



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale
in Economia e Gestione
delle Arti e delle attività
culturali (EGArt)

Tesi di Laurea Magistrale

Il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'innovazione dei Musei

La sua applicazione alle Gallerie dell'Accademia di Venezia

Relatore

Prof. Walter Quattrociochi

Laureando

Federico Battaglia
Matricola 873946

Anno Accademico

2019 / 2020

Indice

1. Introduzione
2. Principi e indirizzi
 - L'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani
 - I principi del Piano – Attenzione a pubblico e stakeholders
 - Interoperabilità
 - Connettività e Accessibilità Digitale
 - Valorizzazione del patrimonio e utilizzo di Open Data
 - Strategia digitale di contenuto e il ruolo dei Social Media
3. Il Piano
 - La piattaforma del Sistema Museale Nazionale
 - Servizi per i musei
 - Soluzioni 3D e Gaming
 - Monitoraggio delle prestazioni e Customer Satisfaction
 - Analytics, Business intelligence e Big Data
 - Servizi al cittadino
 - Siti web
 - Narrazione digitale condivisa
 - Altri servizi
 - Strumenti interattivi
4. Attuazione del Piano
 - Gestione dei progetti
 - Gestione del Piano
5. Prospettive future
6. La digitalizzazione alle Gallerie dell'Accademia di Venezia
7. Conclusioni

Introduzione

Il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione dei Musei, approvato il 27 agosto 2019, introduce un metodo ben preciso per l'applicazione delle nuove soluzioni digitali e multimediali nel campo della cultura. Tutte tecnologie alle quali ormai è necessario, e soprattutto conveniente fare affidamento, basti pensare quanto sia stato utile e rassicurante aver facilmente a disposizione, e gratuitamente, visite virtuali e cataloghi digitali durante il periodo di lockdown della scorsa primavera duemila venti.

Antonio Lampis, per gli scorsi tre anni Direttore Generale del MIBACT, è stato il promotore e una delle menti che hanno pensato il Piano, sottolinea quanto gli ambienti digitali siano particolarmente attrattivi per tutte le generazioni. I nativi digitali, naturalmente sono a loro agio con le nuove tecnologie e perciò più spigliati nel loro utilizzo rispetto alle generazioni a loro precedenti, che comunque, spesso per necessità, si trovano ogni giorno a dover interagire con diversi mezzi informatici, diventando sempre più ricettivi alle innovazioni tecnologiche.

Questa propensione all'utilizzo di dispositivi digitali è un'ottima opportunità per il mondo della cultura e soprattutto per l'ambiente museale che, tramite la digitalizzazione, gode di un'occasione d'oro per raggiungere un pubblico sempre più ampio, e diffondere capillarmente e più efficacemente la cultura. Tuttavia molti strumenti a disposizione dei luoghi d'arte italiani e soprattutto degli operatori del settore si mostrano ormai antiquati ed inseriti in un sistema troppo spesso impermeabile al cambiamento, anche perché frequentemente l'ambiente museale si basa ancora su una formazione tradizionale della museologia, che presenta metodologie ormai anacronistiche e per di più indirizzate maggiormente verso gli operatori del settore, rispetto a chi realmente usufruisce dei luoghi della cultura e dei servizi annessi. Risulta perciò necessario creare ambienti digitali che permettano un confronto diretto ed immediato con le opere d'arte e la cultura, non solo dal vivo, ma anche comodamente da casa o da scuola, senza mai però cadere nella banalizzazione o in una eccessiva semplificazione, come potrebbe essere nel caso della creazione di ambienti in realtà virtuali o videoludici.

Gli ambienti digitali potrebbero superare quello che da sempre è un grosso ostacolo dei musei, ovvero la staticità degli ambienti e delle opere, spesso difficilmente accessibili per

scarsa o sbagliata illuminazione, per mancanza di spazio o persino per l'impossibilità di visitarli nella loro interezza, come nel caso di molti parchi archeologici.

Ad un anno dall'inizio dell'applicazione del Piano vediamo già molti esempi virtuosi, di digitalizzazione ed innovazione, come nel caso delle Gallerie dell'Accademia di Venezia, che successivamente verrà mostrato.

Nel Piano, sono stati individuati cinque obiettivi primari in merito a digitalizzazione ed innovazione dei musei. Si propone di migliorare la capacità di gestione del patrimonio da parte di tutti i musei aderenti al Sistema Museale Nazionale, aumentando l'efficacia e l'efficienza dei processi di tutela tramite l'adozione degli standard catalografici e dei sistemi informativi già attualmente disponibili¹. Il Piano fa presente come sia necessario migliorare la capacità dei musei di proporre il proprio patrimonio culturale al pubblico in termini di narrazione ed esposizione e come intensificare le attività di commercializzazione di servizi correlati o aggiuntivi.

Tramite la digitalizzazione, il Piano, prospetta anche che i musei diventino degli spazi aperti di condivisione a tutto tondo integrando nuove forme di scambio e comunicazione tra visitatori, studiosi, altri musei nazionali e internazionali. Viene anche indicato come sia necessario attivare nuove forme di accesso e fruizione ai dati relativi al patrimonio, mediate o abilitate da soluzioni tecnologiche. Un altro obiettivo primario è il coinvolgimento di aziende privati per l'offerta di prodotti e servizi allineati con gli intenti del Piano e le esigenze del panorama museale.

La progettazione e la messa in pratica di questo documento si inserisce in un contesto di riferimento già funzionante interno al Sistema Museale Nazionale, ovvero l'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani, che verrà spiegato dettagliatamente nei prossimi capitoli, e si baserà su realtà digitali già consolidate e in utilizzo per la Pubblica Amministrazione, al cui Piano triennale di Digitalizzazione si ispira, come, ad esempio, il Piano Triennale di digitalizzazione della Pubblica Amministrazione, da cui mutua alcune delle soluzioni tecniche impiegate.

Per come è stato elaborato, il Piano Triennale, si presenta come un documento di metodo in cui sono definite le modalità, gli indirizzi e le linee guida per la digitalizzazione dei musei nazionali. Allo stesso tempo è anche un documento operativo che stabilisce quali

¹ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.8

impegni si assume la Direzione Generale Musei per la buona riuscita dei processi di digitalizzazione.

La realizzazione di quest'opera innovativa nasce dalla collaborazione tra AgID, CNR, Politecnico di Milano, ICOM e alcuni istituti del MIBAC (ICCD e ISCR), nonché di altri soggetti sia pubblici che privati, ed è pensato come un progetto dinamico e flessibile, costantemente in aggiornamento e per questo servito da strumenti di monitoraggio e reporting sempre operativi. Di conseguenza funge da documento strategico di riferimento che aiuterà ad indirizzare, l'innovazione e l'implementazione di nuove tecnologie verso un netto miglioramento dei servizi offerti dai musei italiani.

Gli attori coinvolti nella realizzazione del Piano ed in particolare nella sua attuazione sono molteplici: la Direzione Generale Musei del MIBAC, musei e luoghi della cultura facenti parte del Sistema Museale Nazionale e dai molteplici stakeholder pubblici e privati coinvolti direttamente o indirettamente nelle attività del Sistema Museale Nazionale. Hanno la possibilità di partecipare e di prender parte ai progetti del Piano anche musei e luoghi della cultura non statali, pubblici o privati, che possono aderire su base volontaria, tramite un sistema di accreditamento.

