



BUONE PRASSI

STRUMENTI DIGITALI USATI DAI MUSEI



 Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

INDICE

Progetto Digi.muse
Museo del Tessuto 1
Piccolo Museo del Diario 2
Museo Archeologico Regionale "A. Salinas" 3
MUDEC Museo delle Culture di Milano 4
Museo di Forte Belvedere 5
Museo di San Francesco 6
Museo della Guerra 7
Museo Civico di Modena 8
MED Museo del mare e della navigazione antica 9
BAVA Museo Bagatti Valsecchi 10
Digital Art House 11

Museo Etnografico dell'Istria 12
Il Museo di Storia Svedese 13
Museo di Lębork 14
Museo Nazionale di Storia Contemporanea della Slovenia 15
Rijksmuseum - Museo Statale di Amsterdam 16
Stadtmuseum Dresden - Museo della città di Dresda 17
MOMus - Museo d'Arte Contemporanea 18
MUV FMJJ Museo Virtual Fundación María José Jove 19
Centro interpretativo da historia do Bacalhau 20
Museo del Prado 21
Bassins des Lumières 22
Museu Nacional d'Art de Catalunya 23
Matrice: Strumenti digitali usati dai musei



PROGETTO DIGIMUSE

Digi.muse è un Progetto Europeo cofinanziato dal programma **Erasmus Plus** della Commissione europea, in cui partecipano 3 istituzioni.

Il consorzio è rappresentato dalla Fondazione Genti d'Abruzzo (Italia), Internet Web Solutions (Spagna) e Institut de Haute Formation aux politiques communautaires (Belgio).

TARGET

Digi.muse si rivolge ai **piccoli musei**, i quali rivestono un ruolo rilevante nell'educazione non formale e informale; il loro ruolo è prioritario nel realizzare concrete azioni di integrazione grazie allo stretto legame con il territorio e con la comunità, alla capacità di essere accoglienti e di offrire esperienze originali ai visitatori.

OBIETTIVI

Il progetto si focalizza sui piccoli musei con tre obiettivi:

1. potenziare l'innovazione della funzione educativa e inclusiva dei piccoli musei attraverso **soluzioni digitali**;
2. aumentare le opportunità di accesso al programma Erasmus attraverso un percorso specifico di **Capacity Building**;
3. promuovere la collaborazione internazionale tra piccoli musei ponendo le basi per la creazione di un **Network europeo**.

MUSEO DEL TESSUTO

 Prato, Regione Toscana

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Prato è al centro di un importante distretto tessile, il più grande a livello europeo. Il Museo del Tessuto conserva il suo patrimonio storico e culturale, promuovendo l'arte, la cultura e la produzione tessile antica e contemporanea.

Contatto: +39 0574 611503

info@museodeltessuto.it

museodeltessuto@pec.uipservizi.it

Sito web: www.museodeltessuto.it



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Tessuti SOCIALI (SOCIAL Learning, Allestimenti museali, Lingue, Interazioni)

Target group: Comunità di adulti stranieri residenti nel territorio pratese (cinese, albanese, maghrebina e pakistana)

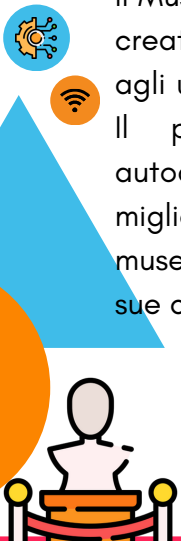
Obiettivi:

- Favorire lo sviluppo delle competenze linguistiche e della consapevolezza interculturale
- Realizzare un modello di fruizione degli spazi museali inclusivo ed interattivo

Iniziativa europea di riferimento: POR FSE 2014-2020 Fondo Sociale Europeo

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Avvicinare l'utente straniero alle attività museali attraverso percorsi di formazione linguistica



Il Museo del Tessuto, in collaborazione con l'Università di Siena, ha creato un percorso digitale di formazione in lingua italiana rivolto agli utenti adulti stranieri: "l'italiano al museo" (si veda "Link utili"). Il percorso, ad accesso libero e fruibile in totale autoapprendimento da computer e cellulare, permette di migliorare la competenza linguistica attraverso la terminologia del museo e la promozione della sua storia, delle sue attività e delle sue collezioni.

2. Rendere i contenuti fruibili alle comunità straniere includendole attivamente in questo processo

La tecnologia QR Code è stata utilizzata per creare un percorso digitale, che consente di visitare in maniera autonoma il Museo con la possibilità di ascoltare degli audio in italiano semplificato, albanese, arabo, cinese e urdu. Le voci che intervengono nelle audioguide del Museo sono dei ragazzi delle diverse comunità che sono stati inclusi nelle attività di speakeraggio.

Soluzioni digitali:

- Servizi di gamification tramite app Genial.ly
- Virtual tour piattaforma digitale ThingLink
- Tecnologia Qr Code

(Si veda "Link utili", soluzioni digitali)

Criticità:

- Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale
- Costo di acquisto e manutenzione delle tecnologie digitali
- Scarso posizionamento a livello interazionale a causa di una mancanza di contenuti online in lingua inglese

Punti di forza:

- Presenza di strumenti digitali di supporto alla visita (apparati multimediali, touchscreen, macro-videoproiezioni)
- Presenza di strumenti per la fruizione tramite sistemi di gamification
- Presenza virtual tour
- Aumento dei visitatori online a seguito della Pandemia da Covid-19
- Possibilità di fornire una più ampia gamma di servizi sul web (catalogo digitale, archivi online, ecc.)
- Implementazione di soluzioni (anche minimali, come codici QR) per l'accesso ai contenuti da dispositivi mobili



Link utili/Ulteriori riferimenti:

L'italiano al museo

<https://elil.it/tessutisociali/litaliano-al-museo/>

Contenuti interattivi e soluzioni digitali utilizzati da Tessuti Sociali

<https://elil.it/tessutisociali/museo-digitale/>

Altre attività promosse da Tessuti SOCIALI

<https://elil.it/tessutisociali/>

Metodologia:

- Con Genial.ly è possibile creare facilmente dei contenuti (anche interattivi) in modo semplice e intuitivo. Sul sito si trova una breve guida su come utilizzare il servizio.
- Per creare un codice QR è sufficiente entrare in uno dei numerosi siti gratuiti che li generano e inserire il link che si vuole associare al QR

Possibile soluzione low cost:

- Esistono diversi siti in cui è possibile generare un QR code gratuitamente. Un esempio è QR Code Generator.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Abbonamento ThingLink: a partire da 125 euro al mese
- App Genial.ly: gratuita

Glossario:

Lingua semplificata: produrre dei contenuti esplicativi in lingua semplificata, significa renderli compatibili con una competenza linguistica pari a livello A1-A2 del QCER. Bisogna quindi utilizzare formule comuni, frasi brevi e una sintassi semplice e chiara.

Multilinguismo: per meglio allocare risorse in attività di traduzione, è consigliabile partire da un'indagine socioculturale, come nel caso del Musei del Tessuto. Attraverso questionari, interviste, incontri ecc. è possibile conoscere le comunità del territorio e i loro bisogni.

PICCOLO MUSEO DEL DIARIO

2

 Pieve Santo Stefano, Regione Toscana

Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il Piccolo Museo del Diario nasce per raccontare l'Archivio Diaristico Nazionale di Pieve Santo Stefano e le preziose testimonianze che esso conserva.

Contatto: 0575 797734

379 1001297

biglietteria@piccolomuseodeldiario.it

Sito web: www.piccolomuseodeldiario.it



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Allargare e diversificare i pubblici
 - Migliorare le modalità di fruizione
 - Rendere la comunità parte attiva del processo di valorizzazione dell'archivio

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Coinvolgere l'utente e migliorarne l'esperienza di visita

Il percorso museale accoglie il visitatore in maniera coinvolgente e innovativa alla scoperta di memorie private che, attraverso un lavoro di storytelling, diventano collettive e universali. L'allestimento museale, progettato dallo Studio dotdotdot, è dotato di dispositivi elettronici e tecnologie digitali che rendono il percorso multisensoriale e interattivo.



2. Rendere l'Archivio Diaristico Nazionale di Pieve Santo facilmente fruibile anche ai non addetti ai lavori

Per anni l'archivio è stato reso accessibile senza strumenti di supporto alla visita, rendendone difficile la comprensione. Il nuovo allestimento ha colmato questo gap grazie alla presenza di numerosi dispositivi elettronici che permettono una più semplice, immediata ed emozionale fruizione dei documenti d'archivio.

3. Rendere la comunità parte attiva del processo di valorizzazione

Grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali, i contenuti della collezione permanente sono facilmente implementabili e modificabili nel tempo. Per questo il Museo ha avviato una campagna di raccolta di fonti scritte (diari/memorie/raccolte di lettere) rivolte a chiunque voglia dare il proprio contributo (si veda "Link utili").



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

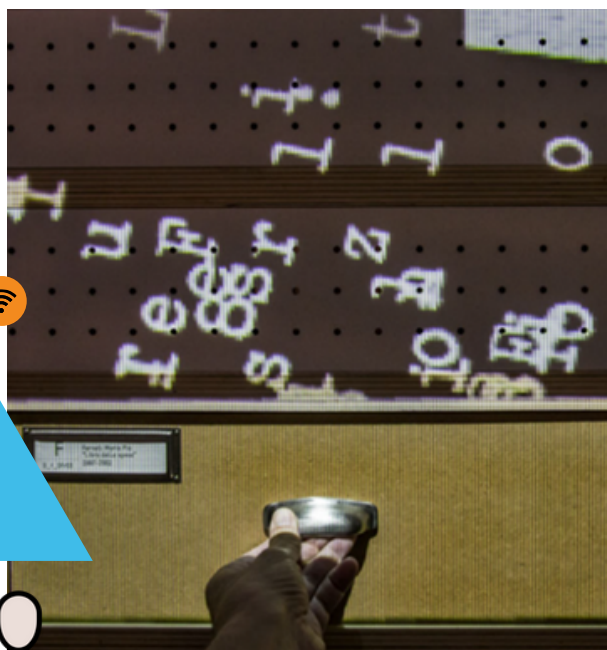
- Videoproiettori e luci
- Sensori
- Microcontroller
- Computer per la riproduzione di elementi audio e video

Criticità:

- Assenza di una resa online dell'archivio digitalizzato
- Elevato costo di acquisto e manutenzione delle tecnologie digitali

Punti di forza:

- Allestimento interattivo adatto anche per non vedenti e non udenti
- Percorso espositivo bilingue
- Dotazione wi-fi in tutta la struttura
- Possibilità di espandere il numero di presenze online (e quindi onsite) tramite creazione di contenuti fruibili online



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Dona un diario

<http://archiviodiari.org/index.php/come-partecipare.html>

L'allestimento museale

<https://vimeo.com/116944548>

Metodologia:

- Il museo del diario ha reso più accattivante e interattivo il percorso espositivo tramite l'utilizzo di proiezioni di video estremamente interattivi su varie superfici del museo.

Possibile soluzione low cost:

- Il prezzo dell'attrezzatura è molto variabile e si può cercare di ridurre i costi riducendone leggermente la qualità o le funzionalità. Per quanto riguarda la progettazione dell'allestimento museale e lo sviluppo dei video e degli effetti audiovisivi, si potrebbe considerare di non ricorrere a dei professionisti, ma di utilizzare delle app gratuite per creare gli effetti grafici nel video. Attenzione, però, alla parte interattiva dei video e al suo collegamento ai sensori: potrebbe essere necessario ricorrere all'aiuto di un professionista.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Proiettori: 450/3.000 euro l'uno
- Sensori: 5/30 euro l'uno
- Microcontroller: 5/40 euro l'uno
- Casse: 500/2.000 euro
- Realizzazione video interattivo: a partire da 10.000 euro

Glossario:

Storytelling: tecnica narrativa usata per dare forma a una comunicazione coinvolgente ed emozionale. Alla base vi è l'atto di narrare, che coinvolge le persone e le rende parte attiva del processo di creazione di senso.

MUSEO ARCHEOLOGICO REGIONALE "A. SALINAS"

 Palermo, Regione Sicilia

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Museo Archeologico Regionale "A. Salinas" rappresenta una delle più importanti testimonianze della storia siciliana. Al suo interno conserva reperti che vanno dalla preistoria al medioevo.

Contatto: 091 611 6805

museo.archeo.salinas@regione.sicilia.it

Sito web:

www.regione.sicilia.it/beniculturali/salinas/



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group:

- Non pubblico
- Utente giovane (studenti post obbligo)

Obiettivi:

- Comunicare il patrimonio attraverso una campagna di comunicazione basata sull'uso dei social network
- Creare una social community attiva e partecipativa
- Intercettare la fascia di utenza più giovane

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Comunicare il patrimonio museale attraverso i social network

“Chiusi per restauro, aperti per vocazione” è diventato lo slogan con cui il museo ha iniziato a rilanciarsi durante la sua chiusura, durata 7 anni.

Il museo ha così avviato una massiva campagna di comunicazione social con l'obiettivo di raggiungere un più ampio numero di utenti e di creare una community online attiva e partecipativa.

2. Avvicinare il pubblico più giovane al museo sfruttando una precisa strategia di web marketing culturale

La campagna di comunicazione social ha permesso di intercettare un'utenza giovane e di avvicinarla al mondo del patrimonio culturale. Obiettivo principale è la loro fidelizzazione e la creazione di un senso di appartenenza al proprio territorio.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

Social media (si veda "link utili"):

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Pinterest
- Youtube
- Google+

Criticità:

- Mancata gestione diretta del sito web. Ad esempio, i musei statali potrebbero non avere un controllo diretto sul proprio sito, gestito invece da altri enti istituzionali;
- Carenza di personale specializzato in social media management e/o strategie di web marketing culturale;
- Costi per l'assunzione o formazione di specifiche figure professionali;
- Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale.

Punti di forza:

- Capacità di intercettare un pubblico giovane
- Basso costo di investimento tecnologico
- Aumento dei visitatori online a seguito della Pandemia da Covid-19
- Possibilità di fornire una più ampia gamma di servizi sul web (catalogo digitale, archivi online, ecc.)



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Sulla strategia adottata

<https://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/article/view/1225>

<http://www.tafterjournal.it/2015/11/15/open-by-vocation-the-museum-salinas-2-0-and-the-sicilian-anomaly-in-a-social-key/>

Pagina Facebook

<https://www.facebook.com/Museo.Archeologico.Antonino.Salinas.Palermo/>

Pagina Instagram

https://www.instagram.com/museoarcheosalinas_palermo/

Pagina Twitter

<https://twitter.com/museosalinas>

Pagina Pinterest

<https://www.pinterest.it/museosalinas/>

Pagina Youtube

<https://www.youtube.com/c/MuseoArcheologicoAntoninoSalinasPalermoIT/featured>

Pagina Google+

https://artsandculture.google.com/story/qQWhksnQ0_90KA?hl=it

Web marketing culturale

<https://www.digital-coach.com/it/blog/case-histories/web-marketing-culturale/>

Strategie di Social Media management: consigli utili

<https://www.museumnext.com/article/how-do-museum-professionals-harness-social-media-for-marketing/>

Metodologia:

- Per avviare una campagna di marketing è necessaria una fase di ricerca previa per conoscere meglio il proprio pubblico. A questo punto si può pianificare la campagna e progettare i contenuti, la cui pubblicazione deve avvenire in maniera costante. A campagna iniziata sarà sufficiente analizzarne l'andamento per fare delle eventuali modifiche volte ad ottimizzare i risultati.

Possibile soluzione low cost:

- Per evitare di contrattare un social media manager, lo sviluppo e gestione dei contenuti da pubblicare sui social media possono essere gestiti in autonomia. Ci sono diverse app gratuite che possono aiutare come Metricool (per il management) e Canva (per la parte grafica dei contenuti).

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Social media manager: 500/1.000 euro al mese

Glossario:

Social community: nuova forma di comunità riferita all'ambiente digitale. Gli utenti, interessati al medesimo argomento, partecipano attivamente a discussioni e confronti attraverso una rete telematica e per questo non vincolata al luogo o paese di provenienza.

Web marketing culturale: insieme di attività volte a promuovere e valorizzare un bene o prodotto culturale. Peculiarità: è caratterizzato dalla complessità dei contenuti e dall'assenza di professionalità specifiche nelle istituzioni culturali. Consigli: per sviluppare una strategia vincente e scegliere i giusti mezzi di comunicazione e il giusto linguaggio, è necessario definire bene il proprio prodotto culturale e l'audience di riferimento.

MUDEC MUSEO DELLE CULTURE DI MILANO

4

 Milano, Regione Lombardia

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: Il Museo delle Culture di Milano è un centro dedicato alla ricerca interdisciplinare sulle culture del mondo, dove a partire dalle collezioni etnografiche e in collaborazione con le comunità si intende costruire un luogo di dialogo attorno ai temi della contemporaneità attraverso le arti visive, performative e sonore, il design e il costume.

Contatto: 0254917

helpdesk@ticket24ore.it

Sito web: www.mudec.it



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: MUDEC PODCAST

Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Costruire una community online
 - Integrare l'offerta culturale
 - Garantire una maggiore accessibilità al patrimonio
 - Potenziare la brand identity

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Coinvolgere e fidelizzare l'utente

Attraverso il podcast il contenuto culturale viene rielaborato e comunicato all'utente, sollecitandone una risposta che si traduce in engagement. Nell'ascoltare un podcast, il pubblico alimenta sempre più un interesse per un argomento e ne attribuisce un valore, il quale ricadrà sull'istituto museale che lo promuove.

2. Pensare a una didattica museale nuova e più accessibile

Il podcast rappresenta un nuovo tipo di fruizione culturale e museale, che permette anche all'utente impossibilitato ad accedere fisicamente al patrimonio di fruirne a distanza grazie al caricamento di contenuti online. L'applicazione di questo tipo di tecnologia permette di abbattere le barriere fisiche, culturali e geografiche e di raggiungere così un pubblico allargato.

3. Predisporre una strategia di comunicazione

Il podcasting non può e non deve essere visto come un elemento sconnesso rispetto alla comunicazione istituzionale, ma deve far parte di una strategia di comunicazione museale integrata che comprenda altri canali, digitali e non (sito web, social media, stampa, ecc.).



Soluzioni digitali:

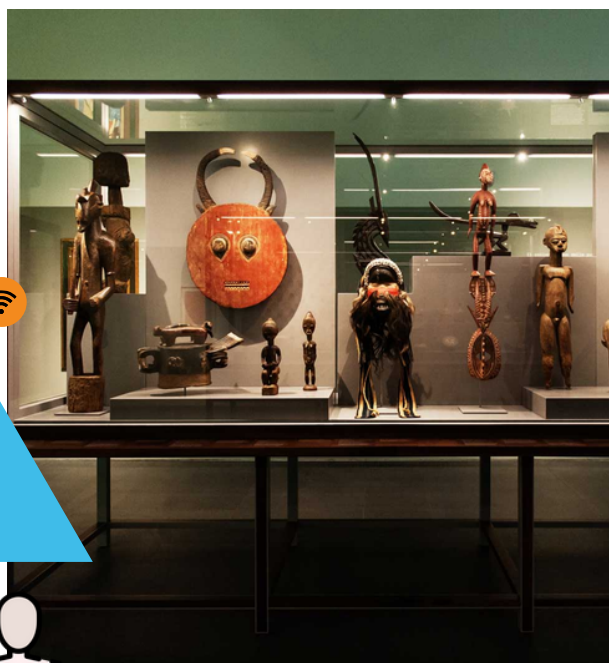
- Strumenti hardware e software per acquisizione e gestione traccia audio
- Profilo su piattaforme specifiche quali Spotify e iTunes

Criticità:

- Possibile aumento dei costi sul lungo periodo
- Difficoltà nel realizzare un prodotto di qualità in assenza di competenze specifiche
- Necessità di inserire i podcast in una più ampia strategia di comunicazione

Punti di forza:

- Basso costo di investimento
- Soluzione accessibile e adattabile
- Tecnologia user-friendly



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Pagina web:

<https://www.mudec.it/ita/mudec-podcast/>

Link Spotify:

<https://open.spotify.com/show/2tzE8AVqCShVUsU97OAsmc>

Link Apple Podcast:

<https://podcasts.apple.com/it/podcast/mudec-podcast/id1552445787>

Link Podcast Google:

<https://podcasts.google.com/feed/aHR0cHM6Ly93d3cuc3ByZWFrZXluY29tL3Nob3cvNDc3MDUwNy9lcGlzb2RlcY9mZWVk>

Il podcasting nella strategia aziendale:

<https://www.axepta.it/podcast-per-aziende-cosa-sono-e-perche-sono-utili/>

Metodologia:

- Includere il podcasting nella propria strategia di comunicazione è molto semplice. Su internet si possono anche trovare dei brevi corsi gratuiti, come quello di Podcast Insight, su come creare un podcast. Una volta registrate le puntate, queste si potranno pubblicare gratuitamente su piattaforme come Youtube, Spotify e iTunes.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Set per registrare (Interfaccia audio, microfono, cuffie da studio, cavi): 150/300 euro

Possibile soluzione low cost:

- Il prezzo dell'attrezzature necessaria può variare. Si può abbassare il costo cercando opzioni economiche e promozioni, o si può anche comprare gli strumenti usati.

