

**MUSE Museo delle Scienze
Progetto SCUP_GG**

“MUSE ONLIFE” - la relazione digitale fra pubblico e museo

Durata progetto: 12 mesi

Numero massimo di giovani da impiegare nel progetto: 2

Numero minimo di giovani per poter avviare il progetto: 1

Vitto: In caso di attività di almeno 4 ore al giorno o di attività articolata su mattino e pomeriggio, i giovani potranno usufruire dei buoni pasto dell'importo di 6,00 euro l'uno, rilasciati dal Museo.

Monte ore complessivo: 1440 con una media di 30 ore settimanali (con 15 ore minime settimanali)

Giorni di servizio a settimana dei giovani: 5 Compatibilmente con le possibilità dei giovani alcune attività potranno essere svolte anche da remoto. In tal caso i contatti tra i giovani, l'Olp, e gli altri responsabili della formazione avverranno con l'utilizzo della piattaforma Teams e del software Office 365.

Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3

Piano orario: 9-13; 14-16. L'orario sarà comunque flessibile in base alle necessità

Richieste particolari: ai giovani potrà essere richiesta la disponibilità a svolgere una parte delle attività previste anche durante la sera e nei giorni festivi. Sarà comunque garantito almeno un giorno di riposo a settimana. Si richiede inoltre la flessibilità d'orario giornaliero in particolare in riferimento alla partecipazione di particolari iniziative che verranno comunicate con congruo anticipo. Le ore verranno recuperate nelle giornate successive. Eventuali spostamenti saranno effettuati con l'automezzo di servizio in dotazione all'ente e previa autorizzazione da parte dei responsabili.

Sede di attuazione: MUSE – Museo delle Scienze di Trento

OLP: Samuela Caliarì

Referente della comunicazione con i giovani interessati: Riccardo de Pretis

Progettista: Mariaugusta Celesti De Salvo

Referente di progetto: Riccardo de Pretis

IL PROGETTO

La trasformazione di un sistema digitale complesso come quello culturale e museale richiede innanzitutto la presa di coscienza, e la necessità di un cambio di passo nei contenuti e nei modi di proporre il valore. Questa consapevolezza, negli ultimi anni sempre più diffusa, è un passo necessario ma non sufficiente. Già nel 2017 l'Osservatorio sull'innovazione Digitale nei beni e attività Culturali sosteneva la necessità per le istituzioni culturali di dotarsi di un piano di innovazione digitale, ossia di uno strumento che potesse supportare il processo di trasformazione digitale. Tuttavia, dall'indagine condotta tra fine 2019 e inizio 2020 emerge che la cultura della pianificazione nelle istituzioni culturali è piuttosto carente: solo il 24% delle istituzioni ha redatto un piano strategico dell'innovazione digitale (il 6% come documento dedicato e il 18% all'interno di un più generale piano strategico).

La trasformazione, infatti, implica anche investimenti in strumenti di supporto al visitatore, sia online che onsite. Negli ultimi due anni l'83% dei musei, monumenti e aree archeologiche italiane ha investito in innovazione digitale, concentrandosi prevalentemente su servizi di supporto alla visita in loco (48%) e catalogazione e digitalizzazione della collezione (46%) e le stesse voci costituiscono anche la priorità di investimento per i prossimi due anni (rispettivamente per il 33% e il 22% delle istituzioni), seguite da comunicazione e customer care (14%) e attività educative e didattiche (13%).

L'emergenza sanitaria sorta nel febbraio del 2020 ha portato alla chiusura di musei e di enti culturali di ogni ordine e grado. Queste chiusure inaspettate e non programmate hanno purtroppo contribuito a creare un insormontabile divario tra i centri all'avanguardia e i piccoli musei locali. Eppure, il tempo del coronavirus con la chiusura forzata delle sale museali e dei centri culturali, si è rivelato un formidabile incubatore di produzione culturale online. Infatti, la stragrande

maggioranza ha saputo reagire ai lunghi mesi di lockdown e ha saputo imboccare una nuova strada per mantenere saldo il legame con il proprio pubblico.

Dagli studi condotti su 100 luoghi della cultura statali dal **Politecnico di Milano** nel mese di maggio 2020 per la **Direzione generale Musei del Ministero per i Beni Culturali**. "*I musei italiani continuano a registrare un incremento delle performance sul web nel mese di maggio 2020*", ciò vuol dire che la pandemia ha contribuito a raddoppiare la visibilità dei musei sul web.