Compito della Direzione Generale è coordinare e vigilare in modo da indirizzare lo svolgimento dei lavori e soprattutto garantire elevati standard qualitativi, tra cui l'accessibilità e il miglioramento dei servizi al pubblico, focalizzando l'attenzione anche sulla fidelizzazione della clientela attraverso nuovi mezzi quali social-media e newsletter.

Capitolo 2 Principi e indirizzi

Come già accennato nel capitolo precedente, il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione dei Musei nasce come documento strategico, frutto della collaborazione di diversi soggetti pubblici e privati e sviluppato sulla scia di altri modelli già sperimentati per la pubblica amministrazione. Descrive approcci, regole e modalità attuative che verranno impiegate per consolidare l'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani che diventerà il punto d'incontro e di riferimento, in materia di digitalizzazione, per tutti i musei appartenenti al Sistema Museale Nazionale o aderenti al Piano.

Scopo del piano è dare ai musei un pattern di azioni per innovare i propri processi e le strutture informatiche attualmente in uso, costruendo un'architettura basata sui servizi al cittadino e in grado di apportare notevoli vantaggi come l'aumento dell'efficienza dei processi interni, una maggiore interoperabilità con e tra gli stakeholders, garantire una maggiore facilità di fruizione del patrimonio delle strutture museali e anche monitorare l'andamento degli stessi processi di innovazione e digitalizzazione tramite strumenti di governance e reporting.

Il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione è parte di una serie di programmi di miglioramento informatico in atto da anni, quali il Piano Nazionale di digitalizzazione del patrimonio culturale e soprattutto del Piano Triennale per l'informatica nella Pubblica Amministrazione, da cui mutua molte delle piattaforme tecnologiche impiegate.

L'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani

Per ecosistema digitale della Pubblica Amministrazione si intendono le aree o settori in cui vengono forniti ed erogati servizi ai privati², tramite piattaforme digitali o fisiche.

La creazione di un sistema di questo tipo permette la creazione di reti di collaborazione e scambio tra pubblico e privato caratterizzate da un elevato livello di interoperabilità interna ed esterna alla Pubblica Amministrazione.

Il MIBAC ha posto come obiettivo la creazione di un Ecosistema Digitale dei Musei Italiani, inserito nel contesto di un altro ecosistema, quello dei “Beni Culturali e Turismo”, per coinvolgere ed includere tutti i diversi stakeholder del Sistema Museale Nazionale, attraverso regole e standard comuni, così che ogni soggetto possa generare valore per tutti.

L'ecosistema è costruito seguendo un'ottica incentrata sui servizi con l'integrazione di piattaforme già presenti e operative a livello nazionale come SPID o PagoPA.

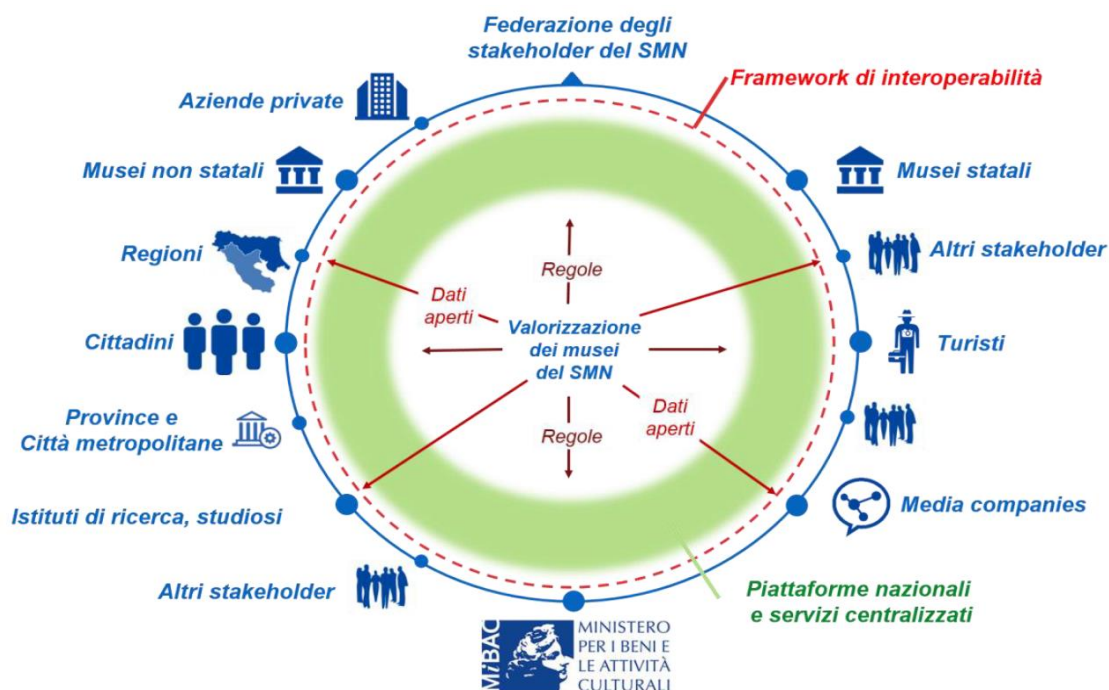


Figura 1, diagramma Ecosistema Digitale dei Musei Italiani³

² <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.17

³ Ivi, p.19

I principi del Piano – Attenzione a pubblico e stakeholders

Il Piano pone cinque principi di riferimento che si delineano come le caratteristiche di base che tutte le soluzioni sviluppate applicando il Piano devono inderogabilmente rispettare. questi sono: valorizzazione, qualità, collaborazione, sicurezza e inclusione. Principi pensati per esser realizzati coinvolgendo e interpellando tutti gli stakeholders facenti parte dell'ecosistema.

Per valorizzazione si intende potenziare l'offerta e i servizi dei musei appartenenti a Sistema Museale Nazionale, in un'ottica qualitativa come stabilito dal secondo principio, prevedendo una forte focalizzazione al miglioramento dei processi interni all'ecosistema, ma in particolare nei confronti dei servizi al pubblico, verso cui verrà attuata una politica intensiva di customer care, tenendo conto anche della multiculturalità che coinvolge musei e luoghi della cultura. Customer care votata anche a garantire una facile fruizione di un'offerta culturale uniforme sia digitalmente che fisicamente.

Per quanto riguarda la collaborazione, tramite l'utilizzo di servizi e moduli già operativi nell'ambito dell'ecosistema e a livello nazionale nella Pubblica Amministrazione, si intende migliorare l'interoperatività e il collegamento tra le varie realtà museali nazionali adoperando sistemi, in costante aggiornamento, di interscambio di informazioni e piattaforme di open data, si intende adoperare piattaforme già esistenti garantendo così un notevole risparmio a livello economico e di tempo, nonché un aumento dell'efficienza dei processi dell'intero ecosistema.

