

## **Corso di Formazione "Wine & Social Marketing"**

### **BANDO DI SELEZIONE**

**finalizzato alla selezione di n. 25 partecipanti laureandi e/o laureati di età non superiore ai 30 anni**

In attuazione dell'Avviso pubblico per la promozione ed il sostegno di azioni volte al rafforzamento della coesione sociale ed economica dei territori delle Regioni meno sviluppate (Calabria, Campania, Puglia, Sicilia, Basilicata), tese al potenziamento degli interventi diretti ai giovani e finalizzate all'inclusione sociale ed alla crescita personale: "Giovani per il Sociale 2018" promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento della Gioventù e del Servizio Civile Universale.

#### **I. AMBITO DEL CORSO, OBIETTIVI E SOGGETTI PROMOTORI**

L'Associazione Modavi Salerno in partenariato con L'Alveare Società Cooperativa Sociale ONLUS e Azienda Agricola S. Salvatore hanno ricevuto un finanziamento per la realizzazione del progetto "V'INCantiamo" nell'ambito dell'Avviso Pubblico per la promozione ed il sostegno di azioni volte al rafforzamento della coesione sociale ed economica dei territori delle Regioni meno sviluppate (Calabria, Campania, Puglia, Sicilia, Basilicata), tese al potenziamento degli interventi diretti ai giovani e finalizzate all'inclusione sociale ed alla crescita personale: "Giovani per il Sociale 2018" " promosso dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri - Dipartimento per le Politiche Giovanili e il Servizio Civile Universale.

Il progetto V'INCantiamo, in un primo step ha coinvolto giovani con problematiche di disagio sociale nella gestione di una vigna, all'interno della quale stanno cooperando per la creazione di un vino e di un percorso sensoriale sociale, che diventi frutto di un processo di inclusione attiva, da mostrare successivamente a giovani ragazzi per trasmettere e sensibilizzare loro rispetto ai concetti di diversità e legalità. Oltre alla sensibilizzazione, per ottenere un cambiamento culturale, pronto a generare inclusione, è necessario anche formare giovani al riguardo: l'utilizzo di un nuovo filone di marketing, quello sociale, sarà il modo più utile per influenzare la società ad accettare e modificare comportamenti in modo volontario (Kotler et al., 2002); ed ottenere quindi un cambiamento a cascata all'interno della società.

L'obiettivo generale è quello di diffondere la cultura dell'inclusione sociale, da intendersi come cultura volta a riconoscere i diritti di ogni essere umano, attraverso un percorso fatto di attività utili a combattere qualsiasi forma di discriminazione e in grado di trasformare il concetto di diversità in concetto di peculiarità, di caratterizzazione della persona; questo per dimostrare e mostrare che l'abilità è insita in ogni essere umano, qualsiasi sia il livello culturale, la condizione fisica o mentale.

A partire da questo obiettivo generale, gli obiettivi specifici sono:

- ✓ generare inclusione sociale attraverso il coinvolgimento di ragazzi aventi problematiche

Progetto co-finanziato nell'ambito del Piano Azione e Coesione. Avviso "Giovani per il Sociale ed. 2018"

sociali in attività di gestione di una vigna; in questo modo apprenderanno l'importanza della collaborazione, della cooperazione per il raggiungimento di un fine comune e per il loro sentirsi parte attiva di una società;

- ✓ sensibilizzare i giovani delle scuole secondarie di II° su temi quali la diversità e la legalità attraverso l'utilizzo di strumenti di educazione formale e non formale;
- ✓ formare giovani laureati su temi riguardanti il marketing sociale legato al vino consapevoli del fatto che la cultura è una leva fondamentale di cambiamento culturale.

## II. DESTINATARI E CRITERI DI AMMISSIBILITÀ

Destinatari del percorso informativo sono n. 25 giovani laureati e/o laureandi.

Criteria di ammissibilità:

- ✓ Non aver superato il trentesimo anno di età, non aver compiuto 31 anni al momento dell'iscrizione al presente bando
- ✓ Essere residenti nella regione Campania
- ✓ Laureati/laureandi provenienti da corsi di studi afferenti con la materia in oggetto (Economia, Psicologia, Lettere, Filosofia, Sociologia, etc.)
- ✓ Attitudini personali, quali creatività, capacità empatica, predisposizione al lavoro in gruppo (valutate come indicato al punto **V Definizione e pubblicazione della graduatoria**)

## III. ORGANIZZAZIONE DEL CORSO E IMPEGNI DEI PARTECIPANTI

Il corso comprende n.180 ore totali suddivise in 6 moduli da 30 ore ciascuno.

