

Progetto di SCUP

Comunicare la cultura: promozione online e offline al MUSE_2

Sezione Comunicazione del MUSE - Museo delle Scienze

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**. Eventuali chiusure della sede di servizio che potrebbero richiedere l'utilizzo di giornate di permessi retribuiti: Natale, Capodanno, feste nazionali, patrono.

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

Vitto: In caso di attività di almeno 4 ore o attività articolata su mattino e pomeriggio, i/le giovani potranno 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 Viote del Monte Bondone, il Museo delle Palafitte del Lago di Ledro, il Museo Geologico delle Dolomiti a Predazzo. 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 **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 le cittadine e i cittadini, le visitatrici e i visitatori, le turiste e i turisti, il pubblico potenziale e le professioniste 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.

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 "**Comunicare la cultura: promozione online e offline al MUSE_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, 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 estivo, verrà riservato alle attività delle sedi territoriali MUSE. A partire dalla primavera, sarà necessario pianificare le azioni di promozione online e offline che verranno realizzate e implementate nel periodo pre- e durante l'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 supportata dalle/i professioniste/i del settore comunicazione, la persona 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 professioniste/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. La **persona in servizio civile sarà parte integrante del Team comunicazione e costantemente coinvolta** nelle riunioni e nelle diverse progettualità di comunicazione. In quest'ottica, potrà collaborare nei diversi aspetti della comunicazione, come ad esempio la promozione offline e la realizzazione di materiali cartacei (depliant, manifesti, brochure ecc), la gestione dei canali web e social, le mansioni dell'ufficio stampa, la 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.

LE RISORSE UMANE

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.

ANTONIA CAOLA (coordinatrice responsabile)

Responsabile Ufficio Relazioni Istituzionali e Ufficio stampa

Giornalista pubblicista, laureata in lingua cinese. 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. Al MUSE dal 2018, 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. Dall'ottobre 2019 lavora all'Ufficio stampa MUSE.

ADELE GERARDI

Giornalista professionista, scrittrice e autrice e regista tv, ha iniziato la sua attività a Roma nella carta stampata, per passare al web nella redazione di galileo.net e poi alla tv (Stream, Sky Italia, Rai Sat) e a Berlino nella redazione scientifica del quotidiano Die Welt. Ha conseguito il master in giornalismo scientifico alla SISSA. A Trento ha diretto il TG di Rtr tv, collaborato con Trentino Tv, con le tre serie televisive “Donne di alta quota”, poi reporter per l’Agenzia ANSA di Trento e Bolzano, addetta stampa nelle Istituzioni della provincia di Trento, come segretario particolare del presidente del Consiglio provinciale e poi come membro del CORECOM. Da gennaio 2023 lavora nel team di comunicazione del MUSE curando i prodotti multimediali: video, animazioni, podcast, audio guide.

VALERIA MARCHIORI

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

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. Da luglio 2021 torna al MUSE per supportare l’attività dell’ufficio comunicazione.

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 si occupa 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.

LAVINIA DEL LONGO

Laureata in Fisica all’Università di Trento nel 1996, lavora dal 1998 al Museo Tridentino di Scienze Naturali a Trento dove svolge ruoli diversi seguendo in tutte le fasi la nascita del nuovo Museo delle Scienze di Trento. Svolge per conto del museo un lavoro di ricerca e benchmark internazionale nel settore dei musei scientifici e centri della scienza in Europa e negli Stati Uniti. Coordina assieme al direttore del Museo tutti i passi del processo di sviluppo del progetto MUSE dallo studio di fattibilità nel 2002-2003 fino alla gestione di tutta la squadra interna di lavoro, i designer e le imprese appaltatrici che portano all’inaugurazione nel luglio 2013. Da allora, è responsabile dell’area tecnica del MUSE occupandosi di organizzazione interna di: controllo della gestione operativa, edificio e allestimenti, manutenzioni, appalti e nuovi progetti in diretta assistenza alla direzione dell’ente.