Altro principio fondamentale è la sicurezza intesa come sicurezza fisica e informatica di luoghi, persone e opere. Sicurezza informatica indirizzata a garantire l'integrità dei dati conservati e scambiati all'interno dell'ecosistema, assicurando l'invulnerabilità dei dispositivi impiegati dalla Pubblica Amministrazione e dagli utenti per usufruire dei servizi offerti⁴, garantendo sempre la riservatezza dei dati personali degli utenti, come auspicato dalle normative europee in materia di privacy.

Per inclusione, come già accennato, il Piano, intende il coinvolgimento di tutti gli attori e stakeholder coinvolti nell'ecosistema.

⁴ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.21

Interoperabilità

In un ambiente in cui è richiesta la frequente collaborazione tra più soggetti pubblici o privati è necessario trovare soluzioni di interoperabilità per lo svolgimento e l'attuazione del Piano. Sono stati quindi individuati tre livelli distinti e connessi di interoperabilità: livello organizzativo/giuridico, livello semantico, livello tecnico.

Il livello organizzativo/giuridico è focalizzato nel garantire l'uniformità e la chiarezza all'interno dei processi svolti dai vari stakeholders.

Per livello semantico si intende stabilire un vocabolario comune per le informazioni che transitano tra i vari attori del Piano, affinché siano comprensibili e recepibili da tutti.

L'interoperabilità a livello tecnico garantisce che diversi sistemi informatici riescano a comunicare tra loro efficacemente in modo corretto e coerente, anche attraverso l'adozione di interfacce simili e compatibili tra loro.

Il Piano Triennale intende fornire di default un'infrastruttura digitale interoperabile su cui costruire una solida base tecnica per l'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani, dato che i sistemi attualmente in uso all'interno delle istituzioni museali o dagli stakeholder che vi interagiscono non sono affatto uniformi e presentano notevoli problemi di comunicazione. Al fine di porre rimedio a questo problema la Direzione Generale Musei ha avviato numerose attività, anzitutto, volte a capire come funzionano i sistemi attualmente in uso e, in seguito, a definire regole tecniche e metodologie per renderli interoperabili, fornendo, quando necessario modelli di applicativi e standard qualitativi su cui basarsi.

Connettività e Accessibilità Digitale

Un altro punto fondamentale fissato dal Piano è quello dell'adeguamento della connettività all'interno delle strutture museali, dato che ormai una connettività efficiente e performante rappresenta oggi uno standard di qualità.

Il miglioramento delle connessioni internet nei luoghi della cultura non è solamente indirizzato ai processi interni e amministrativi delle strutture museali, ma in particolare è rivolto al pubblico che dev'essere messo nella posizione di poter usufruire di una

connessione internet a banda larga wireless gratuita e sicura, per integrare la visita al museo con approfondimenti sul patrimonio esposto o anche per interagire attraverso applicazioni in realtà aumentata o anche per accedere a cataloghi digitali e simili.

Il Piano fa notare come attualmente, nella maggior parte delle strutture museali, nello specifico in quelle di esigue dimensioni, la connettività sia disponibile solamente negli uffici amministrativi e spesso affidata a contratti stipulati autonomamente o comunque non attraverso il Sistema pubblico di connettività (SPC) e per di più con specifiche tecniche di connessione scadenti o non conformi alle esigenze di pubblico e personale.

Come per quanto riguarda le soluzioni di interoperabilità, la Direzione Generale Musei ha avviato varie attività di ricognizione e di supporto alle realtà museali, per risolvere questi problemi di connettività. Viene, però, lasciato a discrezione del museo la scelta del servizio di connettività in base alle proprie necessità, sempre e comunque mantenendosi all'interno degli standard qualitativi elencati in questo Piano, rispettando in maniera inopinabile le Direttive governative in materia di Cyber Security, così da poter garantire sempre una connettività sicura, efficiente ed affidabile capace di tutelare e soddisfare ogni utilizzatore.

Legato al problema della connettività, il Piano, evidenzia come sia necessario migliorare l'accessibilità digitale all'interno dei musei, così da raggiungere gli obiettivi di partecipazione ed inclusione pronosticati nello stesso. Accessibilità ottenibile attraverso la possibilità di usufruire dell'offerta culturale in tutti i contesti, in loco o da remoto, prestando particolare attenzione alle persone con esigenze specifiche, ad esempio attraverso il progetto, già operativo, "A.D. Arte".

Valorizzazione del patrimonio e utilizzo di Open Data

Con il termine valorizzazione del patrimonio culturale non ci si riferisce più solamente alla dimensione statica della conservazione, ma anche ad una prospettiva dinamica, legata alla diffusione della cultura attraverso svariati mezzi di comunicazione, perciò le informazioni condivise dai musei e messe a disposizione dei cittadini, sotto forma di Open Data, sono di fondamentale importanza, in quanto permettono la reale diffusione del valore del patrimonio artistico e culturale. Musei e luoghi della cultura diffondono tramite mezzi digitali dati, ovvero informazioni, immagini e documenti custoditi al loro interno, così da consentirne l'utilizzo per il pubblico anche da remoto, a fini di studio o di diletto. Le attuali normative tutelano e garantiscono il riutilizzo delle informazioni anche per fini commerciali, stabilendo, nel rispetto delle licenze, la gratuità al riuso dei dati, fatto salvo il caso descritto nell'articolo 7 del d.lgs. n. 36/2006, ossia: <<qualora per il riutilizzo di documenti sia richiesto un corrispettivo, quest'ultimo è limitato ai costi effettivi sostenuti per la loro riproduzione, messa a disposizione e divulgazione⁵>>. Il caso esposto nel decreto legittima, giustamente, biblioteche, musei e archivi a richiedere un pagamento per il riuso a fronte di coprire i costi effettivamente sostenuti per la conservazione, la raccolta, produzione, riproduzione e diffusione di materiale tutelato da diritti d'autore. Altra questione legata al riutilizzo dei dati diffusi dalla pubblica amministrazione è quella della titolarità delle informazioni e dei conseguenti diritti d'autore ad essa legati. Viene posta particolare attenzione nel tutelare di diritti appartenenti a soggetti terzi, mentre per tutte le informazioni prodotte o commissionate dall'Amministrazione essa ne è titolare a tutti gli effetti. Sugli atti ufficiali della Pubblica Amministrazione non vige alcun diritto d'autore.

La normativa vigente prevede che la licenza di riferimento per i dati del patrimonio culturale sia la licenza che prevede la sola attribuzione della fonte. Licenze aperte sono anche quello che impongono l'obbligo di condividere i contenuti con la stessa licenza del lavoro originale, licenza che non impedisce comunque il riutilizzo dei dati a fini commerciali.

⁵ Art. 2, comma 1, lett- e) D. Lgs. N. 36/2006

Strategia digitale di contenuto e il ruolo dei Social Media

Un aspetto fondamentale per un corretto approccio alla digitalizzazione è sicuramente rappresentato dalle attività di creazione e gestione dei contenuti. Attraverso la costruzione di un'architettura delle informazioni di qualità progettata concentrandosi sull'utente, mettendo in primo piano le sue esigenze e i suoi bisogni.

Questo approccio è supportato dai “design kit” messi a disposizione da AgID, Team Digitale e Designers Italia che contengono risorse per progettare, realizzare e migliorare i servizi digitali della Pubblica Amministrazione, e che raccolgono una serie di linee guida, nonché di soluzioni pratiche per realizzare servizi digitali di qualità applicati all'ambito del patrimonio culturale.

