

COMUNICARE LA PARTECIPAZIONE

Ente proponente: Federazione Trentina Pro Loco

Presentazione: 1 agosto 2025

Indice

a. ANALISI DEL CONTESTO SOCIALE DI INTERVENTO	1
LA CITTADINANZA ATTIVA COME MISSION	2
L'ENTE ATTUATORE: Federazione Trentina Pro Loco - UNPLI Trentino	3
L'IMPEGNO SOCIALE DELLE PRO LOCO	3
b. OBIETTIVI DEL PROGETTO	3
Obiettivo 1: sviluppare competenze e valorizzare il potenziale dei/delle giovani	3
Obiettivo 2: Riflettere sui valori fondanti del volontariato Pro Loco: sostenibilità, partecipazione e cittadinanza attiva	4
Obiettivo 3: sensibilizzare l'opinione pubblica sul tema del volontariato attraverso una comunicazione consapevole	4
Obiettivo 4: accrescere il senso civico e la partecipazione attiva	4
c. ATTIVITA' PREVISTE	5
d. CARATTERISTICHE DEI GIOVANI	7
Caratteristiche dei giovani	7
Il colloquio di selezione	7
e. COMPETENZE ACQUISIBILI	8
f. CARATTERISTICHE PROFESSIONALI E RUOLO DELL'OLP	10
g. CARATTERISTICHE PROFESSIONALI CON CUI ENTRA IN CONTATTO	10
h. MODALITA' ORGANIZZATIVE	11
i. LA FORMAZIONE SPECIFICA	12
l. TUTORING E MONITORAGGIO	13
m. CONTATTI CON LA RETE	14
n. I VALORI AL CENTRO DEL PROGETTO	14

a. ANALISI DEL CONTESTO SOCIALE DI INTERVENTO

LA CITTADINANZA ATTIVA COME MISSION

La Federazione trentina delle Pro Loco coordina e rappresenta le 230 Pro Loco trentine sostenendo ed incentivando forme di partecipazione civica a livello locale, in accordo con gli obiettivi dall' Agenda 2030. Come istituzione di riferimento per le Pro Loco della Provincia di Trento, infatti, Federazione è chiamata ad agire a diversi livelli ed in diverse modalità per creare comunità più attente al tema della cittadinanza attiva.

- utilità sociale a livello individuale

Federazione desidera formare persone in grado di riconoscere e promuovere il valore di questo tema. I primi beneficiari sono proprio i/le giovani, che avranno la possibilità, mentre acquisiscono competenze oggi ricercate nel mondo del lavoro, di formarsi sia come professionisti, ma soprattutto come cittadini.

Come professionisti, i/le giovani saranno coinvolti nella produzione della nostra narrazione istituzionale su questi temi attraverso la formazione, in modo che le loro attività diventino riconoscibili come competenze comunicative. La ricchezza dell'esperienza proposta, frutto di 15 anni di lavoro della Federazione nel campo della comunicazione del no profit, costituisce il fiore all'occhiello del progetto, che getta le basi per competenze spendibili, come dimostrato dall'inserimento celere nel mondo del lavoro di tutti i/le giovani dei precedenti progetti.

Come cittadini, perché per i/le giovani il progetto svolge un'importante finalità in termini di educazione civica, rendendoli consapevoli dell'importanza della partecipazione attiva per la collettività. Abbiamo notato che questa esperienza lascia un imprinting anche nelle successive esperienze di vita, formando cittadini attenti al bene civico; spesso, infatti, i/le giovani diventano soci delle Pro Loco e continuano quindi a contribuire in modo diretto a questo settore.

- utilità sociale a livello collettivo

Allargando il raggio d'azione, il progetto "Comunicare la partecipazione" è poi uno strumento fattivo e strutturato per contribuire a promuovere verso il grande pubblico (social, media, web...) il tema della partecipazione. Come già sperimentato negli scorsi progetti, le azioni messe in atto dai/le giovani riescono infatti 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.

