

Online/Offline. La comunicazione culturale è ovunque

Dal 2002, il Mart di Rovereto ha la sede principale nell'edificio realizzato su progetto dell'architetto svizzero Mario Botta. Icona dell'edificio è la grande cupola di vetro e acciaio che sovrasta la piazza centrale di accesso al Museo. Altre due sedi sono la Casa d'Arte Futurista Depero a Rovereto e la Galleria Civica di Trento. Il museo inoltre organizza mostre in sedi distaccate, in un'ottica di dialogo con il territorio e i suoi protagonisti, come Palazzo delle Albere a Trento.

La missione del Mart è quella di trasformare lo straordinario patrimonio artistico e architettonico di cui dispone la comunità trentina in uno strumento capace di valorizzare l'intero territorio, promuovendone le risorse di creatività e di iniziativa, stimolando l'interesse dei visitatori, cercando la partecipazione, condividendo, interpretando e custodendo una collezione straordinaria.

La volontà del museo è quella di creare opportunità di apprendimento suggestive per tutti, rendendo accessibili al mondo le risorse delle quali dispone, competenze e ricerche, attraverso alleanze che estendono il sistema dei rapporti del museo e consolidano la sua identità.

Il Mart è un museo vitale e di respiro globale che rappresenta l'energia dei luoghi e delle persone, che gioca un ruolo attivo nella vita del paese nel presente e nel futuro, centro di eccellenza e meta accogliente, emozionante, sorprendente e innovativa. Un museo aperto che promuove nuove idee, incoraggia il dibattito, gli scambi e le collaborazioni, un museo plurale che dà voce a opinioni e prospettive diverse attraverso programmi e attività che interpretano la complessità e la densità della società contemporanea, un museo internazionale e ad altissimo grado di connettività. Un museo intraprendente, che cerca sinergie, indaga nuove attitudini e stimola il dibattito, esemplare nella gestione e nell'applicazione delle buone pratiche, sostenibile grazie a comportamenti responsabili verso l'ambiente, impegnato nei settori in cui i musei hanno un disperato bisogno di innovazione come mercato, relazioni, economia, ambiti nei quali si misura la capacità di attrarre e interessare le persone. Nel museo contemporaneo si esplorano nuove modalità di interazione, si producono contenuti e si raccontano storie.

In questo contesto e dopo l'esperienza del progetto SCUP portati avanti con soddisfazione e gioia negli ultimi anni si inserisce il nuovo progetto **Online/Offline. La comunicazione culturale è ovunque**, la nuova proposta di Servizio Civile che prevede il coinvolgimento di un/una giovane.

Il progetto parte dalla consapevolezza che la gestione e la valorizzazione dei Beni Culturali e delle istituzioni pubbliche oggi non possa prescindere da una corretta, etica e efficace strategia di comunicazione che coinvolga i professionisti dell'informazione, della comunicazione e gli *influencer*. Il/La giovane sarà coinvolto/a nella pianificazione e implementazione delle attività dell'Ufficio Stampa e Comunicazione del Mart, sia sul fronte della produzione e della diffusione dei contenuti, sia sul fronte della gestione delle relazioni.

Il contesto e il settore in cui il volontario/la volontaria sarà inserito/a è un contesto in continuo mutamento che negli ultimi anni ha subito trasformazioni radicali. La comunicazione oggi pervade ogni ambito di attività: dalla politica alle chat tra genitori, tutti comunicano. Eppure pochi sono formati per comunicare, pochissimi conoscono le regole dell'informazione pubblica, la netiquette, il pensiero strategico, la necessità di programmare e pianificare., l'ascolto. In un mondo sempre più rapido e interconnesso, la comunicazione è ovunque.

Sulla scorta dei due ultimi progetti, *Mart: informazione pubblica e comunicazione culturale (2019-2020)* e *Mart: comunicare, informare, coinvolgere (2021-2022)*, si è deciso di proporre un nuovo progetto da realizzarsi nell'Ufficio stampa e comunicazione del museo. Come già negli anni passati, al centro del progetto c'è: **la relazione**. Diretta, mediata, con personale del museo o con

stakeholder e partner, mirata all'engagement interno ed esterno e alla crescita professionale e personale della volontaria/del volontario. Per questo motivo, seppur nello stesso ufficio, ogni progetto non è mai uguale al precedente: la differenza la fa la persona. Il progetto viene "cucito" su quelle che sono le competenze, le abilità e gli interessi della/del giovane. Questo senza trascurare la visione di insieme, il lavoro in team e il coinvolgimento, interno ed esterno, che l'Ufficio Stampa, immancabilmente, sviluppa. Fondamentale risulta, a questo proposito, definire come ogni singolo soggetto influenzi e partecipi a un più ampio progetto istituzionale che necessariamente si avvalga di capacità e competenze peculiari, inserite in modalità di lavoro relazionali e condivise.