Il kit “Information Architecture”⁶ e il documento “Architettura delle informazioni”⁷, entrambi realizzati da “Designers Italia”, contengono le informazioni e i metodi necessari per la realizzazione di siti web e applicazioni pratiche e funzionali per la pubblica amministrazione.

Il Piano Triennale pone particolare attenzione anche sul ruolo sempre più dominante dei social network nell'ambito della comunicazione e stabilisce una serie di indicazioni su come comunicare e promuovere al meglio l'offerta dei luoghi della cultura attraverso questi canali. Anzitutto sottolinea come il compito dei social sia più orientato verso la reputazione istituzionale del museo nei confronti del pubblico, quindi promozione e marketing, piuttosto che per la diffusione di testi di interesse scientifico.

I social, indirettamente, fungono da strumento statistico in grado di rilevare l'ampiezza di pubblico che il museo è in grado di raggiungere, ma anche permettono di valutare il feedback degli utenti attraverso commenti ed altre interazioni.

Questi mezzi prevedono la possibilità, dietro pagamento di sponsorizzazioni, di creare una pianificazione pubblicitaria efficace capace di raggiungere uno spettro di pubblico interessato alla cultura. Le sponsorizzazioni tornano indubbiamente utili anche per le comunicazioni istituzionali e per la promozione di festival o altri eventi.

⁶ <https://designers.italia.it/kit/information-architecture>

⁷ <https://docs.italia.it/italia/designers-italia/design-linee-guida-docs/it/stabile/doc/content-design/architettura-dell-informazione.html>

Capitolo 3 – Il Piano

La piattaforma del Sistema Museale Nazionale

La Direzione Generale Musei ha individuato nella “piattaforma del Sistema Museale Nazionale” il punto di riferimento digitale per l’ecosistema “Beni culturali e turismo”. Si tratta di un sistema software che collegherà in rete tutti i musei italiani ad ogni livello e sarà in grado di svolgere un’ampia gamma di attività e servizi utili sia all’Amministrazione che al pubblico. La piattaforma sarà completamente interoperabile tra le varie strutture appartenenti al Sistema Museale Nazionale, nativamente integrata con servizi ai cittadini come SPID e PagoPA e accessibile anche da dispositivi mobile.

Obiettivo della piattaforma è anche semplificare i processi interni e il coordinamento tra i singoli musei e la Direzione Generale Musei, introducendo la possibilità di rimanere costantemente aggiornati sui dati riguardanti tutte le strutture presenti nel Sistema Museale Nazionale, ottimizzare l’organizzazione dei servizi amministrativi e la gestione delle risorse fisiche e umane, nonché prevede la possibilità di coordinare attività di formazione per il personale e fornire strumenti di monitoraggio e governance per valutare le performance dei musei.

Al cittadino vengono resi disponibili servizi come siti in costante aggiornamento con focus su iniziative, mostre e attività dei musei, la possibilità di acquistare on-line biglietti e altro merchandising e anche accedere alle sezioni dedicate “all’amministrazione trasparente”.

Come già accennato la piattaforma è nativamente integrata con servizi di pagamento e identificazione digitale (PagoPA e SPID) riservati ai cittadini italiani, mentre per i turisti stranieri viene data la possibilità di accedere ai servizi della piattaforma attraverso login dedicati o social login, mentre per i pagamenti digitali si appoggia a servizi come PayPal o semplicemente accettando carte di credito o prepagate.

Servizi per i musei

L'Ecosistema Digitale dei Musei Italiani è costituito da un insieme molto ampio di stakeholder, in particolare sono numerosi quelli che gravitano attorno la Direzione Generale Musei.

Istituzioni museali e luoghi della cultura hanno grandi esigenze soprattutto riguardo la comunicazione, la condivisione e la collaborazione tra realtà diverse appartenenti allo stesso settore. Per questo la Direzione Generale Musei mette a disposizione una serie di strumenti e servizi digitali, tramite la piattaforma del Sistema Museale Nazionale, pensati proprio per agevolare queste attività. La piattaforma è stata pensata per ottimizzare le operazioni di condivisione e diffusione di documenti tra istituzioni, in particolare quelle più piccole, troppo spesso ignorate, perché non dotate di sistemi informatici efficienti.

Per gli operatori del settore culturale verranno messe a disposizione le seguenti funzionalità tramite la piattaforma:

- Strumenti per facilitare la comunicazione e la condivisione di dati in tempo reale;
- Uno strumento per la creazione e la compilazione di questionari, allo scopo di gestire il sistema di accreditamento delle istituzioni al Sistema Museale Nazionale;
- Un servizio di informazione e formazione interno al SMN;
- Un applicativo per gestire e monitorare i progetti attivi nelle singole istituzioni museali;
- Un servizio per supportare e gestire le opere presenti nelle collezioni, gestire l'aspetto amministrativo e logistico delle mostre, nonché le pratiche per i prestiti.;
- Un'applicazione per realizzare e gestire la promozione di eventi;
- Un servizio dedicato alla trasparenza;
- Un servizio dedicato alla reportistica.

Soluzioni 3D e Gaming

Il Piano, inoltre, individua nella creazione di ambienti digitali 3D e nella realtà aumentata una soluzione innovativa per la fruizione del patrimonio museale e soprattutto archeologico italiano.

Si tratta di mezzi dotati di un'ottima capacità comunicativa ed emozionale in grado di trasmettere esperienze difficilmente ottenibili in un ambiente tradizionale, ad esempio grazie la tecnologia 3D è stato possibile ricostruire luoghi partendo dai soli resti archeologici e renderli visitabili tramite PC. Un'altra soluzione di interazione digitale sono gli applied game o il game based learning, ovvero la creazione di strumenti videoludici dallo spiccato contenuto culturale ed educativo.

Tutte tecnologie che potranno essere utilizzate sia da remoto che all'interno dei luoghi della cultura.

Per mettere in pratica queste innovazioni la Direzione Generale Musei sta compiendo un'attività di censimento sulle effettive capacità tecniche e strumentali delle strutture museali e dei luoghi della cultura, e si sta valutando quali mezzi e risorse tecniche impiegare per potenziare queste soluzioni.

Monitoraggio delle prestazioni e Customer Satisfaction

Altro punto di fondamentale importanza, sottolineato dal Piano, riguarda i servizi rivolti ai alla rilevazione del feedback e customer satisfaction (data analytics), allo scopo di migliorare la qualità dei servizi offerti ai visitatori, l'efficacia delle strategie pubblicitarie e garantire una più efficace gestione i flussi di visitatori.

Per misurare la soddisfazione dei visitatori verranno utilizzati questionari creati ad hoc per ogni struttura museale e saranno utilizzate anche le recensioni pubblicate su social e altre piattaforme di condivisione.

Saranno implementati anche servizi per le donazioni integrati con la piattaforma PagoPA. Riguardo la gestione dei flussi di visitatori, sono già in uso diversi sistemi di ticketing digitale, che permettono l'acquisto on-line dei biglietti di musei e altri luoghi della cultura. Soluzioni di acquisto da remoto molto utili in realtà culturali con a disposizione

numerose attrattive, in quanto viene data la possibilità di acquistare biglietti cumulativi e permettendo alle strutture museali di gestire al meglio tempistiche e personale nel caso di tour guidati ed evitare così casi di sovraffollamento o, al contrario, momenti di assenza di visitatori.