- utilità sociale a livello di rete

Infine, a livello di beneficiari diretti, cioè i 20.000 soci delle Pro Loco trentine, e in senso lato tutte le Pro Loco italiane, il progetto è parte importante di azioni di comunicazione che spingono i volontari ad interrogarsi sui grandi temi di interesse collettivo quali spopolamento, coinvolgimento giovanile, sostenibilità energetica e sociale nei luoghi di massiccia presenza turistica. Il progetto si sostanzia anche attraverso azioni collettive che coinvolgeranno le Pro Loco trentine, la rete nazionale UNPLI (Unione nazionale Pro Loco), e diverse istituzioni culturali (Museo etnografico San Michele, Ministero Beni Culturali, Soprintendenza scolastica provincia di Trento, APPA Agenzia Provinciale protezione ambiente...)

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 230 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. 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'accredito 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.

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, ruolo riconosciuto dall'accredito UNESCO per la tutela del patrimonio culturale immateriale.

b. OBIETTIVI DEL PROGETTO

Il progetto offre ai/alle giovani un'opportunità di crescita su due fronti: quello professionale, che sviluppa competenze spendibili nel mondo del lavoro, quello 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

Obiettivo 1: sviluppare competenze e valorizzare il potenziale dei/delle giovani

Il progetto si colloca in un contesto organizzativo, certificato Family Audit, che mira allo sviluppo e alla valorizzazione delle persone grazie al potenziamento delle risorse personali. Crediamo molto nell'incontro intergenerazionale, e questa proposta progettuale ci dà la possibilità di prendere contatto con le nuove generazioni, che possono partecipare attivamente ed essere valorizzate anche nelle loro inclinazioni personali.

Il progetto prevede inoltre una formazione mirata ad acquisire competenze e abilità specifiche nel campo della comunicazione, trascurate nei percorsi di studio e molto ricercate dai lavoratori e dalle aziende..

In questo modo i/le giovani saranno seguiti nel passaggio dalla teoria alla pratica, capendo concretamente come funzionano strumenti e strategie. Acquisiranno 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.

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 dell'organizzazione, 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 apprendere anche gli elementi necessari per stare dentro l'organizzazione interagendo con i suoi collaboratori e le sue collaboratrici.

Obiettivo 2: Riflettere sui valori fondanti del volontariato Pro Loco: sostenibilità, partecipazione e cittadinanza attiva.

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; l'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 attraverso una comunicazione consapevole

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. 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 per il progresso culturale e sociale del nostro Paese.

c. ATTIVITA' PREVISTE

Federazione si fa interprete e promotrice dei valori del volontariato delle Pro Loco, attraverso la ricerca di temi di interesse per il pubblico social e per la stampa e la diffusione di notizie costruttive. Il dipartimento della comunicazione cura sia la comunicazione istituzionale che i servizi di comunicazione verso i soci; gli strumenti sono il sito istituzionale unplitrentino.it, le pagine social istituzionali (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn), la newsletter periodica, il sito Scintille.it, organizza conferenze stampa istituzionali e per i maggiori eventi dei soci, realizza redazionali e approfondimenti per la stampa locale e per la stampa specialistica nazionale, gestisce la produzione di materiali per radio e tv.

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

- basi di strategia di comunicazione

- impegno previsto: 2 ore settimanali
- cosa si impara: ad impostare una minima strategia di comunicazione crossmediale, organizzare rubriche, gestire le tempistiche, autovalutare il proprio lavoro, verificare gli insights
- con chi si lavora: OLP, addetta social della Federazione, altri/e giovani in servizio civile
- che sostegno fornisce l'OLP: formazione iniziale e affiancamento nelle riunioni settimanali per la strategia

- copy e gestione delle pagine social dell'ente
 - impegno previsto: 10 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, la creazione di reel, l'uso di grafica e editing video
 - con chi si lavora: OLP, addetta social della Federazione, altri/e giovani 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...)