L'ufficio in cui il/la giovane verrà inserito è infatti un "ufficio di servizio" che, attraverso modalità di lavoro tradizionali e innovative, programma e cura attività strategiche per la valorizzazione del patrimonio e dei progetti istituzionali. La risorsa si interfacerà e collaborerà con la maggior parte degli uffici del museo: dalla segreteria di Presidenza, alla didattica.

Fin dalla sua fondazione il Mart ha gestito internamente l'Ufficio Stampa, impostando e realizzando strategie, campagne, progetti di comunicazione sui principali canali disponibili, restando sempre al passo con i tempi e i suoi cambiamenti.

Il/La giovane verrà coinvolto nell'attività ordinaria dell'Ufficio:

- stesura e diffusione dei comunicati stampa;
- attività di copy, redazione e scrittura testi per la stampa e il pubblico;
- produzione e diffusione della rassegna stampa;
- produzione e diffusione di materiali testuali, cartacei, visivi o digitali destinati ai giornalisti e ai professionisti dell'informazione e al pubblico;
- comunicazione digitale;
- organizzazione conferenze ed eventi in presenza o in streaming,
- cura delle relazioni con i professionisti della stampa.

La giovane risorsa imparerà

- a utilizzare registri testuali diversi,
- a produrre contenuti diretti a target specifici (pubblico, stampa generalista, stampa di settore etc),
- a programmare un piano di comunicazione digitale,
- a organizzare eventi in live streaming
- a utilizzare lo smart phone per riprese foto e video finalizzate alla comunicazione

e verrà coinvolta nell'organizzazione di eventi, nella gestione delle troupe e nella realizzazione di riprese video e shooting fotografici.

Avrà modo di aggiornarsi continuamente e di imparare quanto giornali, redazioni e riviste siano strumento imprescindibile di formazione continua. A tal fine avrà accesso ad abbonamenti, banche dati e servizi in dotazione all'Ufficio stampa come lo sfogliatore dei principali quotidiani.

Verificherà quanto il lavoro dell'ufficio stampa sia complementare a quello del marketing, con cui si co-pianificheranno campagne promozionali con strumenti tradizionali (locandine, brochure, pannelli) e digitali. Per quanto concerne l'utilizzo del web e dei social media, il/la giovane verrà coinvolto/a nella stesura del PED, ovvero nella stesura del piano di contenuti e di notizie da veicolare sui diversi canali al fine di mantenere viva la partecipazione dell'utenza, di condividere le attività che vengono realizzate dal Museo e individuare, con progetti speciali, target specifici. Affiancato/a dal personale incaricato di seguire il piano della comunicazione, il/la giovane

procederà a individuare, ricercare e raccogliere i contenuti da comunicare in relazione alle numerose attività del Mart, identificare il canale più adatto, scegliere lo stile di comunicazione più adeguato al messaggio e al canale, scegliere (e talvolta elaborare) un'immagine e eventuali link di approfondimento da collegare al contenuto promosso.

Il volontario/la volontaria parteciperà attivamente alle conferenze stampa, ai convegni e agli eventi organizzati dal Museo. Potrà essere coinvolto/a fin dalla fase organizzativa (qualora si tratti di eventi organizzati dall'Ufficio stampa), supporterà la comunicazione offline e online degli eventi organizzati dall'Ufficio eventi e seguirà parti della gestione degli stessi durante il loro svolgimento. Incontrerà giornalisti, relatori, artisti, curatori etc.

La proposta progettuale mira alla responsabilizzazione del/della giovane attraverso un percorso formativo ed educativo. Allo stesso tempo il progetto intende partire dalle competenze personali del/della giovane per valorizzarne le capacità e potenzialità.

Il museo intende sostenere nuovi impegni in questo ambito per diventare concretamente una risorsa per la comunità e il territorio, della quale fruire pienamente. Il/La partecipante al progetto verrà affiancata per i 12 mesi da personale competente nel settore, verrà seguito/a nella fase formativa, da un punto di vista teorico e pratico, coinvolto/a nella collaborazione alla progettazione, all'organizzazione e alla gestione dei vari progetti svolti nel corso dei 12 mesi, offrendo un proprio apporto personale allo sviluppo delle attività.