Analytics, Business intelligence e Big Data

L'utilizzo di strumenti digitali consente la continua creazione di Big Data (identificati dalle 5V: Volume, Velocity, Variety, Veracity, Value), utilissimi a fini di reporting e monitoraggio. Utilizzare sistemi di analytics e business intelligence è essenziale per supportare i processi decisionali dei musei dato che forniscono strumenti capaci di restituire uno spaccato dei processi interni e delle relative performance in termini di efficienza, efficacia ed economicità⁸. I sistemi di analytics tornano utili anche per supportare processi di definizione e valutazione delle politiche pubbliche perché forniscono una visione d'insieme delle performance dei vari musei e luoghi della cultura italiani. Inoltre, con questi strumenti, viene creato un sistema interconnesso e facilmente accessibile dedicato alla condivisione di informazioni statistiche utili al miglioramento dei servizi offerti. I Big Data risultano particolarmente efficaci se integrati con i tradizionali sistemi di rilevamento impiegati nei musei, come controllo accessi o questionari somministrati in loco. Big Data che vengono generati continuamente da tutte le interazioni digitali degli utenti con il museo.

⁸ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.49

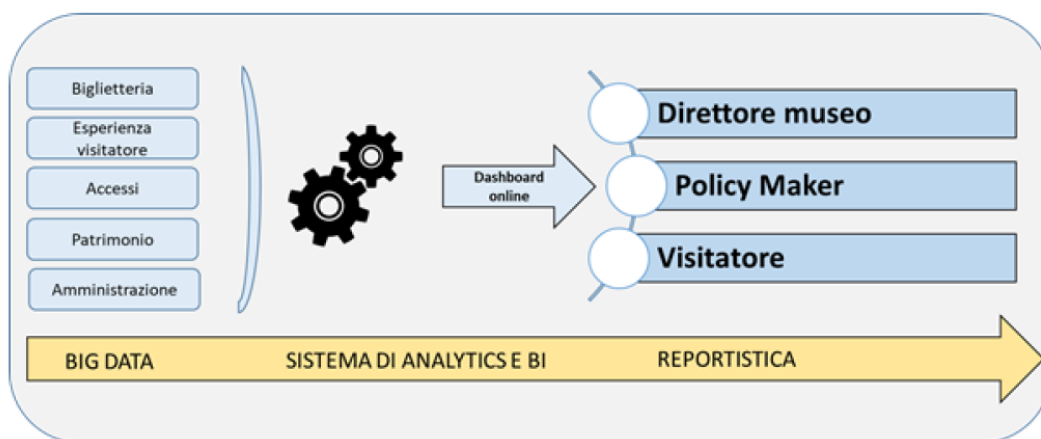


Figura 2, schema utilizzo Big Data⁹ p.50

Una volta raccolti e indicizzati i dati risultano di fondamentale importanza a fini di reportistica non solo per il singolo museo ma anche per la Direzione Generale Musei, che così può monitorare e valutare specifiche attività dei singoli musei nazionali.

Servizi al Cittadino

L'offerta museale sta attraversando un periodo di intensa trasformazione dovuto anche ad un rinnovato interesse da parte dei visitatori che richiedono modalità sempre nuove di fruizione del patrimonio per poter così vivere esperienze interattive e maggiormente coinvolgenti.

Siti web

Una questione particolarmente spinosa per i musei italiani è quella dei siti web, troppo spesso non all'altezza dell'istituzione che rappresentano, perché di difficile utilizzo, con contenuti scarni e non aggiornati. In molti casi è addirittura difficile reperire informazioni

⁹ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.50

su localizzazione, orari, prezzi e contatti del museo, senza parlare del fatto che son ancora pochi i musei che offrono servizi digitali basilari come l'acquisto di biglietti on-line.

Un sito web ben organizzato e fruibile è ormai necessario non solo per facilitare la visita e l'accesso al museo da parte dei visitatori, ma ne è anche un indispensabile mezzo di promozione e valorizzazione. Per tanto ogni istituzione museale dovrebbe avere un sito web facilmente riconoscibile, ricco di informazioni aggiornate e di servizi orientati ai bisogni degli utenti.

Secondo il Piano Triennale i siti web dei musei devono: facilitare l'accesso ai musei fornendo indirizzi, orari e soluzioni di ticketing on-line; valorizzare il contenuto delle collezioni; mettere in evidenza eventi ed esposizioni temporanee; fornire contenuti scaricabili su dispositivi mobili per integrare la visita in loco.

Stabilito ciò, ai musei verrà messo a disposizione uno strumento e delle linee guida per la creazione di siti rispondenti a queste esigenze.

Lo strumento per la creazione dei siti web, integrato nella piattaforma, consisterà in un'applicazione attraverso la quale, in modo semplice e guidato, l'operatore museale incaricato potrà comporre il sito web della propria struttura, selezionando l'aspetto grafico, la struttura della pagina, i contenuti. Il procedimento di realizzazione si fonda su una logica modulare basata su template di riferimento e widget integrabili. L'applicazione sarà basata su un modulo CMS (Content Management System) e consentirà ai musei di gestire contenuti sia statici (es. sezione informazioni generali: contatti, come arrivare, orari, ecc.) sia dinamici, permettendo inoltre di gestire la grafica dei propri siti web, inserire eventi, notizie e abilitare servizi di ticketing online e di e-commerce¹⁰.

I siti web, ovviamente, avranno il supporto multilingua e saranno integrabili con social network e consultabili anche da smartphone, con un design basato interamente sull'utente.

La Direzione Generale Musei, attraverso la sua piattaforma, fornirà ai musei programmi per il ticketing online e l'e-commerce, dato che la situazione attuale vede molte strutture impiegare sistemi differenti spesso acquistati autonomamente e difficilmente integrabili con realtà differenti. Verrà perciò impiegata una soluzione, nativamente integrata con PagoPa, che consentirà di svolgere tutti i servizi di vendita non solo di biglietti, ma anche

¹⁰ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.54

di altri servizi accessori e di prodotti disponibili all'interno dei museum shop, fornendo immediatamente tutti i dettagli del servizio o prodotto che si intende acquistare.

Questo sistema di vendita online garantisce un immediato feedback molto utile ai fini del reporting generando grandi quantità di Big Data.

Narrazione digitale condivisa

La Convenzione di Faro¹¹ sottolinea l'importanza della partecipazione ed il coinvolgimento del pubblico all'interno della narrazione museale. I mezzi digitali facilitano non poco questo aspetto dando la possibilità al pubblico di apportare e di appropriarsi di molte conoscenze. Perciò va curato l'aspetto di content curation in modo che, anche dalle interazioni su social e altri canali con gli utenti del museo, nascano contenuti ed informazioni di qualità e che vengano citate e prese in considerazione le giuste fonti, in modo da far sì che la narrazione condivisa sia un valore aggiunto per le strutture museali e per il pubblico che intende arricchire ulteriormente il proprio bagaglio culturale.

