

**Progetto di SCUP**  
**Comunicazione visiva e promozione offline: il MUSE e le sue sedi territoriali 2**  
**Sezione Comunicazione del MUSE - Museo delle Scienze**  
**30.11.2021**

Durata progetto: **12 mesi**

Numero di persone da impiegare nel progetto: **1**

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

**Giorni di servizio a settimana:** **5** Numero di giornate a settimana per lo svolgimento delle ore minime settimanali: 3

**Dal lunedì al venerdì** negli orari **9.00 -13.00 e 14.00 – 16.00**

In occasione di eventi speciali può essere richiesta la presenza anche durante il fine settimana. Saranno comunque garantiti due giorni di riposo settimanali.

Le disposizioni organizzative museali in termini di capienza massima degli uffici e possibilità di prestare la propria attività in sede o meno, sono influenzate dall'andamento pandemico, pertanto, la presenza in sede potrebbe essere, compatibilmente con le possibilità dei/delle giovani in servizio civile, alternata o alternativa al lavoro da remoto. In tal caso i contatti tra i/le giovani, l'Olp, e gli altri responsabili della formazione avverranno con l'utilizzo della piattaforma Teams e del software Office 365.

**Sede: MUSE - Museo delle Scienze, Trento**

**OLP: Antonia Caola**

Referente della comunicazione: **Riccardo de Pretis**

In ossequio al decreto legge 21 settembre 2021, n. 127, vi è l'**obbligo del green pass** (ottenuto con vaccinazione o con tampone o per guarigione) per l'accesso alle sedi di svolgimento del progetto di servizio civile, in analogia a quanto previsto per i lavoratori e i volontari.

Qualora in futuro fosse richiesto l'obbligo vaccinale anche per i lavoratori dei musei, esso varrà anche per i/le giovani in SCUP, alle medesime condizioni applicate al personale.

### **Descrizione dell'ente e introduzione al progetto**

**Il MUSE Museo delle Scienze** è un ente pubblico non economico, senza fini di lucro, istituito per operare con gli strumenti e i metodi della ricerca scientifica con lo scopo di indagare, informare, dialogare e ispirare sui temi della natura, della scienza e del futuro sostenibile.

Le attività del MUSE si svolgono presso la sede centrale di Trento (MUSE) e, sul territorio, all'interno della **Rete dei musei della Scienza**, diffusa a livello provinciale.

Fanno parte della rete il Giardino Botanico Alpino e la Terrazza delle Stelle alle Viole del Monte Bondone, il Museo delle Palafitte del Lago di Ledro, il Museo Geologico delle Dolomiti a Predazzo, e il sito archeologico Riparo Dalmeri sulla piana della Marcesina. Rientra tra le sedi territoriali anche Palazzo delle Albere a Trento, dove il MUSE amplia la sua proposta culturale, al piano +1, mettendo in dialogo la dimensione scientifica con quella umanistica.

Ciascuna di queste sedi svolge attività di divulgazione scientifica, approfondendo le tematiche trattate attraverso mostre, laboratori ed eventi per il pubblico, proposte didattiche per le scuole, conferenze e seminari di approfondimento che si rivolgono sia alla popolazione residente sul territorio che ai turisti.

Le proposte e le attività messe in atto dal MUSE e dalle varie sedi - queste ultime soprattutto nel periodo estivo - arricchiscono l'offerta culturale del territorio, costituiscono un'opportunità per la popolazione residente di conoscere meglio e apprezzare le caratteristiche delle zone in cui si collocano, aumentano l'attrattività della zona per i turisti, che possono contare su una proposta culturale di qualità che si affianca e sostiene l'offerta ambientale naturalistica e ricreativa della zona.

Nel periodo estivo, tutte le proposte delle sedi vanno adeguatamente comunicate e supportate attraverso una serrata operazione di comunicazione e promozione volta a raggiungere il maggior numero di persone potenzialmente interessate.

Nel corso di tutto l'anno, al contempo, vanno promosse e comunicate, con analoghe modalità, le attività delle sedi cittadine del MUSE.

**Il Team comunicazione e promozione del MUSE** si occupa della progettazione e gestione degli strumenti di comunicazione online e offline, di valorizzare le attività dell'istituzione, i progetti sviluppati a livello scientifico, le attività per il pubblico, i convegni e le conferenze; di creare, inoltre, progetti di comunicazione integrati, per assicurare una maggiore visibilità e presenza sui diversi organi di stampa e attivare sinergie con le istituzioni culturali e produttive del territorio.

