

**Osservatorio
Innovazione Digitale
nei Beni e Attività Culturali**

**Trasformazione digitale,
accessibilità e sostenibilità:
ecco le sfide per la Cultura!**

Giugno 2023

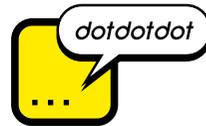


Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali

Ricerca 2022-2023

2

PARTNER



Fondazione
Compagnia
di San Paolo



SPONSOR



CON IL PATROCINIO DI



Indice

Introduzione	4
di Michela Arnaboldi e Alessandro Perego	
Executive Summary	6
di Deborah Agostino e Eleonora Lorenzini	
Nota Metodologica	14
Report	17
Osservatori On Demand	19

Attori

Gruppo di Lavoro	20
Osservatori Digital Innovation	21
School of Management del Politecnico di Milano	24
Sostenitori della Ricerca	26
Ringraziamenti.....	36

Copyright © Politecnico di Milano Dipartimento di Ingegneria Gestionale

I Rapporti non possono essere oggetto di diffusione, riproduzione e pubblicazione né in tutto né in parte e con riferimento a ogni loro contenuto testuale, grafico e di qualunque altra natura, anche per via telematica (per esempio tramite siti web, intranet aziendali, ecc.), e ne viene espressamente riconosciuta la piena proprietà del DIG – Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano.

Fermo quanto sopra, le figure contenute nei Rapporti possono essere utilizzate solo eccezionalmente e non massivamente e solo a condizione che venga sempre citato il Rapporto da cui sono tratte nonché il copyright © in capo al DIG – Dipartimento di Ingegneria Gestionale del Politecnico di Milano.

La violazione di tale divieto comporterà il diritto per il DIG di ottenere il risarcimento del danno da illecito utilizzo, ai sensi di legge.

**osservatori.net è il punto di riferimento
per l'aggiornamento executive
sull'Innovazione Digitale**

 [Visita osservatori.net](https://www.osservatori.net)

Introduzione

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

4

Il 2023 rappresenta un anno cruciale per il settore culturale, caratterizzato dalle numerose sfide e opportunità che il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) sta fornendo al comparto culturale per il rilancio del settore e più in generale dell'intero Paese, facendo leva proprio sulla cultura.

Le principali sfide che hanno caratterizzato il settore possono essere così sintetizzate:

- La sfida della sostenibilità finanziaria e della gestione dei finanziamenti del PNRR. Il tema della sostenibilità finanziaria è da sempre al centro del dibattito nel mondo culturale, e il PNRR sta offrendo un'opportunità unica agli enti culturali per poter investire in nuovi progetti di conservazione, tutela e valorizzazione del patrimonio. Occorre, tuttavia, essere rapidi nella gestione delle spese e nella definizione dei progetti, così come prioritario diventa l'aver impostato un piano strategico di innovazione dell'ente culturale per inserire i progetti all'interno di una visione sistemica. In questo senso, il Ministero della Cultura ha lavorato negli scorsi mesi alla stesura di un Piano Nazionale di Digitalizzazione, proprio con l'intento di fornire linee

guida agli stakeholder nella direzione di favorire le attività di digitalizzazione del patrimonio culturale; questo ai fini della conservazione, ma anche della valorizzazione e del riuso per fornire nuovi servizi.

- La sfida dell'accessibilità ai luoghi della cultura, intesa non solo come fisica ma anche nella sua accezione di accessibilità cognitiva e di capacità inclusiva degli enti culturali. Gli enti possono reinterpretare questi temi facendosi essi stessi promotori di una cultura dell'accessibilità, con un approccio inclusivo non solo nelle modalità di erogazione dei propri servizi ma anche nella progettazione stessa dell'offerta culturale. In tal senso, le tecnologie digitali possono rappresentare un valido alleato nei progetti di inclusione per favorire la partecipazione culturale delle categorie più fragili e dei nuovi pubblici.
- La sfida dell'innovazione, con riferimento alla capacità degli attori di favorire iniziative di innovazione e sperimentazione di nuovi modelli e nuove progettualità volte al rilancio dell'intero settore. Ad esempio, sistemi di intelligenza artificiale, di realtà immersive oppure strumenti basati sulla blockchain possono rappresentare delle tecnologie abilitanti i processi di trasformazione degli

Introduzione

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

5

enti, con il fine ultimo di contribuire alla conservazione e valorizzazione del patrimonio culturale. In questo contesto, la capacità di investire sulle competenze degli operatori culturali e la formazione di nuove professionalità (come quella del digital curator) rappresentano un asset fondamentale per guidare il cambiamento.