Glossario:


Podcasting: Un podcast è un file audio in formato Mp3, un contenuto audio che gli utenti possono ascoltare da pc, smartphone o tablet. I podcast si sono confermati alleati indispensabili per piccole, medie e grandi attività per fare Brand awareness e raggiungere nuovi clienti. Per crearne uno è necessario:

1. Individuare il proprio target
2. Scegliere l'argomento
3. Scegliere la lunghezza del podcast
4. Definire la frequenza di pubblicazione
5. Creare la grafica del podcast

Brand identity: la brand identity è un concetto del marketing che prevede che l'identità di un'azienda sia solida e chiara affinché il target di riferimento possa riconoscerla e allinearla alla brand image.

Engagement: per engagement si intende la capacità di un prodotto o servizio di creare relazioni solide e durature con i propri utenti stabilendo un legame tra il marchio e il consumatore.

MUSEO DI FORTE BELVEDERE

 Lavarone, Regione Trentino Alto Adige

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Museo di Forte Belvedere - Gschwent si propone come punto di riferimento all'interno del Parco storico degli Altipiani Trentini, perseguendo precise finalità didattiche e divulgative in grado di meglio valorizzare la storia, la cultura e le diverse opportunità del territorio in cui si trova ad operare.

Contatto: +39 0464 780005

+39 349 5025998

direttore@fortebelvedere.org

Sito web: www.fortebelvedere.org



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: The Rude Awakening

Target group: Pubblico giovane (13-20 anni)

Obiettivi:

- Attrarre un pubblico giovane
- Sensibilizzare sui temi della guerra e della pace attraverso la gamification
- Educare al patrimonio storico europeo con mezzi alternativi, con particolare attenzione alla Prima Guerra Mondiale e alle testimonianze e memorie dei soldati.

Iniziativa europea di riferimento: Creative Europe MEDIA Programme of the European Union

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Sensibilizzare e stimolare l'interesse delle giovani generazioni

L'interazione digitale e la fruizione virtuale non possono sostituire l'esperienza dal vivo nei musei, ma possono rappresentare una leva per attrarre nuovi pubblici come ad esempio bambini e giovani. Intercettare questo tipo di fruitori risulta essere un obiettivo primario sia in termini di comunicazione del patrimonio che di fidelizzazione dell'utente.

2. Promuovere la gamification per agevolare l'accesso e la promozione della cultura

I musei e i luoghi della cultura devono adattarsi ai mutamenti sociali e culturali del contesto in cui operano. La presenza del digitale è ormai imprescindibile e ben si presta come strumento utile per portare il "museo fuori dal museo" attraverso nuove forme di edutainment. Una delle forme di intrattenimento educativo sviluppato dai musei è il videogioco che, con un linguaggio contemporaneo ed educativo, può rendere possibile il trasferimento di contenuti culturali.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Videogiochi e realtà virtuale (RV)

Criticità:

- Elevato costo di investimento iniziale
- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico

Punti di forza:

- Massimo coinvolgimento del pubblico
- Aumento dell'accessibilità al patrimonio
- Creazione di un legame emozionale tra museo e utente
- Buon posizionamento a livello interazionale



Link utili/Ulteriori riferimenti:

PII progetto:

<https://www.fortebelvedere.org/the-rude-awakening/>

I risultati del progetto:

https://drive.google.com/file/d/1KAfl7_ijppckCrCdQa89JRiJxl9VWrE/view
<https://vimeo.com/571161445>

Metodologia:

- Dopo aver scelto che tipo di videogioco si vuole realizzare e lo scenario generale desiderato, bisogna scrivere la sceneggiatura del gioco. Si può quindi passare alla programmazione (o in generale allo sviluppo) del primo prototipo. Tra il primo prototipo e il videogioco finale ci potrebbero essere varie fasi di test e modifiche.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione videogioco:
45.000/50.000 euro

Possibile soluzione low cost:

- È possibile sviluppare videogiochi in autonomia con delle apposite app. Tra queste, Unity offre dei pacchetti totalmente gratuiti e un manuale per aiutarti a utilizzare l'app al meglio.

Glossario:

Realtà virtuale: Con il termine realtà virtuale (abbreviato in VR dall'inglese virtual reality) si identificano vari modi di simulazione di situazioni reali mediante l'utilizzo di computer e l'ausilio di interfacce appositamente sviluppate.

Edutainment: L'edutainment o intrattenimento educativo è una forma di intrattenimento finalizzata sia a educare sia a divertire.

Gamification: per gamification si intende l'utilizzo di elementi mutuati dai giochi e delle tecniche di game design in contesti non ludici. Traendo vantaggio dall'interattività concessa dai mezzi moderni, la gamification può essere in grado di veicolare messaggi di vario tipo, a seconda delle esigenze, e di indurre a comportamenti attivi da parte dell'utenza, permettendo di raggiungere specifici obiettivi.

MUSEO DI SAN FRANCESCO

🇮🇹 Montefalco, Regione Umbria

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Complesso museale di San Francesco, composto dalla Chiesa di San Francesco con annessa Pinacoteca civica, sezione Archeologica, cantine dei frati e spazi espositivi per mostre temporanee tutela e valorizza il proprio patrimonio attraverso attività didattiche e appuntamenti culturali.

Contatto: 0742379598

museomontefalco@gmail.com

Sito web: www.fortebelvedere.org



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Sistema iBeacon

Target group: Pubblico generico

Obiettivi:

- Valorizzare e comunicare il patrimonio culturale custodito
- Rendere disponibili maggiori informazioni agli utenti durante la visita

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Uso della tecnologia iBeacon per aumentare il grado di coinvolgimento

Grazie alla tecnologia iBeacon, una volta scaricata l'app "Umbria Cultura" è possibile accedere ad approfondimenti e contenuti multimediali esclusivi. I sei trasmettitori presenti nella struttura consentono di usare i propri apparecchi portatili come audioguida interattiva, poiché le informazioni appaiono in maniera automatica sul dispositivo ogni volta che l'utente si trova in prossimità dei dispositivi digitali. Il visitatore può in ogni momento decidere il livello di approfondimento di visita.

2. Valorizzare le opere esposte attraverso l'uso delle app

La tecnologia iBeacon consente di mettere a disposizione dell'utente contenuti specifici e multimediali di grande qualità, implementabili nel tempo.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- App "Umbria Cultura" (disponibile per iOS e Android)
- Trasmettitori iBeacon

Criticità:

- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico
- Necessità di avere un Bluetooth abilitato

Punti di forza:

- Non è previsto l'utilizzo della connessione wi-fi (tecnologia Bluetooth low Energy)
- Possibilità di fornire approfondimenti e contenuti esclusivi
- Soluzione economica
- Soluzione facile da implementare e utilizzare
- Possibilità di raccogliere informazioni sul comportamento degli utenti in visita



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Link per Apple:

<https://apps.apple.com/it/app/umbria-cultura/id443161001>

Link per Android:

<https://play.google.com/store/apps/details?id=it.sebina.mylib.um1&hl=it&gl=US>

Metodologia:

- Una volta sviluppata l'app, si possono configurare i beacon, inserendo il loro codice univoco all'interno dell'app.

Possibile soluzione low cost:

- Si possono sviluppare delle app autonomamente utilizzando app gratuite come GoodBarber. Non è necessario saper programmare.

Glossario:

Realtà virtuale: Tecnologia iBeacon: iBeacon è un sistema di posizionamento indoor, descritto da Apple come «una nuova classe di trasmettitori, a bassa potenza e a basso costo, che possono notificare la propria presenza a dispositivi vicini con iOS 7 e iOS 8». iBeacon, che sfrutta la tecnologia Bluetooth Low Energy, consente a uno smartphone o a un altro dispositivo di effettuare delle azioni quando sono nelle vicinanze di un iBeacon.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Trasmettitori iBeacon: 10/50 euro l'uno
- Programmazione app: 22.000/25.000 euro
- Programmazione app con audio guida: a partire da 50.000 euro

Bluetooth low Energy: tecnologia wireless che, rispetto al Bluetooth classico, è in grado di fornire un consumo energetico e un costo notevolmente ridotto, mantenendo un intervallo di comunicazione simile.

MUSEO DELLA GUERRA

 Rovereto, Regione Trentino Alto Adige

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Castello di Rovereto ospita le collezioni del Museo Storico Italiano della Guerra, articolato in tre parti: la prima dedicata alla storia degli eserciti e delle guerre tra l'Ottocento e la Prima guerra mondiale, la seconda incentrata sull'architettura del Castello e sulle collezioni di armi dell'età moderna e la sezione "Artiglierie della Grande Guerra 1914-18".

Contatto: 0464 438100

info@museodellaguerra.it

Sito web: www.museodellaguerra.it



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Archivio digitale

Target group: Pubblico generico


Obiettivi:

- Facilitare l'accesso al patrimonio
- Tutelare i beni archivistici (documenti e fondi fotografici)
- Valorizzare il patrimonio archivistico

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Valorizzare il patrimonio museale tramite mostre virtuali



Ogni anno il Museo della Guerra propone alcune mostre fotografiche, con l'obiettivo di valorizzare il patrimonio del suo archivio, costituito da oltre centomila immagini. Si tratta di piccoli progetti espositivi che sviluppano un particolare tema o che presentano un singolo fondo archivistico.

2. Usare il digitale per tutelare e gestire in maniera più efficace ed efficiente il patrimonio conservato

Il Museo porta avanti numerosi progetti di riordino, inventariazione e dematerializzazione dei suoi fondi archivistici, rendendoli accessibili e consultabili online. Gli inventari sono disponibili in formato pdf sul sito web del Museo (vedi link: [Inventario dei fondi](#))

3. Accessibilità al patrimonio come priorità

Il lavoro di digitalizzazione dell'archivio risponde a esigenze conservative e di valorizzazione. Far confluire il contenuto di un archivio online significa renderlo accessibile e interattivo in termini di ricerca e fruizione non solo ai professionisti del settore ma anche a visitatori, studiosi e non addetti ai lavori.

Soluzioni digitali:

- Software per la consultazione
- Scanner professionale
- Sistema di gestione digitale

Criticità:

- Elevati costi di investimento iniziali
- Impegno di competenze specifiche

Punti di forza:

- Aumento dell'accessibilità al patrimonio
- Riduzione dei tempi di gestione e ricerca informazioni
- Miglioramento dell'immagine dell'organizzazione in termini di efficienza, modernità e disponibilità

Inventari dei fondi

Grazie al contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Trento e Rovereto e grazie al contributo della Provincia autonoma di Trento negli ultimi anni è stato reso possibile il riordino e la descrizione inventariale di numerosi fondi archivistici di notevole interesse storico conservati nell'archivio del Museo e disponibili in formato pdf.






Archivio di persona
 Archivio di famiglia
 Archivio di associazioni
 Fondi tematici
 Manoscritti

Fondo Busi Ettore (pdf 257 kb)
 Fondo Cabi Gaetano (pdf 253 kb)
 Fondo Carletti Anibale (pdf 273 kb)
 Fondo Chini Giuseppe (pdf 224 kb)
 Fondo Ceola Mario (pdf 242 kb)
 Fondo Carletti Ugo (pdf 367 kb)
 Fondo Civelli Gaetano (pdf 180 kb)
 Fondo Delati Giovanni (pdf 132 kb)
 Fondo De Pilati Emilio (pdf 520 kb)

Mostre fotografiche

Una selezione delle mostre realizzate dal Museo con le immagini conservate nei suoi archivi. Alcune delle mostre sono disponibili al prestito.



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Archivio Museo della Guerra:

<https://archivimuseodellaguerra.archiui.com/>

Inventario dei fondi:

<https://museodellaguerra.it/scopri/patrimonio/documenti/>

Metodologia:

- La funzione della piattaforma è quella di offrire un servizio di informazione. Permette, quindi, l'archivio e l'accesso a schede con materiale informativo in diversi formati e uno strumento di ricerca per categorie o parole chiave.
- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di disegno tecnico a livello grafico, di progettazione e analisi di database, una di programmazione del sito web pubblico (principalmente html + DHTML + Javascript + PHP) e una di programmazione dell'accesso privato (principalmente con php con database mysql) per la sua amministrazione.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione software:
6.000/10.000 euro

Possibile soluzione low cost:

- Si potrebbe anche sviluppare un sito web senza programmarlo grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche dei pacchetti gratuiti o quasi.

Glossario:

Dematerializzazione: attività informatica applicata consistente nella realizzazione di qualsiasi documento esclusivamente - o prioritariamente - in un adeguato formato digitale, fruibile con mezzi informatici, finalizzata alla distruzione della precedente materialità cartacea degli stessi documenti.

MUSEO CIVICO DI MODENA

8

 Modena, Regione Emilia Romagna

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Museo Civico esprime e rappresenta l'identità di Modena e della sua comunità nelle sue sale espositive.

È depositario della memoria storica della città e la rinnova nel corso del tempo in relazione al mutare della comunità e in costante rapporto con essa.

Contatto: +39 059 203 3101 - 3122

museocivico@comune.modena.it

Sito web: www.museocivicomodena.it



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Progetto Wiki GLAM

Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Garantire l'accesso a un sapere libero e gratuito
 - Avviare un percorso di digitalizzazione partecipata
 - Potenziare la presenza sul web del patrimonio museale

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Valorizzare il patrimonio online in maniera libera e accessibile

Attraverso il progetto GLAM Wiki il Museo civico di Modena rende disponibili con licenza libera CCBY-SA 4.0 fotografie ad alta risoluzione delle opere in suo possesso. L'utente è quindi libero di consultare e condividere la collezione digitale, a patto che venga sempre attribuito l'autore.

2. Rendere il percorso di digitalizzazione del patrimonio partecipativo

Al fine di rendere il patrimonio digitalizzato e di pubblico accesso, il progetto GLAM prevede un approccio attivo e partecipativo della comunità coinvolgendo sia gli operatori museali, ai quali viene erogato un corso di formazione al fine di renderli autonomi nell'implementare il database di contenuti digitali, che gli utenti i quali potranno dare il proprio contributo partecipando a eventi specifici per la raccolta e la condivisione di materiale culturale (vedi link: Wiki Loves Monuments)



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Piattaforma Wikimedia (open source)

Criticità:

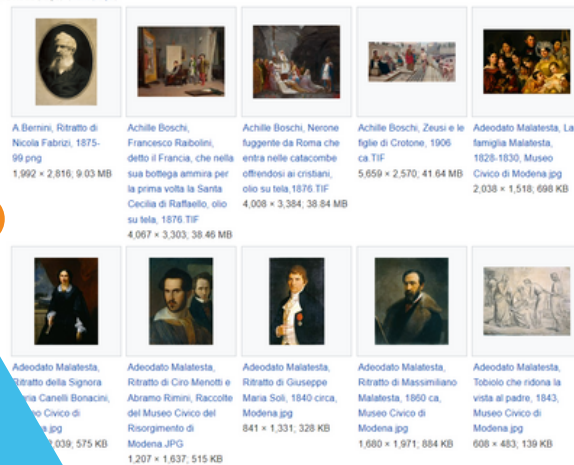
- Possibile aumento del digital divide

Punti di forza:

- Coinvolgimento attivo e partecipativo della comunità
- Possibilità di espandere il numero di fruitori tramite messa a disposizione di contenuti culturali online
- Piattaforma open source
- Ricostruzione digitale di alta qualità

Media in category "Media from Museo Civico di Modena"

The following 200 files are in this category, out of 408 total.
(previous page) (next page)



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Progetto GLAM Museo civico di Modena:

https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM/Museo_Civico_di_Modena

Progetto GLAM:

[https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM#:~:text=Benvenuti%20nel%20Progetto%20GLAM%20\(Gallerie,anche%20con%20acronimo%20italiano%20MAB](https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM#:~:text=Benvenuti%20nel%20Progetto%20GLAM%20(Gallerie,anche%20con%20acronimo%20italiano%20MAB)

Wiki Loves Monuments:

<https://www.wikimedia.it/wiki-likes-monuments/>

Metodologia:

- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di disegno tecnico a livello grafico e di architettura di database, una di programmazione del sito web pubblico (principalmente html+ DHTML+ Javascript+PHP) e una di programmazione dell'accesso privato (principalmente con php con database mysql) per la sua amministrazione.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione piattaforma: 25.000/30.000 euro
- Corso di formazione (database digitale): a partire 50 euro all'ora

Possibile soluzione low cost:

- Si potrebbe anche sviluppare un sito web senza programmarlo grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche dei pacchetti gratuiti o quasi.
- Per quanto riguarda i corsi di formazione, invece, su internet si possono reperire dei corsi o delle guide gratuite su come gestire un database digitale.

Glossario:

Open source: Il software open source è un software per computer rilasciato con una licenza in cui il titolare del copyright concede agli utenti i diritti di utilizzare, studiare, modificare e distribuire il software e il relativo codice sorgente a chiunque e per qualsiasi scopo.



MED MUSEO DEL MARE E DELLA NAVIGAZIONE ANTICA

 Santa Marinella, Regione Lazio

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Museo conserva e valorizza le testimonianze archeologiche provenienti dal porto di Pyrgi. Sette sale ospitano oltre cento reperti distribuiti lungo un percorso espositivo e didattico che introduce il visitatore al tema dell'archeologia subacquea e della navigazione antica.

Contatto: 06.3996.7999

info@castellodisantasevera.it

Sito web: www.museosantasevera.it



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: LiveArt


Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Valorizzare i luoghi della cultura del Lazio
 - Offrire uno strumento per una fruizione innovativa
 - Rendere l'esperienza di visita interattiva e immersiva
 - Favorire la divulgazione culturale e scientifica

Iniziativa europea di riferimento: Bando L'impresa fa Cultura - Fondo Europeo di Sviluppo Regionale Regione Lazio
POR FESR 2014-2020 azione 3.3.1 b.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Rendere l'utente partecipe attraverso l'esperienza sensoriale



Grazie alla realtà virtuale il visitatore diventa protagonista della visita museale dove, attraverso la componente interattiva, può esplorare la collezione e rivivere scenari del passato. La piattaforma, arricchita di ricostruzioni 3D, permette all'utente di rivivere la storia legata agli oggetti esposti nelle teche del museo, riprodotti digitalmente.

