

Master universitario in: “Management dei Beni Culturali e Ambientali” A. A. 2009 - 2010

Titolo della tesi: “**Il Marketing e la comunicazione museale: il caso Museion di Bolzano**”

Candidata: Endlicher Francesca

Abstract

La mia attività di stage, a conclusione del percorso di studi previsto per il Master in “Management, marketing e multimedialità per i beni e le attività culturali” si è svolta presso l’Ufficio Marketing, Stampa e Relazioni di Museion – Museo d’Arte Moderna e Contemporanea di Bolzano. La scelta è caduta su questa istituzione perché Museion rappresenta un caso emblematico di museo d’arte contemporanea: non si tratta di un semplice contenitore di opere, ma di un laboratorio internazionale di ricerca con una vocazione all’interdisciplinarietà. Un’ulteriore stimolo che mi ha spinto verso questa istituzione è dato dal fatto che si tratta di un museo che si trova in un “territorio di confine”, fortemente influenzato da una cultura mitteleuropea e caratterizzato dal bilinguismo. Le mie aspettative prima di affrontare il periodo di stage, che si è svolto da agosto a dicembre 2010, erano quelle di poter vedere il funzionamento delle attività di marketing e di comunicazione all’interno di un museo d’arte contemporanea. Tale volontà prende le mosse dal desiderio di realizzarmi professionalmente in questo settore e, nello specifico, nell’ambito del marketing e della comunicazione museale e dell’organizzazione di eventi culturali. Durante questi tre mesi ho avuto la possibilità di osservare il modus operandi di Museion e di poter partecipare attivamente alle attività del settore di mio interesse e di apprendere nozioni significative per la mia formazione. In questa tesi, dopo una breve descrizione di Museion ripercorrendone la storia dalla nascita dell’istituzione al recente rinnovamento del 2008, descrivendo la nuova architettura e gettando un occhio sulla natura della collezione e sulle attività del museo, mi soffermo ad analizzare nello specifico le mie attività come stagista presso l’Ufficio Marketing, Stampa e Relazioni. In particolare, senza entrare nel dettaglio di tutte le mansioni svolte, ho preso in analisi alcuni dei progetti principali che ho portato a termine. La mia collaborazione si è svolta principalmente presso l’Ufficio Marketing di Museion, con collaborazioni specifiche anche con l’Ufficio Stampa e Relazioni soprattutto in concomitanza con periodi particolarmente intesi come l’inaugurazione di mostre. Per quanto concerne il marketing ho collaborato attivamente fin da subito nelle attività principali del settore quali la comunicazione, lo sponsoring e l’organizzazione di eventi. Per ognuna di queste mi sono soffermata a descrivere un progetto particolarmente significativo.

My internship activity, made possible thanks to the attendance of “Management Marketing e Multimedialità per i beni e le attività culturali” Master in Turin, has taken place at Marketing Office, Press and Public Relations Office of “Museion – Museum of Modern and Contemporary Art” in Bolzano.

The choice of this specific institution has to be connected with its unusual speciality for a Museum of Contemporary Art: it's not just a “box filled up with artworks”, rather than an international laboratory of research with a strong vocation to the interdisciplinarity.

Furthermore the location of “Museion” holds, again, a peculiarity: “la casa”, as widespread called internally, is situated on a borderland, highly influenced by the “middle-european cultur” and characterized by the bilingualism.

My expectations before the very beginning of the internship, August – December 2010, were, in primis, to have the opportunity of observing and taking part to the activities of both Marketing and Communication offices of a Contemporary Art Museum. This particular willingness came up from the desire to work into the marketing area of a cultural institution and events organization.

Along these three months, I have joined and helped the staff of Museion and also been able to observe and understand how evolves the day by day activity and the modus operandi into a Museum, in order to enhance my expertise and to upgrade my professional status.

On the inside of this thesis after a brief description of the historical process of Museion, from the birth until the recent renewal in 2008, there will be a more detailed overview about my activities as trainee in all the offices previously listed:

in particular, among the main projects followed-through, I've focused my attention as far as concerned Marketing area on web communication, sponsoring and events organization and regarding Press Office, the core of my job has been defined by the official happenings which have characterized the Museion's agenda during my internship.