**Modulo 1: Teorie e strumenti di Marketing Sociale**

**Modulo 2: Comunicazione sociale di Impresa**

**Modulo 3: Tecniche pubblicitarie**

**Modulo 4: Enologia**

**Modulo 5: Gestione della cantina**

**Modulo 6: Marketing del vino**

**Al termine del corso i discenti avranno il compito di elaborare un project work.**

### **Project Work**

Al termine del corso, i discenti, avranno il compito di elaborare una campagna di marketing per la creazione di un'etichetta sociale che promuova il lavoro svolto in cantina dai ragazzi che si trovano in condizioni di disagio sociale. Durante lo sviluppo del progetto ci sarà un incontro di 4h nel quale i partecipanti avranno la possibilità di confrontarsi con i ragazzi che si sono occupati della vigna e della produzione del vino i quali illustreranno loro il lavoro svolto (con annessi difficoltà, aneddoti, sfide superate).

Le **sedi di svolgimento** saranno individuate presso Salerno e una parte di esse saranno svolte presso la Cantina San Salvatore a Giungano (SA), l'**orario delle lezioni** sarà fornito ai parteci-

Progetto co-finanziato nell'ambito del Piano Azione e Coesione. Avviso "Giovani per il Sociale ed. 2018"

panti selezionati per via telematica tramite l'email utilizzata per l'invio della domanda di iscrizione. Se la situazione pandemica dovesse impedire le attività in presenza sarà garantita la continuazione delle attività formative a distanza.

### **Impegni dei partecipanti:**

I partecipanti al corso dovranno garantire una presenza pari almeno all'80%, corrispondenti ad un massimo di 36 ore di assenza.

Il partenariato di progetto si riserva di sostituire un partecipante al corso, qualora quest'ultimo avesse già superato la soglia di assenze consentite. La sostituzione di un partecipante può essere sempre decisa dal capofila di progetto per ragioni disciplinari.

## **IV. MODALITÀ E TERMINI PER LA PRESENTAZIONE DELLE DOMANDE**

I soggetti interessati a partecipare al presente Bando dovranno far pervenire all'indirizzo di posta elettronica **modavisalerno@gmail.com**, entro e non oltre le **ore 23.59 del 8 giugno 2022**, con oggetto: **Domanda iscrizione Corso formativo "Wine & Social Marketing"**

Allegando i seguenti documenti:

- ✓ Domanda di partecipazione (in formato PDF) debitamente compilata e firmata, scaricabile dal seguente indirizzo web **https://modavisalerno.it/**
- ✓ Documento di riconoscimento in corso di validità (carta di identità, passaporto o patente di guida).
- ✓ Curriculum Vitae in formato europeo debitamente firmato.

## **V. DEFINIZIONE E PUBBLICAZIONE DELLA GRADUATORIA**

Ai fini della definizione della graduatoria finale, le domande ritenute ammissibili saranno valutate attraverso colloqui, nel caso il numero di domande pervenute sia superiore al numero disponibili, in tal caso i colloqui saranno gestiti da uno psicologo esperto in dinamiche relazionali e di psicologia del lavoro.

La graduatoria finale sarà pubblicata, entro il giorno **12 giugno 2022**, sul sito ufficiale del progetto, **https://modavisalerno.it/** e sul profilo Facebook del capofila **https://www.facebook.com/modavisalerno**

I giovani che risulteranno selezionati verranno inoltre contattati dalla Segreteria di progetto.

## **VI. INFORMAZIONI SUL BANDO**

Informazioni possono essere richieste a mezzo e-mail alla Segreteria del progetto all'indirizzo: **modavisalerno@gmail.com**

Sul sito ufficiale del progetto **https://modavisalerno.it** saranno pubblicati aggiornamenti e notizie riguardanti il presente Bando e in merito al corso di formazione in generale, compresi maggiori dettagli sull'offerta didattica e sull'organizzazione delle lezioni.