
Regolamento call "Museum challenge" (I edizione - 2022/2023) Progetto a cura di Cultura REPublic ETS

ART. 1 – TIPOLOGIA E TEMA

L'Associazione Cultura REPublic ETS approva il presente regolamento e delinea gli indirizzi operativi della call "Museum challenge. Social coaching museale", con le modalità di seguito descritte. Il progetto è realizzato grazie al contributo della Fondazione CR Firenze.

ART. 2 – ENTE PROPONENTE

Associazione Cultura REPublic ETS (da ora in poi l'Associazione);
Via Campo d'Arrigo 128, 50131 Firenze;
email: info@culturarepublic.it, sito web: <https://culturarepublic.it/>.

ART. 3 – OGGETTO DELLA CALL

La call è finalizzata alla selezione di realtà museali, con caratteristiche definite all'art. 4, per il progetto Museum Challenge.

Il progetto ha l'obiettivo di implementare l'identità digitale e social dei musei attraverso la formazione del personale addetto alla gestione dei profili social.

Il percorso di formazione si svolgerà da ottobre 2022 a gennaio 2023 in modalità mista - online e in presenza - presso le realtà selezionate per un totale di 8 incontri (2 al mese).

A ogni museo selezionato sarà assegnato un esperto di comunicazione (*social coach*) che affiancherà l'operatore addetto alla gestione dei canali social per co-progettare le strategie di comunicazione e audience engagement più efficaci rispetto alle finalità del museo stesso.

Ogni affiancamento sarà *tailor made* sulle esigenze di ogni singolo museo e operatore coinvolto.

ART. 4 – REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Possono partecipare alla presente call i musei¹ che rispettano le seguenti caratteristiche:

- avere una collezione permanente²
- avere massimo circa 100.000 visitatori annui
- avere la sede nei comuni o nelle province di Firenze, Arezzo o Grosseto
- garantire la disponibilità di un operatore³ con inquadramento lavorativo strutturato all'interno dell'ente proprietario del museo o dell'ente gestore del museo, che sia individuato come referente per le attività specificate nella call e che si impegni a partecipare almeno all'80% del percorso secondo il calendario condiviso all'art.13

¹ La call si rivolge a singoli musei e non a Sistemi museali

² Non sono ammessi spazi esclusivamente espositivi

³ A titolo solo esemplificativo non sono da considerarsi operatori ammissibili: volontari del servizio civile o volontari ad altro titolo, tirocinanti e stagisti, liberi professionisti, agenzie di comunicazione, ecc.

- avere almeno un canale social esistente (anche se non attivo) tra Facebook o Instagram

ART. 5 – PUBBLICITÀ E DIFFUSIONE

La presente call è pubblicata sul sito internet dell'Associazione e su tutti i social facenti capo all'Associazione. L'iniziativa è realizzata grazie al contributo della Fondazione CRF.

ART. 6 – CAUSE DI ESCLUSIONE

Non saranno ritenute valide le domande di partecipazione che:

- vengono presentate oltre i termini previsti per la scadenza della Call, indicati nell'art.8.
- non soddisfano i requisiti richiesti indicati all'art.4
- riportano dichiarazioni mendaci rilasciate nel form

ART. 7 – QUESITI E CHIARIMENTI

I concorrenti potranno formulare quesiti e richieste di chiarimento in merito alla presente call e al materiale fornito, rivolgendosi all'indirizzo di posta elettronica info@culturarepublic.it con oggetto "FAQ MUSEUM CHALLENGE" entro i termini di cui all'art. 13 del presente bando. La segreteria provvederà a raccogliere i quesiti pervenuti e a formulare le relative risposte che saranno pubblicate sul sito dell'Associazione, anche in forma sintetica. Nessun'altra procedura è ammessa, non verranno fornite indicazioni telefoniche, né accettati quesiti via posta, via fax o via social.

ART. 8 – MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA

L'iscrizione alla call è gratuita. È possibile iscriversi esclusivamente compilando il form online: [Call Museum challenge](#) entro le ore 23:59 del 31 agosto 2022.

Nel form online si richiede di allegare il presente regolamento in formato pdf compilato e firmato in calce.

ART. 9 – COMMISSIONE GIUDICATRICE

La Commissione giudicatrice è di 5 membri e sarà così composta: 3 social coach interni all'Associazione e 2 membri esterni esperti di comunicazione museale.

