



Progetto PON C5 2007-2013

“Un motore per la ripresa dell'economia territoriale: il turismo”

Nell'ambito del progetto formativo *“Un motore per la ripresa dell'economia territoriale: il turismo”*, gli studenti del **Liceo Scientifico “Galileo Galilei”** di Napoli hanno espletato uno stage presso gli uffici della **Fondazione MIdA – Musei Integrati dell'Ambiente**, acquisendo competenze nel settore turistico e svolgendo attività inerenti il marketing, la promozione, la comunicazione e l'accoglienza turistica nei musei.

Gli stagisti sono stati preliminarmente introdotti allo svolgimento delle loro attività attraverso lezioni di carattere didattico/scientifico ed, in seguito, ripartiti dai tutor della Fondazione MIdA in tre gruppi di lavoro pratico: 1. *Gruppo Museo MIdA* con affiancamento alla guida del Museo; 2. *Gruppo marketing* con affiancamento alla responsabile marketing; 3. *Gruppo Ufficio Stampa* con affiancamento alla responsabile dell'ufficio stampa. Nell'arco delle tre settimane di stage, i gruppi di lavoro sono stati flessibili: i ragazzi a rotazione affrontavano ciascun tipo di lavoro. L'obiettivo è stato quello di far acquisire a tutti gli studenti competenze trasversali.

Dopo una presentazione della Fondazione MIdA e della sua offerta turistica, gli studenti hanno seguito un **seminario sugli aspetti geo-speleo-archeologici** delle Grotte di Pertosa-Auletta, che la Fondazione MIdA gestisce. La lezione è stata integrata dalla consegna di materiali di ricerca scientifica sulle grotte con illustrazione delle attività turistiche e didattiche già avviate dalla Fondazione, e dalla visita alle sezioni museali e alle grotte per una maggiore comprensione di quanto appreso teoricamente. In seguito, **i tirocinanti hanno affiancato la guida dei musei MIdA,**



imparando le tecniche di accoglienza turistica ed accompagnamento dei visitatori nei musei. I ragazzi hanno approfondito le tematiche illustrate nei musei, acquisendo la capacità di presentare ai turisti in visita le varie sezioni scientifiche.

Gli studenti, poi, hanno seguito un **seminario sull'attività dell'ufficio stampa**, con un focus sulle regole che un "buon addetto stampa" deve seguire e sulle competenze dell'ufficio stampa. Il gruppo di lavoro è stato edotto su come scrivere un comunicato stampa e una cartella stampa, i due strumenti più importanti di comunicazione con i mass media. Dopo la lezione teorica, **i tirocinanti sono stati coinvolti nell'elaborazione di un comunicato stampa per il lancio di una notizia di carattere turistico sui dati di affluenza dei visitatori alle Grotte di Pertosa-Auletta nell'estate 2014**, creando all'uopo anche una tabella con i riferimenti numerici e gli incrementi registrati da un anno (quello precedente - 2013) all'altro (quello attuale 2014). Una volta strutturato il comunicato stampa, i ragazzi hanno contattato tramite mail le redazioni di carta stampa, tv e web, imparando le modalità di relazione con i mass media e curando l'eventuale recall per assicurarsi un'adeguata rassegna stampa della notizia inviata.

Un'altra lezione teorica ha illustrato ai ragazzi **le tecniche di marketing** e web-marketing. In seguito, nel lavoro di affiancamento all'ufficio marketing, **gli stagisti sono stati impegnati nella ricerca di nuovi potenziali clienti quali agenzie, gruppi scout, parrocchie ed istituti scolastici, acquisendo le corrette modalità di accoglienza e comunicazione dell'offerta turistica** tramite telefonate ed invio e-mail. Mentre, nell'affiancamento all'ufficio stampa, hanno ricercato contatti stampa al fine di ampliare il database di blog di viaggio, testate giornaliste online di settore. Dopo questo primo lavoro di raccolta, **tutti gli studenti sono stati coinvolti nella stesura di un catalogo**



didattico e una cartella stampa da inviare ai contatti raccolti con l'obiettivo di far conoscere il sistema MIdA.

I tirocinanti sono stati preparati con un **seminario anche alle tecniche delle produzioni cine-video ai fini della creazione di uno spot promozionale** ed interviste ai visitatori da utilizzare nello storytelling delle attività MIdA. Precisamente, gli stagisti hanno elaborato uno spot promozionale, in cui raccontare l'offerta turistica MIdA e promuoverla al pubblico attraverso una campagna di comunicazione sul web. Dopo l'elaborazione dell'idea progettuale alla base dello spot, i ragazzi hanno realizzato dei video con l'ausilio dei loro smartphone negli spazi MIdA e adiacenti le Grotte di Pertosa-Auletta. **In questo lavoro è stata registrata un'elevata partecipazione di tutti i tirocinanti: l'attività ha consolidato il lavoro di squadra e lo spirito di gruppo.** In seguito, i ragazzi si sono impegnati nel montaggio dello spot, ideando uno slogan ed un **hashtag (#MIdADance)** per **il lancio dello stesso sul web**, utilizzando i social network della Fondazione MIdA (pagine Grotte di Pertosa-Auletta e Fondazione MIdA).

L'ultima lezione teorica ha riguardato il **geoturismo e la rete dei Geoparchi UNESCO** con attenzione anche alle attività di marketing/comunicazione connesse. Successivamente, **i ragazzi si sono spesi nell'ideazione di una serie di iniziative da realizzare nelle Grotte di Pertosa-Auletta**, sito geoparco Unesco, creando una presentazione in power point con tutti i dettagli degli eventi.

Molta partecipazione dei ragazzi è stata registrata, infine, nelle **attività di comunicazione e marketing inerenti la gestione dei social network MIdA, con la creazione di hashtag (#nontuttiipaesinasconoconilbuco, #nuoviorizzontisottoimonti)** per la promozione del sistema



MIDA, Musei e Grotte di Pertosa-Auletta, accompagnata da selezione di foto e post sulle pagine Facebook Fondazione MIDA e Grotte di Pertosa-Auletta, generando un notevole incremento di likes sulle rispettive pagine.

Al termine dello stage, tutti i ragazzi hanno acquisito competenze nel settore turistico, realizzando prodotti per la promozione e lo sviluppo del sistema MIDA come lo spot promozionale, il catalogo didattico, un comunicato stampa, una cartella stampa, questionari di gradimento, presentazioni di eventi, attività di accoglienza turistica ed accompagnamento ai musei. **La Fondazione MIDA ha insegnato loro come il turismo possa rappresentare oggi una fonte di lavoro e un'opportunità di impresa: *fare turismo al meglio significa* migliorare le infrastrutture locali, garantire un livello superiore di servizi per la popolazione e aumentare la capacità locale di attrarre investimenti di privati anche in settori diversi da quello turistico, generando un *circuito virtuoso di buone prassi e di lavoro contrastando la crisi attuale.***

I tutor Aziendali:

Francesca Caggiano

Antonio Coronato

Anna De Mauro