La chiusura dei musei ne ha aumentato l'attività sui tre social network più popolari, con un incremento principale su Twitter, dovuto alla campagna *MuseumWeek2020*, svoltasi nella settimana 11-17 maggio 2020, seguito da Instagram e Facebook.

Ma andando nell'ordine, occorre analizzare quali sono i principali strumenti che un museo ha a disposizione per essere. Certamente, rispetto alla preparazione alla visita, i siti web svolgono un ruolo centrale per raccogliere informazioni su orari, biglietti, attività e percorsi di visita. I dati derivanti dall'analisi dei servizi offerti su internet dai musei mostrano che l'85% dei musei ha un sito web, relativo alla singola istituzione o all'interno di altri siti, come quello del Comune, per esempio.

Il 76% dei musei è presente almeno su un canale social media, con Facebook che si conferma il più diffuso (76%), seguito da Instagram (45%, rispetto al 26% dell'anno precedente). Alcune istituzioni sperimentano anche canali social nati più di recente come TikTok. La presenza sui social ha consentito alle istituzioni culturali di offrire contenuti ai visitatori per approfondire la conoscenza anche dopo la visita e di mantenere una relazione di lungo periodo con i propri pubblici.

Se questo è ormai vero da anni, l'esperienza del lockdown ha dato un significativo impulso alla presenza online dei musei e in parte ha dettato anche un cambiamento di marcia: dal monitoraggio di quanto è accaduto nei musei statali tra dicembre 2019 e aprile 2020 è emerso che il livello di attività online è significativamente aumentato e, in particolar modo, il numero di post sui canali social media è quasi o più che raddoppiato su tutti i canali nelle settimane di lockdown del mese di marzo 2020, mantenendosi su valori elevati anche nel mese di aprile.

Tuttavia non è sufficiente mettere online la collezione o avere più follower: ciò che conta è la capacità di interagire con il pubblico attraverso una call to action diretta e riuscire ad incuriosire e a sviluppare un pensiero critico, come è successo per esempio con il flash mob *ArtYouReady*, che ha chiesto agli utenti di postare le proprie foto che richiamassero un famoso dipinto. Con il risultato di generare su Instagram un livello di interazione più che raddoppiato rispetto ai giorni precedenti.

Anche il MUSE, dal momento in cui è stata dichiarata l'emergenza e quindi la chiusura delle sale espositive, ha lavorato per implementare i contenuti digitali: un lavoro che ha coinvolto tutto lo staff, dalla sezione Audience Development, alla ricerca, dalla sezione comunicazione alla didattica, per mantenere vivo lo stretto rapporto tra il museo e i suoi visitatori vicini e lontani.

I progetti e le attività on line che si sono svolti nel corso del 2020 e che sono in fase di valutazione e di rinnovo anche in questo nuovo anno, sono stati indirizzati verso una molteplicità di pubblici diversi: famiglie con bambini piccoli, classi, adulti, adolescenti, pubblici con disabilità e pubblici interessati ad argomenti specialistici. Di seguito alcuni esempi:

- Storie Incartate (per le famiglie con bambini da 3 ai 6 anni), una lettura speciale con l'uso del kamishibai, il tradizionale teatrino giapponese, accompagnata da un approfondimento scientifico sulle tematiche del museo.
- Il MUSE a piccoli passi (famiglie), una visita guidata virtuale per i visitatori di tutte le età su tematiche particolari del museo.
- Salotteens (dai 13 ai 18 anni), un ciclo di incontri su tematiche adolescenziali e di attualità, dei dialoghi tra gli adolescenti e degli esperti di settore.
- Letture speciali per i sordi con i traduttori LIS

In generale, dalle esperienze virtuali e digitali, ne sono nati incontri e collaborazioni estremamente varie e tutte le attività hanno avuto un ottimo successo di followers e una crescita in termini di reputazione del museo. Inoltre, per ogni evento o attività, vengono realizzate delle schede di sintesi e di feedback per capire meglio i punti di forza e di debolezza in un'ottica di miglioramento continuo e per offrire ai fruitori prodotti differenti ma sempre di valore. Per queste analisi sono stati coinvolti anche gli studenti del progetto Alternanza Scuola-Lavoro che hanno potuto dare un'interpretazione "fresca" e più dinamica ai dati registrati.