ART. 10 – COMUNICAZIONE DEGLI ESITI DELLA SELEZIONE

La Commissione giudicatrice darà comunicazione mediante avviso sul sito internet dell'Associazione degli esiti della selezione entro il 20 settembre 2022. Il giudizio della Commissione è insindacabile.

ART. 11 – CRITERI DI VALUTAZIONE

Oltre ai requisiti di partecipazione esposti all'art. 4, la commissione tenderà a privilegiare un'equa distribuzione territoriale dei partecipanti nelle tre province.

La commissione inoltre valuterà positivamente:

- completezza e dettaglio dei contenuti richiesti;
- accuratezza nella definizione degli obiettivi di comunicazione;
- numero di giorni di apertura al pubblico.

ART. 12 – ACCETTAZIONE DEL REGOLAMENTO

La partecipazione alla call implica l'accettazione da parte dei concorrenti di tutte le condizioni e modalità stabilite dal presente Bando.

ART. 13 – CALENDARIO

A seguire è riportato il calendario delle principali fasi del progetto:

- Apertura call: **11 luglio 2022**
- Pubblicazione prime FAQ: **20 luglio 2022**
- Termine invio richiesta chiarimenti: **29 luglio 2022**
- Pubblicazione ultime FAQ: **entro 31 luglio 2022**
- Chiusura call: **31 agosto 2022**
- Individuazione dei musei partecipanti: **entro il 19 settembre 2022**
- Incontri di social coaching: **da ottobre 2022 a gennaio 2023** come da calendario riportato sotto
- Chiusura lavori: **entro marzo 2023**

Calendario social coaching:

N° incontro	periodo	luogo	modalità
1	1-15 ottobre 2022	in presenza presso la sede del Museo	individuale
2	16-31 ottobre 2022	in presenza presso la sede del Museo	individuale
3	1-15 novembre 2022	in presenza presso la sede del Museo	individuale
4	16-30 novembre	in presenza presso la sede del Museo	individuale

	2022		
5	1-15 dicembre 2022	online con docenza esterna	in Plenaria
6	16-31 dicembre 2022	online	individuale
7	1-15 gennaio 2023	online con docenza esterna	in Plenaria
8	16-31 gennaio 2023	online	individuale

Il periodo degli incontri è indicativo e le singole date saranno definite con i musei dopo la comunicazione dell'esito della call. Ogni incontro durerà massimo 2 ore.

Il calendario potrà subire variazioni opportunamente comunicate ai partecipanti con adeguato anticipo.

Si prevede la possibilità di un incontro finale di chiusura lavori con data stabilirsi tra febbraio e marzo 2023 in plenaria e in presenza.

ART. 14 – RISERVATEZZA E CONTROLLI

Ai sensi dell'art. 7 del D.Lgs. n° 196/2003, si precisa che i dati personali acquisiti saranno utilizzati ai soli fini della presente call e di quanto a essa connesso. Con l'accettazione della presente call, i partecipanti danno esplicito consenso affinché i loro dati personali possano essere elaborati per le finalità inerenti lo svolgimento del progetto, nel rispetto delle disposizioni vigenti. Alle parti è riconosciuto il diritto di accesso ai propri dati, di richiederne la correzione, l'integrazione e ogni altro diritto ivi contemplato. Ai sensi dell'art. 71 del D.P.R. 28.12.2000, n° 445, l'Associazione potrà effettuare idonei controlli, anche a campione, in tutti i casi in cui sorgessero dubbi sulla veridicità delle dichiarazioni sostitutive rese ai fini della partecipazione al concorso.

Domanda di partecipazione (i dati richiesti sono relativi all'Ente gestore dei canali social del Museo)

Con la presente

Il sottoscritto _____

nato a _____ il _____

In qualità di legale rappresentante dell'ente _____ con sede legale in

indirizzo _____

cap _____ provincia _____

codice fiscale / partita iva _____

telefono _____ e-mail _____

e gestore dei canali social del Museo _____

- chiede di partecipare alla call "Museum Challenge. Social coaching per operatori museali" candidando il museo _____ con sede in _____
- accetta il regolamento qui presente
- accetta la privacy consultabile al link [Privacy Policy | Cultura REPublic](#)

Data e luogo _____

Firma e timbro _____