2. Finanziare l'imprenditoria innovativa per la cultura

Il progetto "LiveArt" è stato realizzato da Ecubit, società specializzata nella progettazione e realizzazione di sistemi tecnologicamente avanzati nell'ambito della realtà virtuale, realtà aumentata, multimodalità e crossmedialità. Uno degli obiettivi di questo progetto è infatti sostenere le imprese che fanno ricerca e sperimentano sistemi innovativi per la fruizione della cultura, assecondando le esigenze di un pubblico sempre più prosumer.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Piattaforma per la realizzazione di ambienti tridimensionali interattivi
- Virtual Set portatile

Criticità:

- Alto costo di investimento iniziale
- Manutenzione costosa

Punti di forza:

- Modalità di fruizione innovativa e altamente interattiva
- Possibilità di fornire approfondimenti e contenuti esclusivi a più livelli
- Miglioramento dell'immagine dell'organizzazione in termini di efficienza, modernità e disponibilità



Link utili/Ulteriori riferimenti:

PII progetto:

<https://liveart.ecubit.it/>

Il manuale:

<http://35.230.78.49/manuals/1/Versione%202.10/VIRTUAL%20SET%20LIGHT%202.1%20-%20Manuale%20Ute.pdf>



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Metodologia:

Il sistema Live Art permette la produzione di contenuti multimediali, ai quali il visitatore potrà accedere collegandosi alla rete del museo e scannerizzando dei QR code. Questi ultimi, daranno informazioni aggiuntive su alcuni oggetti scelti dal museo che verranno rappresentati tridimensionalmente.

Il sistema live art prevede la realizzazione di diverse funzioni, per esempio:

Gesture recognition:

1. Scaricare il Kinect for Windows SDK 2.0 (<https://www.microsoft.com/en-us/download/details.aspx?id=44561>)
2. Eseguire l'installer
3. Connettere il sensore Kinect-v2; i drivers necessari verranno installati automaticamente
4. Eseguire l'SDK Browser 2.0; selezionare "Kinect Configuration Verifier" per verificare che il sensore stia funzionando regolarmente.

Per conoscere le altre funzioni disponibili, veda il manuale indicato nei link utili.

Possibile soluzione low cost:

- È possibile usare degli strumenti più economici, come:
- Una webcam (al posto della telecamera): 10/30€
- sfondo fotografico verde: 20€
- microfono gelato: 20€
- Esistono diversi siti in cui è possibile generare un QR code gratuitamente. Un esempio è QR Code Generator.
- È possibile scaricare dei set virtuali già realizzati, un esempio è iStock www.istockphoto.com. Gli abbonamenti variano dal materiale di download: 20/200€.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Per sviluppare il Sistema Live Art saranno necessarie le seguenti risorse:
- Un team costituito da un narratore, un regista e degli sviluppatori
- Una telecamera: a partire da 100€
- Green screen: 115/150 €
- PC: a partire da 200€
- Microfono wireless: a partire da 100€
- QR Code
- Costo totale: a partire da 20.000€

Glossario:

Prosumer: Un prosumer è un consumatore che è a sua volta produttore, o che consumando contribuisce alla produzione. Il termine è un composito formato dalle parole inglesi producer (produttore) e consumer (consumatore)

BAVA MUSEO BAGATTI VALSECCHI

10

 Milano, Regione Lombardia

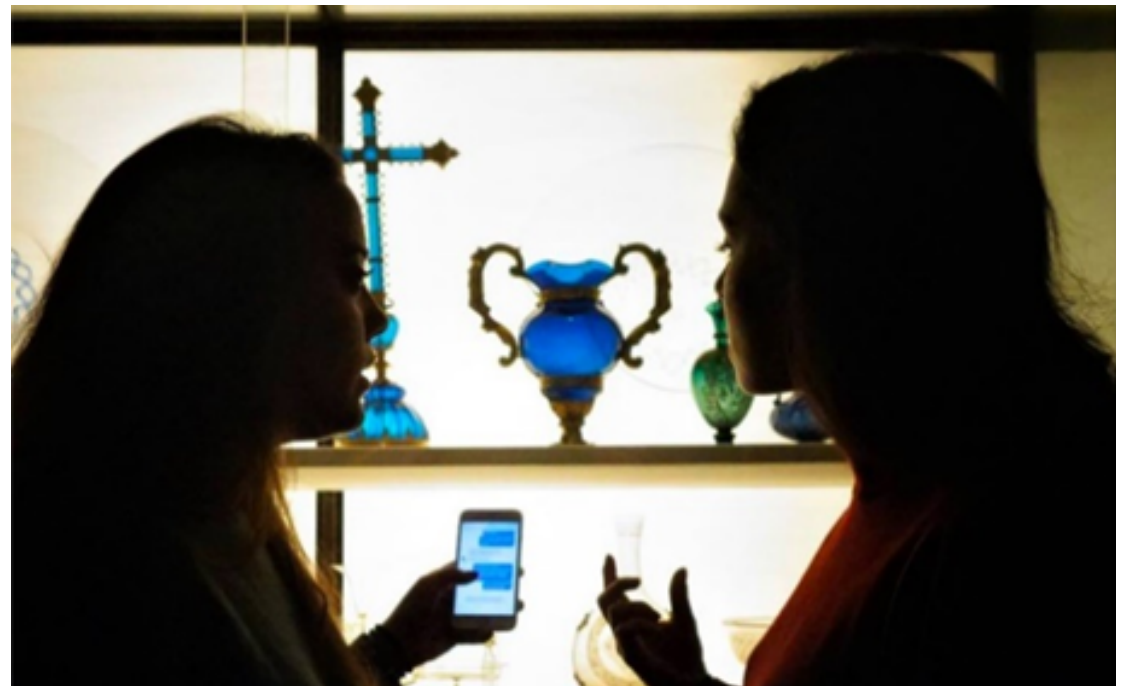
Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il Museo Bagatti Valsecchi è una casa museo frutto di una straordinaria vicenda collezionista di fine Ottocento che ha come protagonisti i baroni Fausto e Giuseppe Bagatti Valsecchi i quali iniziarono a collezionare dipinti e manufatti d'arte applicata quattro-cinquecenteschi.

Contatto: +39 059 203 3101 - 3122

museocivico@comune.modena.it

Sito web: www.museobagattivalsecchi.org



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Chatbot al Museo

Target group: Pubblico giovane

Obiettivi:

- Offrire un'esperienza di visita interattiva
- Aumentare l'audience engagement, soprattutto in riferimento agli utenti più giovani
- Valorizzare la collezione e il territorio lombardo

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Rendere l'utente attivo e partecipativo




La visita al museo tramite Chatbot consiste in uno scambio di domande e risposte tra il visitatore e un personaggio virtuale (un chatbot appunto) utilizzando Messenger, l'app di messaggistica scaricabile gratuitamente su AppStore e su Google Play Store. Grazie all'intelligenza artificiale è quindi possibile esplorare la collezione museale e i quartieri del territorio attraverso una visita divertente e altamente interattiva, pensata soprattutto per le nuove generazioni.

2. Utilizzare un linguaggio semplice e diretto per comunicare contenuti culturali

Il progetto nasce con l'intento di offrire un servizio di visita guidata che sia nuova e interattiva. Attraverso una piattaforma già conosciuta e largamente utilizzata, il museo vuole spingere i visitatori a esplorare la collezione museale e il contesto territoriale in cui essa si inserisce. La tecnica dello storytelling risulta essere fondamentale soprattutto perché permette di coinvolgere un ampio spettro di utenti e di rendere il museo uno spazio ottimale per sperimentare nuovi processi di edutainment.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- App di messaggistica

Criticità:

- Necessità di connessione a internet per poter usufruire del servizio
- Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale

Punti di forza:

- App di messaggistica gratuita sia per l'utente che per il museo
- Basso impiego di risorse del personale
- Piattaforma di messaggistica già conosciuta e utilizzata dalla maggior parte degli utenti, soprattutto dai più giovani
- Alto grado di interattività



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Chatbot nei musei lombardi:

<https://openinnovation.regione.lombardia.it/it/b/637/al-museo-con-i-chatbot>

Metodologia:

- Un chatbot si può programmare principalmente in due modi: guidato o con IA. Nel primo caso il cliente può scegliere delle risposte tra delle standard durante la conversazione; nel secondo, invece, il cliente risponde scrivendo liberamente e l'IA del bot analizza il messaggio e risponde di conseguenza.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione chatbot: 3.000 euro

Possibile soluzione low cost:

- Su internet si possono trovare diverse piattaforme che ti consentono di sviluppare un chatbot senza saper programmare. ManyChat, Smartloop, Landbot e Pandorabots, per esempio, offrono anche dei pacchetti gratuiti.

Glossario:

Edutainment: L'edutainment o intrattenimento educativo è una forma di intrattenimento finalizzata sia a educare sia a divertire.

Audience engagement: Processo di creazione di coinvolgimento e attaccamento emotivo dell'utente nei confronti di un'istituzione culturale che scaturisce da specifiche esperienze e interazioni.

DIGITAL ART HOUSE

 Riga

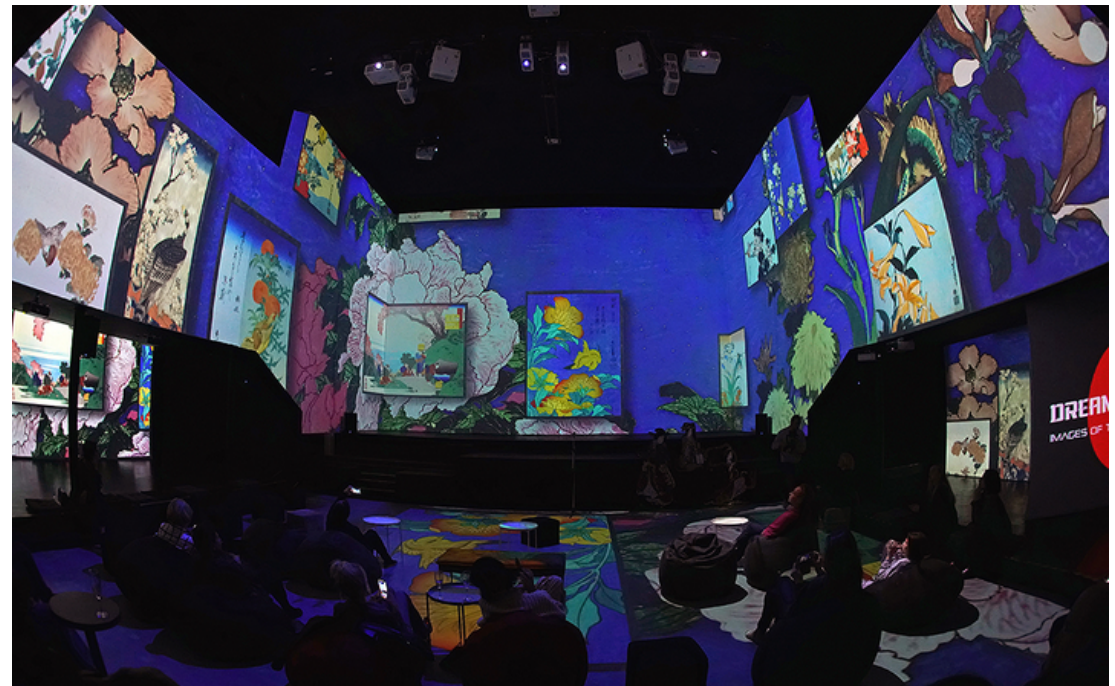
Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Digital Art House è lo spazio in cui l'arte prende vita, dove le persone possono teletrasportarsi in altre dimensioni. Ospita mostre d'arte immersive a 360° ed eventi culturali.

Contatto: +371 24883848

info@digitalarthouse.eu

Sito web: www.digitalarthouse.eu



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.d.

Target group:

- Niche di appassionati di digitale
- Pubblico digitale curioso

Obiettivi:

- Un nuovo modo di vivere l'arte per i visitatori
- Ambiente dell'interazione face-to-face e "face-to-art"

Iniziativa europea di riferimento: n.d.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Mostra multimediale: lo spazio dell'immaginazione

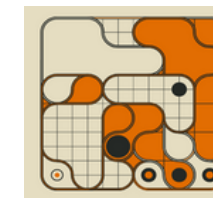
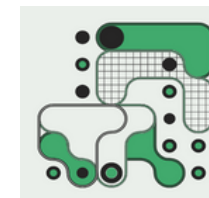
Ci sono nuove mostre ogni 3-4 mesi e i visitatori possono immergersi nei capolavori di Van Gogh, Monet, Degas, Kandinsky, Klimt e molti altri.

Oltre alle mostre multimediali, il museo mette a disposizione le sue sale come spazi per eventi di vario genere. Grazie alle proiezioni digitali e ad altri strumenti digitali, è possibile creare qualunque tipo di atmosfera. Il dinamismo dell'arte digitale, così come il dinamismo del museo, rende gli spazi vivi come nell'immaginario di tutti.

2. Mostra di arte generativa (non-fungible token art - NFT)

La mostra di arte generativa è una simbiosi unica di creatività e tecnologia moderna. L'artista crea un algoritmo che produce un numero infinito di immagini uniche con una serie di parametri casuali, ma allo stesso tempo con un unico concetto.

Il risultato può essere statico, in movimento, 3D o anche virtuale; Ogni immagine è unica e non ha analoghi. Gli ospiti della mostra possono interagire con gli strumenti digitali e le immagini stesse, diventando co-autori dell'opera.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Mostre multimediali
- Mostre d'arte generativa
- Mostre fotografiche a 360 gradi
- Film educativi a 360 gradi
- Proiezioni HD
- Cinema a 360°
- Audio surround
- Yoga in video digitale

Criticità:

- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione degli strumenti digitali
- Difficoltà ad andare oltre la nicchia

Punti di forza:

- L'arte digitale come visione museale
- Elevate competenze digitali del personale
- Nuovi gruppi target
- Nuova mostra ogni 3-4 mesi
- Nuovi prodotti digitali ogni 1-2 mesi (elenco delle aree di sviluppo in corso)
- Un evento nuovo di zecca ogni 1-2 mesi

Link utili/Ulteriori riferimenti:

Link Digital Art House

<https://digitalarthouse.eu/en>

<https://www.rigathisweek.lv/object/events/museums/digital-art-house/1487>

Pagina Facebook Digital Art House

<https://www.facebook.com/TheDigitalArtHouse/>

Pagina Instagram Digital Art House

https://www.instagram.com/digital_art_house/

Canale YouTube Digital Art House

<https://www.youtube.com/channel/UCWBuT4JLAaNt6XePXLlyZBg>

Canale Telegram Digital Art House

<https://t.me/digitalarthouseriga>

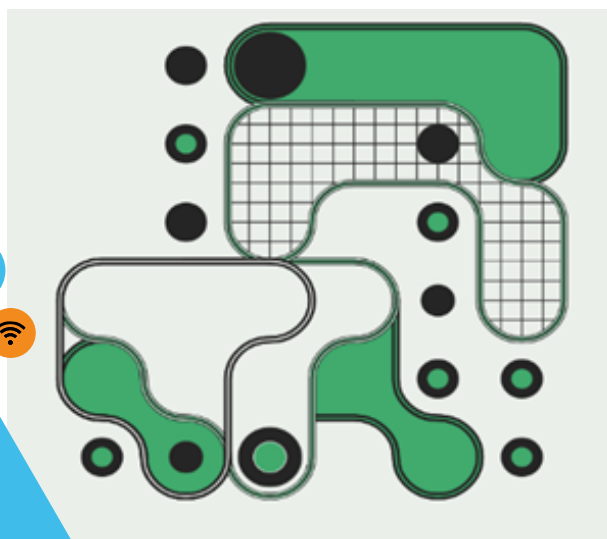
Altri riferimenti

Suono surround:

<https://www.techopedia.com/definition/262/surround-sound>

NFT:

<https://cointelegraph.com/tags/nft>



Metodologia:

- Le esposizioni multimediali sono estremamente personalizzabili. Si può essere molto creativi nel cercare di costruire un percorso o una mostra utilizzando gli strumenti digitali. Per quanto riguarda l'allestimento, gli elementi che certamente non possono mancare sono proiettori, altoparlanti e schermi. Si può poi pensare di utilizzare luci e sensori.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Realizzazione di video a 360°: a partire da 600 euro (5 min)
- Proiettore: 450/3.000 euro
- Altoparlanti surround professionali: 500/2.000 euro
- No-fungible token: a partire da 10/100 euro

Possibile soluzione low cost:

- Per ridurre i costi delle attrezzature per le esposizioni multimediali, è possibile cercare offerte e promozioni o acquistare attrezzature usate.
- È anche possibile realizzare video a 360° e tour virtuali su piattaforme gratuite come Paneeek, semplicemente caricando foto panoramiche.

Glossario:

Audio surround: l'audio surround è una tecnologia utilizzata per arricchire la qualità della riproduzione audio per gli ascoltatori utilizzando canali audio aggiuntivi. A differenza dei canali dello schermo, il suono prodotto dalla tecnologia audio surround proviene da un raggio di 360° nel piano bidimensionale. Il suono surround utilizza più canali, con ogni canale con un altoparlante dedicato all'interno del sistema. Il suono surround offre agli ascoltatori un'atmosfera audio eccellente e un suono più ricco e pieno.

NFT (token non fungibile): i token non fungibili, o NFT, sono rappresentazioni uniche verificabili di beni digitali e fisici. Ogni NFT generalmente differisce nel trucco, e quindi probabilmente differisce anche nel valore.

Basate sulla tecnologia di contabilità distribuita, le risorse crittografiche NFT fungono da metodo di autenticazione per gli acquirenti di articoli unici, dimostrando aspetti come la proprietà. Gli NFT hanno un potenziale anche per altri casi d'uso, come per le aziende che monitorano le loro risorse interne o piattaforme che verificano abbonamenti e l'utilizzo.

MUSEO ETNOGRAFICO DELL'ISTRIA

 Pazin, Regione Istriana

Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il Museo Etnografico dell'Istria è un'istituzione culturale dedicata alla raccolta, alla conservazione, all'interpretazione e alla presentazione dei fenomeni culturali legati al territorio istriano.

Le collezioni etnografiche del museo contano circa 8000 manufatti. In primo luogo, tessuti, attrezzi agricoli e oggetti della vita quotidiana nei villaggi istriani dalla fine del XIX e l'inizio del XX secolo.

Contatto: +385 (0)52 622 220
+385 (0)52 624 351
emi@emi.hr

Sito web: www.emi.hr/en/



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Identità sulla linea (I-ON)

Target group:

- Generazioni future (next gen)
- Persone in generale (pubblico civile)
- Bambini, giovani e gruppi sottorappresentati
- Migranti

Iniziativa europea di riferimento:

Programma di finanziamento dell'UE: Europa creativa 2014-2020

Obiettivi:

- Cooperazione transnazionale su larga scala tra musei e università
- Esplorare le conseguenze a lungo termine dei processi migratori e trasmettere le caratteristiche comuni della migrazione dal passato alle generazioni future
- Rafforzare il senso di appartenenza a uno spazio europeo comune per i nuovi migranti, per coloro che si sono stabiliti e per le loro comunità ospitanti
- Integrazione sociale efficace e significativa dei migranti

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Mostra comune di viaggi in Europa

Il progetto I-ON riassume i principali aspetti e le somiglianze di sette mostre in una mostra congiunta, che sarà diffusa e mostrata a livello internazionale.

La cooperazione transnazionale è assicurata da un'ampia cooperazione tra musei in Norvegia, Svezia, Danimarca, Polonia, Lituania, Slovenia e Croazia. Ogni museo lavora in parallelo su un processo di migrazione nel suo paese; i principali risultati faranno parte della mostra di viaggio congiunta e della mostra digitale.

2. Cooperazione con le scuole che utilizzano le tecnologie digitali

Altri professionisti sono coinvolti nel progetto al fine di realizzare iniziative come i pacchetti didattici pronti per le scuole secondarie. La cooperazione con le scuole si manifesta attraverso la produzione e lo sviluppo di questi sei pacchetti scolastici per insegnanti, utilizzando le tecnologie digitali.

