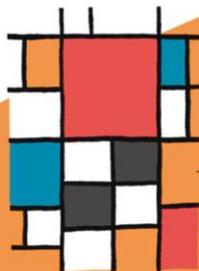




ESSERE  
(DIGITALMENTE)  
PRESENTI



PARLARE PER  
IMMAGINI

METTERSI  
IN MOTO



*pensare  
in piccolo*



STORIE, PIÙ  
CHE OGGETTI



Associazione

Presentazione XII Rapporto Civita

# NEXT GENERATION CULTURE

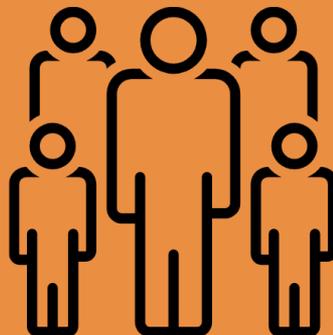
Tecnologie digitali e linguaggi immersivi per nuovi pubblici della cultura

Roma, 21 giugno 2021 - ore 11

# Le domande alla base della ricerca

- ***Quali impatti sono stati generati dalla pandemia nel rapporto fra le realtà culturali e i loro pubblici?***
- ***Quali opportunità sono offerte dalla trasformazione digitale al mondo della Cultura?***
- ***Quali scenari si configurano nel new normal della user experience culturale e turistica?***
- ***Quali priorità strategiche emergono per operatori culturali e policy maker?***

# Le tre dimensioni di analisi



# La prospettiva «museo»: la metodologia

- *Confronto fra i risultati di circa 30 indagini condotte nell'anno di pandemia in Italia e all'estero*
- *Indagini sulla comunicazione digitale dei musei: osservazione esterna, sondaggio e follow up*
- *Questionario sugli impatti del Covid-19 sulle istituzioni museali*
- *Interviste strutturate sui contenuti digitali (indagine quali/quantitativa in progress)*

# La prospettiva «museo»: gli esiti

- **Tendenze positive: gli sforzi dedicati alla comunicazione digitale durante il lockdown hanno migliorato le performance anche dopo la riapertura**
- **Criticità strutturali: diffusa mancanza di pianificazione e strategia; carenza di professionisti dedicati e investimenti di medio-lungo termine**
- **Insegnamento: non è sufficiente puntare all'accessibilità e alla narrazione in digitale, ma occorre coinvolgere il pubblico, stimolare l'esperienza e favorire la personalizzazione**

# La prospettiva «utente»: la metodologia

- *Analisi delle risposte al sondaggio lanciato dal MiC durante la fase I del lockdown*
- *Indagine sui comportamenti e sul sentiment dell'utenza rispetto ai contenuti culturali veicolati attraverso la realtà virtuale (VR)*

# La prospettiva «utente»: gli esiti

- **Trend generali: crescente fruizione dell'offerta digitale multicanale (siti, social media, piattaforme web); apprezzati soprattutto video, foto, webinar e tour virtuali; curiosità e interesse per l'applicazione di tecnologie immersive**
- **Limiti: comunicazione museale mono-direzionale, con poca interazione; scarsa efficacia nell'impiego della VR**
- **Prospettive: proposta digitale di qualità per rilanciare le visite on site e costruire una relazione continuativa con l'utenza**

# La prospettiva «impresa ICT»: la metodologia

- *Analisi desk sul tessuto di realtà che offrono soluzioni tecnologicamente avanzate per la customer experience culturale e turistica*
- *Principali dinamiche di mercato e nei modelli di business*
- *Interviste strutturate a un campione di aziende innovative*

# La prospettiva «impresa ICT»: gli esiti

- **Quadro**: vivace ecosistema italiano composto per lo più da startup innovative che operano su mercati globali
- **Ambiti in espansione**: gaming; VR, AR e MR; computer vision per contenuti personalizzati; tecnologie immersive nel turismo; opere digitali in AR negli spazi pubblici
- **Criticità**: autoreferenzialità degli attori pubblici; mancanza di competenze digitali; diffidenza verso le tecnologie immersive; scarsa attitudine alla sperimentazione
- **Priorità**: far rete fra operatori, imprese e istituti culturali, impiegando la tecnologia come fattore abilitante

## Next Generation Culture

Tecnologie digitali e linguaggi immersivi  
per nuovi pubblici della cultura



Marsilio