

Progetto di SCUP

Comunicare la cultura: promozione online e offline al MUSE

Sezione Comunicazione del MUSE - Museo delle Scienze novembre 2022

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.

VITTO: In caso di attività di almeno 3 ore al giorno articolata su mattino e pomeriggio, il/la giovane potrà usufruire dei buoni pasto dell'importo di 6,00 euro l'uno, rilasciati dal Museo.

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

OLP: **Chiara Veronesi**

Referente della comunicazione: **Riccardo de Pretis**

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. 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.

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.

Il Team comunicazione e promozione è composto da 9 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, della redazione della newsletter periodica e del blog.

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 progetto di SCUP "**Comunicare la cultura: promozione online e offline al MUSE**" 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, principalmente offline, in maniera coordinata e integrata con le azioni online per i buoni risultati qualitativi e quantitativi, ponendo una particolare attenzione alla componente della comunicazione visiva.

Un focus particolare, nel periodo primaverile ed estivo, verrà riservato alle attività delle sedi territoriali MUSE. 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 supportata dalle/i professioniste/i del settore comunicazione, la persona in SCUP avrà la possibilità di contribuire a sviluppare strategie e modalità di promozione e comunicazione scaturite dalla sua creatività, declinandole in maniera specifica per le diverse sedi, allo scopo di lanciare le iniziative e gli eventi principali e raggiungere 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, Programmi per il pubblico e Ricerca, Amministrazione, Servizi generali

- 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; web developer; 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/i del settore che la indirizzeranno verso il raggiungimento degli obiettivi, aumentandone in modo graduale le competenze.

Il percorso prevede una parte di formazione, sia teorica che pratica che verrà svolta principalmente secondo la modalità del *learning by doing* – e cioè mediante l'applicazione pratica delle indicazioni fornite e il loro approfondimento grazie all'applicazione nei singoli progetti. La formazione riguarderà tematiche quali i principi generali e la deontologia della comunicazione, le strategie attuabili, la pianificazione del lavoro, la rete delle relazioni necessarie, la creatività. Le persone che forniranno le conoscenze utili alla realizzazione del progetto sono: l'OLP Chiara Veronesi, assieme ai referenti dello staff comunicazione Giulia Chiomento, Serena Morelli, Jennifer Murphy, Tommaso Gasperotti.

La persona in servizio civile sarà parte integrante del Team e costantemente coinvolta nelle riunioni e nelle diverse progettualità di comunicazione.

IL PERSONALE DEL TEAM COMUNICAZIONE

ANTONIA CAOLA

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.

GIULIA CHIOMENTO

Referente comunicazione digitale.

Laureata in Scienze e Tecnologie della Comunicazione, ha all'attivo tre Master Executive in Digital Marketing, Marketing culturale e Project Management. Arriva al MUSE nel 2018 grazie a un progetto di servizio civile sulla comunicazione online. Oggi si occupa dello sviluppo e implementazione del nuovo sito web.

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 collabora con l'Ufficio stampa del MUSE.

VALERIA MARCHIORI

Referente aggiornamento sito web "in dismissione"

Laureata in Editoria e Giornalismo all'Università di Verona, 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.

SERENA MORELLI

Referente della promozione offline e della *visual identity* istituzionale

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. Da quel momento si occupa delle azioni di promozione degli eventi e delle mostre del museo e della comunicazione visiva delle iniziative istituzionali

JENNIFER MURPHY

Referente 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.

MARTA POLONI

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

Dopo la laurea specialistica in Economia e gestione delle Arti presso l'Università Cà Foscari di Venezia arriva al MUSE nel dicembre 2019 per un progetto di Servizio Civile improntato sulla comunicazione offline, incentrata soprattutto sulle sedi territoriali del MUSE. Dal 2020 si occupa delle attività di promozione offline delle iniziative del MUSE e sedi territoriali.

DINA RIZIO

Assistente comunicazione digitale

Laureata in Economia e Gestione dell'Ambiente e del Turismo, ha all'attivo un Dottorato in Sviluppo locale. Dopo alcune esperienze nell'ambito della comunicazione presso aziende private e ONG, dal 2019 collabora con il MUSE al progetto *Trentino sostenibile*. Oggi si occupa dello sviluppo e implementazione del nuovo sito web.

CHIARA VERONESI (OLP)

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.

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, puntando l'attenzione sull'importanza di offrire una panoramica a tutto tondo delle diverse professionalità che si occupano di comunicazione, sia online che offline e della comunicazione visiva.