Coerentemente con la *mission* del museo e delle sue sedi, il lavoro del Team comunicazione - in cui si collocherà l'attività della persona selezionata per il progetto di servizio civile - contribuisce a sensibilizzare le persone alle tematiche ambientali ed ecologiche, al rispetto del paesaggio e della biodiversità.

Il Team comunicazione e promozione è composto da 8 persone, che si occupano delle relazioni istituzionali e internazionali, del lavoro giornalistico di ufficio stampa, dei rapporti con la stampa e i media, del coordinamento con l'agenzia di grafici per la produzione dei materiali promozionali e della pianificazione degli spazi pubblicitari, della gestione del sito web e dei social media.

Il lavoro del Team comunicazione e promozione muove da una consapevolezza: è necessario individuare modalità e contenuti sempre nuovi di approccio con i cittadini, i visitatori, i turisti, il pubblico potenziale e i professionisti dell'informazione. Le informazioni devono essere organizzate sulla base delle esigenze e dei bisogni dei differenti segmenti di utenza, a cui corrispondano interessi e bisogni specifici.

La crescita e diffusione dei nuovi canali di comunicazione richiede inoltre un'attenzione particolare alla gestione di account istituzionali digitali e alla strutturazione di una redazione web.

Il Team comunicazione MUSE rappresenta il museo in tutti i rapporti con il pubblico esterno interagendo con i media ed utilizzando vari mezzi di comunicazione.

Il progetto di SCUP “**Comunicazione visiva e promozione offline: il MUSE e le sue sedi territoriali 2**” si colloca e sviluppa all'interno del Team comunicazione, andando a toccare tutti gli aspetti sopra citati.

Il progetto offre alla persona in SCUP la possibilità di apprendere come pianificare una strategia di comunicazione efficace e come declinare le diverse azioni promozionali offline in maniera coordinata e integrata con le azioni online per il raggiungimento di determinati obiettivi, con una particolare attenzione alla componente della comunicazione visiva.

Un focus particolare, nel periodo estivo, verrà riservato alle attività delle sedi territoriali. A partire dalla primavera, sarà necessario pianificare le azioni di promozione offline che verranno realizzate e implementate nel periodo pre- e di apertura delle diverse sedi. Nella restante parte dei mesi la persona in servizio civile potrà cimentarsi principalmente nella promozione delle attività della sede centrale e lavorare sulla comunicazione prettamente istituzionale.

In una seconda fase del progetto, raggiunte le competenze di base e supportato dai referenti del settore comunicazione, la persona avrà la possibilità di sviluppare personali strategie e modalità di promozione, specifiche per le varie sedi, per lanciare le iniziative e gli eventi principali e per il raggiungimento di nuove fasce di pubblico.

La **rete delle realtà partner** per lo sviluppo del progetto di SCUP si articola in diversi soggetti:

- referenti del Team comunicazione e promozione del MUSE; referenti delle sedi territoriali MUSE
- referenti e personale di altri settori del museo: Settore Marketing, Settore Mediazione culturale, Audience development e Ricerca, Amministrazione
- referenti di altri enti scientifici, culturali, turistici operanti sul territorio (ad esempio: FBK, FEM, musei provinciali del Trentino, altri musei operanti in Italia e all'estero, biblioteche, Apt di territorio, Trentino Marketing)
- media (quotidiani, settimanali, periodici mensili, emittenti televisive e radiofoniche locali e nazionali)
- agenzie di concessionarie pubblicitarie per la prenotazione degli spazi promozionali
- agenzia di grafici, creativi e designer, agenzie di comunicazione
- strutture ricettive e alberghiere convenzionate, esercizi commerciali del territorio

- portatori di interesse, influencer
- scuole di territorio trentino e nazionale

Durante tutto il percorso, la persona sarà affiancata costantemente da professionisti del settore che la indirizzeranno verso il raggiungimento degli obiettivi, aumentandone in modo graduale le competenze.

Il percorso prevede una fase di formazione, sia teorica che pratica, inherente i principi generali e la deontologia della comunicazione, le strategie attuabili, la pianificazione del lavoro, la rete delle relazioni necessarie. Le persone che forniranno le conoscenze utili alla realizzazione del progetto sono: l'OLP Antonia Caola, assieme a Serena Morelli professionista collaboratrice.

