Mass Marketing Communication Specialist
(sostituzione maternità)

CODICE 1326_MASSMKTCOMSPEC
DIPARTIMENTO/UFFICIO Advocacy e Public Engagement
REFERENTE Head of Brand and Mass Marketing Unit
SEDE DI RIFERIMENTO La sede di riferimento e coordinamento è Firenze, ma la nostra politica di risorse umane, orientata al raggiungimento degli obiettivi, offre flessibilità sia in termini di orario che di modalità di lavoro. Privilegiamo lo smart working, integrato da incontri periodici di coordinamento per garantire allineamento e collaborazione.
TIPOLOGIA CONTRATTUALE Dipendente a tempo determinato sostituzione maternità con inquadramento al 3° livello del CCNL Commercio e Servizi ed un compenso da inquadrarsi all'interno della fascia retributiva 28K€- 30K€ lordi annui.
CANDIDARSI ENTRO: 23 novembre 2026
INIZIO PREVISTO: febbraio 2027

Chi siamo

Oxfam è un movimento globale di persone che lavorano insieme per porre fine all'ingiustizia della povertà. Combattiamo la disuguaglianza che mantiene le persone in stato di povertà. Insieme salviamo, proteggiamo e ricostruiamo vite. In seguito ai disastri umanitari aiutiamo le persone a costruire vite migliori per sé stesse e per gli altri. Ci impegniamo su temi come i diritti sulla terra, i cambiamenti climatici e la discriminazione nei confronti delle donne. E non ci fermeremo finché ogni persona sul pianeta non godrà di una vita libera dalla povertà. Siamo una confederazione internazionale di 21 organizzazioni che collaborano con partner e comunità locali nei settori dell'aiuto umanitario, dello sviluppo e delle campagne, in oltre 70 paesi.

Impegno per la Diversità e l'Inclusione

In Oxfam crediamo che la diversità in tutte le sue forme - culturale, di genere, generazionale, di abilità, di orientamento sessuale e di background - sia una ricchezza fondamentale. Per questo, promuoviamo una cultura organizzativa ed un ambiente di lavoro inclusivo ed equo, dove ogni persona sia valorizzata per le sue unicità, riconosciute come risorse essenziali per affrontare insieme le sfide globali. Garantiamo pari opportunità a tutte le candidature incoraggiando le persone di ogni provenienza a unirsi alla nostra missione.

Safeguarding e codici di condotta

Oxfam si impegna a prevenire qualsiasi tipo di comportamento indesiderato sul lavoro, comprese molestie, sfruttamento e abuso, mancanza di integrità e comportamenti finanziari scorretti, e a promuovere il benessere di tuttə. Oxfam si aspetta che tutto lo staff e i/le volontarə condividano questo impegno attraverso il nostro Codice di Condotta e i Principi Femministi di Oxfam. Attribuiamo la massima priorità al fatto che solo coloro che condividono e aderiscono ai nostri valori e principi vengano reclutatə per lavorare con noi.

I valori che ci guidano

Tutto il nostro lavoro è guidato dai nostri valori fondamentali:
Empowerment: Riconosciamo e cerchiamo di far sì che le persone espandano il controllo sulla loro vita e sulle decisioni che le riguardano.

Uguaglianza: Crediamo che tutte le persone abbiano il diritto a essere trattate in modo equo eabbiano gli stessi diritti e opportunità
Accountability: Ci assumiamo le responsabilità delle nostre azioni e ci riteniamo responsabili neiconfronti delle persone con cui lavoriamo e per cui lavoriamo.
Inclusività: Abbracciamo la diversità e la differenza e diamo valore alle visioni e ai contributi di tuttele persone e comunità nella lotta contro la povertà e ingiustizia.
Solidarietà: Uniamo le mani, sosteniamo e collaboriamo oltre i confini per un mondo giusto esostenibile.
Coraggio: Diciamo la verità ai potenti e agiamo con convinzione per la giustizia delle nostre cause.