Questi pacchetti mirano a coinvolgere i bambini e i giovani nel dialogo interculturale e nelle discussioni su:

- L'importanza dell'identità
- L'importanza dei processi di integrazione

Il kit di risorse è sviluppato attraverso strumenti digitali come presentazioni PowerPoint, video, questionari online per la valutazione.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- La mostra virtuale
- I-ON movie - FILM EDUCATIVO (un film sulle migrazioni forzate)
- I-ON cortometraggi
- I-ON film
- Webinar
- Video
- "CONDIVIDI la tua STORIA": modulo digitale per raccogliere testimonianze
- Social network e sito web (media in generale)

Criticità:

- Responsabilità e rielaborazione di testimonianze come fonti storiche
- Divergenze variabili nel modo in cui le risorse sono raccolte dai partner
- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione del pacchetto digitale
- Costi aggiuntivi per l'implementazione e la manutenzione della mostra congiunta e del pacchetto digitale

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di strumenti, prodotti e workshop
- Accesso gratuito e download gratuito delle risorse
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner e i professionisti del progetto
- Rilevanza internazionale del progetto
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto

Link utili/Ulteriori riferimenti:



Etnografski muzej Istre link

<https://www.emi.hr/en/>



Pagina Facebook di Etnografski muzej Istre

<https://www.facebook.com/etnografskimuzejistrepazin/>

Collegamenti di identità sulla linea

<https://i-on.museum/>

<https://www.identityontheline.eu/>

<https://www.identityontheline.eu/>

<https://ced-slovenia.eu/en/project/identity-on-the-line-mnzs/>

Identità sulla pagina Facebook Line

<https://www.facebook.com/IdentityOnTheLine/>

Identità sulla pagina Instagram Line

<https://www.instagram.com/identityontheline/>

Canale YouTube Identity on the Line

<https://www.youtube.com/channel/UCeTalMfVJoms0M4ADEAlf7A/featured>

Altri riferimenti

Cortometraggio: https://www.oscars.org/sites/oscars/files/91aa_short_films.pdf



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Metodologia:

- L'iniziativa prevede lo sviluppo di un sito web con una pagina dedicata alla raccolta delle storie e testimonianze che costituiranno l'esposizione. La collezione è stata quindi caricata in un'apposita pagina del sito.

Possibile soluzione low cost:

- Invece di programmare una pagina speciale per raccogliere le storie e le testimonianze delle persone, si potrebbe creare un modulo Google gratuito e condividere il link all'interno del sito web o delle pagine social del museo.

Glossario:

Cortometraggio (o film): un cortometraggio è definito come un film originale che ha una durata di 40 minuti o meno, inclusi tutti i crediti.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Produzione di un cortometraggio: 500/1.500 euro al minuto
- Programmazione di una mostra virtuale con word press personalizzato: a partire da 1.500 euro



IL MUSEO DI STORIA SVEDESE

13

 Stoccolma, Contea di Stoccolma

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Storie entusiasmanti, stazioni interattive per tutti i sensi e 2500 oggetti originali sul mondo vichingo dall'era glaciale ai giorni nostri. Il Museo storico svedese conserva la storia della Svezia e mostra come la storia influenzi la società.

Contatto: +46 (0)8 519 556 00
+46 (0)8 519 556 20
info@shm.se

Sito web: www.historiska.se/home/



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Gestione delle collezioni: AXIELL - dare vita alla cultura e alla conoscenza

Target group: • Pubblico globale

Obiettivi: • Visione digitale per la gestione delle collezioni
• Collezioni accessibili a livello globale

Iniziativa europea di riferimento: n.d.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Gestione delle collezioni online: AXIELL COLLECTIONS

Gestisci le collezioni di musei e archivi ovunque tu sia con questo sistema di gestione delle collezioni flessibile, intuitivo e basato sul web.

L'implementazione di AXIELL COLLECTIONS permette di:

- catalogare, gestire e organizzare collezioni (software leader)
- accesso al software tramite un browser Web (accessibile ovunque)
- personalizzare e adattare la piattaforma alle esigenze degli utenti, dello staff e dei visitatori (flessibilità)
- digitalizzare le collezioni (digitalizzazione)

2. Progetto di digitalizzazione delle collezioni: la soluzione AXIELL per l'accesso al mondo vichingo

Oltre alla gestione interna della collezione, il Museo di storia svedese utilizza gli strumenti Axiell per rendere disponibili oggetti e collezioni in formato digitale a visitatori, comunità e altre istituzioni in tutto il mondo (accessibilità globale).

Tutti gli oggetti, i manufatti e i testi di The Viking World sono accessibili tramite telefono cellulare, tablet o computer, fisicamente nel museo o a casa.

Questa soluzione consente di collegare le collezioni con altre migliaia presenti in tutto il mondo. Una ricerca che parte dal Museo storico svedese può portare ad altri archivi, istituzioni, paesi e persino continenti (la comunità di Axiell).

Gli utenti della comunità online, in tutto il mondo, possono interagire e aiutarsi a vicenda e condividere suggerimenti o domande. I servizi della comunità Axiell rappresentano una vetrina che può essere utilizzata per promuovere il museo e raggiungere obiettivi di sviluppo del pubblico.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

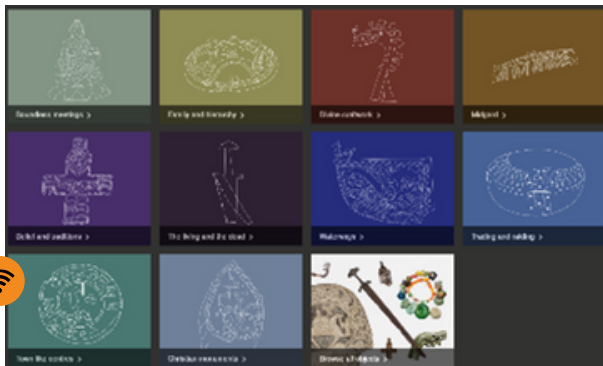
- Materiali audiovisivi
- Strumento di gestione delle collezioni online
- Mostra digitale
- Social network e media in generale
- Comunità Axiell

Criticità:

- Costi aggiuntivi per l'implementazione di soluzioni digitali
- Intermediazione della gestione delle collezioni (criticità della proprietà dei dati)

Punti di forza:

- Nuovi prodotti e un nuovo modo di vivere l'arte
- Software Axiell facile da usare
- Networking con la community Axiell
- Aumentare il raggio d'azione del museo



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Collegamenti al Museo di storia svedese

<https://historiska.se/home/>

<https://shm.se/en/>

Pagina Facebook del Museo di storia svedese

<https://www.facebook.com/historiska>

Pagina Instagram del Museo di Storia Svedese

<https://www.instagram.com/historiska/>

Canale YouTube del Museo di storia svedese

<https://www.youtube.com/user/historiskamuseetse>

Collegamenti AXIELL

<https://www.axiell.com/>

<https://www.axiell.com/de/axiell-news/the-swedish-history-museum-makes-largest-viking-age-collection-globally-accessible-with-axiell/>

<https://www.axiell.com/customer-stories/image-handling-national-historical-museums-of-sweden-axiell-ingest-axiell-collections/>

Metodologia:

- La funzione della piattaforma è quella di offrire un servizio informativo. Consente quindi l'archiviazione e l'accesso a file con materiale informativo in diversi formati e uno strumento di ricerca per categorie o parole chiave.
- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di progettazione tecnica a livello grafico e di analisi del database, una componente di programmazione per il sito web pubblico (principalmente html + DHTML + Javascript + PHP) e una componente di programmazione per l'accesso privato (principalmente utilizzando php con un database mysql) per la sua amministrazione.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione del sistema di gestione delle collezioni online: 6.000/10.000 euro
- Forum già sviluppato da implementare: a partire da 500 euro

Possibile soluzione low cost:

- È anche possibile sviluppare un sito web senza programmazione grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche pacchetti gratuiti o quasi.



MUSEO DI LEĀBORK

 LeĀbork, Pomerania

Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il Museum di LeĀbork prepara e mette a disposizione collezioni sulla storia della città e della regione. Il museo ospita una vasta gamma di manufatti storici ed etnografici, tra cui pezzi antichi e contemporanei.

Il Museo organizza seminari storici, conferenze e workshop, che si concentrano principalmente sulla scomparsa di mestieri antichi e medievali comprendenti tecniche come la tessitura, la carta fatta a mano, le vetrate, la ceramica, ecc. Il Museo è anche co-organizzatore del festival cittadino St. Jakub e di molti altri eventi.

Contatto: +48 59 8622 414
biuro@muzeum.lebork.pl

Sito web: www.muzeum.lebork.pl



Nome dell'iniziativa: MUS.NET. MUSeum NETwork

Target group:

- Famiglie più piccole, visitatori di età 50+, rappresentanti di gruppi vulnerabili (migranti, nuovi membri)
- Personale del museo e volontari

- Obiettivi:**
- Sviluppo del pubblico
 - Sviluppo delle capacità-Formazione

Iniziativa europea di riferimento:

Iniziativa - Piano di lavoro dell'UE per la cultura 2015-2018
Programma di finanziamento dell'UE - Europa creativa 2014-2020

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Sviluppo del pubblico attraverso App, Videomaking e attività culturali digitali

Applicazioni

I partner del progetto MUS.NET hanno concepito MUS.NET. App al fine di:

- stimolare diversi tipi di reazioni da parte degli utenti e dei visitatori in base ai sensi, alle emozioni e al cervello
- creare strumenti statistici e raccogliere dati per profilare i visitatori e offrire un'esperienza sempre più su misura
- offrire diversi tour personalizzati e aggiornarli costantemente

Videorealizzazione

I partner del progetto hanno prodotto video di dieci minuti - disponibili su YouTube - tra cui un'introduzione al museo e una presentazione delle collezioni.

Attività culturali digitali

La combinazione di app e videomaking con il noleggio di attrezzature e installazioni ha portato allo sviluppo finale di mostre di digitalizzazione (ad esempio, open day per testare l'applicazione Draw Alive e la tecnologia 3D per i visitatori più giovani)

2. Sviluppo delle capacità-Formazione

I temi chiave e i metodi di MUS.NET. formazione sono:

- Capire come la tecnologia può trasformare l'esperienza museale
- Capire come convincere le persone a visitare e interagire con le mostre
- Webinar per i responsabili dei musei (ad es. sessioni informative-formative per operatori museali, open day interattivi)

3. Soluzioni basate sulle esigenze

Anche le attuazioni dei progetti si basano su indagini:

- Indagine sul pubblico: focalizzata sull'esperienza museale del visitatore. I questionari hanno aiutato a profilare il pubblico
- Indagine sulle migliori pratiche: i partner hanno distribuito questionari e condotto interviste con operatori di 18 istituzioni culturali per individuare le buone pratiche nel settore.



Soluzioni digitali:

- Stazioni video
- APP Museo in tasca
- L'angolo dei bambini Draw Alive
- Moduli digitali di feed-back
- Tecnologia di realtà aumentata (AR)
- Social network e sito web (media in generale)

Criticità:

- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- Carezza di personale specializzato in competenze digitali (ad esempio, gestione dei social media e/o strategie di web marketing culturale, sviluppo di app)
- Un costo aggiuntivo per l'implementazione di soluzioni digitali

Punti di forza:

- Una più ampia scelta di prodotti: servizi digitali e web
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner del progetto
- Accesso facilitato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto (ad esempio, formazione, implementazione di nuovi strumenti digitali)

Link utili/Ulteriori riferimenti:

Museo di Lębork links

<https://www.muzeum.lebork.pl/>

<https://ced-slovenia.eu/en/partner/muzeum-w-leborku-museum-lebork-poland/>

Pagina Facebook del Museo di Lębork

<https://www.facebook.com/pages/category/History-Museum>

Canale YouTube del Museo di Lębork

https://www.youtube.com/channel/UCY6O_tjlwHgBAYFnSCz8aJQ

MUS.NET. Link ai progetti

<https://www.mus-net.eu/partners/>

<https://ced-slovenia.eu/en/project/mus-net-museum-network-2/>

http://www.mus-net.eu/wp-activities_deliverables/

<https://www.mus-net.eu/children-having-fun/>

Altri riferimenti

AR:

<https://www.techtarget.com/whatis/definition/augmented-reality-AR>

Disegna Vivo:

<https://www.breezcreative.com/draw-alive>

Web marketing culturale: <https://www.digital-coach.com/it/blog/case-histories/web-marketing-culturale/>

Video del Museo Partner di Lębork, Polonia:

<https://youtu.be/lebork>



Metodologia:

- L'app può essere sviluppata programmando o tramite piattaforme speciali.
- Un video di presentazione del museo o di presentazione delle opere può essere facilmente realizzato dal personale del museo. Lo stesso vale per i questionari: google forms è un modo molto semplice e intuitivo per inserire domande con diverse modalità di risposta (con 1 o più scelte consentite, risposta aperta, scala likert, elenco a discesa).

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione dell'app:
25.000/50.000 euro
- Tecnologia di realtà aumentata (AR):
3.000/30.000 euro

Possibile soluzione low cost:

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.
- Questionari e moduli di feedback possono essere creati gratuitamente grazie a Google Forms.

Glossario:

Tecnologia di realtà aumentata (AR): AR è l'integrazione di informazioni digitali con l'ambiente dell'utente in tempo reale. Gli utenti AR sperimentano un ambiente reale con informazioni percettive generate sovrapposte ad esso. L'AR viene utilizzata per modificare visivamente gli ambienti naturali o per fornire informazioni aggiuntive agli utenti.

Draw Alive: Draw Alive è un gioco di disegno digitale e interattivo in cui i bambini possono vedere i loro disegni prendere vita scansionandoli in un mondo virtuale.

Web marketing culturale: insieme di attività volte a promuovere e valorizzare un bene o un prodotto culturale

Peculiarità: si caratterizza per la complessità dei contenuti e l'assenza di professionalità specifiche nelle istituzioni culturali. Consiglio: per sviluppare una strategia vincente, e scegliere i media e il linguaggio giusti, è necessario definire bene il proprio prodotto culturale e il proprio target di riferimento.

MUSEO NAZIONALE DI STORIA CONTEMPORANEA DELLA SLOVENIA

 Lubiana, Slovenia centrale

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: La missione del Museo è acquisire, documentare, conservare, ricercare e promuovere materiali relativi alla storia contemporanea slovena. Contiene collezioni relative alla prima e alla Seconda guerra mondiale, al periodo tra le due guerre, al periodo socialista e alla creazione della Slovenia indipendente.

Oltre alle sue mostre, il Museo offre anche una varietà di programmi nel campo della cultura, dell'educazione e della ricerca per bambini e adulti.

Contatto: +386 (0)1 300 96 10
+386 (0)1 433 82 44
uprava@muzej-nz.si

Sito web: www.muzej-nz.si



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: IMPROVISA - Life in Motion

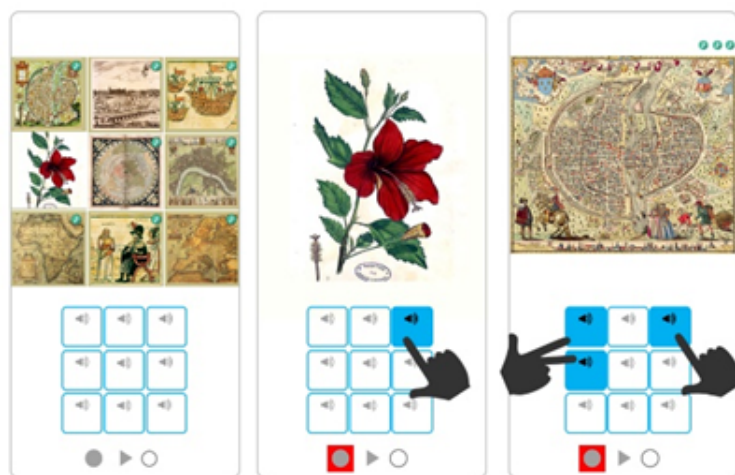
Target group:

- Pubblico più giovane
- Comunità con difficoltà di accesso alla cultura (immigrati, nuovi membri, detenuti)

Obiettivi:

- Esplorare nuovi modi di utilizzare, condividere e diffondere i contenuti culturali, artistici e del patrimonio europeo utilizzando le tecnologie mobili
- Avvicinare la cultura al pubblico più giovane e alle comunità difficili da raggiungere
- Promuovere la mobilità transfrontaliera e intersettoriale e lo scambio di conoscenze tra artisti, professionisti museali, specialisti delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC) ed esperti nello sviluppo del pubblico
- Analizzare modelli di business adeguati alle nuove esigenze e sviluppare nuove competenze

Iniziativa europea di riferimento: Programma di finanziamento dell'UE: Creative Europe 2014-2020



Principi e metodi innovativi trasferibili:

IMPROVISA - Life in Motion è un progetto che riunisce artisti, scienziati, tecnologi, utenti finali e musei provenienti da 5 paesi dell'UE (ES, IT, GR, PL, SI). Questi sono alcuni dei risultati del progetto, i cui principi e metodi possono essere trasferibili a piccoli musei:

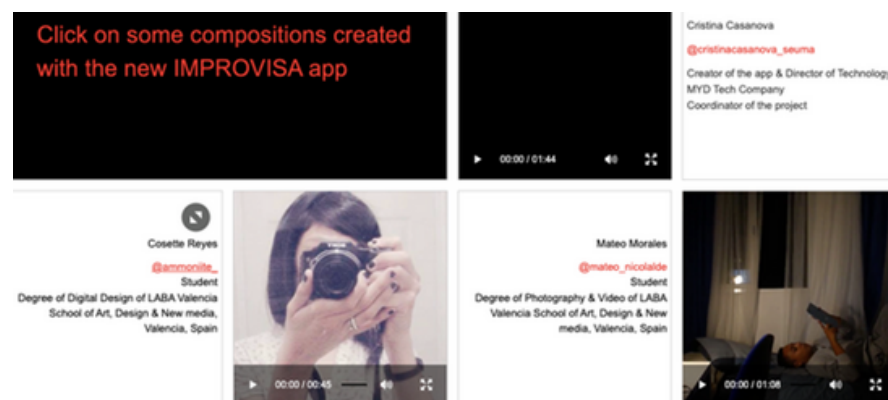
1. App IMPROVISA Mobile Toolkit (prototipo)

Questa app creativa offre due diversi profili: uno per gli utenti finali e l'altro per i fornitori di contenuti. Consente agli utenti di trasformarsi in artisti sperimentando, improvvisando e componendo immagini e suoni giocando con la tastiera. Quando un utente interagisce con i diversi tasti, viene generata una sequenza audiovisiva che può essere registrata, raccolta in un album e riprodotta in seguito.

Un ALBUM è un insieme di uno o più elementi multimediali (video, audio, immagini, ecc.) e può dare origine a molte diverse composizioni multimediali, interpretazioni soggettive e creative. ALBUMS serve ai fornitori di contenuti per organizzare e diffondere i loro contenuti, a seconda delle esigenze di ogni momento, campagna o iniziativa.

I fornitori di contenuti si occupano quindi della diffusione dei contenuti creati dagli artisti, in questo caso gli utenti finali, attraverso le tecnologie digitali.

Alcune composizioni create con la nuova app IMPROVISA sono disponibili in questa pagina.



2. Laboratorio di co-creazione IMPROVISA - coinvolgere artisti locali nello sviluppo digitale del museo

Il consorzio del progetto IMPROVISA - Life in Motion ha lanciato una Call for Artists invitando gli artisti (4) a presentare proposte con nuovi approcci per coinvolgere il pubblico nei contenuti culturali e del patrimonio attraverso i principi dell'improvvisazione e l'uso delle tecnologie mobili.

Gli artisti selezionati hanno proposto una serie di attività per la reinterpretazione delle collezioni del museo e della galleria, creando anche contenuti multimediali: immagini, campionatori e brevi video. Gli artisti hanno ulteriormente sviluppato i workshop da implementare nei musei collaborati.

I quattro artisti di cui sopra partecipano anche a un programma di mobilità in 3 paesi dell'UE (Slovenia, Grecia, Polonia).