- aggiornamento del sito 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, addetta social della Federazione, webmaster, altri/e giovani 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 a loro, inoltre settimanalmente 1 ora per verificare testi e insight, incontri al bisogno per risoluzione dubbi o problematiche

- 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, addetta social della Federazione, rete Pro Loco, rete UNPLI, altri/e giovani in servizio civile
 - che sostegno fornisce l'OLP: educa i/le giovani all'individuazione del tema di interesse e all'utilizzo di strumenti di ricerca (circa 3 ore)

- 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
- 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
 - 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 itinere 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, addetta social media Federazione
 - 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

Le seguenti attività in caso di pandemia possono prevedere un coordinamento da remoto, e in base alle disposizioni di legge potrà essere predisposto il servizio a distanza.

d.CARATTERISTICHE DEI GIOVANI

Caratteristiche dei giovani

Questo progetto ben si sposa con profili di 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 la nostra organizzazione 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. Le aree dalla 1. alla 4. verranno verificate attraverso il colloquio orale, mentre l'area 5. prevede la somministrazione di alcuni strumenti atti a verificare le capacità di linguaggio minime richieste dal progetto.

Il colloquio sarà tenuto dal direttore della Federazione (counsellor aziendale, sociologo, con laurea triennale in psicologia delle organizzazioni) e dalla OLP (pubblicista iscritta all'albo e Responsabile della comunicazione).

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 (max 5 punti)
- Il candidato riconosce le competenze che il progetto può apportare alla sua formazione personale e professionale (max 5 punti)
- capacità di connettere aspetti teorici e pratici rispetto ad un futuro percorso professionale (max 10 punti)

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

- Il candidato comprende il senso generale della proposta (max 5 punti)
- E' in grado di descrivere correttamente i contenuti della proposta (max 5 punti)

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

- Ha già avuto esperienze di volontariato che sa valorizzare ai fini del progetto (max 5 punti)
- Descrive in maniera convincente il proprio interesse per i temi della partecipazione e della promozione sociale (max 5 punti)

4. Motivazione (da 1 a 30)

- Interesse e impegno a portare a termine il progetto anche riconoscendo come questo sviluppi professionalmente le proprie inclinazioni (max 15 punti)
- Riconosce il valore dell'esperienza come modo per apprendere competenze professionali (max 5 punti)
- Il progetto si inserisce in una fase del ciclo di vita compatibile e armonica con l'esperienza di apprendimento (max 5 punti)
- Valorizza precedenti esperienze dimostrabili in campi simili a quelli del progetto a

titolo dilettantistico non professionale e non retribuito (max 5 punti)

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

- capacità di composizione (test scritto) (max 8 punti)
- Capacità di cogliere e sintetizzare i concetti principali di un testo scritto (test scritto) (max 8 punti)
- Capacità di analisi di un messaggio complesso in termini di efficacia e capacità di avanzare proposte di miglioramento (max 8 punti)
- Proprietà di linguaggio orale adeguata al progetto (max 6 punti)

L'idoneità è valutata al raggiungimento del punteggio minimo di 60 punti.

e. COMPETENZE ACQUISIBILI

Lavorando all'interno del dipartimento comunicazione dell'ente, il/la giovane 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. Come indicato nella Scheda di sintesi, la Competenza che potrà essere messa in trasparenza, valutata assieme alla Fondazione Demarchi, è quella denominata "Composizione contenuti comunicativi".

