

Proposta Project Work
Anno scolastico 2026-2027
A scuola d'impresa. L'Italia nei nostri musei e archivi d'impresa

Museo Berta

TITOLO DEL PROJECT WORK	Experience manager per un giorno – progettare un'offerta enoturistica al di là della semplice degustazione
DESTINATARI	Studenti del triennio della Scuola secondaria di II grado
CAPACITA'	• Capacità di lavorare con gli altri in maniera costruttiva • Capacità di concentrarsi, di riflettere criticamente e di prendere decisioni • Capacità di trasformare le idee in azioni • Capacità di essere proattivi e lungimiranti • Curiosità nei confronti del mondo, apertura per immaginare nuove possibilità
TEMA/ARGOMENTO	Il progetto è pensato per far lavorare i ragazzi su un caso reale e quotidiano del lavoro di un'attività turistica e museale, partendo dall'ideazione, pianificazione e ricerca (individuazione e studio del target, brainstorming creativo, generazione dell'idea, individuazione degli stakeholder e dei passaggi necessari alla messa in atto del progetto) e arrivando all'atto pratico di realizzazione (individuazione delle possibili criticità e creazione di corrispondenti scenari di risoluzione, creazione di eventuale materiale a supporto). Parte del progetto sarà inoltre dedicata alla comunicazione dell'esperienza innovativa (scelta dei canali, creazione di contenuti da utilizzare per comunicare e promuovere l'evento, declinazione del contenuto sui vari canali). Il progetto viene proposto con l'intento di ampliare le modalità di fruizione del Museo Berta, verso una fruizione più giocosa e divertente.
DESCRIZIONE DEL PROGETTO	I ragazzi dovranno compiere una serie di scelte strategiche, progettando: La categoria di pubblico a cui si rivolge l'esperienza

	La tipologia di esperienze (visita guidata tematica, esperienza all'aperto, esperienza al chiuso, carattere artistico, culturale, sensoriale). La modalità di fruizione dell'esperienza (disponibile ogni giorno su prenotazione – mini eventi da ripetere ciclicamente durante l'anno) La scelta delle strategie di comunicazione più adatte ad attirare la tipologia di pubblico a cui si è interessati senza perdere di vista gli asset comunicazionali e di brand di Berta.
RISULTATO ATTESO	I ragazzi realizzeranno una presentazione sintetica, in formato Canva / PDF / PPT in base alle loro considerazioni e decisioni strategiche e stilistiche, in cui siano delineati: Il target di riferimento Il concept dell'esperienza L'articolazione pratica dell'esperienza (come si svolge, quando, gli stakeholder, le modalità di prenotazione e fruizione) Il piano di comunicazione, con indicazione chiara dei canali attivati, dei timing, dei concept dei contenuti. Un contenuto di esempio è gradito ma non necessario.
TEMPI DI REALIZZAZIONE PREVISTI	Si stima un totale per la realizzazione di circa 15 ore così suddivise: Visita preliminare presso il Museo e azienda Berta 2 ore; Rielaborazione in classe del materiale 10 ore; Presentazione dei lavori al Museo Berta 3 ore. <i>Le ore si intendono indicative e verranno definite con i referenti e gli insegnanti.</i>
RISORSE NECESSARIE (UMANE, STRUTTURALI E FINANZIARIE)	RESPONSABILE MUSEO E RESPONSABILE COMUNICAZIONE BRAND Giulia Berta Ulteriori figure necessarie saranno definite in un secondo momento in base alle richieste specifiche del docente o dei ragazzi.

MATERIALI E STRUMENTI UTILIZZABILI	- <u>per la fase di ricerca</u>: gli studenti avranno a disposizione presentazioni in pdf ad hoc, materiale d'archivio consultabile in azienda, fotografie e video. Inoltre saranno invitati a prendere appunti e scattare fotografie durante l'incontro in sede e avranno a disposizione il lookbook aziendale, le pagine social e il sito web. - <u>per la fase realizzativa</u>: i ragazzi lavoreranno con mezzi propri (cellulari, tablet o pc). Il giorno della presentazione verrà allestito ad hoc lo spazio, comprendente schermo interattivo per l'esposizione del materiale
METODOLOGIE PREVISTE	- Visita guidata agli spazi del Museo e dell'azienda, confronto con figure professionali specifiche e dedicate - Learning by doing, approccio a un tema poco teorico e molto pratico, momenti di analisi sulle possibili criticità dell'esperienza proposta, utile per sviluppare senso critico, pensiero strategico e capacità di integrazione del contesto culturale e aziendale ai propri ragionamenti. - Lavoro in piccolo gruppo secondo un modello aziendale realistico di suddivisione dei compiti, utile per affinare le abilità organizzative e relazionali e sviluppare senso di responsabilità verso una committenza e un gruppo di lavoro.