Descrizione del contesto/progetto

La Unit Brand & Mass Marketing, collocata all'interno dell'ufficio People Engagement, svolge un ruolo strategico nel contribuire alla crescita della notorietà di Oxfam Italia, al rafforzamento del posizionamento del brand e alla costruzione di una relazione continuativa con i pubblici di riferimento.

La Unit contribuisce a sensibilizzare e ad ingaggiare il pubblico sui temi individuati come prioritari per l'organizzazione, attraverso lo sviluppo di narrative e campagne di comunicazione integrate. L'obiettivo è valorizzare la missione di Oxfam, rendere riconoscibili i suoi messaggi, rafforzare il coinvolgimento delle persone e favorire la costruzione di relazioni durature con i sostenitori.

In questo scenario, la produzione e la gestione strategica dei contenuti e dei materiali di comunicazione rappresentano una leva fondamentale per garantire coerenza del brand, riconoscibilità e impatto dei messaggi su tutti i canali, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi di notorietà, engagement e raccolta fondi.

Il ruolo

È una figura strategica nello sviluppo creativo e del copywriting delle campagne di engagement rivolte al grande pubblico, dalla definizione delle narrative e dei messaggi chiave alla redazione dei contenuti testuali e dei materiali di comunicazione destinati ai diversi canali di Oxfam Italia.

Lavorerà in stretta collaborazione con la Head of Brand & Mass Marketing Unit e con la Content Management Specialist, responsabile dei contenuti audiovisivi, nonché con la Unit Digital, per garantire coerenza e allineamento tra concept creativi, copy e contenuti delle campagne, in linea con gli obiettivi di comunicazione e di posizionamento pubblico dell'organizzazione.

Si occuperà inoltre del coordinamento dei fornitori e della supervisione dei processi creativi, interni ed esterni, assicurando la qualità e la coerenza dei materiali prodotti.

Particolare attenzione sarà dedicata allo sviluppo di concept e narrative distintive, alla qualità e all'efficacia del copywriting e alla valorizzazione del brand attraverso campagne innovative e riconoscibili, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi strategici di notorietà, engagement e raccolta fondi. La definizione dei concept creativi e delle narrative di campagna avverrà in stretta collaborazione con l'intero team di riferimento e con le funzioni organizzative coinvolte.

Principali responsabilità

- Garantire l'adattamento della narrativa delle campagne di ingaggio del pubblico, affinchè i contenuti siano allineati con la visione strategica dell'organizzazione.
- Creare contenuti scritti per le campagne di engagement rivolte al grande pubblico, includendo i testi per i cicli di nurturing, con un tono e un messaggio adattati a ogni canale e target di riferimento

- Monitorare e aggiornare le sezione news del sito web di propria competenza, assicurandosi che i contenuti siano sempre pertinenti, accurati e in linea con la strategia comunicativa dell'organizzazione.
- Ottimizzare i contenuti web in ottica SEO per garantire che siano facilmente accessibili, pertinenti e aggiornati.
- Coordinare il processo di formulazione del Piano Editoriale Social e i processi di sign off
- Supervisionare i fornitori assegnati e le agenzie creative, assicurandosi che i materiali prodotti all'interno delle campagne siano di alta qualità e in linea con le linee guida e la strategia di comunicazione.
- Fungere da punto di riferimento per le esigenze di scrittura e comunicazione delle diverse aree e uffici, collaborando con i/le rispettivi/e responsabili per garantire coerenza e efficacia nei contenuti.
- Assicurare che le comunicazioni siano sempre in linea con la visione, i valori e gli obiettivi strategici dell'organizzazione.
- Contribuire all'ideazione delle narrative delle campagne di comunicazione integrate di Oxfam Italia collaborando attivamente per sviluppare idee creative che siano allineate con gli obiettivi strategici dell'organizzazione.