Repertorio regionale: Lombardia

Qualificazione professionale: Tecnico della comunicazione-informazione

Competenza: Composizione contenuti comunicativi

Elenco attività:

- Trasmissione verbale di contenuti informativi
- Redazione di testi, tabelle, presentazioni, ecc.
- Produzione di testi ed elementi audio-visivi

Elenco delle conoscenze:

- Tecniche di comunicazione e relazione con il cliente
- Tecniche di relazione interpersonale
- Programmi di grafica e web design
- Lingua inglese
- Principi di comunicazione visiva
- Psico-linguistica
- Tecniche del pensiero creativo
- Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza
- La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche)

Elenco delle abilità:

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

A completamento del percorso di apprendimento proposto ai ragazzi/e in Servizio Civile saranno approfonditi anche i seguenti aspetti descritti nella competenza “Social media manager” della regione Campania.

Repertorio regionale: Campania

Qualificazione professionale: Social media manager

Competenza: Elaborazione e gestione del social media communication plan

Elenco delle conoscenze:

- Online advertising
- Elementi di real time marketing
- Elementi di programmatic marketing
- Strumenti di pubblicazione per il web (CMS, Blogging, Editor)
- Markup e fogli di stile (es. XHTML, HTML, CSS)
- Elementi di marketing non convenzionale
- Tecniche di social media communication
- Content management
- Tecniche di copywriting
- Tecniche di scrittura creativa
- Programmi di grafica e videomaking
- Strumenti di comunicazione tradizionale e online

Elenco delle abilità:

- Utilizzare strumenti di pubblicazione per il web
- Tradurre la social media strategy in attività di comunicazione
- Applicare le tecniche di marketing tradizionale, online e unconventional
- Applicare tecniche di social media communication
- Applicare tecniche di content management
- Applicare tecniche di copywriting e scrittura creativa
- Utilizzare le piattaforme di social network
- Gestire strumenti di online advertising e programmatic marketing

La competenza scelta per la messa in trasparenza sarà comunque quella di Tecnico della comunicazione-informazione della Regione Lombardia, poichè in questo progetto, si darà più spazio agli ambiti specifici definiti da questa competenza.

f. CARATTERISTICHE PROFESSIONALI E RUOLO DELL'OLP

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 Rotaliana 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.

g. CARATTERISTICHE PROFESSIONALI CON CUI ENTRA IN CONTATTO

Katia Lenzi (social media manager)

Laureata in Lettere ad indirizzo archeologico ed in possesso di dottorato in Studi Umanistici, è in Federazione dal 2022 e si occupa in particolare del lato social (FB, Instagram), della produzione dei contenuti, di produzioni video, di monitoraggio. E' altresì redattrice per il sito Scintille, componendo articoli dedicati ad iniziative e progetti di valore del mondo del volontariato trentino e in particolare delle Pro Loco.

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. 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. Completa la propria formazione con una laurea triennale in psicologia del lavoro e delle organizzazioni, conseguita presso l'Università di Padova nel 2021.

h. MODALITA' ORGANIZZATIVE

Numero

Il progetto si rivolge ad un numero massimo di 2 ragazzi/e.

Sede di lavoro

Federazione Pro Loco in via Oss Mazzurana 8, a Trento.

Durata

1 anno

Orari

30 ore settimanali su 5 giorni lavorativi. Orario flessibile tra le 8:00 e le 17:00 anche secondo

le esigenze del/della giovane. In casi eccezionali può essere richiesta la disponibilità durante il weekend.

Benefits

L'organizzazione riconosce al/alla giovane un buono pasto di 7 euro nei giorni in cui presterà servizio.

Connessioni con il resto dell'organizzazione

Nel loro percorso i/le giovani lavoreranno in primis con il gruppo di lavoro della comunicazione (1-2 giovani, social media manager, OLP), spesso poi si confronteranno con i colleghi dell'area ricerca per attingere a dati e contenuti. Altro tipo di interazione, sempre mediato dalla OLP, sarà quello con i/le colleghi/e dell'amministrazione, che potranno chiedere la loro collaborazione in casi di eventi eccezionali (ex: assemblea annuale dei soci).

