque disponibile a valutare caso per caso, a seconda delle esigenze personali del/della candidato/a, le modalità di suddivisione del lavoro tra presenza e ufficio - generalmente i/le ragazzi/e che vengono da più lontano e quindi dovrebbero prendere mezzi pubblici per lunghi tratti, possono ridurre i giorni di presenza).

- zona rossa, o nel caso di modifiche alla mobilità dettate dall'emergenza sanitaria, il/la ragazzo/a svolgerà il lavoro totalmente in smartworking.

La strumentazione necessaria per l'attività in smartworking (pc e connessione dati) è a carico del/della giovane.

Durata

1 anno

Orari

30 ore settimanali su 5 giorni lavorativi. Orario flessibile tra le 8:00 e le 18:00 secondo le esigenze del/della ragazzo/a. In casi eccezionali può essere richiesta la disponibilità durante il weekend.

Benefits

Nel caso la giornata lavorativa sia di più di 6 ore, l'organizzazione riconosce al/alla giovane un buono pasto di 6 euro.

Tipologia progetto

A

i. ALLEGATO: REFERENZE OLP E DIRETTORE

Oriana Bosco (OLP)

Giornalista pubblicista, laureata in Gestione dei Beni culturali conseguita presso l'università degli Studi di Trento, con una formazione specifica sul web marketing e communication strategies e sulla valorizzazione delle risorse culturali (esperienza di 2 anni nella promozione e valorizzazione turistica del territorio presso APT Val di Cembra e Consorzio Pro Loco Piana Rotlana a seguito di percorso formativo per esperti di Marketing territoriale tenuta da Trentino School of Management - dal 2012 svolge attività di guida ed accompagnatrice

turistica in Trentino). Dal 2012 si occupa della comunicazione della Federazione Pro Loco, realizzando le linee strategiche ed attuando il piano di comunicazione in concerto con il CDA. Le attività principali connesse sono: la comunicazione istituzionale dell'ente (PR, rapporti con i media, organizzazione di conferenze stampa, redazione di comunicati stampa, di prodotti editoriali per media locali e nazionali), la gestione dell'area web (creazione di contenuti per sito e social), e dell'area editoria (redattrice delle riviste Pro Loco, locali e nazionali, Centopaei e Arcobaleno d'Italia); la realizzazione di servizi personalizzati di comunicazione online e offline per i soci.

Ivo Povinelli (direttore)

Laureato in Sociologia e in Sociologia e ricerca sociale, lavora dal 2002 al 2007 per diversi enti in qualità di ricercatore, progettista e formatore. Dal 2007 è direttore della Federazione trentina Pro Loco Comitato UNPLI Trentino. Nel 2013 consegue la qualifica di Professional Counsellor presso il Centro Bolognese di Terapia Familiare, dove affina le conoscenze e la capacità di intervenire nei contesti organizzativi. Nel 2014 consegue il Master in World Natural Heritage Management organizzato da Step, Scuola per il governo del territorio e del paesaggio, volto ad acquisire strumenti per la gestione e la valorizzazione del patrimonio mondiale UNESCO.