Il lavoro del Team Comunicazione è un lavoro sinergico e di gruppo volto alla realizzazione di azioni di comunicazione integrate e multicanale, sia offline che online. La persona in servizio civile sarà parte integrante del Team e costantemente coinvolta nelle riunioni e nelle diverse progettualità di comunicazione. In quest'ottica, potrà collaborare anche in altri aspetti della comunicazione, come ad esempio quello della gestione dei canali digitali web e dei social, nelle mansioni dell'ufficio stampa, nella redazione della newsletter, oltre che conoscere alcune dinamiche del marketing culturale data la forte sinergia e finalità di intenti tra Team Comunicazione e Team Marketing.

Attualmente, in ottemperanza alle disposizioni provinciali legate all'emergenza sanitaria Covid-19, il Team lavora in modalità mista (tra smartworking e presenza in sede) secondo un calendario prestabilito in modo da garantire il distanziamento e l'occupazione degli spazi seguendo le indicazioni date dall'ente in tema di sicurezza.

## **IL PERSONALE DELLA TEAM COMUNICAZIONE**

### **ANTONIA CAOLA (OLP)**

Responsabile Relazioni istituzionali e Ufficio stampa

Giornalista pubblicista, laureata in lingua cinese, per 9 anni ha svolto attività di interprete tecnico commerciale in vari settori merceologici. Nel 1992 ha iniziato a collaborare con il Museo delle Scienze dove si è occupata di interpretariato, segreteria convegni internazionali, editoria scientifica. Ha fondato e diretto il settore comunicazione e ufficio stampa del museo dal 1998 al 2013 e dal 2017 ad oggi. Cura le relazioni istituzionali e internazionali, coordina e supervisiona le attività di ufficio stampa, la comunicazione web e social e la promozione online e offline. Sovrintende la corretta applicazione del brand MUSE.

### **SERENA MORELLI**

Referente della promozione offline di eventi e mostre e della comunicazione delle attività delle sedi territoriali del MUSE.

Laureata in Conservazione e gestione dei Beni Culturali all'Università di Trento, collabora come educatrice museale presso i Servizi educativi del Museo Castello del Buonconsiglio di Trento. Arriva al Museo delle Scienze di Trento nel 2015 con un progetto di Servizio civile focalizzato sulla comunicazione delle sedi territoriali del MUSE. Diventa poi collaboratrice stabile e si occupa delle azioni di promozione degli eventi e delle mostre del museo e della comunicazione delle attività delle 7 sedi territoriali.

### **JENNIFER MURPHY**

Referente del web e social media. Durante gli studi universitari collabora come freelance con il Corriere del Trentino. Dopo la laurea specialistica in Gestione del Territorio e dell'Ambiente arriva al MUSE per un progetto di Servizio civile focalizzato sulla comunicazione web e social. Terminato il progetto diventa collaboratrice occupandosi delle azioni di promozione offline del MUSE e delle sue sedi territoriali e successivamente della comunicazione web e social media.

### **ELISA TESSARO**

Referente del nuovo sito web. Dopo la laurea in Scienze della Comunicazione con una tesi sul distretto culturale evoluto, lavora fra Padova e Berlino, collabora come account in un'azienda che si occupa di allestimenti museali. Dal 2007 inizia l'attività freelance di ufficio stampa per diverse istituzioni culturali e sviluppa piani di marketing e di fattibilità per diversi progetti culturali in Trentino e in Alto Adige. Collabora da anni, nelle pagine della cultura, con il quotidiano "L'Alto Adige" e con la rivista "Alp magazine".

## **CHIARA VERONESI**

Referente ufficio stampa.

Giornalista pubblicista, dopo alcune esperienze lavorative nell'ambito della comunicazione presso enti e istituzioni culturali del Trentino Alto-Adige, dal 2008 si occupa di Ufficio Stampa presso il MUSE. Laureata in Conservazione dei Beni Culturali presso Ca' Foscari a Venezia, possiede un master in Giornalismo e comunicazione istituzionale della scienza presso l'Università degli Studi di Ferrara.

## **TOMMASO GASPEROTTI**

Laureato in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona, con la tesi - "L'orso e i grandi predatori sui media. Un ritorno che fa notizia" -, comincia a muovere i primi passi nel mondo del giornalismo come cronista per il quotidiano "L'Adige".