Soluzioni digitali:

- App IMPROVISA Mobile
- Contenuti multimediali: immagini, sampler e brevi video
- Uno strumento audio-visivo
- Social network e sito web (media in generale)

Criticità:

- Competenze necessarie per l'implementazione delle tecnologie mobili
- Costi aggiuntivi per l'implementazione di nuove tecnologie
- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- App IMPROVISA Mobile: dal prototipo al prodotto

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di strumenti, prodotti e workshop
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner del progetto
- Mobilità transfrontaliera e intersettoriale
- Irilevanza internazionale e polivalenza del progetto
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Muzej novejšje zgodovine Slovenije links

<https://www.muzej-nz.si/en/>

<https://www.visitljubljana.com/en/poi/cekin-mansion-national-museum-of-contemporary-history/>

Pagina Facebook di Muzej novejšje zgodovine Slovenije

<https://www.facebook.com/MuzejNZSLO/>

Pagina Instagram di Muzej novejšje zgodovine Slovenije

<https://www.instagram.com/muzejnzsl/>

Pagina Twitter di Muzej novejšje zgodovine Slovenije

<https://twitter.com/MuzejNZS>

IMPROVISA - Life in Motion links

<http://portably.mydocumenta.com/preview22336>

<https://ced-slovenia.eu/en/project/improvisa-life-motion-2/>

<https://www.eccom.it/project/improvisa-life-in-motion/>

Pagina Facebook IMPROVISA - Life in Motion

<https://www.facebook.com/Improvisaproject>

IMPROVISA - Pagina Instagram Life in Motion

https://www.instagram.com/improvisa_project/

Altri riferimenti

TCI:

<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/ICT>

Metodologia:

- La creazione dell'app implica le seguenti attività: sviluppo di risorse grafiche adattate a diversi layout di visualizzazione android/ios, costruzione di un setting multilingua, progettazione tecnica e sviluppo del codice, animazione, progettazione audio, programmazione, prototipazione, revisione e sviluppo finale.

Possibile soluzione low cost:

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione dell'app: a partire da 2.000 euro

Glossario:

Tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC): Le TIC, o tecnologie dell'informazione e della comunicazione, (sono l'infrastruttura e i componenti che consentono l'informatica moderna. Sebbene non esista un'unica definizione universale di TIC, il termine è generalmente accettato per riferirsi a tutti i dispositivi, componenti di rete, applicazioni e sistemi che, in combinazione, consentono alle persone e alle organizzazioni di interagire nel mondo digitale.

RIJKSMUSEUM - MUSEO STATALE DI AMSTERDAM

16

 Amsterdam,
area metropolitana di Amsterdam

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: Il Rijksmuseum è il museo nazionale dei Paesi Bassi, situato ad Amsterdam, che offre una panoramica rappresentativa dell'arte e della storia olandese dal Medioevo in poi e dei principali aspetti dell'arte europea e asiatica. Inoltre, il museo organizza diverse mostre all'anno con opere della propria collezione e prestiti (inter)nazionali.

Contatto: +31 (0) 20 6747 000
info@rijksmuseum.nl

Sito web: www.rijksmuseum.nl/en



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Nome dell'iniziativa: n.d.

Target group:

Pubblico nazionale e internazionale contemporaneo

- Obiettivi:**
- Connettere le persone con l'arte e la storia
 - Ristrutturazione attraverso la strategia digitale: coinvolgimento dei visitatori e politica di accesso online

Iniziativa europea di riferimento: n.d.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Un tour digitale personalizzato

L'app gratuita del Rijksmuseum consente ai visitatori di approfondire ed estendere la loro esperienza museale. In particolare, consente di:

- acquistare i biglietti
- fare tour multimediali gratuiti
- scorrere la collezione online
- trovare la strada personale nel museo
- creare il tuo percorso

Crea il tuo percorso: basta toccare le opere che il visitatore vuole vedere nel museo. L'app traccia il percorso ideale e indirizza il visitatore da un oggetto all'altro. È come una playlist Spotify per l'arte.

L'implementazione dello strumento di navigazione e del piano interattivo consente di realizzare tutte le iniziative di cui sopra.

L'app del Rijksmuseum è uno strumento audiovisivo. Viene anche chiamata "la finestra magica" perché trasforma uno smartphone in una lente d'ingrandimento, un binocolo, una macchina del tempo, uno scanner a infrarossi, un blocco da disegno o una bacchetta magica.

2. Restauro interattivo

Il Rijksmuseum ha anche supervisionato il restauro della famosa opera "La ronda di notte" in modo interattivo e coinvolgente. L'operazione di restauro consiste in tecniche di imaging - fotografie ad alta risoluzione e analisi computerizzate altamente avanzate - grazie alle quali è possibile tracciare un quadro molto dettagliato del dipinto.

Le scansioni e le fotografie che sono state fatte di ogni millimetro quadrato del dipinto vengono archiviate ed elaborate utilizzando l'intelligenza artificiale e la tecnologia di apprendimento automatico. Questa tecnologia dà al pubblico la possibilità di seguire in diretta il processo di restauro e di ingrandire ogni dettaglio de "La Ronda di Notte".



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Rijksmuseum APP
- Tour multimediali gratuiti
- Collezione online (rijksstudio- dal 2012)
- Intelligenza artificiale (AI)
- Tecnologia di apprendimento automatico
- Fotocamere e videocamere ad altissima risoluzione

Criticità:

- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione di strumenti digitali
- Costi per l'implementazione di soluzioni digitali
- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di prodotti
- Coinvolgimento di nuovi segmenti di pubblico
- Rilevanza internazionale del museo e della città

Link utili/Ulteriori riferimenti:

Rijksmuseum links

<https://www.rijksmuseum.nl/en>

<https://www.rijksmuseum.nl/en/rijksstudio>

<https://northernlight.nl/project/rijksmuseum-app-2/>

<https://pro.europeana.eu/post/how-the-renovation-of-a-world-renowned-art-museum-is-inspiring-a-sector-in-digital-transformation>

Pagina Facebook del Rijksmuseum

<https://www.facebook.com/rijksmuseum/>

Pagina Instagram del Rijksmuseum

<https://www.instagram.com/rijksmuseum/>

Pagina Twitter del Rijksmuseum

<https://twitter.com/rijksmuseum>

Pagina TikTok del Rijksmuseum

<https://www.tiktok.com/@rijksmuseum>

Canale YouTube del Rijksmuseum

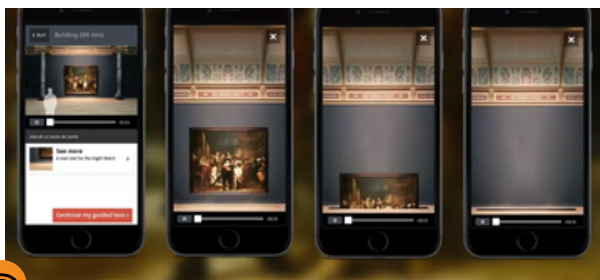
<https://www.youtube.com/channel/UCEXuPFYt1M3e8DTILDeSfVg>

Altri riferimenti

AI: <https://builtin.com/artificial-intelligence>

Tecnologia di apprendimento automatico:

<https://www.techtarget.com/definition/machine-learning-ML>



Metodologia:

- Una volta sviluppata l'app del museo, si può procedere alla realizzazione delle visite guidate e al loro caricamento nell'app. Anche le opere digitalizzate in fase di restauro possono essere caricate nell'app.
- Il museo organizza il restauro delle opere in modo da renderlo accessibile al pubblico, che può così assistere al processo in modo interattivo e coinvolgente.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione dell'app: a partire da 20.000 euro
- Fotocamere e videocamere ad altissima risoluzione: a partire da 8.000 euro

Glossario:

Intelligenza artificiale (AI): l'intelligenza artificiale è una branca ad ampio raggio dell'informatica che si occupa della costruzione di macchine intelligenti in grado di eseguire compiti che in genere richiedono l'intelligenza umana. L'AI può essere suddivisa in quattro categorie, in base al tipo e alla complessità dei compiti che un sistema è in grado di eseguire:

- Macchine reattive: in grado di percepire e reagire al mondo che ha di fronte mentre svolge compiti limitati
- Memoria limitata: in grado di memorizzare dati e previsioni passati per informare le previsioni di ciò che potrebbe venire dopo
- Teoria della mente: in grado di prendere decisioni basate sulle sue percezioni di come gli altri sentono e prendono decisioni
- Autoconsapevolezza: in grado di operare con coscienza a livello umano e comprendere la propria esistenza


Possibile soluzione low cost:

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.
- Per realizzare una collezione digitale a basso costo, si può anche pensare di fotografare i dipinti con attrezzature più economiche, anche con semplici macchine fotografiche. Anche se la risoluzione delle foto sarebbe notevolmente inferiore, è possibile rendere la collezione più accattivante sfruttando piattaforme gratuite come StoryMapJS che consentono di aggiungere contenuti interattivi a una foto.

Tecnologia di apprendimento automatico (ML): il ML è un tipo di intelligenza artificiale che consente alle applicazioni software di diventare più accurate nel prevedere i risultati senza essere esplicitamente programmate per farlo. Gli algoritmi ML utilizzano i dati cronologici come input per prevedere nuovi valori di output. I motori di raccomandazione sono un caso d'uso comune per l'apprendimento automatico. Altri usi popolari includono il rilevamento di frodi, il filtro antispam, il rilevamento di minacce malware, l'automazione dei processi aziendali (BPA) e la manutenzione predittiva.



STADTMUSEUM DRESDEN - MUSEO DELLA CITTÀ DI DRESDA

 Dresda, Sassonia

Dimensioni del Museo: Medio

Attività: Il Museo della città di Dresda è il museo centrale della città e della storia locale nella capitale sassone di Dresda, e si trova nella storica casa di campagna a pochi metri dalla Frauenkirche. La mostra permanente presenta oltre 1.000 reperti in tre sale.

Contatto: +49 351 4887301
+49 351 4887303
sekretariat@museen-dresden.de

Sito web: www.museen-dresden.de



Nome dell'iniziativa: n.d.

Target group: Visitatori di Dresda

- Obiettivi:**
- Rappresenta 800 anni di storia di Dresda
 - Implementazione di progetti pilota digitali innovativi per il futuro

Iniziativa europea di riferimento: n.d.



Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Gli strumenti digitali come missione di un museo

Oltre venti stazioni mediatiche, numerose installazioni cinematografiche e un piccolo cinema dimostrano come la città sia cambiata nell'ultimo secolo.

Gli strumenti digitali sono quindi una parte essenziale della visione del museo: la rappresentazione della storia di Dresda.

Tour della mostra, conferenze e approfondimenti sui laboratori di restauro sono disponibili nella playlist di YouTube.

Su Sachsenfernsehen c'è una selezione di film creati in collaborazione con lo Stadtmuseum Dresden.

2. Candidarsi al programma di incubazione: il caso di DOORS - Digital Incubator for Museum

LO Stadtmuseum Dresden ha fatto domanda per il bando DOORS ed è stato tra i 40 vincitori che sono ora nella prima fase del programma di incubazione DOORS.

DOORS è un progetto finanziato dal programma di ricerca e innovazione dell'UE Horizon 2020, che cerca di dare ai musei di piccole e medie dimensioni in tutta Europa l'opportunità di affrontare la trasformazione digitale del settore.

DOORS vuole ridurre il divario di digitalizzazione creando lo spazio per le piccole istituzioni per esprimere le loro esigenze e offrendo loro accesso a conoscenze, risorse, competenze e un programma di incubazione e sviluppo delle competenze. Questo progetto garantirà l'attrazione del pubblico e la sostenibilità finanziaria. In particolare, l'obiettivo dello Stadtmuseum Dresden è quello di implementare progetti pilota digitali innovativi per il futuro.

Seguiranno altre call per lo stesso progetto.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Oltre venti stazioni multimediali
- Numerose installazioni cinematografiche
- Un piccolo cinema

Criticità:

- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione degli strumenti digitali
- Costi aggiuntivi per l'implementazione di soluzioni digitali

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di prodotti
- Collegamento in rete con le altre istituzioni culturali
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Stadtmuseum Dresden link

<https://www.stmd.de/>
<https://museen-dresden.de/index.php?lang=de&node=stadtmuseum>
<https://www.sachsen-fernsehen.de/?s=Stadtmuseum>

DOORS link

<https://ars.electronica.art/doors/en/>
<https://cordis.europa.eu/project/id/101036071>
<https://museumbooster.com/doors/>

Metodologia:

- Per allestire stazioni multimediali e un piccolo cinema, è necessario installare tutte le attrezzature necessarie in uno spazio dedicato. È inoltre necessario provvedere al download (o alla realizzazione) e all'installazione dei contenuti e dei materiali audiovisivi da proiettare o implementare nelle stazioni multimediali. Per quanto riguarda il piccolo cinema, è consigliabile prevedere posti a sedere per i visitatori.

Possibile soluzione low cost:

- Per realizzare una stazione multimediale con un budget limitato, è necessario prendere in considerazione gli schermi più piccoli. È possibile rendere l'esperienza dei visitatori coinvolgente e interattiva anche con semplici tablet.
- In ogni caso, l'acquisto di attrezzature usate è una valida opzione che riduce i costi.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Schermo interattivo per postazione multimediale: a partire da 1.000 euro (Si prega di considerare che il prezzo può variare notevolmente a seconda delle dimensioni dello schermo)
- Allestimento per piccolo cinema: a partire da 400 euro



MOMUS - MUSEO D'ARTE CONTEMPORANEA

18

 Salonicco

Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il MOMus - Museo di Arte Contemporanea - promuove l'arte contemporanea e lo studio dei movimenti artistici in Grecia e all'estero attraverso la conservazione e la promozione dei suoi risultati, principalmente nelle arti visive.

Contatto: (+30) 2310 240002

(+30) 2310 281567

info.contemporary@momus.gr

Sito web: www.momus.gr/en/contemporary



Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: Mind's Eye - Opening Arts to the visually impaired 2019/20

Target group: Persone con disabilità visive

Obiettivi:

- Un nuovo modo di vivere l'arte
- Inclusione sociale e culturale, impegno, uguaglianza e accessibilità nell'esperienza artistica per le persone con disabilità visive

Iniziativa europea di riferimento: N/D



Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Pratiche inclusive

Professionisti di diversi settori scientifici hanno collaborato con specialisti delle popolazioni ipovedenti per stabilire metodi inclusivi per l'interpretazione e l'accessibilità delle opere d'arte nell'ambiente museale.

Le pratiche utilizzate come ausili tattili-uditivi permettono di ottenere input tattili e uditivi che attivavano "l'occhio della mente". Da gennaio a giugno 2020, le applicazioni sono state costruite, sfruttando nuovi media e tecnologie e offrendo nuovi modi di coinvolgere e ricevere l'arte oltre la vista.

In particolare, l'attuazione del progetto ha comportato l'installazione di una serie di applicazioni pilota pedagogiche e interattive:

- Mappe tattili
- Repliche 3D con la tecnologia di stampa 3D e taglio laser
- Catalogo comprensivo che comprende testi in Braille, codici QR e descrizioni audio
- Una serie di scatole interattive, che portano un aiuto tattile per ogni opera d'arte resa in scala ridotta

2. Servizi relativi al progetto: Off Stream

Il progetto si sta evolvendo in una nuova iniziativa: Off Stream. È stata creato con la visione di contribuire al rafforzamento della coesione sociale e alla partecipazione paritaria di individui e gruppi sociali, solitamente esclusi dalla cultura dominante. Ciò si ottiene attraverso lo sviluppo di attività innovative basate sulle nuove tecnologie sopra menzionate.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Repliche 3D
- Codici QR
- Descrizioni audio
- Catalogo interattivo inclusivo

Criticità:

- Elevate competenze richieste per la realizzazione e la gestione delle nuove applicazioni
- Costi per la realizzazione di soluzioni innovative
- Difficoltà nell'andare oltre la nicchia

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di prodotti e attività
- Un nuovo modo di vivere l'arte
- Networking con associazioni di nicchia
- Coinvolgimento di nuovi segmenti di pubblico
- Rilevanza sociale dell'iniziativa e del museo
- Replicabilità e miglioramento dell'iniziativa



Link utili/Ulteriori riferimenti:

MOMus link

<https://www.momus.gr/en/momus/contemporary>

<https://www.momus.gr/en/>

Pagina Facebook di MOMus

<https://www.facebook.com/MOMusContemporary/>

Pagina Instagram di MOMus

https://www.instagram.com/momus_museums/?hl=it

Canale YouTube MOMus

<https://www.youtube.com/c/momusmuseums/about>

Mind's Eye - Opening Arts to the visually impaired 2019/20 link

<https://mindseye.gr/>

<https://repository.ihu.edu.gr>

Canale YouTube Mind's Eye - Opening Arts to the visually impaired 2019/20

<https://www.youtube.com/channel/UC5HpStns8hYJ0Pj09EoYtag/videos>

Pagina Facebook Off Stream

<https://www.facebook.com/this.is.offstream/>

Altri riferimenti

Stampa 3D: <https://www.twi-global.com/technical-knowledge/faqs/what-is-3d-printing>

Metodologia:

- Per realizzare delle repliche in 3D della collezione del museo, si può utilizzare una stampante 3D professionale, preferibilmente a resina. Alle repliche si possono associare delle descrizioni audio che possono essere registrate anche dal personale del museo stesso. Per realizzare il catalogo in braille è sufficiente inviare le schede e descrizioni delle opere a una società che le trascriva e stampi in braille.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Stampante 3D professionale: a partire da 2.000 euro
- Lampada UV post polimerizzazione (per stampante 3D): a partire da 800 euro
- Cleaning Station (per stampante 3D): a partire da 500 euro
- Catalogo in braille: 1/1.50 euro per pagina
- Mappa tattile in braille: a partire da 5.000 euro
- QR code: gratuito su QR Code Generator

Possibile soluzione low cost:

- Delle alternative low cost alla mappa tattile potrebbero essere:
 1. Stampare delle mappe in braille da consegnare all'ingresso in forma di flyer;
 2. Installare un percorso con pavimentazione tattile (20 euro circa per 3 metri di percorso) e registrare un'audioguida che, oltre a descrivere l'esposizione, accompagni il visitatore durante il percorso e annunci possibili bivi.
- Il prezzo indicato per la stampante 3D e i suoi accessori garantisce un certo livello di qualità di stampa. È comunque possibile spendere meno abbassando la qualità del prodotto. Una stampante 3D più economica può costare anche 200/500 euro; mentre, per quanto la cleaning station e la lampada UV, si possono trovare delle macchine 2 in 1 a partire da 100/150 euro. Un'altra opzione è quella di ricorrere a una società esterna per effettuare le stampe. Questo tipo di servizio, però, può essere più conveniente dell'acquisto della stampante solo nel caso in cui si abbia bisogno di poche stampe 3D.

Glossario:

Stampa 3D: la stampa 3D, nota anche come produzione additiva, è una tecnica per generare oggetti tridimensionali strato per strato da un design generato al computer. È un metodo che prevede la costruzione di strati di materiale per formare un componente 3D. Si tratta dell'inverso delle procedure di produzione sottrattiva, che comportano il taglio di un progetto finito da un blocco di materiale più grande. Pertanto, la stampa 3D spreca meno materiale ed è anche adatta alla produzione di oggetti complessi e unici nel loro genere: può essere utilizzata per la prototipazione rapida o, ad esempio, per la produzione di opere d'arte su scala ridotta.



MUV FMJJ MUSEO VIRTUAL FUNDACIÓN MARÍA JOSÉ JOVE

 A Coruña

Dimensioni del Museo: n.a.

Attività: Il MUV riunisce le attività dell'area artistica della Fondazione María José Jove ed è visitabile solo virtualmente. I temi principali proposti nelle sue esposizioni sono: architettura, ambiente, paesaggio, patrimonio, rurale e sostenibilità..