Gran parte del tempo che trascorrerà al Mart rientrerà nella fase operativa, la fase in cui il/la giovane potrà "vivere" l'attività del Museo nella sua interezza, a fianco del personale preposto a queste attività. Il/La giovane in Servizio Civile sarà coinvolto/a nelle attività con una metodologia orientata al lavoro di gruppo e alla condivisione degli obiettivi.

In questa fase il/la giovane potrà crescere professionalmente, acquisire nuove competenze e, in base alle sue specifiche attitudini e propensioni, sperimentare in modo autonomo attività legate alla comunicazione culturale. Stando a contatto con professionisti di settore, svilupperà competenze professionali di comunicazione, organizzative, migliorerà la capacità comunicativa, approfondirà tematiche, vivrà esperienze personali preziose per la crescita dell'individuo.

Il/La giovane sarà accompagnato/a nell'esperienza, seguendo personale esperto e consulenti del museo, testando poi gradualmente le varie attività affiancato da personale competente e infine gestendole autonomamente.

Così come tutto il personale del museo, la risorsa potrà svolgere attività in presenza o in modalità agile, secondo le necessità, i regolamenti amministrativi o assecondando eventuali esigenze personali.

Obiettivi generali:

La proposta progettuale **Online/Offline. La comunicazione culturale è ovunque** prevede di accogliere un/una giovane in Servizio Civile con l'obiettivo di:

- offrire una coinvolgente esperienza di crescita umana, personale, culturale e professionale in un ambiente museale, acquisendo il significato del Servizio Civile Universale;
- accrescere il patrimonio di esperienze personali e professionali attraverso la fruizione dell'informazione culturale e formativa;
- contribuire alla progettazione di iniziative di comunicazione culturale;
- arricchire il servizio offerto dal Mart sul piano della sensibilizzazione e fruizione della proposta culturale presente nel museo;

- potenziare il Mart come agenzia di educazione permanente, promotore di iniziative culturali innovative;
- aumentare il senso di appartenenza della popolazione alle attività proposte dal Mart.

Obiettivi specifici:

Nello specifico gli obiettivi del progetto sono:

- favorire un buon inserimento del/della giovane nel museo
Indicatori: attuare una fase di accoglienza che coinvolge l'Ufficio Stampa e Comunicazione del Mart e principalmente l'Olp
- far acquisire il significato del Servizio Civile Universale, i diritti e i doveri del/della giovane
Indicatori: registrare la loro presenza al 100% delle ore dedicate alla formazione generale
- partire dalle competenze personali del/della giovane per valorizzarne le capacità e potenzialità
Indicatori: autovalutazione del/della giovane, feed-back dello staff e dell'operatore locale di progetto
- promuovere la crescita del/della giovane operando a stretto contatto con professionisti nel settore
Indicatori: riuscire a coinvolgerlo almeno otto ore a settimana nell'attività svolta dall'Olp, dal tutor e dai formatori (il tutto sarà registrato nel diario compilato direttamente del/della giovane); permettere al/alla giovane di svolgere autonomamente l'attività individuata entro il termine del Servizio Civile
- coinvolgere attivamente il/la giovane in Servizio Civile, attraverso un ruolo attivo nella valorizzazione delle collezioni e degli eventi del Museo, attraverso strategie di comunicazione culturale
Indicatori: risultati del monitoraggio periodico dell'attività svolta, elaborazione da parte del/della giovane di nuovi progetti.
- utilizzare strategie di comunicazione per promuovere la cultura, con particolare riguardo alle persone che ancora percepiscono il museo e l'arte come distanti dalle loro esperienze di vita
Indicatori: valutazione e organizzazione di nuove offerte museali attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie, feed-back degli utenti, confronto dei dati con l'anno precedente;
- fornire al/alla giovane le competenze utili per acquisire strumenti innovativi capaci di valorizzare e comunicare il settore culturale
Indicatori: risultati del monitoraggio periodico dell'attività svolta;
- rendere accessibili il patrimonio, le competenze e le risorse del Museo a un pubblico sempre più ampio
Indicatori: rapporti con vari pubblici ed esperienze dirette nelle attività del Mart, feed-back degli utenti.