Il presente progetto è stato redatto **grazie al contributo di Chiara Berardi, Lorenzo Rizzardi e Marianna de Benassutti**, che hanno svolto il servizio civile presso il Team comunicazione MUSE dal 1 marzo 2022, tenendo conto dei loro suggerimenti migliorativi e dell'esperienza fatta durante il percorso. Il loro contributo migliorativo ha individuato alcune attività centrali che hanno permesso di sviluppare i punti di forza di questo nuovo progetto sottoposto a bando.

Per quanto riguarda la parte di **comunicazione offline** 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, al di là della sua implementazione operativa e concreta.

Per quanto riguarda la parte di **comunicazione online** in particolare, le giovani in servizio civile Chiara Berardi e Marianna de Benassutti, hanno individuato una serie di attività centrali, che potrebbero essere sviluppate con maggiore sistematicità con il prossimo progetto.

È emersa tra tutte l'importanza di affidare alla persona in servizio civile un set di responsabilità ben definite, fornendole gli strumenti progettuali e operativi per seguire autonomamente i compiti affidati. Inoltre, si sottolinea la rilevanza di feedback mirati da parte dei colleghi dell'ufficio e dell'OLP per aumentare la consapevolezza della persona in servizio civile nel contesto lavorativo e formativo. Emerge infine il desiderio di essere coinvolti nell'azione promozionale in tutte le sue parti: dall'ideazione all'implementazione

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 nei processi interni e acquisire in tal modo maggiore autonomia lavorativa.

Modalità di svolgimento del progetto

La persona in SCUP sarà seguita e collaborerà con i referenti della promozione online e offline che forniranno 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.

Si andranno a presentare tutte le componenti della promozione online e 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 online e offline, i mezzi storicamente usati per la comunicazione sia dentro che fuori la rete internet: tra questi particolare rilievo verrà dato alla produzione di materiale promozionale cartaceo, affissioni, quotidiani, periodici e riviste, radio, televisioni, mezzi di pubblicità dinamica. Nel campo della comunicazione online il progetto prenderà in considerazione la gestione “ordinaria” del sito web del museo, la produzione e programmazione di contenuti per i canali social (realizzazione di foto, video, testi, ecc).

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.

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 parteciperà 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, Chiara Veronesi, ha all'attivo quindici anni di esperienza nel settore comunicazione e promozione. Il suo ruolo nei confronti del candidato sarà quello di formatrice. 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, 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 ma senza trascurare la parte online;
- 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, in sinergia con la parte online.
- 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.
- Capacità di sviluppare azioni in sinergia con il contesto online
- Conoscenza delle diverse piattaforme social e loro differente utilizzo strategico per la comunicazione degli aspetti istituzionali e non dell'ente.

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.

Nella fase di selezione sarà garantita la parità di genere.

Il punteggio dei candidati sarà espresso in centesimi (da 0 a 100) e, a conclusione della selezione, sarà redatto un verbale.

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, brevi news per le iniziative delle sedi territoriali;
13. Supporto nella comunicazione online implementazione sito web e contenuti per le pagine social;
14. Supporto nella comunicazione web e social: scrittura per il web, produzione contenuti social, programmazione e pubblicazione dei contenuti;
15. Ideazione e produzione di alcune newsletter tematiche nel corso dell'anno.

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 e le competenze acquisite; a operare in autonomia.

Si sottolinea come entrambe le parti saranno svolte secondo la modalità del learning by doing. Non verranno previste quindi lezioni frontali di taglio teorico ma indicazioni specifiche fornite in modo contestuale all'applicazione pratica su progetti specifici e concreti. Alla persona in servizio civile verrà data la possibilità di partecipare a eventuali corsi di formazione organizzati dal settore, nonché di visionare nella modalità on demand i corsi tenutisi negli ultimi due anni con la partecipazione di relatori di rilievo (ad esempio: scrittura per il web / comunicazione attraverso i social media).

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 esterno.
- 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, Chiara Veronesi, Tommaso Gasperotti
- 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, 8 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 le azioni di promozione di un evento dato un target e un budget 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, Jennifer Murphy
- 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, 4 ore. Formatori: Jennifer Murphy e Giulia Chiomento.
- 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 Giulia Chiomento

- Modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 2 ore. Formatori: Jennifer Murphy e Giulia Chiomento.

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.servizirl.it/uploadfile/home/ALLEGATO%202-ProfiloCompetenzeIndipendenti-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, la 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. **Spese vitto: 1.440 euro**

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.