Contatto: +34981160265
ismartinez@fundacionmariajosejove.

org

Sito web: www.muv.fmjj.org



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

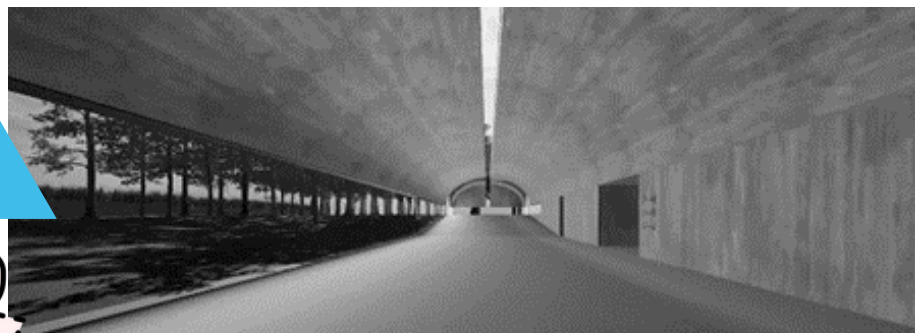
- Obiettivi:**
- Facilitare lo scambio culturale e la connessione tra persone provenienti da luoghi, campi e discipline diverse
 - Offrire nuove modalità di produzione, diffusione e accessibilità

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Creazione di uno spazio virtuale

Il MUV consiste in una struttura virtuale di 3000 metri quadrati di fronte all'oceano Atlantico, disegnato fedelmente ai paesaggi galiziani. Si può accedere direttamente dal sito ed è possibile visitarlo tramite visualizzazione digitale o occhiali 3D.



2. Versatilità e scambio culturale

Questo spazio online si presta ad essere un'occasione di scambio tra persone provenienti da luoghi, campi e discipline diverse. Questo tipo di networking rende il MUV aperto a nuovi modi di influenzare la ricerca, la comunicazione e il trasferimento di conoscenze attraverso la pratica artistica.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

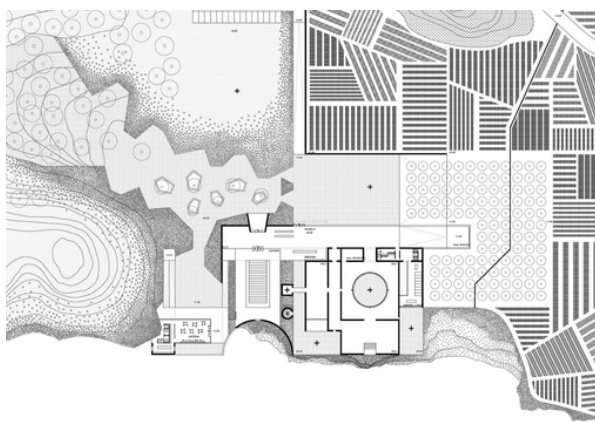
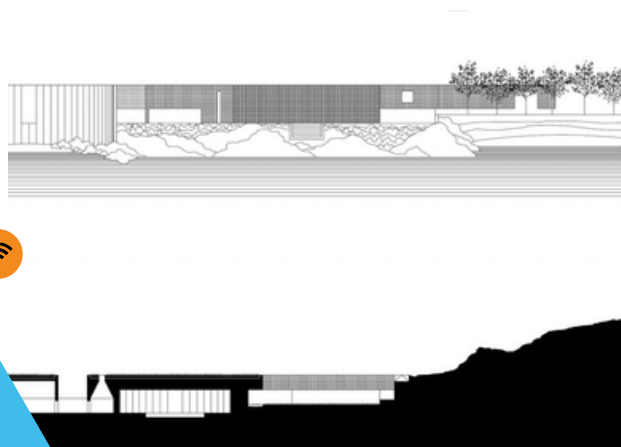
- Tecnologia VR
- Museo virtuale
- Visualizzazione digitale

Criticità:

- Possibile aumento del digital divide nella popolazione con scarsa alfabetizzazione digitale
- Elevate competenze richieste per la creazione e la gestione dello spazio virtuale

Punti di forza:

- Una più ampia selezione di prodotti
- Collegamento in rete con altre istituzioni culturali, artisti, ricercatori e altri professionisti
- Niente costi di gestione e manutenzione di uno spazio fisico



Link utili/Ulteriori riferimenti:

MUV FMJJ - Museo Virtual Fundación María José Jove

<https://muv.fmjj.org/>

Fundación María José Jove

<https://www.fundacionmariajosejove.org/secciones/coleccion-de-arte-de-la-fundacion/>

Metodologia:

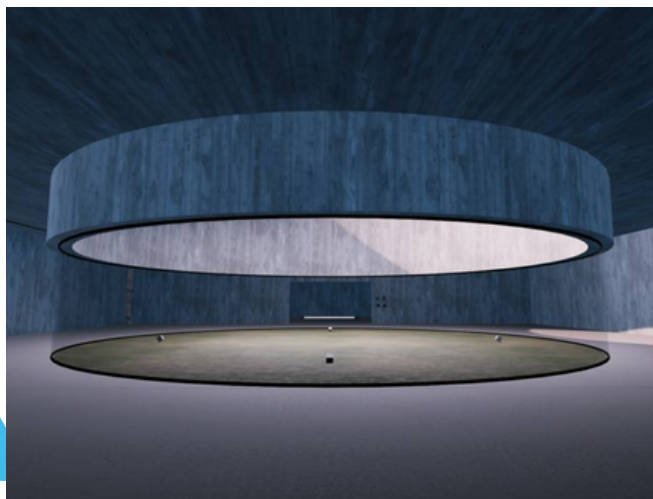
- La creazione dello spazio virtuale implica le seguenti attività: sviluppo di meccaniche di gioco, costruzione di un server multiplayer, progettazione grafica, animazione, progettazione 3d, progettazione audio, programmazione, prototipazione, revisione e sviluppo finale.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Programmazione spazio virtuale: 45.000/50.000 euro

Possibile soluzione low cost:

- Un'alternativa più economica è quella di sviluppare in autonomia gli ambienti in VR con After Effects di Adobe (a partire da 24 euro al mese).
- Si può anche usufruire di strumenti gratuiti come Arts & Culture di Google per sviluppare un virtual tour.



CENTRO INTERPRETATIVO DA HISTORIA DO BACALHAU

 Lisboa

Dimensioni del Museo: Piccolo

Attività: Il centro interpretativo da historia do Bacalhau si definisce come uno spazio che racconta “la storia più epica del Portogallo” e le avventure dei pescatori alla ricerca del Bacçalà. Questo museo è dedicato al legame dei portoghesi con il mare e al Bacçalà come simbolo storico, culturale e identitario della città di Lisboa e del Portogallo.

Contatto: +351211126155

info@historiabacalhau.pt

Sito web: www.historiabacalhau.pt



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

Obiettivi:

- Valorizzare l'importanza storica e culturale del baccalà in Portogallo
- Offrire uno spazio interattivo dove combinare la tecnologia con la tradizione

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Simulazione 4D di una barca nell'oceano

In una delle sale del centro interpretativo è possibile vivere un'esperienza in 4D. Lo spettatore si siede da solo in una barchetta in movimento ed è circondato da immagini dell'oceano con relativo suono. Questo tipo di tecnologia ha grandi potenzialità proprio per la possibilità di creare delle simulazioni che consentono agli utenti di immedesimarsi e vivere delle storie che non sono loro, come quella di tutti quei pescatori che passavano ore da soli nell'oceano.

2. Videomapping su supporto a forma di libro

Il videomapping è sempre un grande strumento all'interno dei musei. Permette di creare un vasto numero di proiezioni e effetti diversi. Nel centro interpretativo, grazie a questa tecnica è possibile assistere, guardare e leggere una vera e propria favola. La storia delle prime spedizioni e delle lotte per il baccalà viene proiettata su un grande libro, creando una vera e propria storia d'avventure ambientata nei freddi mari dell'oceano atlantico.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Possibilità di comprare i biglietti online
- Audio guide
- Proiezioni e videomapping
- Simulazione 4D

Criticità:

- Maggiori costi per la manutenzione dell'attrezzatura
- Investimento iniziale per l'attrezzatura e per la creazione su misura dell'esperienze

Punti di forza:

- Possibilità di creare esperienze uniche e immersive
- Contenuti leggeri e accattivanti per gli spettatori
- Coinvolgente anche per I bambini



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Centro interpretativo da história do bacalhau

<https://historiabacalhau.pt/>

Canva

<https://www.canva.com/>

Powtoon

<https://www.powtoon.com/>

Metodologia:

- Per la realizzazione del videomapping si dovrà scegliere la superficie dove proiettare il video e/o eventualmente comprare un supporto apposito. In base a questo, verrà sviluppato il video da un professionista. Sarà necessario attrezzarsi di un buon proiettore ed eventualmente delle casse, nel caso in cui il video abbia anche audio (scelta consigliata)

Possibile soluzione low cost:

- È possibile cercare di sfruttare le superfici del museo stesso per realizzare il videomapping. È anche possibile sviluppare un video autonomamente con programmi gratuiti come Canva e Powtoon.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Proiettore: 450/3.000 euro
- Video professionale di 5 minuti circa: 1.500/2.000 euro
- Supporto per video mapping: variabile
- Casse: 500/2.000 euro
- Simulatore: variabile in base al tipo di esperienza



MUSEO DEL PRADO

 Madrid

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: Il Museo del Prado si dedica alla conservazione e alla diffusione di una collezione unica al mondo. Oltre all'esposizione dei dipinti collezionati dai monarchi spagnoli del XVI e XVII secolo, il museo si occupa di ricerca, restauro, educazione, organizzazione di eventi ed attività culturali.

Contatto: +34 91 330 2800
museo.nacional@museodelprado.es

Sito web: www.museodelprado.es



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

Obiettivi:

- Sviluppo di un modello museale in costante rinnovamento
- Impegno per l'arricchimento culturale della società

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Profilo TikTok del museo

Il Museo del Prado, oltre ad essere presente su social network quali Instagram, Facebook, Twitter e Youtube, ha anche un profilo social su TikTok, applicazione usata per lo più da giovani. Su questa piattaforma, il museo pubblica video e contenuti volti a rendere l'arte leggera e accattivante per raggiungere e appassionare anche il pubblico giovanile.



2. Contenuti educativi interattivi sul sito web del museo

Oltre a video e audio esplicativi, il sito web del museo offre la possibilità di interagire e scoprire di più della storia, dell'arte e dei contenuti che propone. Nella seguente immagine è raffigurato un esempio: un albero genealogico interattivo per imparare di più sulla mitologia Greco romana.

Soluzioni digitali:

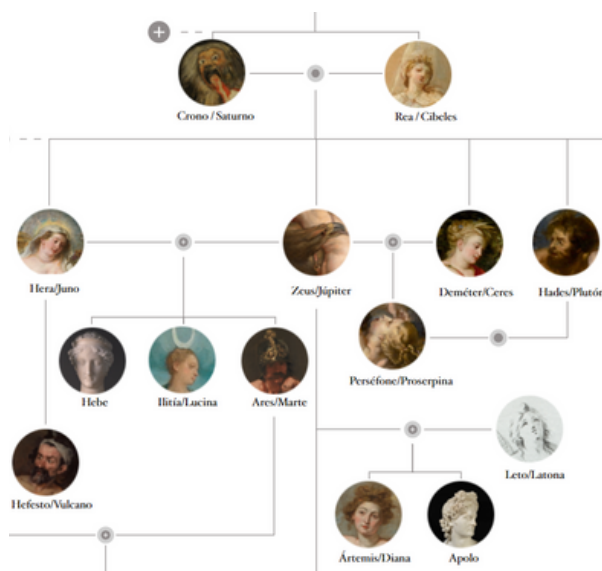
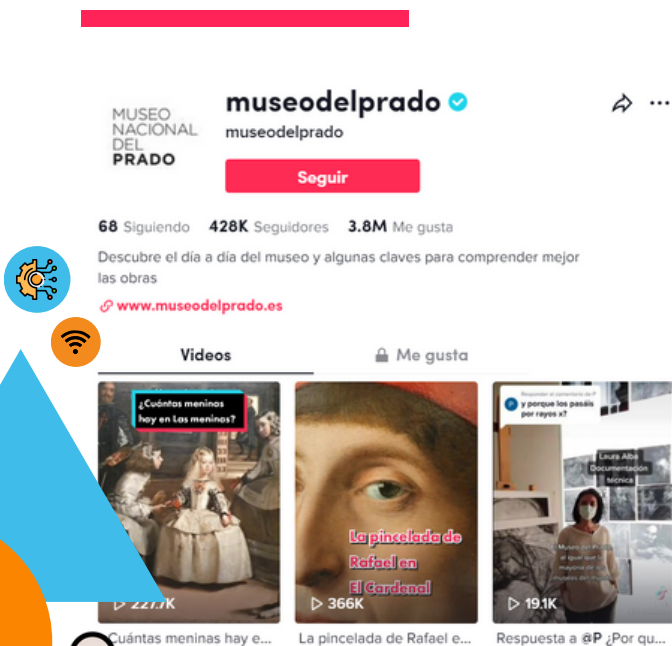
- Possibilità di comprare i biglietti online
- Contenuti educativi interattivi, audio e video
- Forte presenza sui social, in particolare TikTok

Criticità:

- Richiesta una certa costanza nella creazione e pubblicazione di contenuti
- È necessaria una ricerca previa, cura nella creazione dei contenuti, creatività e originalità

Punti di forza:

- Bassi costi di implementazione
- Contenuti leggeri e accattivanti per gli spettatori
- Coinvolgente anche per i giovani



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Museo del Prado

<https://www.museodelprado.es/>

Profilo TikTok del Museo del Prado

<https://www.tiktok.com/@museodelprado>

Sezione Interattiva del Museo del Prado

<https://www.museodelprado.es/actualidad/interactivos>

Genially

<https://genial.ly/>

Canva

<https://www.canva.com/>

Metricool

<https://metricool.com/>



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Metodologia:

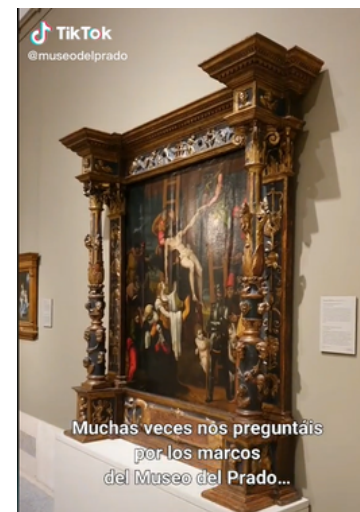
- Per sviluppare dei giochi o dei contenuti interattivi sul proprio sito web, si può predisporre un'apposita pagina dove programmare questi contenuti.

Possibile soluzione low cost:

- Per evitare di contrattare un social media manager, lo sviluppo e gestione dei contenuti da pubblicare sui social media possono essere gestiti dal personale del museo. Ci sono diverse app gratuite che possono aiutare come Metricool (per il management) e Canva (per la parte grafica dei contenuti).
- Per la realizzazione dei contenuti interattivi, si può anche ricorrere a piattaforme online gratuite come Genial.ly e Kumu.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Social media manager: 500/1.000 euro al mese
- Programmazione dei contenuti interattivi sul sito: 1.000/25.000 euro
(esempio 1: circa 960 euro;
esempio 2: circa 9.600 euro;
esempio 3: circa 24.000 euro)
- Programmazione giochi: a partire da 50.000 euro (esempio di gioco)



BASSINS DES LUMIÈRES

 Bordeaux

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: Bassins de Lumière è il centro d'arte digitale più grande del mondo ed ha ospitato le esposizioni di Klimt, Paul Klee e Sorolla. Il museo offre ai visitatori esperienze visive e sonore di alta qualità in mostre perfettamente adattate agli spazi in cui sono ospitate, dedicate ai maggiori artisti della storia dell'arte e dell'arte contemporanea.

Contatto: +33 5 35 00 00 90

groupes@bassins-lumieres.com

Sito web: www.bassins-lumieres.com



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Valorizzare l'ex base sottomarina in cui si trova Bassins des Lumières adattando le esperienze visive e sonore agli spazi in cui sono ospitate.
 - Creare un rapporto immersivo e diretto fra l'opera d'arte e il pubblico, che diventa protagonista della visita.

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Esposizioni virtuali

Nello specifico, la tecnologia utilizzata è il video mapping. Essa consiste nel proiettare un'animazione o delle immagini su una o più superfici, come se fossero dei veri e propri schermi, in cui la proiezione non subisce delle alterazioni, ma si adatta perfettamente alla superficie reale e crea un effetto artistico e dinamico.

Protagonisti delle proiezioni sono le opere d'arte, ma non solo. Questa tecnologia permette di giocare con la grafica e creare sorprendenti effetti 3D che si intersecano e si fondono con l'opera, per esempio giochi di luci, luci e ombre che mettono in evidenza alcuni elementi proiettati, figure geometriche che si spostano da un punto all'altro, effetti d'acqua.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

- Possibilità di comprare i biglietti online
- Esposizioni virtuali e video mapping
- Museum App "Les centres d'art DES LUMIÈRES"

Criticità:

- Alto investimento iniziale per l'acquisto del materiale necessario.
- Costi di manutenzione dell'attrezzatura e di realizzazione delle opere da proiettare.
- Necessità di uno spazio interamente dedicato all'esposizione virtuale.

Punti di forza:

- Questo tipo di esposizione catturerà l'attenzione dei visitatori, implicando potenzialmente una maggiore partecipazione alle mostre e maggiore popolarità per il museo.
- L'adozione delle proiezioni 3D rende il museo un centro di cultura innovativo, creativo e al passo coi tempi.



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Les Bassins des Lumière Bordeaux

<https://www.bassins-lumieres.com/en>

MapMap - software di mappatura video open source

<https://mapmapteam.github.io/>

Resolume

<https://resolume.com/>

Dataton

<https://www.dataton.com/products/watchout>

Metodologia:

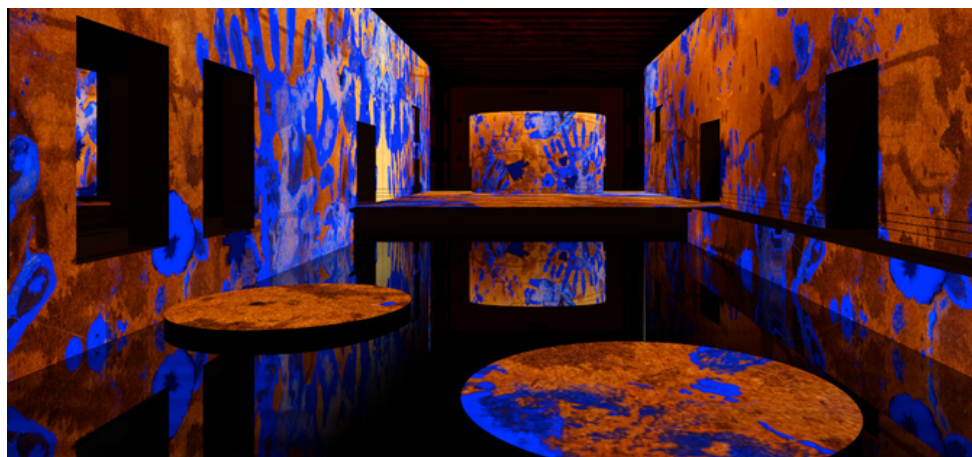
- L'esposizione virtuale consiste nel proiettare una o più opere d'arte sulle pareti e/o sul pavimento di una stanza, utilizzando la proiezione videomapping che consente al pubblico di entrare a pieno nell'opera e viverla a 360°, camminando e ripercorrendo ogni angolo della sala o sedendosi e rilassandosi, circondato dai colori e dalle immagini proiettate intorno e cullato dal sottofondo musicale.

Possibile soluzione low cost:

- Per realizzare i video da proiettare, si può anche ricorrere a dei programmi gratuiti come Mapmap e Resolume. Watchout, invece, è un software che offre sia una versione gratuita che una a pagamento, consigliata nel caso in cui si voglia usare un server multimediale e utilizzare uno o più schermi.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- Una o più stanze interamente dedicate alla visita virtuale: gli effetti in 3D possono essere proiettati sia in una stanza dedicata, sia in piccoli spazi, come i corridoi, per creare un effetto divertente e creativo.
- Proiettore: 500/3.000 euro
- Realizzazione video: from 10.000 euro
- Impianto audio: 300/1.500 euro



MUSEU NACIONAL D'ART DE CATALUNYA

23

 Barcellona

Dimensioni del Museo: Grande

Attività: Il Museu d'Art de Catalunya riunisce una vasta collezione di arte medievale, romantica, moderna, romanica, rinascimentale, barocca. Il museo si propone, quindi, di mostrare l'espressione artistica catalana al di là dei limiti cronologici. L'organizzazione di mostre temporanee e le attività di avvicinamento all'arte fanno del museo anche un centro di dialogo e dibattito artistico.