Attività affidate al/alla giovane

Le attività affidate al/alla giovane selezionato/a copriranno una panoramica di tutte le attività dell'Ufficio Stampa e Comunicazione, a cui si aggiungeranno quelle previste dal presente progetto. Il/La giovane sarà coinvolto/a nelle attività con una metodologia orientata al lavoro di gruppo e alla condivisione degli obiettivi.

Concretamente al/alla giovane verrà affidata, in sinergia con il personale dell'ufficio, la gestione delle suddette attività:

- Supporto all'attività ordinaria dell'Ufficio Stampa e Comunicazione e in particolare alla redazione e diffusione di contenuti testuali e visivi
- Supporto alla messa in atto di strategie di comunicazione
- Supporto all'organizzazione di eventi e conferenze per i professionisti della stampa
- Supporto alla realizzazione di campagne specifiche destinate alla stampa e al pubblico attraverso la produzione di testi, video e immagini
- Supporto alla realizzazione di newsletter
- Supporto alla gestione dei canali social
- Supporto alla gestione e all'aggiornamento di indirizzari
- Supporto alla redazione della rassegna stampa
- Ideazione di progetti speciali di comunicazione tradizionale e digitale destinati a target specifici affiancati dal personale di settore
- Ideazione di nuove strategie e progetti di comunicazione culturale affiancati dal personale di settore
- Supporto alla realizzazione di strumenti di mediazione culturale per il pubblico (es audioguide, redazione testi)
- Creazione e gestione di cartelle di archivio (video, foto, rassegne, materiali...)

La proposta progettuale si pone anche lo scopo di stimolare il/la giovane verso un'esperienza di attiva partecipazione e creativa ideazione di iniziative favorevoli alla comunicazione, l'elaborazione dei contenuti, la divulgazione e la fruizione del museo. Il/La giovane troverà un contesto stimolante dove poter sfruttare e mettere in gioco le competenze teoriche precedentemente acquisite diventando promotori di nuove e brillanti intuizioni.

Il/La giovane in SCUP si occuperà anche di tenere aggiornato il suo diario/scheda di servizio, parte integrante di un personale "portfolio delle competenze", in cui verrà evidenziata la traccia dei contenuti dei momenti formativi, gli apprendimenti e le capacità acquisite. Sarà compito del/della giovane, supportato/a dall'OLP, raccogliere e aggiornare i prodotti delle attività svolte e la documentazione necessaria a dimostrare saperi e capacità appresi in vista dell'eventuale rilascio da parte della Fondazione De Marchi (formalmente incaricata dalla PAT) del "documento di trasparenza", riconoscimento formale delle competenze dimostrate che può essere allegato al proprio curriculum vitae. La competenza certificabile sulla base delle Qualificazioni professionali (Art. 12, comma 1, L.P. 6/2006) è la seguente: Impiegato Servizi Marketing e comunicazione ->

Partecipazione alla definizione delle attività di comunicazione esterna ->

Contribuire alla promozione dell'immagine aziendale, delle offerte commerciali e al lancio di nuovi prodotti attraverso attività di comunicazione esterna

Candidati ideali e modalità di selezione:

Il/La giovane dovrà avere un'ottima conoscenza della lingua italiana e buone capacità di scrittura di testi. Auspicabili saranno una buona conoscenza della lingua inglese e di una terza lingua, la dimestichezza nell'utilizzo di social network o di strumenti e programmi di web grafica e produzione video.

La selezione del/della candidato/a avverrà tramite colloquio individuale durante il quale sarà fatta una valutazione attitudinale del candidato sulla base dei seguenti elementi:

- conoscenza del progetto specifico;
- condivisione degli obiettivi del progetto;
- motivazioni generali per la prestazione del Servizio Civile;
- conoscenza dei canali social;
- disponibilità all'apprendimento;

- interesse e impegno a portare a termine il progetto;
- capacità di lavorare in gruppo;
- predisposizione e interesse per la comunicazione culturale;
- motivazioni espresse durante il colloquio;
- idoneità allo svolgimento delle mansioni.

Il/La candidato/a ideale per questo progetto è una persona versatile e socievole che apprezza la comunicazione nelle sue molteplici sfaccettature ma, soprattutto, che possiede una grande voglia di imparare cose nuove e di mettersi in gioco. Fondamentali saranno le motivazioni personali e professionali che il/la giovane illustrerà al colloquio, il modo di porsi e la consapevolezza del proprio ruolo.