In questa realtà si cala il progetto di SCUP GG che prevede il coinvolgimento di uno o due giovani.

MODALITA' DI COINVOLGIMENTO DEI GIOVANI e ATTIVITA' SVOLTE DAI GIOVANI

Le attività previste per i giovani sono di seguito elencate:

- Partecipazione a meeting di programmazione e progettazione interne e con stakeholder o con altri enti di settore;
- Supporto alla stesura di documenti, lettere professionali e testi promozionali ed informativi per i social network;
- Gestione appuntamenti e agende: verifica disponibilità, stesura agenda con appuntamenti e meeting, controllo necessità e vigilanza su attività/ eventi;
- Ricerche e studi di benchmarking relativamente alle tematiche del digitale e delle attività on line;
- Supporto allo sviluppo e all'ideazione di nuove proposte e progetti digitali;
- Supporto all'organizzare pratica di attività, progetti ed eventi;
- Monitoraggio alla gestione di attività ed eventi per il pubblico;
- Analisi e gestione di dati e analisi relativi agli eventi e attività digitali (numero di partecipanti; interazione del pubblico; numero di visualizzazioni, etc.);
- Gestione di feedback: somministrazione questionari di gradimento, interviste con il pubblico, raccolta dati, stesura report;
- Valutazione dei principali social network e analisi SWOT degli stessi in relazione alle attività proposte dal museo e quelle in fase di completamento o sviluppo attuale;

LA RICADUTA SUL CONTESTO SOCIALE DELL'ATTIVITÀ SVOLTA DEI GIOVANI

Attraverso l'impegno nello sviluppare molteplici attività, i giovani in SCUP svolgono un ruolo importante all'interno dell'ente museale nel sollevare ed affrontare i problemi sociali contemporanei. La loro presenza, a fianco a quella dello staff, contribuisce a rafforzare la creatività, il senso di appartenenza e l'impegno civico, in un'ottica di sviluppo economico e di raggiungimento del benessere della comunità locale.

Infatti, le comunità e i musei hanno l'arduo compito di collaborare meglio e più intensamente allo scopo di incrementare l'impatto sociale ed economico del patrimonio culturale e sicuramente una vision differente e un supporto in tal senso può essere fornito dalla presenza dei giovani in un contesto culturale come può essere un museo. Si ricordi, infatti, che i giovani, oltre ad essere il futuro della nostra società, possono ispirare la creatività, promuovere la diversità culturale, contribuire a riqualificare le economie locali, attirare i visitatori e generare ricadute in termini sociali. È inoltre sempre più evidente che la loro presenza può favorire la coesione sociale e l'impegno civico.

CARATTERISTICHE RICERCATE NEI PARTECIPANTI

Il progetto è rivolto a chi si occupa o desidera occuparsi in futuro di progetti digitali e sperimentazioni virtuali legati al mondo scientifico e culturale, in generale. E' rivolto anche a chi ha interesse nel settore del marketing e degli eventi per le famiglie, gli adolescenti e i bambini piccoli. I destinatari del presente progetto sono quindi ragazzi e ragazze con spiccata propensione al mondo del web e ai social network, allo studio delle interazioni umane, con interesse verso le nuove frontiere della tecnologia e verso la relazione culturale tra l'ente museale e il suo pubblico. E' preferibile un titolo di studio superiore e sarà valutata positivamente, ma non è requisito essenziale, una formazione di tipo sociologico o di marketing e/o una pregressa esperienza formativa o lavorativa a contatto con il pubblico.

La valutazione attitudinale dei candidati avverrà tramite colloquio individuale sulla base dei seguenti elementi:

- conoscenza del progetto specifico;
- condivisione degli obiettivi del progetto;
- disponibilità all'apprendimento;
- interesse e impegno a portare a termine il progetto;

- idoneità allo svolgimento delle mansioni.

Durante il colloquio si chiederà ai giovani: di presentarsi; esprimere il parere sul servizio civile; di descrivere sinteticamente il progetto; di presentare le proprie motivazioni rispetto al progetto, all'organizzazione, al servizio civile.