Giornalista pubblicista dal 2014, dopo un corso di specializzazione in giornalismo ambientale a Savona ("Laura Conti"), collabora per un'agenzia di comunicazione e alcuni uffici stampa. Dall'ottobre 2019 è referente dell'ufficio stampa del MUSE (nel periodo di congedo di maternità di Chiara Veronesi).

## **MARTA POLONI**

Collaboratrice per le attività di promozione offline di eventi e mostre MUSE e sedi territoriali. Dopo la laurea triennale in Conservazione e gestione dei beni e delle attività culturali, si laurea in Economia e gestione delle Arti presso l'Università Cà Foscari di Venezia con una tesi sul tema del digitale nell'ambito della comunicazione e fruizione museale. Arriva al MUSE nel dicembre 2019 per un progetto di Servizio Civile improntato sulla comunicazione offline, incentrata soprattutto sulle sedi territoriali del MUSE.

## **VALERIA MARCHIORI**

Collaboratrice per le attività di promozione offline di eventi e mostre MUSE e sedi territoriali.

Laureata in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona con una tesi sul movimento del '77 in Italia, arriva al MUSE nel 2019 per un progetto SCUP dedicato alla comunicazione online. Freelancer in ambito comunicativo, lavora con realtà di ambito culturale come il Trento Film Festival e Premio Mattador. Da luglio 2021 torna al MUSE per supportare l'attività di comunicazione offline.

## **IL PROGETTO**

Il progetto prende spunto e si sviluppa - in senso migliorativo - dalle precedenti edizioni di progetti di servizio civile presentati dal Team Comunicazione MUSE (realizzati e conclusi con successo negli anni 2015, 2018, 2019 e 2020), puntando una maggiore attenzione sulla dimensione della promozione offline e della comunicazione visiva, ben evidenziata dal titolo proposto.

Il presente progetto è stato redatto grazie al contributo di Erika Poderi, che ha svolto il servizio civile presso il Team comunicazione MUSE dal 1 febbraio 2021 al 30 gennaio 2022, tenendo conto dei suoi suggerimenti migliorativi e dell'esperienza fatta durante il percorso. Il suo contributo è stato di valore e ha individuato alcune attività centrali che hanno permesso di sviluppare i punti di forza del nuovo progetto presentato.

È stata sottolineata, fra tutte, l'importanza di affidare alla persona in servizio civile – dopo il primo periodo di formazione - delle progettualità da seguire in maniera autonoma, a partire dalla fase ideativa e fino alla conclusione e monitoraggio del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione stabiliti. È emersa l'importanza di fornire degli strumenti utili per la stesura di un piano di comunicazione completo, aldi là della sua implementazione operativa e concreta.

È stato proposto inoltre di coinvolgere maggiormente la persona in servizio civile nell'elaborazione di comunicati stampa e newsletter, attività in capo all'Ufficio stampa. In questo modo si allargherà il campo di competenze comunicative acquisite, spendibili in futuri ambiti lavorativi legati alla Comunicazione.

Infine è emersa la necessità di fornire qualche competenza amministrativa di base per poter essere coinvolti maggiormente nei processi interni e acquisire in tal modo maggiore autonomia lavorativa.

## **Modalità di svolgimento del progetto**

La persona candidata sarà seguita e collaborerà con la persona referente della promozione offline che fornirà in un primo periodo tutte le conoscenze pratiche e le indicazioni bibliografiche per

approfondire il contesto lavorativo dell'ente, le dinamiche della comunicazione e in particolare gli strumenti per la promozione offline.

Si andranno a presentare tutte le componenti della promozione offline, sia dal punto di vista della pianificazione strategica sia dal punto di vista operativo. La persona in SCUP potrà conoscere quali sono i mezzi di comunicazione offline, i mezzi storicamente usati per la comunicazione al di fuori della rete internet: materiale promozionale cartaceo, affissioni, quotidiani, periodici e riviste, radio, televisioni, mezzi di pubblicità dinamica.

Avrà inoltre la possibilità di apprendere come si realizza un piano di comunicazione per un ente culturale - con riferimento principalmente alla componente offline – per il raggiungimento di determinati obiettivi e determinati target di pubblico, in relazione a tempi, budget e risultati attesi.