Risorse umane interne:

Il/La giovane potrà contare, oltre che sulla presenza di Denise Bernabè in qualità di coordinatrice per il Mart dei progetti SCUP, di Susanna Sara Mandice, OLP e responsabile dell'Ufficio Stampa e Comunicazione e, per ogni esigenza, sul personale del Museo.

Susanna Sara Mandice è giornalista pubblica, laureata in Scienze politiche; ha frequentato un master in "Art and Culture Management" (tsm – Trento School of Management), ha collaborato per diversi anni con gli uffici comunicazione di grandi fondazioni e istituzioni culturali pubbliche e con diverse redazioni. Dal 2013 lavora al Mart.

La figura dell'Olp:

L'operatore locale di progetto si occuperà di:

- accogliere il/la giovane (lo/la accompagnerà alla scoperta di ogni luogo del Mart; lo/la presenterà al personale del Mart spiegandone il ruolo; lo/la ascolterà ogni qualvolta il/la giovani ne avrà necessità);
- accompagnare il/la giovane durante tutta l'esperienza presso il Museo;
- realizzare una parte della formazione specifica;
- realizzare il monitoraggio del percorso del/della ragazzo/a con un'attività più informale che prevede: osservazione; ascolto di tutte le persone coinvolte nel progetto; verifica dell'attività svolta e del processo di maturazione delle competenze professionali e non. Monitorare tramite un'attività più formale a cadenza mensile, tra il giovane coinvolto e l'OLP stesso, l'attività svolta. Durante l'incontro l'OLP fornirà informazioni sull'andamento del progetto, cercherà di definire il percorso formativo realizzato, completandolo laddove fosse necessario valutando il livello delle competenze raggiunte dal/dalla giovane con un confronto franco e immediato su eventuali criticità che se affrontate sul nascere possono essere facilmente e positivamente risolte. Per la buona riuscita del monitoraggio il/la giovane compilerà un diario mensile (contenente le attività svolte e le competenze acquisite), che sarà poi letto dall'OLP. A richiesta del/della ragazzo/a potranno partecipare agli incontri anche altri dipendenti coinvolti.

La fase del monitoraggio è molto importante per la riuscita del progetto perché permette di:

- correggere o rimuovere eventuali ostacoli alla crescita personale e professionale del/della ragazzo/a;
- riflettere sulle competenze trasversali e professionalizzanti del/della giovane e promuoverne un miglioramento;

- renderlo/la consapevole dei progressi fatti;
- valorizzare abilità ed eventuali competenze già presenti e aiutare il/la giovane nella raccolta della documentazione necessaria alla creazione di un portfolio adeguato per l'eventuale processo di certificazione delle competenze professionali;
- far vivere al meglio l'esperienza di Servizio Civile;
- ottimizzare i tempi per il raggiungimento degli obiettivi;
- adattare il percorso formativo alle vere esigenze del/della giovane e migliorare le modalità di somministrazione della formazione.

Formazione:

La formazione generale, gestita dall'ufficio provinciale competente in materia di Servizio Civile, sarà di almeno sette ore al mese. Tale formazione è finalizzata alla trasmissione delle competenze trasversali e di cittadinanza. L'orario di formazione è considerato forfetariamente come orario di servizio.

Il progetto si inserisce in un contesto in cui la consapevolezza dell'importanza della formazione è ormai profondamente radicata negli individui ed è riconosciuta come una vera e propria ricchezza per l'individuo stesso. La formazione è una modalità fondamentale che permette di accedere a conoscenze e competenze per affrontare le sfide che quotidianamente si propongono nel corso della vita professionale e lavorativa.

L'obiettivo della formazione è quello di fornire adeguate conoscenze teorico-pratiche di tutti gli aspetti riguardanti l'area tematica della proposta progettuale e le specifiche attività. La formazione specifica, divisa in moduli tematici e progettata da esperti, verrà offerta al/alla giovane durante l'intero periodo di Servizio Civile, sebbene i moduli concernenti la formazione di base si concentreranno nei primi mesi del progetto. Metodologie e tecniche formative varieranno a seconda del tema del modulo: momenti di lezione frontale si alterneranno a momenti di discussione, analisi di casi, lavoro di gruppo, esercitazione pratica e simulazioni. I formatori si impegneranno sempre ad ottenere la partecipazione attiva del giovane dando a ciascuno la possibilità di esprimersi e confrontarsi, favorendo la discussione e privilegiando l'impiego di metodologie attive e del metodo *learning by doing*, nonché dello *shadowing* e del *mentoring* poiché rappresentano una valida opportunità per il/la giovane di adeguarsi ai rapidi cambiamenti e alle richieste che derivano non solo dall'ambito lavorativo ma anche dalla società attuale.