Esperienza e conoscenze richieste

- Laurea conseguita in Comunicazione, Scienze Politiche o studi affini
- Almeno 5 anni di esperienza in comunicazione maturati in contesti non-profit, in organizzazioni complesse con una gestione multi-canale in quanto il ruolo richiede una conoscenza approfondita delle dinamiche specifiche del settore umanitario
- Esperienza consolidata nella creazione e gestione di campagne di comunicazione e digital marketing, con una spiccata capacità di sviluppare testi coinvolgenti, ottimizzati per il web e allineati ai messaggi del brand e agli obiettivi di comunicazione
- Ottima capacità di project management
- Capacità di coordinare e supervisionare creativi e agenzie esterne
- Competenze nella gestione di progetti complessi e adattamento–della narrativa delle campagne per diversi target e canali
- Conoscenza avanzata dei principali social network e delle strategie di ingaggio del pubblico
- Ottima capacità di scrittura di articoli e testi web in ottica SEO
- Conoscenza approfondita degli strumenti di gestione dei contenuti (CMS, archiviazione condivisa) e delle piattaforme per la gestione di progetti multi-channel
- Ottima conoscenza della lingua inglese, sia scritta che parlata.
- Si richiede disponibilità a viaggiare principalmente sul territorio nazionale

Principali competenze richieste

- Ottima capacità organizzativa: nella pianificazione e nel coordinamento di più attività in parallelo.
- Comunicazione efficace: manifestata attraverso la collaborazione con team interni ed esterni e nella capacità di trasmettere indicazioni chiare ai fornitori.
- Creatività e attenzione ai dettagli: per garantire materiali di alta qualità che rispecchino il brand e gli obiettivi di Oxfam.
- Flessibilità e problem solving: per gestire eventuali criticità nei processi di produzione.
- Gestione del tempo: capacità di rispettare scadenze strette senza compromettere la qualità del lavoro.

- Approccio collaborativo: attitudine a lavorare in team e a costruire relazioni positive con i diversi stakeholder.

Questa Job Description non è allegata al contratto di lavoro. È intesa come una guida e potrebbe essere variata di volta in volta alla luce degli sviluppi strategici della posizione.

Come candidarsi

Invitiamo le persone interessate a candidarsi **entro il 23 novembre 2026** attraverso la pagina Lavora con Noi sul nostro sito ed allegando:
- **CV**
- **lettera di motivazione** in cui si evidenzia come competenze ed esperienze professionali siano in linea con il profilo ricercato
- **aspettativa economica desiderata** espressa in lordo mese o lordo anno
- **3 referenze di persone appartenenti agli uffici HR o, se non presenti, degli uffici facenti funzioni HR,** complete di nominativi, contatti telefonici ed e-mail (fornire **solo account aziendali** e non personali come gmail, yahoo, ecc), che verranno sollecitati solo nelle fasi finali del percorso di selezione.

Processo di selezione

Invitiamo tutte le persone candidate a segnalare eventuali necessità di accomodamento per garantire un iter di selezione equo e accessibile.
La valutazione si concentra sulle competenze tecniche, sui requisiti essenziali e, ove rilevante per il ruolo, sulle competenze trasversali (soft skill) effettivamente necessarie, non considerando altri aspetti non pertinenti, così da garantire pari opportunità a tutte le persone candidate.

I CV ricevuti verranno pre-selezionati sulla base della coerenza con il profilo richiesto. Le persone selezionate potranno essere chiamate a partire dal giorno successivo alla data di ricevimento del CV.

Le diverse fasi del processo di selezione, che potranno includere colloqui individuali e prove scritte, si svolgeranno in modalità virtuale o presso la sede di Firenze. Su richiesta, sono disponibili opzioni flessibili come colloqui scritti o asincroni.
Eventuali costi di trasporto per partecipare alle prove in presenza saranno a carico delle persone candidate.
Si procederà, alla verifica delle referenze nella fase finale della selezione; infine potranno esserci altri eventuali controlli specifici come la richiesta del casellario giudiziale nel caso in cui il ruolo ricoperto preveda il contatto con minori, e eventuali controlli finanziari anti-terrorismo.

Dichiaro di aver letto e compreso l'Informativa Privacy relativa alla selezione del personale di **Oxfam Italia Onlus** disponibile al seguente LINK

Dichiaro di aver letto e compreso l'Informativa Privacy relativa alla selezione del personale di **Oxfam Italia Intercultura** disponibile al seguente LINK