Per il raggiungimento della postazione e lo svolgimento delle attività previste non esistono barriere architettoniche o impedimenti tali da escludere eventuale utilizzo di supporti per la mobilità (es. sedia a rotelle, carrozzina ecc. dei candidati).

Il progetto, nel rispetto delle *priorità trasversali* della PAT inerenti gli obiettivi per le pari opportunità, è specificatamente concepito per NON richiedere una preferenza di genere dei giovani coinvolti. Il punteggio finale sarà espresso in centesimi e, a conclusione della selezione, sarà redatto un verbale.

EVENTUALI PARTICOLARI OBBLIGHI

Obbligo alla riservatezza secondo le direttive provinciali a cui tutti i lavoratori del MUSE si attengono nell'espletamento delle loro funzioni.

FORMAZIONE GENERALE

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

FORMAZIONE SPECIFICA

Le figure che affiancheranno e seguiranno i giovani durante il progetto sono le seguenti:

Samuela Caliori (OLP): responsabile dell'area Audience Development del Museo delle Scienze di Trento. Laureata in Matematica, dal 1999 lavora al Museo progettando attività di mediazione scientifica fondate sulla contaminazione delle discipline e delle tecniche di comunicazione. Coordina un team di esperti in divulgazione della scienza e collabora con i ricercatori del museo per favorire la comunicazione della ricerca scientifica al grande pubblico. Scopo delle iniziative progettate dal team è coinvolgere il pubblico con format creativi ed innovativi, dai diversi contenuti scientifici, attraverso i linguaggi dell'arte, del teatro, della musica. E' la responsabile del progetto Maxi Ooh!

Roberto Dallacosta (Responsabile della sicurezza): perito Industriale Capotecnico. Decine di partecipazioni ad attività di formazione ai fini della sicurezza. Dal 1995: Responsabile del servizio prevenzione e protezione dai rischi per l'Istituto Trentino di Cultura, per la sezioni di Trento e del CNR (CEFSA) e per alcuni Enti Funzionali della Provincia Autonoma di Trento, fra cui: il Museo delle Scienze.

Stefania Tarter: laurea specialistica in Radiofonia e linguaggi dello spettacolo e del multimediale (2008). Inizia a collaborare con il museo nel 2009 ed entra a fa parte della sezione Audience Development. Si occupa nello specifico di comunicazione e gestione di eventi e attività per target specifici. Ha competenze nel settore della progettazione, ideazione, gestione e comunicazione eventi.

Michela Zenatti: ha conseguito nell'anno 2005 la Laurea in Beni Culturali indirizzo Storico Artistico e lavora dal 2008 presso il museo nella sezione Eventi e attività per il pubblico. Nell'ambito dell'attività di sezione in qualità di assistente storico culturale coordina le attività che utilizzano linguaggi alternativi rivolte al pubblico scolastico e fa parte del team di progetto di Maxi Ooh!

Alice Bassetti: Laureata in Economia e Management del Turismo, dello Sport e degli Eventi nel 2018, ha iniziato a collaborare nella sezione Audience Development nello stesso anno inserendosi nel team Maxi Ooh! e infanzia del museo. Per l'area di Maxi Ooh! i suoi compiti vertono attorno all'organizzazione delle nuove proposte per i visitatori, la formazione degli operatori e il monitoraggio tecnico dell'area.

Durante il percorso del servizio civile, i giovani seguiranno un percorso formativo articolato e svolgerà diverse attività allo scopo di acquisire o sviluppare conoscenze e competenze specifiche. L'attività formativa specifica si articola in moduli didattici, qui di seguito elencati, e prosegue durante le attività pratiche utilizzando il metodo del learning on the job per un totale di **67 ore**.