SERENA MORELLI

Laureata in Conservazione e gestione dei Beni Culturali all’Università di Trento, è arrivata al MUSE

nel 2015 con un progetto di Servizio civile focalizzato sulla comunicazione delle sedi territoriali del MUSE. Ha lavorato per sette anni nel comparto Comunicazione e promozione del museo e da dicembre 2022 è impiegata nel settore Marketing e Fundraising.

VANESSA VACCHINI

Laureata in Sociologia, indirizzo Comunicazione e Mass Media all'Università di Trento, lavora al Mart, Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto, dal 2002 al 2022 nel settore Marketing che dirige dal 2012 al 2022. Negli anni si è occupata di promozione, rapporti col territorio, fundraising, membership ed eventi. Dall'ottobre 2023 lavora nell'ufficio Marketing del Museo, Museo delle Scienze di Trento.

KATIA FRANZOSO

Assistente museale, Ufficio programmi per il Pubblico del MUSE – Museo delle Scienze
Laureata di matematica, fa parte del programma accessibilità e inclusione del MUSE. Si occupa di progetti per l'accessibilità senso-percettiva e intellettuale-relazionale e di welfare culturale. Coordina il team dei volontari.

NICOLA ANGELI

Attualmente ricopre il ruolo di Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) per il Museo e le sue sedi territoriali e sta frequentando, a titolo di aggiornamento professionale, un master (HSE management) erogato dall'Università di Modena e Reggio Emilia.

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, 2021, 2022, 2023), 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 anche **grazie al contributo Nicole Pedrotti**, che ha svolto il servizio civile presso il Team comunicazione MUSE dal 1 marzo 2023, tenendo conto dei suoi suggerimenti migliorativi e dell'esperienza fatta durante il percorso. Il suo contributo migliorativo ha individuato alcune attività di formazione che permettono di sviluppare i punti di forza di questo nuovo progetto sottoposto a bando.

Per trasmettere una visione più completa del lavoro di comunicazione del museo alla persona in SCUP, su suggerimento di Nicole Pedrotti, viene proposto di **integrare il percorso di formazione specifica fino a oggi previsto** con alcune ore di formazione gestite da altri uffici/settori del museo:

- Marketing: di cosa si occupa? Come e per cosa interagisce con il settore della comunicazione? (2 ore, Formatore: referente Uff. Marketing)
- La membership del museo: come fidelizzare il visitatore (1 ora, Formatore: referente Uff. Marketing)
- Accessibilità: un museo accessibile come comunica? Cosa bisogna fare per realizzare una comunicazione accessibile. (2 ore, Formatore: referente Uff. Accessibilità)
- Museo Ecosostenibile: strategie, materiali e scelte messe in campo dal museo nel rispetto dell'ambiente e della sostenibilità nella comunicazione e nella realizzazione dei vari allestimenti (2 ore, Formatore: referente Uff. allestimenti)

Modalità di svolgimento del progetto

La persona candidata 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. 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. 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 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. 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. Si occuperà: di formazione; dell'accoglienza della persona in servizio civile; 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 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 registro presenze, in cui verranno evidenziati i momenti formativi, gli apprendimenti e le capacità acquisiti.

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
- 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 per la persona in SCUP

- 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.

Tale progetto è particolarmente indicato per 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.

Il progetto darà alla persona in SCUP occasioni per sperimentare le proprie competenze linguistiche in inglese e in tedesco.

ATTIVITÀ SPECIFICHE PREVISTE

La persona in SCUP svolgerà le seguenti attività, in un primo momento affiancata dai referenti del settore comunicazione, 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
16. Ideazione e produzione di uno o più contenuti per il blog MUSEXtra.

LA FORMAZIONE DELLA PERSONA IN SCUP

Il percorso formativo della persona in SCUP si articolerà in due fasi successive: una prima fase 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.