Nei primi tre mesi è prevista una fase di formazione specifica molto intensa che permetterà al/alla giovane di conoscere l'organizzazione del museo, di integrare le personali conoscenze e competenze e di apprendere le nozioni base necessarie ad operare per il raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Per trasmettere tutte le competenze necessarie alla buona riuscita del progetto sono previste almeno 80 ore di formazione specifica relativa ai seguenti temi:

1. Sicurezza sul lavoro e primo soccorso (2 ore)
2. Formazione e informazione sui rischi connessi all'impiego dei/delle giovani nel progetto di Servizio Civile (4 ore)
3. Funzioni e organizzazione di un Museo d'arte moderna e contemporanea. (12 ore)
4. La comunicazione in ambito culturale (24 ore)
5. Le tecnologie multimediali al servizio del patrimonio culturale (8 ore)

6. I canali social come strumento di comunicazione (16 ore)

7. La progettazione di nuove strategie e progetti di comunicazione culturale. Incontri teorici, metodologici e analisi casi (14 ore)

Le ore di formazione del/della giovane potrebbero aumentare a seconda delle necessità del/della giovane in SCUP o se vi fosse la necessità di procedere con ulteriori approfondimenti.

Il/La giovane sarà coinvolto/a nelle riunioni settimanali (riunione di redazione) dell'Ufficio comunicazione dove potrà rendicontare le cose fatte e presentare dubbi, difficoltà o criticità, in modo da avere un feedback periodico dell'andamento delle attività. Sarà inoltre coinvolto nelle riunioni di aggiornamento con gli uffici marketing, con la didattica e nelle riunioni con i curatori sulla base della quale verranno organizzati gli eventi e verrà definito il piano di comunicazione.

Poiché riteniamo che il Servizio Civile sia anche un'opportunità per rinsaldare il rapporto tra i cittadini e le istituzioni al fine di conseguire il bene comune che si traduce per il/la giovane in una "palestra di cittadinanza attiva" e in una importante occasione di "formazione civica" è nostra intenzione valorizzare questa esperienza di Servizio Civile, quale espressione delle politiche di impegno attivo dei giovani nella costruzione di un modello di cittadinanza partecipata. Si ritiene altresì importante creare momenti di formazione o educazione civica per fornire al/alla giovane la consapevolezza di essere parte di un corpo sociale e istituzionale che cresce e si trasforma nel tempo, ma anche per trasmettere allo/alla stesso/a la conoscenza di quelle competenze civiche e sociali funzionali per vivere una "cittadinanza attiva".

Risorse tecniche in dotazione:

Al/alla giovane verrà garantita una postazione con PC e telefono e potrà utilizzare tutti i supporti tecnici presenti in condivisione (stampanti, fotocopiatrici ecc.).

In caso di attività a distanza, il/la giovane potrà accedere da casa alla propria postazione attraverso la VPN del Mart di cui riceverà credenziali. Il Mart garantisce il necessario supporto tecnico.

Eventuali risorse finanziarie aggiuntive investite dall'ente proponente:

Il Mart provvederà a tutte le spese necessarie per la realizzazione dell'intero progetto, compresa la formazione del/della giovane.

Per il vitto il Mart offre l'utilizzo di buoni pasto del valore di 6,00 euro (cadauno), per un importo complessivo di 1.500 euro da utilizzare secondo le modalità che saranno indicate chiaramente dall'Ufficio Amministrativo del Museo nel corso del primo giorno di presa servizio.

In caso di trasferte, è previsto anche il rimborso delle spese di viaggio.

Nello specifico, il Museo destina alla realizzazione del progetto i seguenti importi:

500 euro per rimborsi relativi alle spese sostenute durante eventuali spostamenti legati al presente progetto; 1.500 euro per il vitto; 1.000 euro per l'acquisto di materiali specifici necessari alla realizzazione del progetto.

Per un totale di 3.000 euro.

Al/alla giovane può essere richiesta, per particolari necessità connesse all'attività del Mart, la disponibilità alla flessibilità nell'orario giornaliero, a svolgere attività presso le sedi museali di

Rovereto e di Trento (Galleria Civica) e all'impegno in giorni prefestivi e festivi. Sono, comunque, sempre garantiti due giorni di riposo a settimana.