- Corso base sicurezza sul lavoro e primo soccorso con rilascio attestato (4 ore) Formatore: Roberto Dallacosta
- Formazione e informazione sui rischi connessi al proprio impegno nell'ambito del progetto e sulle misure di sicurezza della sede di progetto (4 ore) Formatore: Samuela Caliarì
- Misure di prevenzione anti Covid (1 ora) Formatrice: Samuela Caliarì
- Attività, storia, mission e principali caratteristiche organizzative del Museo delle Scienze. Come funziona Office 365. (4 ore) Formatore: Samuela Caliarì
- Presentazione della struttura organizzativa e gestionale del Museo. Elementi di project management. Analisi SWOT. (6 ore). Formatore: Samuela Caliarì
- Cosa è e come funziona la sezione Audience Development (4 ore) Formatore: Samuela Caliarì
- Attività di team building: come si organizza il lavoro di gruppo, quali le motivazioni e le attese in relazione al progetto (6 ore). Formatori: Michela Zenatti, Alice Bassetti
- Presentazione delle attività del progetto ONLIFE e delle figure di riferimento per lo sviluppo dello stesso (6 ore). Formatori: Alice Bassetti, Michela Zenatti
- Nuove proposte per target speciali: come sviluppare proposte efficaci focalizzate sui target di riferimento (8 ore). Formatore: Samuela Caliarì, Stefania Tarter, Alice Bassetti
- Il contesto progettuale del Museo: l'importanza del lavoro in rete e l'individuazione degli elementi caratterizzanti per sviluppare nuove collaborazioni (4 ore). Formatori: Michela Zenatti, Alice Bassetti
- Modalità di sviluppo delle attività dedicate al pubblico potenziale (4 ore). Formatore: Stefania Tarter
- Esempi di proposte per un pubblico specifico: i diversi target (4 ore) Formatore: Alice Bassetti, Michela Zenatti, Stefania Tarter
- Fasi di costruzione di un'attività on line (8 ore) Formatori: Samuela Caliarì, Stefania Tarter, Michela Zenatti
- La comunicazione più efficace per le nuove proposte digitali per target diversi di pubblico (4 ore) Formatore: Stefania Tarter

Eventuali viaggi formativi presso festival, musei, enti che operano nel settore relativo al target di riferimento.

OLP, RISORSE UMANE, MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

In particolare, l'OLP si occuperà: dell'accoglienza delle persone in servizio civile (la accompagnerà alla scoperta di ogni luogo del MUSE; le presenterà al personale del MUSE spiegandone il ruolo; le ascolterà ogni qualvolta ne avrà necessità); di una parte della formazione specifica; del monitoraggio del percorso dei giovani in SCUP con un'attività che prevede: osservazione; ascolto di tutte le persone coinvolte nel progetto, verifica dell'attività svolta e del processo di maturazione delle competenze professionali, andamento della formazione specifica; incontri formalizzati e stesura report come previsto dal sistema di "Monitoraggio tre puntini". Il monitoraggio è un'azione importante per la riuscita del progetto, perché permette di: correggere o rimuovere eventuali ostacoli alla crescita personale o professionale dei giovani in SCUP; riflettere sulle competenze trasversali e professionalizzanti e promuoverne il miglioramento; renderla consapevole dei progressi fatti; valorizzare abilità ed eventuali competenze già presenti; adattare il percorso formativo alle vere esigenze dei giovani in SCUP.

Il report conclusivo sull'attività svolta dai giovani in servizio civile conterrà: la descrizione delle competenze acquisite; la valutazione circa la crescita di autonomia dei giovani; eventuali indicazioni per lo sviluppo di un progetto di vita e del lavoro futuro; l'acquisizione delle competenze inerenti alla cittadinanza attiva.

In fase di monitoraggio sarà chiesto ai giovani di segnalare eventuali elementi di miglioramento della progettazione delle attività che dovranno svolgere. Il feedback emerso sarà di grande utilità per valutare il progetto in corso, migliorarlo e permettere ai giovani di raggiungere gli obiettivi attesi. La valutazione “*in itinere*” ha l’obiettivo di verificare l’effettiva realizzazione di quanto indicato nella proposta progettuale, controllare la rispondenza di quanto realizzato con gli obiettivi del SCUP, misurare il grado di soddisfazione dei giovani che prestano il servizio civile.

In base alle esigenze, saranno di supporto ai giovani e al progetto anche le seguenti figure:

Riccardo de Pretis: laureato in sociologia, assistente amministrativo contabile del museo, segue la gestione del personale dipendente e collaboratore del Museo. Da alcuni anni segue anche l’aspetto formale del Servizio Civile, aiutando i giovani nell’amministrazione delle scadenze contrattuali.