In un anno di grande fermento, anche grazie al dinamismo portato dal PNRR, la ricerca 2023 dell'Osservatorio si è incentrata sull'analisi del comportamento degli enti culturali e dei fruitori di cultura.

Le survey condotte sui musei e sui teatri italiani mostrano un ritorno all'offerta di esperienze onsite, con l'utilizzo di strumenti online a supporto delle attività di engagement e awareness. Grande attenzione è inoltre stata riposta sugli investimenti per l'accessibilità dei luoghi della cultura e per l'efficientamento energetico.

Dal punto di vista dei fruitori di cultura, sebbene la

frequenza di visita sia ancora minore rispetto al pre-pandemia, sia per i musei che per i teatri si rileva una ripresa importante della partecipazione, che ha portato ulteriore ossigeno alla propulsione all'innovazione degli enti.

Possiamo quindi definire il 2023 come l'anno della ripresa e della resilienza della cultura. Infatti, da un lato, gli stanziamenti del PNRR hanno incentivato investimenti in un comparto da sempre in sofferenza nella capacità di reperire fondi. Allo stesso tempo, il sistema risente della difficoltà a operare in un contesto caratterizzato da carenza di competenze specializzate nella gestione di progetti ad alta interdisciplinarietà e da normative spesso non reattive rispetto ai cambiamenti tecnologici in atto, che rendono sempre più difficile essere proattivi nel cambiamento. L'auspicio è quello di raccontare, nella ricerca del prossimo anno, i principali risultati (e impatti) ottenuti dai progetti di innovazione avviati in questi mesi.



Michela Arnaboldi
Responsabile Scientifico,
Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali

Michela Arnaboldi



Alessandro Perego
Direttore Scientifico,
Osservatori Digital Innovation

Alessandro Perego

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

Musei e teatri tra ritorno del pubblico e spinte all'innovazione

La partecipazione culturale si avvicina ai livelli pre-pandemici. Nel 2022 per musei, monumenti e aree archeologiche italiani sono mancati all'appello, in media, solo il 7% dei visitatori e il 4% delle entrate rispetto al 2019. Analoga situazione per i teatri, i cui ricavi da botteghino sono in calo solo del 6% rispetto al 2019.

Il clima positivo generato dal ritorno dei flussi, insieme alle misure per la ripartenza, si riflettono sulla capacità di innovazione delle istituzioni, che ruota attorno a tre tematiche principali: trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità. Questi temi sono al centro anche dei progetti presentati a valere sui fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR). Il 30% dei teatri e il 38% dei musei, monumenti e delle aree archeologiche che hanno partecipato alla ricerca dell'Osservatorio, infatti, hanno presentato almeno un progetto e circa la metà di questi ha ottenuto finanziamenti che ricadono principalmente proprio sui temi della rimozione delle barriere fisiche e cognitive e dell'efficienza energetica.

Questi aspetti sono al centro dell'attenzione delle istituzioni culturali non soltanto in Italia, ma anche all'estero. Delineiamo di seguito i tratti principali delle azioni di innovazione intraprese nei tre ambiti, integrando il punto di vista offerto delle istituzioni culturali con quello dei pubblici.

La trasformazione digitale: dalla biglietteria al metaverso

Musei, monumenti e aree archeologiche italiani hanno consolidato negli scorsi anni l'offerta di strumenti per arricchire l'esperienza di visita onsite e oggi il 72% di essi offre almeno uno strumento a tal fine, con prevalenza di QR-code e beacon, seguiti da audioguide e touch screen. **L'ambito di investimento considerato prioritario, invece, si conferma anche per il 2023 la catalogazione e digitalizzazione della collezione**, probabile effetto anche della spinta delle misure pubbliche di sostegno a questo tipo di attività (come il Piano Nazionale di Digitalizzazione del patrimonio culturale). Un servizio su cui si registra un ulteriore passo avanti dei musei è la biglietteria online, oggi offerta dal 46% di essi (8 punti percentuali in più rispetto al 2022).