La parte di pianificazione è seguita da una fase operativa, di messa in atto delle azioni pianificate. La persona in SCUP potrà quindi seguire le fasi di realizzazione del materiale di promozionale cartaceo (flyer, locandine, manifesti) dalla prima fase di elaborazione del visual, alla fase di redazione di brevi testi promozionali, correzione delle bozze e degli impaginati grafici, fino al monitoraggio del processo di stampa. Tutte queste azioni richiedono l'elaborazione di creatività assieme all'agenzia di grafici: si lavorerà in contatto quotidiano con i grafici per l'ideazione – anche attraverso brainstorming visivi – e la realizzazione di visual e l'individuazione di claim adatti a veicolare il messaggio promozionale, con costante attenzione all'applicazione e al rispetto della *brand identity* del MUSE.

Potrà inoltre seguire le fasi di prenotazione degli spazi pubblicitari, di contatto con le concessionarie di pubblicità e di comparazione delle offerte economiche.

La persona avrà inoltre la possibilità di conoscere anche le altre dimensioni della comunicazione che si svolgono in sinergia con la promozione offline, quali i più innovativi canali digitali come il web e i social, e il lavoro dell'ufficio stampa. Avrà occasione di collaborare in questi ambiti per conoscere tutti gli aspetti della comunicazione e della promozione e sperimentare come viene messa in campo una campagna di comunicazione multicanale e integrata tra offline e online.

In una fase iniziale del percorso la persona in SCUP avrà l'opportunità di visitare, oltre al MUSE, anche tutte le sue sedi territoriali, con l'accompagnamento di un referente responsabile che ne illustrerà le particolarità.

La parte del progetto che riguarda la comunicazione delle attività delle sedi territoriali necessiterà di essere svolta talvolta anche nelle sedi stesse. Per questo motivo saranno possibili, soprattutto nei mesi centrali dell'estate, alcuni spostamenti da e per le sedi, in occasione degli eventi principali in programma. In generale e per la maggior parte del tempo, la sede di lavoro sarà il MUSE di Trento.

Il lavoro cui comparterà la persona in SCUP implica un apprendimento professionalizzante nell'ambito della comunicazione e contemporaneamente lo sviluppo di solide capacità di lavoro di squadra e di relazione. I soggetti con cui collaborerà e/o si interfacerà sono:

- i referenti del Team comunicazione e promozione
- i referenti del settore marketing
- il personale scientifico, amministrativo e tecnico del MUSE
- il personale e i responsabili delle sedi territoriali
- i referenti di altri enti culturali e turistici operanti sul territorio (fra gli altri: FBK, Fondazione Mach, musei provinciali del Trentino, altri musei operanti in Italia e all'estero, biblioteche, alberghi ristoranti , esercizi commerciali, festival, Apt di Trento, Visit Trentino)
- i media (quotidiani, settimanali, mensili, televisioni e radio locali e nazionali)
- le agenzie di vendita spazi pubblicitari (ICA, Tandem ecc)
- i collaboratori e consulenti grafici e creativi e webmaster
- gli alberghi, B&B e strutture ricettive, ristoranti, esercizi commerciali del territorio con cui il MUSE ha stretto delle convenzioni
- i portatori di interesse, influencer
- le scuole del territorio trentino e nazionale.

L'OLP, **Antonia Caola**, ha all'attivo più di vent'anni di esperienza nel settore comunicazione e promozione. Oltre alla responsabilità di questo settore, si occupa di relazioni internazionali e monitoraggio della corretta applicazione del brand MUSE. Il suo ruolo nei confronti del candidato sarà quello di formatrice, in quanto farà la supervisione generale delle attività di comunicazione, ufficio stampa e promozione. Si occuperà anche: dell'accoglienza della persona in servizio civile (la accompagnerà alla scoperta di ogni luogo del MUSE; la presenterà al personale del MUSE spiegandone il ruolo; la ascolterà ogni qualvolta ne abbia necessità); del monitoraggio del percorso della persona in servizio civile 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, 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 della persona in servizio civile; 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 della persona.

La persona in SCUP si occuperà di tenere aggiornato il proprio diario/scheda di servizio, parte integrante di un personale "portfolio delle competenze", in cui verrà evidenziata la traccia dei contenuti dei momenti formativi, gli apprendimenti e le capacità acquisiti. Sarà suo compito, supportato dall'OLP e altro personale preparato, raccogliere e aggiornare i prodotti delle attività svolte e la documentazione necessaria a dimostrare saperi e capacità appresi in vista dell'eventuale rilascio da parte della Fondazione De Marchi (formalmente incaricata dalla PAT) del "documento di trasparenza", riconoscimento formale delle competenze dimostrate che può essere allegato al proprio curriculum vitae.