La seconda fase 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. 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. Entrambe le parti saranno svolte secondo la modalità del *learning by doing*. Saranno fornite indicazioni specifiche in modo contestuale all'applicazione pratica su progetti specifici e concreti. Alla persona in SCUP 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 SCUP tutte le competenze necessarie alla buona riuscita del progetto sono previste 55 ore di formazione specifica relativa ai seguenti temi:

- Formazione sulla sicurezza: Piano di Emergenza Interno, rischi specifici legati all'attività prevista, organizzazione della sicurezza all'interno del Museo, 2 ore Formatore: Nicola Angeli
- **Formazione ed informazione sui rischi connessi al proprio impiego nell'ambito del progetto e sulle misure di sicurezza nella sede di progetto** 2 ore Formatrice: Chiara Veronesi
- 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, 2 ore Formatrici/ori: 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, 1 ora. Formatrice: Antonia Caola
- Formazione sul corretto utilizzo del brand MUSE e più in generale sulla brand identity, 3 ore Formatrici: Antonia Caola e Marta Poloni
- Forme di promozione di un evento, di applicazione del marketing mix alla realtà culturale e di media planning offline, 7 ore Formatrice: Marta Poloni e Valeria Marchiori
- Elementi di grafica pubblicitaria e di graphic design: la comunicazione visiva del messaggio pubblicitario, 6 ore Formatrice: Marta Poloni e Valeria Marchiori
- Formazione su come impostare le azioni di promozione di un evento dato un target e un budget di riferimento, 4 ore Formatore: Marta Poloni e Valeria Marchiori
- Elementi di pianificazione e programmazione, organizzazione delle risorse e di controllo delle azioni di comunicazione (project management) 3 ore Formatrici: Antonia Caola, Jennifer Murphy
- Realizzazione della rassegna stampa, 2 ore Formatrici/ori: Chiara Veronesi e Tommaso Gasperotti
- Realizzazione di un comunicato stampa, 2 ore Formatrici/ori: Chiara Veronesi e Tommaso Gasperotti
- Gestione e implementazione del back office del sito muse.it, 4 ore Formatrici: Giulia Chiomento e Dina Rizio
- Attività di formazione per l'implementazione dei profili social del museo (Facebook, Twitter, YouTube, Flickr, Instagram, Telegram e WhatsApp), 2 ore. Formatrice: Jennifer Murphy
- Modalità di comunicazione ed editing online, 2 ore Formatrici: Jennifer Murphy e Giulia Chiomento
- Modalità di sviluppo di un piano di comunicazione strategica online, 2 ore Formatrici:

- Jennifer Murphy e Giulia Chiomento.
- Produzione di contenuti video e podcast. Principi guida e primi passi, 4 ore Formatrice: Adele Gerardi
 - Marketing: di cosa si occupa? Come e per cosa interagisce con il settore della comunicazione? 2 ore Formatore: Serena Morelli
 - La membership del museo: come fidelizzare il visitatore, 1 ora Formatore: Vanessa Vacchini
 - Accessibilità: un museo accessibile come comunica? Cosa bisogna fare per realizzare una comunicazione accessibile. 2 ore Formatore: Katia Franzoso
 - Museo Ecosostenibile: strategie, materiali e scelte messe in campo dal museo nel rispetto dell'ambiente e della sostenibilità nella comunicazione e nella realizzazione dei vari allestimenti. 2 ore Formatore: Lavinia Del Longo

Nel corso dei primi mesi, con regolarità, 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.

COMPETENZA ATTESTABILE:

L'insieme delle attività previste consentiranno alla persona in servizio civile di acquisire la competenza specifica: **Sviluppo piano di comunicazione** riconducibile al seguente profilo professionale: tecnico della comunicazione-informazione. Quadro regionale degli Standard Professionali della Regione Emilia Romagna.

Conoscenze: Principi comuni e aspetti applicativi della legislazione vigente in materia di sicurezza; La sicurezza sul lavoro: regole e modalità di comportamento (generali e specifiche); Media e regole della comunicazione d'impresa; Principi di marketing; Web e reti di comunicazione virtuali; Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.).

Abilità: Valutare tempi e risorse economiche necessarie all'implementazione del piano di comunicazione; Individuare strutture, tecnologie, rete di soggetti da coinvolgere in funzione della strategia comunicativa che si intende realizzare; Adottare le modalità e i supporti di diffusione più adeguati a raggiungere il target di destinatari individuato; Utilizzare i canali comunicativi più appropriati all'implementazione del piano di comunicazione.

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, 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. 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.

Rimborso spese trasferte: 800,00 euro

Spese vitto: 1.440,00 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.