Contatto: +34 936 22 03 60

internet@museunacional.cat

Sito web: www.museunacional.cat



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Descrizione del progetto educativo/professionale

Nome dell'iniziativa: n.a.

Target group: Pubblico generico

- Obiettivi:**
- Promuovere l'uso sociale ed educativo dell'arte.
 - Offrirsi come uno spazio di conoscenza, dibattito, legami sociali e partecipazione
 - Generare nuove conoscenze tramite ricerche e collaborazioni con altre istituzioni.

Iniziativa europea di riferimento: n.a.

Principi e metodi innovativi trasferibili:

1. Visite guidate tramite l'app

L'applicazione Second Canvas Museu Nacional offre un nuovo modo di visitare il museo. Nell'app è possibile esplorare le opere attraverso immagini ad altissima risoluzione con una narrazione interattiva, o fare un tour audio-guidato dell'edificio o delle 20 opere più importanti del museo, in 9 lingue diverse: catalano, spagnolo, inglese, francese, tedesco, italiano, russo, giapponese e cinese.

2. Collezione digitalizzata

La digitalizzazione della collezione del museo tramite Second Canvas consente non solo di creare dei contenuti multimediali e interattivi per rendere l'esperienza più coinvolgente, ma anche di zoomare le immagini delle opere con una qualità senza paragoni.



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Soluzioni digitali:

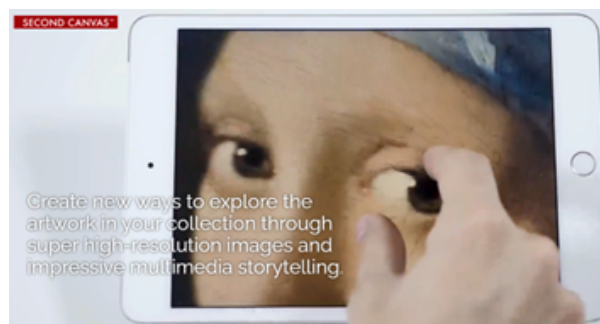
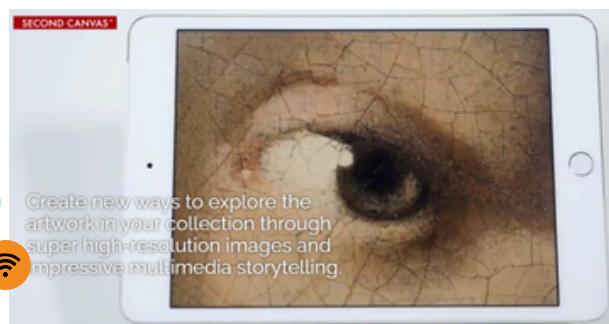
- Second Canvas Museu Nacional App
- Collezione digitale con contenuti multimediali e interattivi

Criticità:

- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico

Punti di forza:

- Possibilità di organizzare delle mostre digitali e raggiungere un pubblico più vasto
- Possibilità di zoomare le foto delle opere digitali e cogliere dettagli difficili da notare ad occhio nudo
- La collezione digitale può sostituirsi alla collezione fisica o integrarla
- Aumento del tasso di coinvolgimento del pubblico



Link utili/Ulteriori riferimenti:

Museu Nacional d'Art de Catalunya

<https://www.museunacional.cat/es>

'Second Canvas Museu Nacional', una nueva manera de explorar el museo

<https://www.museunacional.cat/es/articulo/second-canvas-museu-nacional-una-nueva-manera-de-explorar-el-museo>

Second Canva

<https://www.secondcanvas.net/>



Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Metodologia:

- SecondCanvas prevede una o più giornate di digitalizzazione ad altissima risoluzione presso il museo o in uno studio fotografico, laddove possibile. Il museo dovrà preparare una scheda, con almeno 5 dettagli, per ogni opera digitalizzata.
- A questo punto la collezione digitalizzata verrà caricata su un'app SecondCanvas del museo o su una piattaforma a scelta del museo e si potranno aggiungere dei contenuti multimediali e interattivi.

Risorse necessarie e costi di avvio:

- SecondCanvas abbonamento: dopo una prova gratuita, a partire da 900 US\$ all'anno

Possibile soluzione low cost:

- Per realizzare una collezione digitale a basso costo, si può anche pensare di fotografare i dipinti con attrezzature più economiche, anche con semplici macchine fotografiche. Anche se la risoluzione delle foto sarebbe notevolmente inferiore, si può rendere la collezione più accattivante sfruttando piattaforme gratuite come StoryMapJS che consentono di aggiungere contenuti interattivi a una foto.




MATRICE: STRUMENTI DIGITALI USATI DAI MUSEI



| | Soluzioni digitali | Criticità | Punti di forza |
|--|--|--|---|
| <p>Museo del Tessuto</p> <p>Prato, Regione Toscana</p> <p>museodeltessuto.it</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Servizi di gamification tramite app Genial.ly • Virtual tour piattaforma digitale ThingLink • Tecnologia Qr Code | <ul style="list-style-type: none"> • Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale • Costo di acquisto e manutenzione delle tecnologie digitali • Scarso posizionamento a livello interazionale a causa di una mancanza di contenuti online in lingua inglese | <ul style="list-style-type: none"> • Presenza di strumenti digitali di supporto alla visita (apparati multimediali, touchscreen, macro-videoproiezioni) • Presenza di strumenti per la fruizione tramite sistemi di gamification • Presenza virtual tour • Aumento dei visitatori online a seguito della Pandemia da Covid-19 • Possibilità di fornire una più ampia gamma di servizi sul web (catalogo digitale, archivi online, ecc.) • Implementazione di soluzioni (anche minimali, come codici QR) per l'accesso ai contenuti da dispositivi mobili |
| | <p>Metodologia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Con Genial.ly è possibile creare facilmente dei contenuti (anche interattivi) in modo semplice e intuitivo. Sul sito si trova una breve guida su come utilizzare il servizio. • Per creare un codice QR è sufficiente entrare in uno dei numerosi siti gratuiti che li generano e inserire il link che si vuole associare al QR | <p>Risorse necessarie e costi di avvio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abbonamento ThingLink: a partire da 125 euro al mese • App Genial.ly: gratuita | <p>Possibile soluzione low cost</p> <ul style="list-style-type: none"> • Esistono diversi siti in cui è possibile generare un QR code gratuitamente. Un esempio è QR Code Generator. |
| <p>Piccolo Museo del Diario</p> <p>Pieve Santo Stefano, Regione Toscana</p> <p>piccolomuseodeldiario.it</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Videoproiettori e luci • Sensori • Microcontroller • Computer per la riproduzione di elementi audio e video | <ul style="list-style-type: none"> • Assenza di una resa online dell'archivio digitalizzato • Elevato costo di acquisto e manutenzione delle tecnologie digitali | <ul style="list-style-type: none"> • Allestimento interattivo adatto anche per non vedenti e non udenti • Percorso espositivo bilingue • Dotazione wi-fi in tutta la struttura • Possibilità di espandere il numero di presenze online (e quindi onsite) tramite creazione di contenuti fruibili online |
| | <p>Metodologia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il museo del diario ha reso più accattivante e interattivo il percorso espositivo tramite l'utilizzo di proiezioni di video estremamente interattivi su varie superfici del museo. | <p>Risorse necessarie e costi di avvio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proiettori: 450/3.000 euro l'uno • Sensori: 5/30 euro l'uno • Microcontroller: 5/40 euro l'uno • Casse: 500/2.000 euro • Realizzazione video interattivo: a parte da 10.000 euro | <p>Possibile soluzione low cost</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il prezzo dell'attrezzatura è molto variabile e si può cercare di ridurre i costi riducendone leggermente la qualità o le funzionalità. Per quanto riguarda la progettazione dell'allestimento museale e lo sviluppo dei video e degli effetti audiovisivi, si potrebbe considerare di non ricorrere a dei professionisti, ma di utilizzare delle app gratuite per creare gli effetti grafici nel video. Attenzione, però, alla parte interattiva dei video e al suo collegamento ai sensori: potrebbe essere necessario ricorrere all'aiuto di un professionista. |

Museo Archeologico Regionale "A. Salinas"

 Palermo, Regione Sicilia

 regione.sicilia.it/beniculturali/salinas/

Soluzioni digitali

Social media:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Pinterest
- Youtube
- Google+

Metodologia

• Per avviare una campagna di marketing è necessaria una fase di ricerca preliminare per conoscere meglio il proprio pubblico. A questo punto si può pianificare la campagna e progettare i contenuti, la cui pubblicazione deve avvenire in maniera costante. A campagna iniziata sarà sufficiente analizzarne l'andamento per fare delle eventuali modifiche volte ad ottimizzare i risultati.

Criticità

- Mancata gestione diretta del sito web. Ad esempio, i musei statali potrebbero non avere un controllo diretto sul proprio sito, gestito invece da altri enti istituzionali
- Carenza di personale specializzato in social media management e/o strategie di web marketing culturale
- Costi per l'assunzione o formazione di specifiche figure professionali
- Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale.

Risorse necessarie e costi di avvio

- Social media manager: 500/1.000 euro al mese


Punti di forza

- Capacità di intercettare un pubblico giovane
- Basso costo di investimento tecnologico
- Aumento dei visitatori online a seguito della Pandemia da Covid-19
- Possibilità di fornire una più ampia gamma di servizi sul web (catalogo digitale, archivi online, ecc.)

Possibile soluzione low cost

• Per evitare di contrattare un social media manager, lo sviluppo e gestione dei contenuti da pubblicare sui social media possono essere gestiti in autonomia. Ci sono diverse app gratuite che possono aiutare come Metricool (per il management) e Canva (per la parte grafica dei contenuti).

MUDEC Museo delle Culture di Milano

 Milano, Regione Lombardia

 mudec.it

Soluzioni digitali

- Strumenti hardware e software per acquisizione e gestione traccia audio
- Profilo su piattaforme specifiche quali Spotify e iTunes

Metodologia

• Includere il podcasting nella propria strategia di comunicazione è molto semplice. Su internet si possono anche trovare dei brevi corsi gratuiti, come quello di Podcast Insight, su come creare un podcast. Una volta registrate le puntate, queste si potranno pubblicare gratuitamente su piattaforme come Youtube, Spotify e iTunes.

Criticità

- Possibile aumento dei costi sul lungo periodo
- Difficoltà nel realizzare un prodotto di qualità in assenza di competenze specifiche
- Necessità di inserire i podcast in una più ampia strategia di comunicazione

Risorse necessarie e costi di avvio

- Set per registrare (Interfaccia audio, microfono, cuffie da studio, cavi): 150/300 euro


Punti di forza

- Basso costo di investimento
- Soluzione accessibile e adattabile
- Tecnologia user-friendly

Possibile soluzione low cost

• Il prezzo dell'attrezzatura necessaria può variare. Si può abbassare il costo cercando opzioni economiche e promozioni, o si possono anche comprare gli strumenti usati.

Museo di Forte Belvedere

 Lavarone,
Regione Trentino
Alto Adige

 fortebelvedere.org

Soluzioni digitali

- Videogiochi e realtà virtuale (RV)

Metodologia

• Dopo aver scelto che tipo di videogioco di vuole realizzare e lo scenario generale desiderato, bisogna scrivere la sceneggiatura del gioco. Si può quindi passare alla programmazione (o in generale allo sviluppo) del primo prototipo. Tra il primo prototipo e il videogioco finale ci potrebbero essere varie fasi di test e modifiche.

Criticità

- Elevato costo di investimento iniziale
- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione videogioco: 45.000/50.000 euro

Punti di forza

- Massimo coinvolgimento del pubblico
- Aumento dell'accessibilità al patrimonio
- Creazione di un legame emozionale tra museo e utente
- Buon posizionamento a livello interazionale

Possibile soluzione low cost

• È possibile sviluppare videogiochi in autonomia con delle apposite app. Tra queste, Unity offre dei pacchetti totalmente gratuiti e un manuale per aiutarti a utilizzare l'app al meglio.

Soluzioni digitali

- App "Umbria Cultura" (disponibile per iOS e Android)
- Trasmettitori iBeacon

Metodologia

• Una volta sviluppata l'app, si possono configurare i beacon, inserendo il loro codice univoco all'interno dell'app.

Criticità

- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico
- Necessità di avere un Bluetooth abilitato

Risorse necessarie e costi di avvio

- Trasmettitori iBeacon: 20/50 euro l'uno
- Programmazione app: 22.000/25.000 euro
- Programmazione app con audio guida: a partire da 50.000 euro


Punti di forza

- Non è previsto l'utilizzo della connessione wi-fi (tecnologia Bluetooth low Energy)
- Possibilità di fornire approfondimenti e contenuti esclusivi
- Soluzione economica
- Soluzione facile da implementare e utilizzare
- Possibilità di raccogliere informazioni sul comportamento degli utenti in visita

Possibile soluzione low cost

• Si possono sviluppare delle app autonomamente utilizzando app gratuite come GoodBarber. Non è necessario saper programmare.


Museo di San Francesco

 Montefalco,
Regione Umbria

 museomontefalco.it



Museo della Guerra

 Rovereto,
Regione Trentino
Alto Adige

museodellaguerra.it

Soluzioni digitali

- Software per la consultazione
- Scanner professionale
- Sistema di gestione digitale

Criticità

- Elevati costi di investimento iniziali
- Impegno di competenze specifiche

Punti di forza

- Aumento dell'accessibilità al patrimonio
- Riduzione dei tempi di gestione e ricerca informazioni
- Miglioramento dell'immagine dell'organizzazione in termini di efficienza, modernità e disponibilità

Metodologia

- La funzione della piattaforma è quella di offrire un servizio di informazione. Permette, quindi, l'archivio e l'accesso a schede con materiale informativo in diversi formati e uno strumento di ricerca per categorie o parole chiave.
- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di disegno tecnico a livello grafico e di progettazione e analisi di database, una di programmazione del sito web pubblico (principalmente html+ DHTML+ Javascript+PHP) e una di programmazione dell'accesso privato (principalmente con php con database mysql) per la sua amministrazione.

Possibile soluzione low cost

- Si potrebbe anche sviluppare un sito web senza programmarlo grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche dei pacchetti gratuiti o quasi.

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione software: 6.000/10.000 euro

Soluzioni digitali

- Piattaforma Wikimedia (open source)

Criticità

- Possibile aumento del digital divide

Punti di forza

- Coinvolgimento attivo e partecipativo della comunità
- Possibilità di espandere il numero di fruitori tramite messa a disposizione di contenuti culturali online
- Piattaforma open source
- Ricostruzione digitale di alta qualità

Metodologia

- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di disegno tecnico a livello grafico e di architettura di database, una di programmazione del sito web pubblico (principalmente html+ DHTML+ Javascript+PHP) e una di programmazione dell'accesso privato (principalmente con php con database mysql) per la sua amministrazione.


Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione piattaforma: 25.000/30.000 euro
- Corso di formazione (database digitale): a partire 50 euro all'ora

Possibile soluzione low cost

- Si potrebbe anche sviluppare un sito web senza programmarlo grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche dei pacchetti gratuiti o quasi.
- Per quanto riguarda i corsi di formazione, invece, su internet si possono reperire dei corsi o delle guide gratuite su come gestire un database digitale.

Museo civico di Modena

 Modena,
Regione Emilia
Romagna

museocivicomodena.it



MED Museo del mare e della navigazione antica

 Santa Marinella, Regione Lazio

 museosantasevera.it

Soluzioni digitali

- Piattaforma per la realizzazione di ambienti tridimensionali interattivi
- Virtual Set portatile

Metodologia

Il sistema Live Art permette la produzione di contenuti multimediali, ai quali il visitatore potrà accedere collegandosi alla rete del museo e scannerizzando dei QR code. Questi ultimi, daranno informazioni aggiuntive su alcuni oggetti scelti dal museo che verranno rappresentati tridimensionalmente.

Il sistema live art prevede la realizzazione di diverse funzioni, come ad esempio la gesture recognition.

Per conoscere le altre funzioni disponibili, si veda il manuale "Interactive Virtual Environment for a Light Virtual Studio", collegato tramite ipervincolo.

Criticità

- Alto costo di investimento iniziale
- Manutenzione costosa

Risorse necessarie e costi di avvio

Per sviluppare il Sistema Live Art saranno necessarie le seguenti risorse:

- Un team costituito da un narratore, un regista e degli sviluppatori
- Una telecamera: a partire da 100€
- Green screen: 115/150 €
- PC: a partire da 200€
- Microfono wireless: a partire da 100€
- QR Code
- Costo totale: a partire da 20.000€

Punti di forza


- Modalità di fruizione innovativa e altamente interattiva
- Possibilità di fornire approfondimenti e contenuti esclusivi a più livelli
- Miglioramento dell'immagine dell'organizzazione in termini di efficienza, modernità e disponibilità

Possibile soluzione low cost

È possibile usare degli strumenti più economici, come:

- Una webcam (al posto della telecamera): 10/30€
- sfondo fotografico verde: 20€
- microfono gelato: 20€
- Esistono diversi siti in cui è possibile generare un QR code gratuitamente. Un esempio è QR Code Generator.
- È possibile scaricare dei set virtuali già realizzati, un esempio è iStock www.istockphoto.com. Gli abbonamenti variano dal materiale di download: 20/200€.

BAVA Museo Bagatti Valsecchi

 Milano, Regione Lombardia

 museobagattivalsecchi.org

Soluzioni digitali

- App di messaggistica

Metodologia

Un chatbot si può programmare principalmente in due modi: guidato o con IA. Nel primo caso il cliente può scegliere delle risposte tra delle standard durante la conversazione; nel secondo, invece, il cliente risponde scrivendo liberamente e l'IA del bot analizza il messaggio e risponde di conseguenza.

Criticità

- Necessità di connessione a internet per poter usufruire del servizio
- Possibile aumento del digital divide nelle fasce di popolazione a bassa alfabetizzazione digitale

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione chatbot: 3.000 euro

Punti di forza

- App di messaggistica gratuita sia per l'utente che per il museo
- Basso impiego di risorse del personale
- Piattaforma di messaggistica già conosciuta e utilizzata dalla maggior parte degli utenti, soprattutto dai più giovani
- Alto grado di interattività

Possibile soluzione low cost

Su internet si possono trovare diverse piattaforme che ti consentono di sviluppare un chatbot senza saper programmare. ManyChat, Smartloop, Landbot e Pandorabots, per esempio, offrono anche dei pacchetti gratuiti.