#### **Obiettivi del progetto:**

- fornire alla persona in SCUP conoscenze, esempi ed esperienze concrete utili a sviluppare delle solide competenze professionali nel campo della comunicazione, in particolare nella componente della promozione offline;
- mettere la persona in SCUP nella condizione di applicare tali competenze nella quotidianità lavorativa di una istituzione culturale;
- contribuire alla comunicazione delle offerte del MUSE, partecipando alla loro promozione attraverso i mezzi individuati come idonei di volta in volta;
- stimolare il contributo della persona in SCUP nel processo creativo e operativo, nel miglioramento della visibilità del museo e reputazione;
- fornire l'opportunità di inserimento in una struttura museale complessa e innovativa, che produce continuamente stimoli e opportunità conoscitive riguardanti anche ambiti scientifici, didattici, museologici e divulgativi.

#### **Risultati attesi:**

- Capacità di ideare e sviluppare un piano di comunicazione offline adeguato a promuovere un'attività/iniziativa culturale
- Capacità di attuare il piano mettendo in atto le azioni necessarie in prima persona e in autonomia
- Capacità di fare brainstorming visivo per individuare gli spunti iconografici più adatti per comunicare un determinato messaggio in relazione al target di riferimento (elaborazione di visual + claim)
- Capacità di comunicare correttamente ai vari target di pubblico, tenendo conto della correttezza dell'informazione data (etica della comunicazione): utilizzando un linguaggio per parole, immagini e supporti adatti all'interlocutore.
- Capacità di pianificare le tempistiche di realizzazione dei materiali a stampa (dal processo di impaginazione all'iter per la stampa)
- Capacità di individuare gli interlocutori giusti per sviluppare accordi di collaborazione con altre realtà per la promozione sul territorio

- Capacità di autonomia organizzativa e pianificazione del lavoro nel tempo
- Sviluppo delle capacità di lavoro in team e coordinamento con i referenti di altri settori.

## A CHI SI RIVOLGE IL PROGETTO E MODALITA' DI SELEZIONE

La selezione delle persone candidate avverrà tramite colloquio individuale con i responsabili e i referenti del Team comunicazione MUSE, Olp inclusa. Nel colloquio si valuterà il curriculum studiorum e la inclinazione attitudinale della persona sulla base dei seguenti elementi:

- grado di conoscenza del progetto. Indicatore: livello di chiarezza e completezza nella descrizione della proposta progettuale da parte della persona candidata;
- condivisione degli obiettivi del progetto. Indicatore: ragioni espresse dalla persona candidata;
- grado di preparazione pregressa e/o disponibilità all'apprendimento. Indicatore: curriculum studiorum, interesse o passione per la comunicazione, per la scienza e la cultura;
- motivazione e impegno a portare a termine il progetto. Indicatore: esperienze analoghe già svolte, volontà di intraprendere lavori futuri nell'ambito della comunicazione culturale;
- idoneità allo svolgimento delle mansioni. Indicatore: capacità comunicative manifestate in fase di colloquio, esperienze pregresse, simulazione redazione di un breve messaggio promozionale per un'iniziativa individuata.

In fase di selezione saranno favorite le persone con laurea triennale o magistrale in materie umanistiche, con predisposizione alla scrittura, al contatto con il pubblico e al lavoro in team, capacità di utilizzo del pacchetto office e di sistemi informatici.

Sarà requisito preferenziale la conoscenza di una lingua straniera (preferibilmente inglese o tedesco) e il possesso della patente B.

## ATTIVITÀ PREVISTE

Nello specifico la persona in SCUP svolgerà le seguenti attività, in un primo momento affiancata dai referenti del settore comunicazione (vedi presentazione sopra) in un momento successivo con maggiore autonomia.