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

7

Su questo aspetto è stato interessante analizzare come i musei, sia in Italia sia all'estero, presentano i loro prodotti e servizi sul web. Biglietti, merchandising, contenuti digitali, visite guidate e altre attività sono offerti su siti spesso diversi e senza consentire all'utente di acquistare da un unico provider tutti i servizi di cui necessita, generando quindi un'esperienza poco fluida. Da un'analisi comparativa dell'offerta online dei principali musei a livello mondiale la sola eccezione emersa è Tate, complesso museale del Regno Unito, che ha adottato un'unica piattaforma sia per facilitare l'esperienza utente, sia per ottenere una *single customer view* grazie ai dati di comportamento raccolti sui diversi ambiti. Questi aspetti sono considerati fondamentali anche per **i teatri** che, **come ambiti prioritari di investimento, indicano marketing, comunicazione e customer care, seguiti da ticketing e gestione delle prenotazioni.**

I musei si stanno muovendo anche su ambiti più di frontiera. Uno di questi riguarda i droni: il 18% di musei, monumenti e aree archeologiche dichiara di aver già realizzato progetti in cui vengono impiegati questi strumenti, nella maggior parte dei casi per attività di fruizione come show aerei, per la digitalizzazione della collezione, per sviluppare contenuti 3D o per la scansione di siti archeologici. Anche l'intelligenza artificiale inizia a essere utilizzata dai musei. Le possibili applicazioni sono vastissime: dalla generazione di contenuti testuali per le attività di comunicazione al supporto nella gestione delle recensioni (anche in lingua straniera) e nella gestione della relazione con i visitatori in generale, fino alla creazione di veri e propri prodotti, potenzialmente commercializzabili. Ad esempio, l'EYE Filmmuseum di Amsterdam ha sviluppato un programma di artificial intelligence (Jan Bot) capace di identificare corrispondenze e connessioni tra le ricerche fatte su Google dagli utenti e l'archivio video del museo.



Approfondisci il tema:
REPORT



L'INNOVAZIONE DIGITALE NEI MUSEI ITALIANI NEL 2023



Approfondisci il tema:
REPORT



L'INNOVAZIONE DIGITALE NEI TEATRI ITALIANI NEL 2023

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

8

Le connessioni individuate vengono utilizzate per realizzare contenuti originali come brevi video su tematiche di tendenza. Tali video, dopo essere stati trasformati in Non Fungible Token (NFT), sono oggi venduti dal museo a chiunque sia interessato a entrarne in possesso.

Nel corso della ricerca abbiamo indagato anche la prospettiva dei consumatori, analizzando i comportamenti dei fruitori e la loro percezione rispetto all'impiego delle nuove tecnologie. Sono ormai entrati nelle conversazioni quotidiane termini come metaverso, blockchain e NFT e i podcast hanno registrato un deciso incremento nell'utilizzo (56% dei rispondenti all'indagine dell'Osservatorio ha ascoltato un podcast, con percentuali che salgono tra i giovani). Come si stanno muovendo i musei rispetto a questo?

In Italia i musei che producono podcast sono aumentati dal 9% al 16% e circa uno su quattro sta acquisendo informazioni riguardo a metaverso e blockchain, con un piccolo cluster di sperimentatori che sta già realizzando dei progetti, soprattutto legati alla creazione di NFT su

opere digitali o digitalizzate. L'interesse esiste anche nei teatri, ma in misura minore. Su questi temi per le istituzioni culturali la prudenza è d'obbligo. Da un lato, infatti, è importante che sussistano tutte le condizioni per non incorrere in problematiche legali (ad esempio, il tema dell'incertezza in merito alla paternità dei diritti di realizzazione e commercializzazione di NFT legati a opere d'arte o il rischio di incorrere in comportamenti opportunistici da parte di terze parti) ed evitare in qualsiasi modo il danneggiamento (anche reputazionale) del patrimonio e delle organizzazioni. Dall'altro, soprattutto con riferimento al metaverso, la preoccupazione delle istituzioni è di riuscire a garantire un'esperienza che sia all'altezza di quella sperimentabile fisicamente, impresa ardua anche per i maggiori musei del mondo. Ad ogni modo, l'attenzione verso qualsiasi tipo di esperienza immersiva è elevata, soprattutto in un'ottica di audience development.