PERCORSO FORMATIVO

A seguito delle esperienze degli anni precedenti, abbiamo sviluppato un metodo di inserimento del/la giovane all'interno delle attività in corso graduale e personalizzato. Le tipologie di attività sono infatti varie e presentano diverso grado di difficoltà, per questo non viene stabilito a priori un settore di cui il/la giovane si debba occupare.

Il metodo di inserimento è il seguente:

1. **Scoperta e analisi del contesto.** Durata: 1 mese. Ai/le giovani 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/ le giovani individuando capacità e propensioni. Incontri settimanali servono in questa fase per l'OLP per capire meglio i/le giovani ed a loro i 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 giovani, si confronta direttamente con loro per verificare il loro accordo o per modificarlo. Si inizia qui la formazione specifica, che coinvolge tutti i/le giovani. 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/le giovani 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.

i. LA FORMAZIONE SPECIFICA

Social media strategy: 24 ore

Formatore: OLP , social media manager, corsi esterni on line

Si inizia con un 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/le giovani la possibilità di fare anche qualche ora di lavoro da casa).

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

Formatore: OLP, social media manager

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/le giovani verranno affidati degli esercizi in aula.

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

Formatore: OLP, social media manager

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/le giovani 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

Il patrimonio immateriale delle Pro Loco: 4 ore

Formatore: interno

In questo modulo verrà illustrato il progetto di Archivio del Patrimonio Immateriale, assegnato a Unpli nazionale dal Ministero degli Interni.

I. 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/lla giovane, mettiamo in atto tre tipi di incontri:

Tutoring: contatto diretto quotidiano dei/delle giovani con l'OLP (che lavora nella stessa sede), 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/le giovani 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 i/le giovani hanno 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. 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 nei confronti del progetto e del loro inserimento nell'ente. L'attività di monitoraggio verrà fatta constare in apposito verbale.

Inoltre, a conclusione del progetto prevediamo di dedicare un momento specifico dove, le/i ragazze/i in Servizio civile potranno fornirci direttamente dei feedback e dei suggerimenti sia per migliorare sempre di più la nostra proposta progettuale ma anche per monitorare l'andamento complessivo dell'esperienza.

m. CONTATTI CON LA RETE

Raccontare i valori del volontariato significa conoscerlo da vicino, farselo raccontare dalla viva voce dei suoi protagonisti. Per questo nella fase più matura del loro progetto, i/le giovani entreranno in contatto con i volontari, sia con interviste telefoniche, sia, se ne hanno la possibilità, con sopralluoghi insieme alla OLP o alla social media manager presso gli eventi più significativi delle Pro Loco.

Inoltre, saranno occupati quotidianamente nell'alimentare la community dei volontari pro

loco, che terranno attiva proponendo attività di comunicazione attraverso video, stories, immagini e altro.

n. I VALORI AL CENTRO DEL PROGETTO

In conclusione, tutto il progetto ruota intorno alla possibilità per i/le giovani di toccare con mano e farsi portavoce di una precisa dimensione valoriale, portata avanti dalle pro Pro Loco con le loro iniziative.

Connaturata con questo progetto è quindi la formazione alla cittadinanza responsabile, che verrà esperita grazie all'attività di ricerca e valorizzazione di esempi in questo senso nel mondo pro Loco. All'ordine del giorno sarà anche il confrontarsi con i temi della sostenibilità ambientale, che è un'altra cifra caratteristica delle Pro Loco, che infatti hanno regolamentato a livello provinciale l'utilizzo esclusivo di stoviglie lavabili, e che collaborano con APPA in iniziative di sensibilizzazione come Eco Eventi.

Non da ultimo, i/le giovani impareranno a decifrare e a comunicare il tema della parità di genere, nel quale le Pro loco sono una piccola eccellenza (con il 30% delle presidenti donne e un trend in continuo aumento). Attraverso video, contenuti per le testate giornalistiche, approfondimenti, ed infine grazie all'evento che ogni anno organizziamo in occasione dell'8 marzo, potranno sperimentare e diventare essi stessi portavoce di questi valori.