1. Raccolta e predisposizione delle informazioni per la realizzazione dei materiali grafici: programma estivo delle sedi territoriali, flyer istituzionali, poster e materiale per eventi singoli;
2. Individuazione delle fotografie o degli spunti iconografici da utilizzare per i materiali grafici promozionali;
3. Redazione o editing di testi promozionali applicando tecniche di scrittura pubblicitaria;
4. Cura dei rapporti con lo studio grafico per l'impaginazione dei materiali applicando tecniche di comunicazione pubblicitaria, correzione bozze;
5. Cura dei rapporti con ufficio marketing per applicazione coordinata delle leve del marketing (marketing mix) per i prodotti culturali;
6. Gestione del processo di stampa dei materiali: rapporto con tipografie e stampatori, definizione delle quantità e controllo della qualità di stampa;
7. Cura del lavoro di distribuzione dei materiali sul territorio e individuazione dei punti di distribuzione di interesse per ciascuna iniziativa;
8. Predisposizione di un piano mezzi (media planning) per la promozione delle attività delle singole sedi territoriali, applicando tecniche di lavoro di gruppo sinergiche tra offline e online;
9. Attuazione delle azioni di promozione offline pianificate: richiesta e confronto preventivi di spesa, gestione dei rapporti con i fornitori e le agenzie di pubblicità, con gli operatori del settore turistico;
10. Verifica e monitoraggio costante delle azioni pianificate in relazione agli obiettivi e messa in atto di eventuali azioni correttive;

11. Svolgimento pratiche amministrative correlate alle attività svolte (produzione note interne, richieste acquisti, incarichi per fornitori);
12. Supporto nel lavoro di ufficio stampa: rassegna stampa, comunicati stampa per le iniziative delle sedi territoriali;
13. Supporto nella comunicazione online per le sedi territoriali: implementazione sito web e contenuti per le pagine social.

## **LA FORMAZIONE DELLA PERSONA IN SCUP**

Il percorso formativo della persona in servizio civile, propedeutico al progetto, si articolerà in due fasi successive: una prima fase di formazione, durante la quale la persona in SCUP imparerà i principi generali del lavoro di comunicazione e di promozione, entrerà in contatto con le sedi territoriali e apprenderà i programmi del periodo estivo. La fase formativa avrà un periodo iniziale più intenso della durata di circa 30 giorni, per poi continuare in modo più graduale nei mesi successivi.

La seconda parte del percorso prevede la messa a punto di un piano di comunicazione ad hoc per le singole sedi e la sede centrale e l'avvio delle attività operative. In questa seconda fase la persona in SCUP metterà alla prova le competenze acquisite e avrà opportunità di ideare e progettare nuove strategie di comunicazione, sviluppate in collaborazione con OLP e altre figure di riferimento. Con l'aiuto dell'OLP e degli altri referenti del Team comunicazione imparerà a ideare piani di comunicazioni adatti a differenti tipi di proposte e attività (dalle visite guidate di routine, al grande evento "di richiamo"); a mettere in atto le competenze acquisite; a operare in autonomia.

Per trasmettere alla persona in servizio civile tutte le competenze necessarie alla buona riuscita del progetto sono previste 56 ore di formazione specifica relativa ai seguenti temi:

- Corso base sulla sicurezza sul lavoro e primo soccorso con rilascio di attestato, 4 ore. Formatore: Roberto Dallacosta
- Rischi connessi all'impiego dei volontari in progetti di servizio civile, 4 ore. Formatore: Antonia Caola
- Principi della comunicazione e del marketing culturale, etica nei rapporti con la stampa e i media, deontologia del giornalista, modalità tecniche di redazione dei comunicati stampa e di gestione dei rapporti con i media, 5 ore. Formatore: Antonia Caola
- Cittadinanza responsabile: conoscenza dell'ente formazione sullo statuto del museo e la sua *mission* di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente, della biodiversità e del paesaggio, 4 ore. Formatore: Antonia Caola
- Formazione sul corretto utilizzo del brand MUSE e più in generale sulla brand identity, 4 ore. Formatori: Antonia Caola e Serena Morelli
- Forme di promozione di un evento, di applicazione del marketing mix alla realtà culturale e di media planning offline, 6 ore. Formatore: Serena Morelli
- Elementi di grafica pubblicitaria e di graphic design: la comunicazione visiva del messaggio pubblicitario, 6 ore. Formatore: Serena Morelli
- Formazione su come impostare delle azioni di promozione di un evento, dato un determinato budget, 4 ore. Formatore: Serena Morelli
- Formazione su come impostare le azioni di promozione di un evento dato un target di riferimento, 4 ore. Formatore: Serena Morelli
- Elementi di pianificazione e programmazione, organizzazione delle risorse e di controllo delle azioni di comunicazione (project management) 3 ore. Formatori: Antonia Caola e Serena Morelli
- Realizzazione della rassegna stampa, 2 ore. Formatori: Chiara Veronesi e Tommaso Gasperotti
- Realizzazione di un comunicato stampa, 2 ore. Formatori: Chiara Veronesi e Tommaso Gasperotti
- Gestione e implementazione del back office del sito muse.it, 2 ore. Formatori: Jennifer Murphy e Elisa Tessaro.
- Attività di formazione per l'implementazione dei profili social del museo (Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube, Flickr, Instagram), 2 ore. Formatore: Jennifer Murphy

- Modalità di comunicazione ed editing online, 2 ore. Formatori: Jennifer Murphy e Elisa Tessaro.
- Modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 2 ore. Formatori: Jennifer Murphy e Elisa Tessaro.