Digital Art House



Riga

digitalarthouse.eu

Soluzioni digitali

- Mostre multimediali
- Mostre d'arte generativa
- Mostre fotografiche a 360°
- Film educativi a 360°
- Proiezioni HD
- Cinema a 360°
- Audio surround
- Yoga in video digitale

Criticità

- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione degli strumenti digitali
- Difficoltà ad andare oltre la nicchia

Risorse necessarie e costi di avvio

Punti di forza

- L'arte digitale come visione museale
- Elevate competenze digitali del personale
- Nuovi gruppi target
- Nuova mostra ogni 3-4 mesi
- Nuovi prodotti digitali ogni 1-2 mesi (elenco delle aree di sviluppo in corso)
- Un evento nuovo di zecca ogni 1-2 mesi

Metodologia

Le esposizioni multimediali sono estremamente personalizzabili. Si può essere molto creativi nel cercare di costruire un percorso o una mostra utilizzando gli strumenti digitali. Per quanto riguarda l'allestimento, gli elementi che certamente non possono mancare sono proiettori, altoparlanti e schermi. Si può poi pensare di utilizzare luci e sensori

- Realizzazione di video a 360°: a partire da 600 euro (5 min)
- Proiettore: 450/3.000 euro
- Altoparlanti surround professionali: 500/2.000 euro
- No-fungible token: a partire da 10/100 euro

Possibile soluzione low cost

- Per ridurre i costi delle attrezzature per le esposizioni multimediali, è possibile cercare offerte e promozioni o acquistare attrezzature usate.
- È anche possibile realizzare video a 360° e tour virtuali su piattaforme gratuite come Paneeek, semplicemente caricando foto panoramiche

Soluzioni digitali

- La mostra virtuale
- I-ON movie - FILM EDUCATIVO (un film sulle migrazioni forzate)
- I-ON cortometraggi
- I-ON film
- Webinar
- Video
- "CONDIVIDI la tua STORIA": modulo digitale per raccogliere testimonianze
- Social network e sito web (media in generale)

Criticità

- Responsabilità e rielaborazione di testimonianze come fonti storiche
- Divergenze variabili nel modo in cui le risorse sono raccolte dai partner
- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione del pacchetto digitale
- Costi aggiuntivi per l'implementazione e la manutenzione della mostra congiunta e del pacchetto digitale

Risorse necessarie e costi di avvio

- Produzione di un cortometraggio: 500/1.500 euro al minuto
- Programmazione di una mostra virtuale con word press personalizzato: a partire da 1.500 euro

Punti di forza

- Una più ampia selezione di strumenti, prodotti e workshop
- Accesso gratuito e download gratuito delle risorse
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner e i professionisti del progetto
- Rilevanza internazionale del progetto
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto

Possibile soluzione low cost

- Invece di programmare una pagina speciale per raccogliere le storie e le testimonianze delle persone, si potrebbe creare un modulo google gratuito e condividere il link all'interno del sito web o delle pagine social del museo

Etnografski muzej Istre - Museo Etnografico dell'Istria

Pazin,
Regione Istriana

emi.hr/en/




Metodologia

- L'iniziativa prevede lo sviluppo di un sito web con una pagina dedicata alla raccolta delle storie e testimonianze che costituiranno l'esposizione. La collezione è stata quindi caricata in un'apposita pagina del sito

Co-funded by
the European Union

"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

Historiska Museet - Il Museo di Storia Svedese

 Stoccolma, Contea di Stoccolma

 historiska.se

Soluzioni digitali

- Materiali audiovisivi
- Strumento di gestione delle collezioni online
- Mostra digitale
- Social network e media in generale
- Comunità Axiell

Criticità

- Costi aggiuntivi per l'implementazione di soluzioni digitali
- Intermediazione della gestione delle collezioni (criticità della proprietà dei dati)

Punti di forza

- Nuovi prodotti e un nuovo modo di vivere l'arte
- Software Axiell facile da usare
- Networking con la community Axiell
- Aumentare il raggio d'azione del museo

Metodologia

- La funzione della piattaforma è quella di offrire un servizio informativo. Consente quindi l'archiviazione e l'accesso a file con materiale informativo in diversi formati e uno strumento di ricerca per categorie o parole chiave.
- Lo sviluppo di una piattaforma con queste caratteristiche prevede una componente di progettazione tecnica a livello grafico e di analisi del database, una componente di programmazione per il sito web pubblico (principalmente html + DHTML + Javascript + PHP) e una componente di programmazione per l'accesso privato (principalmente utilizzando php con un database mysql) per la sua amministrazione.

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione del sistema di gestione delle collezioni online: 6.000/10.000 euro
- Forum già sviluppato da implementare: a partire da 500 euro

Possibile soluzione low cost

È anche possibile sviluppare un sito web senza programmazione grazie a piattaforme come WordPress. Quest'ultima offre anche pacchetti gratuiti o quasi.

Muzeum W Lęborku - Museo di Lębork

 Lębork, Pomerania

 muzeum.lebork.pl

Soluzioni digitali

- Stazioni video
- APP Museo in tasca
- L'angolo dei bambini Draw Alive
- Moduli digitali di feed-back
- Tecnologia di realtà aumentata (AR)
- Social network e sito web (media in generale)

Criticità

- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- Carenza di personale specializzato in competenze digitali (ad esempio, gestione dei social media e/o strategie di web marketing culturale, sviluppo di app)
- Un costo aggiuntivo per l'implementazione di soluzioni digitali

Punti di forza

- Una più ampia scelta di prodotti: servizi digitali e web
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner del progetto
- Accesso facilitato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto (ad esempio, formazione, implementazione di nuovi strumenti digitali)

Metodologia

- L'app può essere sviluppata programmando o tramite piattaforme speciali.
- Un video di presentazione del museo o di presentazione delle opere può essere facilmente realizzato dal personale del museo. Lo stesso vale per i questionari: google forms è un modo molto semplice e intuitivo per inserire domande con diverse modalità di risposta (con 1 o più scelte consentite, risposta aperta, scala likert, elenco a discesa).


Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione dell'app: 25.000/50.000 euro
- Tecnologia di realtà aumentata (AR): 3.000/30.000 euro

Possibile soluzione low cost

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.
- Questionari e moduli di feedback possono essere creati gratuitamente grazie a Google Forms.

Muzej novejšje zgodovine Slovenije
Museo Nazionale di Storia Contemporanea della Slovenia

 Ljubljana, Central Slovenia

 muzej-nz.si

Soluzioni digitali

- App IMPROVISA Mobile
- Contenuti multimediali: immagini, sampler e brevi video
- Uno strumento audio-visivo
- Social network e sito web (media in generale)

Metodologia

- La creazione dell'app implica le seguenti attività: sviluppo di risorse grafiche adattate a diversi layout di visualizzazione android/ios, costruzione di un setting multilingua, progettazione tecnica e sviluppo del codice, animazione, progettazione audio, programmazione, prototipazione, revisione e sviluppo finale.

Criticità

- Competenze necessarie per l'implementazione delle tecnologie mobili
 - Costi aggiuntivi per l'implementazione di nuove tecnologie
 - Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- App IMPROVISA Mobile: dal prototipo al prodotto

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione dell'app: a partire da 2.000 euro

Punti di forza

- Una più ampia selezione di strumenti, prodotti e workshop
- Nuovi gruppi target
- Networking con i partner del progetto
- Mobilità transfrontaliera e intersettoriale
- Rilevanza internazionale e polivalenza del progetto
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto

Possibile soluzione low cost

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.

Rijksmuseum - Museo Statale di Amsterdam

 Amsterdam, area metropolitana di Amsterdam

 rijksmuseum.nl/en

Soluzioni digitali

- Rijksmuseum APP
- Tour multimediali gratuiti
- Collezione online (rijksstudio- dal 2012)
- Intelligenza artificiale (AI)
- Tecnologia di apprendimento automatico
- Fotocamere e videocamere ad altissima risoluzione

Metodologia

- Una volta sviluppata l'app del museo, si può procedere alla realizzazione delle visite guidate e al loro caricamento nell'app. Anche le opere digitalizzate in fase di restauro possono essere caricate nell'app.
- Il museo organizza il restauro delle opere in modo da renderlo accessibile al pubblico, che può così assistere al processo in modo interattivo e coinvolgente.

Criticità

- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione di strumenti digitali
- Costi per l'implementazione di soluzioni digitali
- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale

Risorse necessarie e costi di avvio

- Programmazione dell'app: a partire da 20.000 euro
- Fotocamere e videocamere ad altissima risoluzione: a partire da 8.000 euro

Punti di forza

- Una più ampia selezione di prodotti
- Coinvolgimento di nuovi segmenti di pubblico
- Rilevanza internazionale del museo e della città

Possibile soluzione low cost

- È possibile sviluppare applicazioni in autonomia utilizzando applicazioni gratuite come GoodBarber. Non sono richieste competenze di programmazione.
- Per realizzare una collezione digitale a basso costo, si può anche pensare di fotografare i dipinti con attrezzature più economiche, anche con semplici macchine fotografiche. Anche se la risoluzione delle foto sarebbe notevolmente inferiore, è possibile rendere la collezione più accattivante sfruttando piattaforme gratuite come StoryMapJS che consentono di aggiungere contenuti interattivi a una foto.

Stadtmuseum Dresden - Museo della città di Dresda

 Dresda, Sassonia

museen-dresden.de

Soluzioni digitali

- Oltre venti stazioni multimediali
- Numerose installazioni cinematografiche
- Un piccolo cinema

Criticità

- Possibile aumento del divario digitale nella popolazione con bassa alfabetizzazione digitale
- Elevate competenze richieste per l'implementazione e la gestione degli strumenti digitali
- Costi aggiuntivi per l'implementazione di soluzioni digitali

Punti di forza

- Una più ampia selezione di prodotti
- Collegamento in rete con le altre istituzioni culturali
- Accesso agevolato ai finanziamenti: alcuni costi specifici sono finanziati dal progetto

Metodologia

Per allestire stazioni multimediali e un piccolo cinema, è necessario installare tutte le attrezzature necessarie in uno spazio dedicato. È inoltre necessario provvedere al download (o alla realizzazione) e all'installazione dei contenuti e dei materiali audiovisivi da proiettare o implementare nelle stazioni multimediali. Per quanto riguarda il piccolo cinema, è consigliabile prevedere posti a sedere per i visitatori.

Risorse necessarie e costi di avvio

• Schermo interattivo per postazione multimediale: a partire da 1.000 euro (Si prega di considerare che il prezzo può variare notevolmente a seconda delle dimensioni dello schermo)
Allestimento per piccolo cinema: a partire da 400 euro

Possibile soluzione low cost

• Per realizzare una stazione multimediale con un budget limitato, è necessario prendere in considerazione schermi più piccoli. È possibile rendere l'esperienza dei visitatori coinvolgente e interattiva anche con semplici tablet. In ogni caso, l'acquisto di attrezzature usate è una valida opzione che riduce i costi.

MOMus - Museo d'Arte Contemporanea

 Salonicco

www.momus.gr/en/contemporary

Soluzioni digitali

- Repliche 3D
- Codici QR
- Descrizioni audio
- Catalogo interattivo inclusivo

Criticità

- Elevate competenze richieste per la realizzazione e la gestione delle nuove applicazioni
- Costi per la realizzazione di soluzioni innovative
- Difficoltà nell'andare oltre la nicchia

Punti di forza

- Una più ampia selezione di prodotti e attività
- Un nuovo modo di vivere l'arte
- Coinvolgimento di nuovi segmenti di pubblico
- Networking con associazioni di nicchia
- Rilevanza sociale dell'iniziativa e del museo
- Replicabilità e miglioramento dell'iniziativa

Metodologia

Per realizzare delle repliche in 3D della collezione del museo, si può utilizzare una stampante 3D professionale, preferibilmente a resina. Alle repliche si possono associare delle descrizioni audio che possono essere registrate anche dal personale del museo stesso. Per realizzare il catalogo in braille è sufficiente inviare le schede e descrizioni delle opere a una società che le trascriva e stampi in braille.

Risorse necessarie e costi di avvio

- Stampante 3D professionale: a partire da 2.000 euro
- Lampada UV post polimerizzazione (per stampante 3D): a partire da 800 euro
- Cleaning Station (per stampante 3D): a partire da 500 euro
- Catalogo in braille: 1/1.50 euro per pagina
- Mappa tattile in braille: a partire da 5.000 euro
- QR code: gratuito su QR Code Generator

Possibile soluzione low cost

• Alternative low cost alla mappa tattile potrebbero essere:

1. Stampare delle mappe in braille da consegnare all'ingresso in forma di flyer;
2. Installare un percorso con pavimentazione tattile (20 euro circa per 3 metri di percorso) e registrare un'audioguida che, oltre a descrivere l'esposizione, accompagni il visitatore durante il percorso e annunci possibili bivi.

• Il prezzo indicato per la stampante 3D e i suoi accessori garantisce un certo livello di qualità di stampa. È comunque possibile spendere meno abbassando la qualità del prodotto. Una stampante 3D economica può costare anche 200/500 euro; mentre, per quanto riguarda la cleaning station e la lampada UV, si possono trovare delle macchine 2 in 1 a partire da 100/150 euro. Un'altra opzione è quella di ricorrere a una società esterna per effettuare le stampe. Questo tipo di servizio, però, può essere più conveniente dell'acquisto della stampante solo nel caso in cui si abbia bisogno di poche stampe 3D.

MUV FMJJ Museo Virtual Fundación María José Jove

 A Coruña

 muv.fmjj.org

Soluzioni digitali

- Tecnologia VR
- Museo virtuale
- Visualizzazione digitale

Metodologia

· La creazione dello spazio virtuale implica le seguenti attività: sviluppo di meccaniche di gioco, costruzione di un server multiplayer, progettazione grafica, animazione, progettazione 3d, progettazione audio, programmazione, prototipazione, revisione e sviluppo finale.

Criticità

- Possibile aumento del digital divide nella popolazione con scarsa alfabetizzazione digitale
- Elevate competenze richieste per la creazione e la gestione dello spazio virtuale

Risorse necessarie e costi di avvio

· Programmazione spazio virtuale: 45.000/50.000 euro

Punti di forza

- Una più ampia selezione di prodotti
- Collegamento in rete con altre istituzioni culturali, artisti, ricercatori e altri professionisti
- Niente costi di gestione e manutenzione di uno spazio fisico

Possibile soluzione low cost

- Un'alternativa più economica è quella di sviluppare in autonomia gli ambienti in VR con After Effects di Adobe (a partire da 24 euro al mese).
- Si può anche usufruire di strumenti gratuiti come Arts & Culture di Google per sviluppare un virtual tour.

Centro interpretativo da historia do Bacalhau

 Lisbona

 historiabacalhau.pt

Soluzioni digitali

- Possibilità di comprare i biglietti online
- Audio guide
- Proiezioni e videomapping
- Simulazione 4D

Metodologia

· Per la realizzazione del videomapping si dovrà scegliere la superficie dove proiettare il video e/o eventualmente comprare un supporto apposito. In base a questo, verrà sviluppato il video da un professionista. Sarà necessario attrezzarsi di un buon proiettore ed eventualmente delle casse, nel caso in cui il video abbia anche audio (scelta consigliata)

Criticità

- Maggiori costi per la manutenzione dell'attrezzatura
- Investimento iniziale per l'attrezzatura e per la creazione su misura dell'esperienze

Risorse necessarie e costi di avvio

- Proiettore: 450/700 euro
- Video professionale di 5 minuti circa: 1.500/2.000 euro
- Supporto per video mapping: variabile
- Casse: 1.000/2.000 euro
- Simulatore: variabile in base al tipo di esperienza

Punti di forza

- Possibilità di creare esperienze uniche e immersive
- Contenuti leggeri e accattivanti per gli spettatori
- Coinvolgente anche per i bambini

Possibile soluzione low cost

- È possibile cercare di sfruttare le superfici del museo stesso per realizzare il videomapping. È anche possibile sviluppare un video autonomamente con programmi gratuiti come Canva e Powtoon.

Museo del Prado

 Madrid

 museodelprado.es

Soluzioni digitali

- Possibilità di comprare i biglietti online
- Contenuti educativi interattivi, audio e video
- Forte presenza sui social, in particolare TikTok

Metodologia

- Per sviluppare dei giochi o dei contenuti interattivi sul proprio sito web, si può ricorrere al codice html.

Criticità

- Richiesta una certa costanza nella creazione e pubblicazione di contenuti
- È necessaria una ricerca preliminare, cura nella creazione dei contenuti, creatività e originalità

Risorse necessarie e costi di avvio

- Social media manager: 500/1.000 euro al mese
- Programmazione dei contenuti interattivi sul sito: 1.000/25.000 euro (esempio 1: circa 960 euro; esempio 2: circa 9.600 euro; esempio 3: circa 24.000 euro)
- Programmazione giochi: a partire da 50.000 euro (esempio di gioco)

Punti di forza

- Bassi costi di implementazione
- Contenuti leggeri e accattivanti per gli spettatori
- Coinvolgente anche per i giovani

Possibile soluzione low cost

- Per evitare di contrattare un social media manager, lo sviluppo e la gestione dei contenuti da pubblicare sui social media possono essere gestiti in autonomia. Ci sono diverse app gratuite che possono aiutare come Metricool (per il management) e Canva (per la parte grafica dei contenuti).
- Per la realizzazione dei contenuti interattivi, si può anche ricorrere a piattaforme online gratuite come Genial.ly e Kumu.

Bassins des Lumières

 Bordeaux

 bassins-lumieres.com

Soluzioni digitali

- Possibilità di comprare i biglietti online
- Esposizioni virtuali e video mapping
- Museum App "Les centres d'art DES LUMIÈRES"

Metodologia

- L'esposizione virtuale consiste nel proiettare una o più opere d'arte sulle pareti e/o sul pavimento di una stanza, utilizzando la proiezione videomapping che consente al pubblico di entrare a pieno nell'opera e viverla a 360°, camminando e ripercorrendo ogni angolo della sala o sedendosi e rilassandosi, circondato dai colori e dalle immagini proiettate intorno e cullato dal sottofondo musicale.

Criticità

- Alto investimento iniziale per l'acquisto del materiale necessario.
- Costi di manutenzione dell'attrezzatura e di realizzazione delle opere da proiettare.
- Necessità di uno spazio interamente dedicato all'esposizione virtuale.

Risorse necessarie e costi di avvio

- Una o più stanze interamente dedicate alla visita virtuale: gli effetti in 3D possono essere proiettati sia in una stanza dedicata, sia in piccoli spazi, come i corridoi, per creare un effetto divertente e creativo.
- Proiettore: 500/3.000 euro
- Realizzazione video: from 10.000 euro
- Impianto audio: 300/1.500 euro

Punti di forza

- Questo tipo di esposizione catturerà l'attenzione dei visitatori, implicando potenzialmente una maggiore partecipazione alle mostre e maggiore popolarità per il museo.
- L'adozione delle proiezioni 3D rende il museo un centro di cultura innovativo, creativo e al passo coi tempi.

Possibile soluzione low cost

- Per realizzare i video da proiettare, si può anche ricorrere a dei programmi gratuiti come Mapmap e Resolume. Watchout, invece, è un software che offre sia una versione gratuita che una a pagamento, consigliata nel caso in cui si voglia usare un server multimediale e utilizzare uno o più schermi.

Museu Nacional d'Art de Catalunya

 Barcellona

 museunacional.cat

Soluzioni digitali

- Second Canvas Museu Nacional App
- Collezione digitale con contenuti multimediali e interattivi

Criticità

- Possibile aumento del digital divide in termini di accesso al supporto tecnologico

Punti di forza

- Possibilità di organizzare delle mostre digitali e raggiungere un pubblico più vasto
- Possibilità di zoomare le foto delle opere digitali e cogliere dettagli difficili da notare ad occhio nudo
- La collezione digitale può sostituirsi alla collezione fisica o integrarla
- Aumento del tasso di coinvolgimento del pubblico

Metodologia

• SecondCanvas prevede una o più giornate di digitalizzazione ad altissima risoluzione presso il museo o in uno studio fotografico, laddove possibile. Il museo dovrà preparare una scheda, con almeno 5 dettagli, per ogni opera digitalizzata. A questo punto la collezione digitalizzata verrà caricata su un'app SecondCanvas del museo o su una piattaforma a scelta del museo e si potranno aggiungere dei contenuti multimediali e interattivi.

Risorse necessarie e costi di avvio

- SecondCanvas abbonamento: dopo una prova gratuita, a partire da 900 US\$ all'anno

Possibile soluzione low cost

Per realizzare una collezione digitale a basso costo, si può anche pensare di fotografare i dipinti con attrezzature più economiche, anche con semplici macchine fotografiche. Anche se la risoluzione delle foto sarebbe notevolmente inferiore, si può rendere la collezione più accattivante sfruttando piattaforme gratuite come StoryMapJS che consentono di aggiungere contenuti interattivi a una foto.



Co-funded by
the European Union


"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



CONTATTO

 digimuseproject@gmail.com

 Digimuse

 [digimuse_project](https://www.instagram.com/digimuse_project)



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."