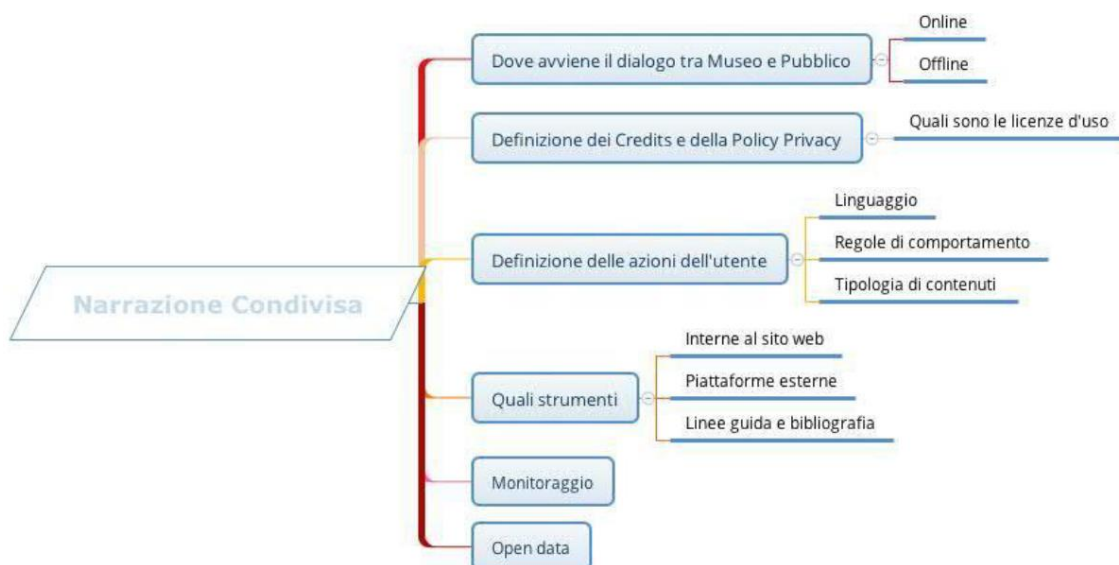


Figura 3, narrazione condivisa¹²

¹¹ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2016/01/Convenzione-di-Faro.pdf>

¹² <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.59

Altri servizi

Tecnologie di prossimità

L'utilizzo di sistemi di geolocalizzazione permettono la creazione di una mappa dei punti di interesse utili ai visitatori che non intendono ridurre la loro esperienza al solo museo. Questi servizi facilmente consultabili su smartphone, impiegabili ad esempio durante i tempi morti come le code all'ingresso o gli spostamenti sui mezzi pubblici, permettono al turista di individuare altri luoghi meritevoli di visite o servizi accessori come bar e ristoranti, anche tramite apposite notifiche push che ricordano di trovarsi in presenza di un luogo d'interesse. Per di più se disponibile una connessione Wi-Fi all'interno della struttura, l'utilizzo della localizzazione GPS risulta nettamente più efficiente soprattutto in zone a bassa copertura di reti mobili.

Guide museali digitali

Ai musei aderenti al Sistema Museale Nazionale verranno forniti gli strumenti per dotarsi di innovativi servizi di audioguide digitali fruibili sia su dispositivi in dotazione ai musei, che vendibili al pubblico per l'utilizzo su smartphone o tablet. Saranno guide che integreranno i testi e media già realizzati dai vari musei e poi integrati con espedienti in realtà aumentata e soprattutto fruibili sia prima che dopo la visita al museo, così da poter prolungare l'esperienza culturale.

Le guide verranno progettate miratamente seguendo le esigenze delle varie fasce d'età del pubblico, facilitandone l'accesso ai contenuti.

La Direzione Generali Musei fornirà una serie di Vademecum per la realizzazione dei contenuti, per la scrittura dei testi delle guide e anche per la parte interattiva, ossia gaming e realtà aumentata.

Strumenti interattivi

Negli ultimi anni hanno acquisito grande diffusione le tecnologie di realtà virtuale e realtà aumentata, in particolare grazie al netto miglioramento di hardware e software a loro supporto.

Le possibilità legate alla realtà virtuale sono moltissime, infatti tecnologie come questa permettono all'utente di interagire con luoghi e ambienti fisicamente inaccessibili come stazioni spaziali o antiche acropoli, ma anche ricostruiscono opere scultoree che così possono essere viste a 360 gradi, nonché consentono una quasi totale immersione nel racconto di eventi e fatti storici. Le soluzioni in realtà mista, invece, prevedono un'interazione con gli oggetti statici all'interno dell'ambiente museale, tramite visori o con i semplici smartphone, fornendo informazioni e dettagli su opere e contenuti del museo o anche creando tour virtuali creati su misura per gli utenti.

Altri strumenti interattivi sono quelli basati sulle intelligenze artificiali, pensate per dialogare con i visitatori fornendo informazioni mirate su opere e rispondendo a quesiti posti dagli stessi. L'utilizzo di AI è particolarmente utile ai fini della raccolta dati e feedback per le strutture museali che tramite l'ascolto delle conversazioni dei visitatori riescono a valutarne direttamente i feedback, ma anche a fini di sorveglianza e sicurezza tramite algoritmi e sensori atti a monitorare e controllare il corretto funzionamento delle apparecchiature e della qualità dei locali con analisi ad esempio di affollamento, temperatura e livelli di umidità.

Capitolo 4 – Attuazione del Piano

L'ampiezza e la complessità di un progetto, che come questo si sviluppa in più anni e che coinvolge un elevato numero di attori e stakeholder ha bisogno di notevoli attività di coordinamento e supervisione, ma soprattutto di un corretto approccio da parte degli chi vi agisce.

La governance del Piano è puramente strategica e richiede costanti azioni di monitoraggio sullo svolgimento dei lavori da parte dei singoli soggetti, a cui sono fornite indicazioni sulle migliori pratiche da impiegare nella realizzazione dei progetti e un cronoprogramma che permette di distribuire organicamente gli interventi nel corso del tempo. Governance che si sviluppa a due livelli di gestione: a livello di ogni singolo progetto e a livello complessivo.

Gestione dei progetti

Le fasi di pianificazione e di implementazione delle azioni di trasformazione digitale elencate precedentemente si basano su principi di project management e consistono nella:

- Definizione delle azioni (COSA). Tutte le linee guida ed i principi forniti dal Piano dovranno esser messi in pratica dai singoli musei tramite progetti specifici utilizzando gli strumenti tecnici e i mezzi messi a disposizione dalla Direzione Generale Musei. L'azione complessiva dovrà quindi considerare l'identificazione delle priorità d'azione e la strutturazione di ogni singolo progetto di innovazione digitale in termini di output (risultati attesi), input (risorse necessarie per realizzare lo specifico progetto) e attività (per la realizzazione del progetto)¹³.
- Definizione delle risorse coinvolte (CHI). Per realizzare ciascun progetto è necessario individuare un team all'interno dell'istituzione museale, definendo e dividendo i ruoli in base al livello di responsabilità e competenze tecniche. È prevista l'individuazione di Project Manager in grado di coordinare le attività.