Nel corso dei primi tre mesi, con regolarità settimanale, si chiederà alla persona in servizio civile un giudizio sul livello di utilità della formazione specifica, sul gradimento dei contenuti e sull'efficacia delle tecniche e delle metodologie utilizzate. Si cercherà inoltre di favorire l'espressione di un pensiero critico e di facilitare l'integrazione tra le conoscenze teoriche acquisite e le attività svolte durante il progetto.

### **COMPETENZA ATTESTABILE: Definire il piano marketing del bene e/o del servizio culturale**

L'insieme delle attività previste consentiranno alla persona in servizio civile di acquisire competenze specifiche riconducibili al seguente profilo professionale: Tecnico di marketing dei beni culturali. Quadro regionale degli Standard Professionali della Regione Lombardia - Livello EQF: 6 (p. 596 <http://www.ifl.serviziirl.it/uploadfile/home/ALLEGATO%202-ProfiliCompetenzeIndipendenti-Febbraio2020-Vers3.pdf>). Il Tecnico di marketing dei beni culturali promuove e diffonde la conoscenza del patrimonio culturale ad un pubblico diversificato e individuato in coerenza con le strategie degli enti/organizzazioni con cui collabora. Collabora alla definizione di strategia, attività e strumenti di marketing culturale curando in particolare l'individuazione dei bisogni e delle aspettative dei fruitori. Realizza azioni di promozione del prodotto culturale attraverso attività di comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità.

**Conoscenze:** Elementi di economia della cultura; Elementi di marketing culturale, Elementi di marketing strategico; Elementi di project management; Normativa dei beni e delle attività culturali; Organizzazione aziendale.

**Abilità:** Applicare tecniche di lavoro di gruppo; Applicare tecniche di marketing mix; Applicare tecniche di media planning; Applicare tecniche di pianificazione strategica.

Le competenze acquisite potranno essere applicate in altri contesti lavorativi, all'interno di enti o organizzazioni che svolgono attività di comunicazione e promozione per conto terzi, oppure di realtà che hanno necessità di comunicare una parte delle loro attività.

Alcuni esempi possono essere: agenzie di comunicazione, Apt e pro loco, musei, enti di ricerca, uffici comunicazione di enti pubblici, associazioni no profit, società di organizzazione eventi.

### **RISORSE IMPIEGATE**

La persona in servizio civile avrà a disposizione una postazione all'interno dell'ufficio comunicazione, dotata di pc con connessione internet e un telefono fisso. In caso di spostamenti sul territorio, persona in servizio civile potrà utilizzare le biciclette e le autovetture del MUSE e il servizio di car sharing. In caso di realizzazione in prima persona di servizi fotografici o brevi riprese video, il museo mette a disposizione la macchina fotografica e la strumentazione necessaria alla ripresa.

**Risorse finanziarie aggiuntive investite dall'ente proponente e destinate in modo specifico alla realizzazione del progetto:** Il museo metterà a disposizione il budget necessario ad attuare le campagne promozionali necessarie, a sostenere gli investimenti pubblicitari, la stampa dei materiali e la loro distribuzione. Non è prevista alcuna spesa a carico della persona in servizio civile. Per i giorni in cui la persona in SCUP sarà impegnata nelle attività previste dal progetto di servizio civile per almeno 3 ore, la stessa potrà beneficiare di un **buono pasto del valore di 6,00 euro**. Saranno rimborsate eventuali spese sostenute dalla persona in servizio civile durante le attività, quali ad esempio: ticket autostradali, ticket parcheggio e pranzo consumato fuori sede.

**PROMOZIONE DEL SCUP:** Il MUSE nel corso del progetto provvederà a promuovere il SCUP utilizzando: il sito web; le pagine social ed eventuale materiale fornito dall'ufficio competente. Le persone in SCUP nel corso del progetto potranno svolgere attività di promozione secondo le richieste della struttura competente.