Lara Segata: ex volontaria in servizio civile presso l’ente, attualmente assistente storico culturale per i servizi al pubblico. Negli anni di attività presso il Museo ha spesso tenuto i contatti, assieme alla responsabile del monitoraggio, con l’Ufficio Servizio civile provinciale e nazionale e collaborato al fine di garantire una buona accoglienza e un buon inserimento dei nuovi volontari.

Alberta Giovannini: laureata in economia e commercio, responsabile dell’area Risorse Umane e Servizi. Da anni “controlla” l’andamento dei progetti di servizio civile e provvede al finanziamento delle spese finalizzate alla buona riuscita dei progetti.

RISORSE TECNICHE E STRUMENTALI

Le risorse tecniche e strumentali necessarie e già disponibili:

- Postazioni computer, fax, stampanti, scanner;
 - Linea telefonica, Internet e intranet;
 - Sito web istituzionale e pagine social del Museo;
 - Tavolo, sedie, lampade e materiale di cancelleria;
 - Griglie di valutazione e modelli di reportistica;
 - Dati statistici relativi alle attività del progetto;
 - Automezzi del Museo;
 - Libri e materiale di studio relativo al progetto in ambito scientifico/comunicazione della scienza;
 - Materiale scientifico/artistico/tecnico per la realizzazione del progetto;
- Mascherine chirurgiche anti Covid, gel sanificante e prodotti di pulizia specifica per la sanificazione.

Risorse tecniche e strumentali che il Museo dovrà acquistare:

- eventuali libri e materiale di studio relativo al progetto
- materiale scientifico/artistico/tecnico per la realizzazione del progetto

COSA SI IMPARA

Al termine del loro servizio civile, i giovani avranno acquisito una più approfondita consapevolezza in termini di comunicazione scientifica e per progetto. Avranno inoltre saggiato l’integrazione in una struttura complessa e all’interno di un gruppo di lavoro strutturato; avranno seguito gli sviluppi delle valutazioni sui progetti e le attività proposte ed offerte al pubblico. Nel corso dei dodici mesi potranno inoltre acquisire competenze più strettamente pratiche legate all’uso dei maggiori e più diffusi programmi informatici e al mondo del web.

Più nello specifico, le competenze acquisibili sono alcune soft skills, quali:

- Problem solving
- Capacità di lavorare in gruppo
- Capacità di lavorare per obiettivi
- Team building

Sono anche acquisibili competenze più tecniche quali, ad esempio:

- Uso del pc e del software Office 365 e dei principali programmi ed applicativi (word, excel, posta elettronica, internet, presentazioni ppt, pdf);

- Gestione dei progetti e delle attività (dalla fase di ideazione alla fase di erogazione e valutazione);
- Analisi di nuove proposte per proporre miglioramenti ed eventuali modifiche in base al feedback.

COMPETENZA/E ATTESTABILE/I

Durante il progetto è previsto un percorso di riconoscimento delle competenze acquisite grazie al supporto della Fondazione Demarchi. All'interno dell'Atlante del Lavoro, repertorio regionale Provincia Autonoma di Trento si è individuato il profilo IMPIEGATO SERVIZI MARKETING E COMUNICAZIONE. Al suo interno la competenza dal titolo: Contribuire alla promozione dell'immagine aziendale, delle offerte commerciali e al lancio di nuovi prodotti attraverso attività di comunicazione esterna.

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

CONOSCENZE

Strumenti e tecniche di marketing; Tecniche e strumenti di comunicazione; Canali di comunicazione delle loro caratteristiche e potenzialità; Strumenti di project management.

ABILITÀ/CAPACITÀ

Identificare le azioni di marketing e pubblicità; Programmare piani complessi di attività; Valutare l'impatto di soluzioni alternative; Organizzare eventi; Lavorare in team.

PROMOZIONE DEL SERVIZIO CIVILE

Il MUSE nel corso del progetto provvederà a promuovere il Servizio Civile Universale Provinciale attraverso il proprio sito web e i canali social.

I giovani in SCUP, come previsto dai "criteri di gestione" in vigore, nel corso del progetto potranno svolgere attività di promozione secondo le richieste della struttura competente.

RISORSE AGGIUNTIVE

Spese vitto: 1.440 euro per giovane impegnata/o

Rimborsi viaggi/trasferimenti previsti da progetto: 500 euro

Eventuali strumenti, attrezzature: 500 euro

Totale risorse: 3.880,00 euro