¹³ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.69

- Definizione della modalità di gestione delle azioni previste dal Piano (COME). Compito del project manager è utilizzare strumenti operativi per monitorare continuamente i progetti tenendo conto di tempi, costi e rischi di ogni singolo progetto.
- Valutazione dei risultati. Consiste nel valutare se, a progetto terminato, sono stati raggiunti gli obiettivi strategici posti in fase iniziale. La valutazione avviene secondo il modello delle “tre E”: efficienza, efficacia, economicità.

Gestione del Piano

La gestione complessiva del Piano strategico di digitalizzazione dei musei richiede un approccio organizzativo che vada oltre la tradizionale impostazione per singolo progetto¹⁴. È quindi necessario gestire la sua esecuzione tramite una governance strutturata, stabilendo un cronoprogramma, attribuendo responsabilità e fissando i costi. Risulta necessario creare all'interno della Direzione Generale Musei una struttura dedicata in grado di coordinare l'intero processo.

Per quanto riguarda il comparto tecnico organizzativo sarà istituita una ulteriore struttura dedicata alla digitalizzazione del patrimonio culturale, struttura al cui interno sarà presente un Board che individuerà e curerà i rapporti con i principali stakeholder e a cui verrà dato l'incarico di monitorare lo svolgimento del piano e i relativi risultati conseguiti. Compito di questa struttura, che potrà esser composta anche da professionisti incaricati esterni all'amministrazione, sarà la gestione dell'infrastruttura nel suo complesso, soprattutto in merito alla piattaforma che integra e garantisce i vari servizi e la verifica di interoperabilità delle risorse.

Il successo di un Piano di lavori così articolato è indubbiamente legato all'utilizzo di un efficiente cronoprogramma che comprenda la pianificazione operativa e temporale dei singoli progetti, integrando anche elementi economici, permettendo eventuali ripianificazioni o riprogrammazioni. Nel cronoprogramma viene dunque rappresentata la distribuzione temporale delle fasi di realizzazione di ciascun progetto verificandone la

¹⁴ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.70

congruenza logica; il dettaglio delle fasi dipende dalla tipologia dei lavori e delle modalità adottate caso per caso¹⁵.

¹⁵ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.72

Capitolo 5 - Prospettive future

Il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione dei Musei, per come è stato concepito e strutturato, mostra una grande apertura verso il futuro e l'innovazione tecnologica.

I musei, in quanto ambienti ricchi di contenuti, di pubblico e con una struttura complessa, ben si prestano alla sperimentazione di nuove tecnologie impiegabili a livello organizzativo o nel rapporto con i visitatori, anche se la sperimentazione di nuovi mezzi tecnologici è purtroppo spesso frenata da un contesto, che per motivi organizzativi o per mancanza di competenze e mezzi tecnici, risulta restio al cambiamento.

Alcune delle tecnologie più innovative che potranno esser introdotte nei musei in un futuro prossimo sono:

- La blockchain; è un database distribuito che permette a chiunque partecipi alla rete di avere una copia di tutti i dati condivisi all'interno della stessa ed essi sono scritti in maniera inalterabile, non falsificabile e liberamente leggibili. Le opportunità che porta l'impiego di una blockchain sono molto ampie, ad esempio tramite una tecnologia del genere tutti i musei del mondo potrebbero creare un archivio distribuito in cui elencare tutte le opere in loro possesso, i prestiti, le cessioni, proprietà, datazioni, autori, ecc.
- Internet of Things; consiste nell'implementazione dell'uso della rete al mondo degli oggetti. Permettendo attraverso sensori e altre strumentazioni di creare device in grado di interagire autonomamente con il contesto in cui si trovano, elaborando dati, identificando persone e altri oggetti, connettendosi alla rete di un luogo ed essere localizzabili tramite GPS. Tecnologia che può rivelarsi utile per carpire direttamente i feedback degli utenti.
- Ologrammi; immagini tridimensionali ottenute tramite tecnica olografica, capaci di costruire rappresentazioni di luoghi, ambienti o persone molto verosimili. Possono rivelarsi molto utili all'interno dei contesti museali creando rappresentazioni virtuali coerenti con le narrazioni dei luoghi stessi, mostrando ad esempio personaggi, oggetti o luoghi storici.
- Interfacce conversazionali; si tratta degli ambiti di interazione in cui si fa un uso combinato di voce, chat e altri mezzi di comunicazione attraverso oggetti grafici

quali bottoni, immagini, menù e video¹⁶. Una tecnologia capace di rivelarsi molto utile in un ambiente culturale in quanto permette un confronto diretto del pubblico con i contenuti mostrati, nonché aumenta notevolmente le possibilità di approfondimento.

¹⁶ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>, p.75

Capitolo 6 - La digitalizzazione alle Gallerie dell'Accademia di Venezia

Un esempio virtuoso di digitalizzazione e innovazione lo si può vedere alle Gallerie dell'Accademia di Venezia, che negli ultimi anni si sono dotate di un ottimo sito web all'avanguardia che ricalca la quasi totalità dei principi e degli interventi auspicati dal Piano Triennale.

Già dalla ben strutturata home page notiamo immediatamente come le funzioni del sito siano disponibili in più lingue e che è subito disponibile un collegamento all'acquisto online di biglietti e ci viene data subito la possibilità di consultare l'intera collezione del museo. Sempre nella home page, nei banner, possiamo reperire informazioni relative alle iniziative e agli eventi in corso all'interno del museo, fornendoci.

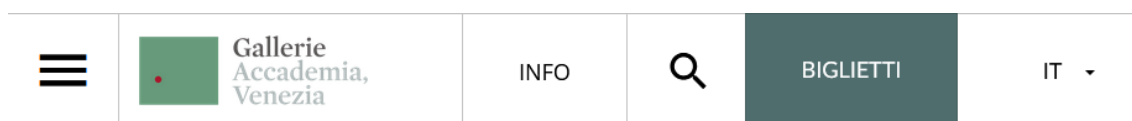


Figura 4, barra di ricerca e collegamenti rapidi¹⁷

Scorrendo in fondo alla homepage compare lo strumento per navigare le varie funzioni del sito, accessibile anche tramite il menu presente nella barra di navigazione che rimane sempre fissata in alto durante la consultazione delle pagine.



Figura 5, funzioni sito¹⁸

¹⁷ <http://www.gallerieaccademia.it/>

¹⁸ |vi

Vediamo le sezioni in cui è suddiviso il sito.

Visita

All'interno della sezione "visita" sono facilmente reperibili le informazioni relative all'accessibilità al museo, con annesse le informazioni di accesso e aiuto per persone con esigenze particolari. Troviamo anche le indicazioni in materia di sicurezza anti-covid. Sempre tra le informazioni sono presenti orari e piantine del museo con l'elenco e i nomi delle sale. Due pagine sono dedicate all'acquisto dei biglietti e delle membership card, con la possibilità di prenotare le visite, nonché un numero verde per le informazioni. Infine nella pagina "cantiere aperto" sono disponibili notizie riguardo i lavori di restauro in atto alle Gallerie.



Figura 6, sezione "visita" ¹⁹

What's on

Sezione dedicata agli eventi e le iniziative organizzate o a cui aderisce il museo, descritte nei dettagli, con informazioni e recapiti per i visitatori interessati. Nella pagina "news" sono presenti le notizie relative a mostre ed eventi futuri già calendarizzati.

¹⁹ <http://www.gallerieaccademia.it/>



Figura 7, sezione “what’s on”²⁰

Collezioni on line

La sezione meglio curata e dettagliata dell’intero sito web. Vi si trova l’intera collezione delle Gallerie, con tutte le opere conservate facilmente consultabili e corredate dalle stesse descrizioni che troviamo nelle didascalie presenti in loco. Per ogni opera sono disponibili svariate immagini in alta risoluzione dell’opera nella sua interezza e di singoli dettagli di particolare importanza. Sono anche consultabili le opere attualmente non esposte perché in prestito o in restauro. Son presenti poi pagine dedicate alla storia della collezione e alla descrizione delle singole sale del museo con i collegamenti alle opere conservate all’interno delle stesse, così da poter costituire una sorta di tour virtuale.

²⁰ <http://www.gallerieaccademia.it/>



Figura 8, sezione “collezioni on line”²¹

Storia delle sedi

Sezione che raccoglie notizie storiche dettagliate sugli edifici e sulle sedi delle Gallerie dell'Accademia.



Figura 9, sezione “storia delle sedi”²²

Mostre

Una parte sostanziale del sito dedicata ad una cronologia delle più importanti mostre ospitate presso il museo veneziano dal 2012 ad oggi. Per ogni mostra è disponibile una sintetica descrizione.

²¹ <http://www.gallerieaccademia.it/>

²² |vi

Laboratori di restauro e scientifico

Sezione dedicata a fornire informazioni in merito ai laboratori di restauro facenti capo alle Gallerie dell'Accademia, illustrandone in maniera sintetica la storia e l'origine della collaborazione con il museo.

Education

Parte dedicata alle molte iniziative educative e social organizzate dal museo, con informazioni, link e video in supporto. Molte delle iniziative sono incentrate su di una fruizione casalinga o comunque esterna al museo del patrimonio conservato al suo interno.

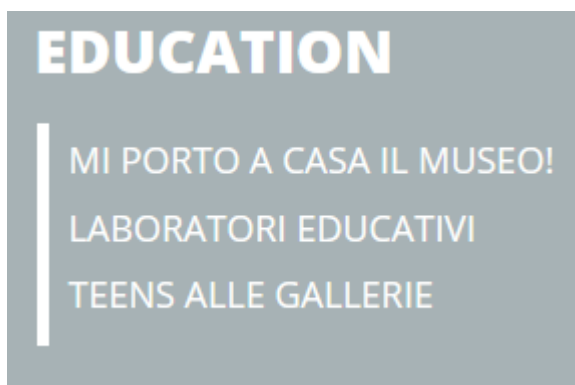


Figura 10, sezione "education" ²³

Opere temporaneamente non esposte

Sezione direttamente collegata a quella dedicata alla collezione che però raggruppa tutte le opere attualmente non visionabili, consentendone comunque la consultazione e fornendo le correlate descrizioni.

Servizi e concessioni

Come già citato nel Piano, in queste pagine del sito, troviamo informazioni, regolamenti e tariffari per il riutilizzo di immagini e documenti conservati dalle Gallerie.

Sono disponibili anche i recapiti per l'utilizzo degli spazi in concessione temporanea a privati del museo.

²³ <http://www.gallerieaccademia.it/>

SERVIZI E CONCESSIONI

USO IMMAGINI

AFFITTO SPAZI

Figura 11, sezione “servizi e concessioni”²⁴

Sostieni

Una sezione dedicata alle iniziative di fund raising e di sostegno economico da parte di privati al museo, tra cui “Art Bonus” e “5xMille”.

Amministrazione trasparente

In affinità alle correnti normative e ai principi citati nel Piano, in questa porzione del sito, troviamo nel dettaglio informazioni, bilanci e documenti amministrativo/legali, nonché bandi e gare per appalti relativi all’organizzazione delle Gallerie dell’Accademia, in linea con le politiche di Amministrazione Trasparente.

²⁴ <http://www.gallerieaccademia.it/>

AMMINISTRAZIONE TRASPARENTE ▲

- DISPOSIZIONI GENERALI
- ORGANIZZAZIONE
- CONSULENTI E COLLABORATORI
- PERSONALE
- PERFORMANCE
- BANDI E GARE
- CONTRATTI
- DETERMINE
- BILANCI
- SOVVENZIONI, CONTRIBUTI, SUSSIDI, VANTAGGI ECONOMICI
- PAGAMENTI DELL'AMMINISTRAZIONE
- PROCEDIMENTI
- CONTROLLI E RILIEVI SULL'AMMINISTRAZIONE
- SERVIZI EROGATI
- ALTRI CONTENUTI

Figura 12, sezione “amministrazione trasparente”²⁵

Crediti

Piccola parte del sito dedicata ai ringraziamenti nei confronti del personale interno e delle risorse esterne che ogni giorno contribuiscono all'eccellenza delle Gallerie.

Contatti

Sezione in cui sono disponibili indirizzi e recapiti del museo e dei suoi vari uffici operativi.

²⁵ <http://www.gallerieaccademia.it/>

Conclusioni

L'esempio delle Gallerie dell'Accademia di Venezia lascia ben sperare per lo stato attuale della digitalizzazione, in quanto tutti i servizi più utili al visitatore son stati egregiamente realizzati e soprattutto, in un periodo incerto come quello attuale, caratterizzato da pandemie e “acque alte eccezionali”, la possibilità di visitare online e nella sua interezza un museo così ricco e importante per l'arte italiana rappresenta una grandissima risorsa, anche se non sono disponibili le tanto auspiccate e a volte fin troppo avanguardistiche tecnologie di realtà virtuale, troppo spesso difficilmente utilizzabili dal singolo cittadino per mancanza di hardware adeguati.

Sfortunatamente non tutti i musei del Sistema Nazionale hanno a disposizione risorse e mezzi di grandi istituzioni come le Gallerie dell'Accademia, ma la crescente digitalizzazione della pubblica amministrazione e il lento, ma costante, miglioramento delle infrastrutture digitali del paese offrono una prospettiva ottimistica anche per musei e luoghi della cultura di modeste dimensioni.

Il Piano Triennale per la Digitalizzazione e l'Innovazione dei Musei offre un grandissimo numero di opportunità per le realtà culturali italiane, per quanto riguarda la collaborazione tra di loro e per il loro rapporto con il turismo, sempre più high-tech e ricco di nuove esigenze.

La realizzazione dei servizi auspicati dal Piano sicuramente offre la possibilità di un notevole ritorno economico e sociale per le città e gli stakeholder che ogni giorno si relazionano con il settore culturale italiano.

Bibliografia

- ❖ Art. 2, comma 1, lett- e) D. Lgs. N. 36/2006

Sitografia

- ❖ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2019/08/Piano-Triennale-per-la-Digitalizzazione-e-l%E2%80%99Innovazione-dei-Musei.pdf>
- ❖ <https://designers.italia.it/kit/information-architecture>
- ❖ <https://docs.italia.it/italia/designers-italia/design-linee-guida-docs/it/stabile/doc/content-design/architettura-dell-informazione.html>
- ❖ <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2016/01/Convenzione-di-Faro.pdf>
- ❖ <http://www.gallerieaccademia.it/>