Approfondisci il tema:
WEBINAR



**L'INNOVAZIONE NEI MODELLI DI BUSINESS DEGLI ATTORI
TRAVEL: TRA NUOVE PARTNERSHIP E SERVIZI INNOVATIVI**

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

L'attenzione all'accessibilità

I musei italiani sono al lavoro per migliorare le condizioni di accessibilità ai servizi, che nel 2023 risultano ancora non soddisfacenti per molti aspetti. Il 38% presenta barriere architettoniche per l'accesso fisico e la mobilità negli edifici e il 51% non offre alcun servizio per il superamento delle barriere cognitive e senso-percettive in relazione a persone cieche o ipovedenti, sorde o ipoudenti. La situazione è invertita in ambito teatrale, dove l'87% è attrezzato per il superamento delle barriere architettoniche, ma sono ancora pochi (28%) gli enti attrezzati per far fronte alle barriere cognitivo-sensoriali.

Garantire accessibilità significa anche facilitare la fruizione dei contenuti a utenti di qualsiasi nazionalità, età, grado di istruzione o condizione sociale. A questo proposito, è significativo che i visitatori dei musei e gli spettatori dei teatri italiani valutino l'esperienza vissuta come "di facile comprensione", a dimostrazione di come siano stati **fatti notevoli passi avanti dalle istituzioni culturali per rendere i contenuti offerti comprensibili ai propri pubbli-**

ci. Tuttavia, occorre considerare che **ancora un'amplissima parte della popolazione italiana, soprattutto tra i giovani, è da considerare "non-pubblico"**, in quanto non accede a nessun servizio culturale e i musei italiani riconoscono di non avere ancora integrato figure che si occupino di aumentare la partecipazione.

Il tema è molto sentito anche all'estero. La mission di Tate, ad esempio, è proprio improntata ad aumentare l'apprezzamento e la comprensione dell'arte da parte del pubblico, ed è interessante che tra gli strumenti utilizzati per assolvere a questo compito vi siano anche i servizi cosiddetti "accessori". Per citare il Direttore Digital and Innovation di Tate, infatti, "praticamente tutti sanno come si fanno acquisti o come si mangia, mentre non tutti sanno stare di fronte ad un'opera d'arte ed apprezzarla". I servizi possono quindi diventare una porta d'accesso al museo; come è avvenuto, ad esempio, durante la pandemia, quando un artista ha preso in carico lo shop creando un'esperienza immersiva e sensoriale, accessibile anche ai non possessori di biglietto. Un modello oggi replicato regolarmente.

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

10

Anche all'EYE Filmmuseum di Amsterdam gli spazi del bar e del ristorante sono promossi come luoghi di ingaggio, di scambio e condivisione e accessibili gratuitamente a prescindere dall'acquisto del biglietto per la visita. Lo stesso vale per ACMI (Australian Center for the Moving Image) che si spinge anche oltre, riservando l'area denominata ACMI X a professionisti e startup locali che possono operare direttamente all'interno del museo, creando un ecosistema di connessioni tra industry diverse e creando contaminazione con l'anima imprenditoriale del territorio con cui mancherebbero altrimenti occasioni di contatto.

Il tema dell'accessibilità si lega ai servizi, non solo fisici, ma anche digitali. Sempre l'EYE Filmmuseum ha creato una piattaforma streaming per attrarre nuova audience o permettere anche a persone che non potrebbero accedere facilmente al museo di partecipare dell'esperienza. Nel primo anno di attività sono stati registrati 115.000 utenti unici, di cui più del 60% con meno di 34 anni, età molto inferiore alla media dei visitatori in presenza. Similmente, il Teatro alla Scala di

Milano ha recentemente attivato la propria piattaforma streaming "Scala.tv" per la riproduzione di opere teatrali in diretta e on demand.

Tutti questi esempi ci introducono anche al tema della sostenibilità economica all'interno delle istituzioni culturali.

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!

Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

La sostenibilità economica e ambientale

Per mantenere la relazione con il pubblico le istituzioni culturali durante la pandemia hanno introdotto servizi e contenuti digitali che continuano tutt'ora a produrre e veicolare, ma in forma più contenuta. **Il 60% dei musei italiani offre visite guidate, laboratori, workshop o altri contenuti online, nella maggior parte dei casi in forma gratuita ma in parte anche a pagamento. Il 24% dei teatri propone spettacoli online.** Sebbene le istituzioni dichiarino soddisfazione per la partecipazione dei pubblici a queste attività, **i risultati dell'indagine al consumatore mostrano come siano esigui i tassi di partecipazione alle attività online** (nell'ordine di 1 o 2 punti percentuali), a favore di un forte ritorno alle

attività in presenza. Lo confermano anche i dati sulla ripartizione delle entrate dei musei, che è tornata a rispecchiare la situazione pre-pandemica, con una media del 36% di entrate provenienti dalla biglietteria (erano il 37% nel 2019, ma erano scese molto negli anni pandemici) e gli altri ricavi, che comprendono la vendita di contenuti online, tornati al 6%. Lo stesso si registra per i teatri.

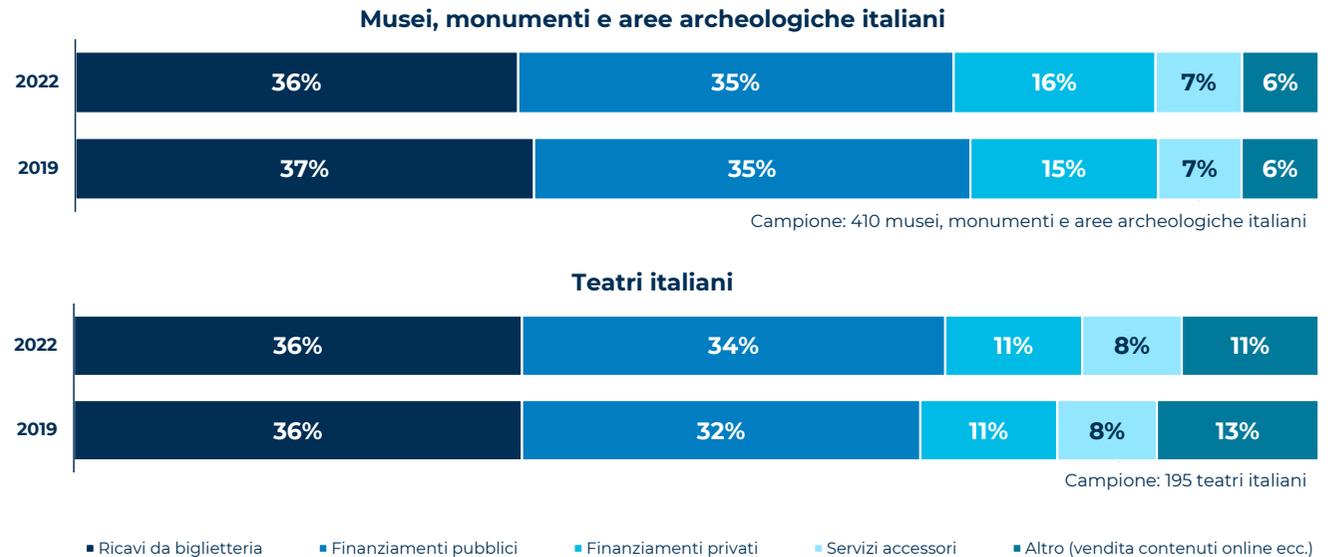


Grafico 1

Ripartizione delle entrate totali nel 2019 e nel 2022 per fonte di provenienza

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

12

Anche per i musei internazionali i contenuti digitali si confermano fondamentali in termini di audience development, brand awareness e arricchimento dell'esperienza, ma emerge una chiara strategia a privilegiare il ritorno in presenza, che consente di massimizzare sia la ricchezza dell'esperienza vissuta per il pubblico, sia la generazione di ricavi per l'ente. L'eCommerce di merchandising, allo stesso modo, è attualmente una fonte significativa di introiti solo per pochi musei che sono in grado di offrire prodotti unici e collaborazioni con brand, ad esempio del design.

Rimanendo **sul fronte della sostenibilità**, ma spostandosi sulla sua accezione **ambientale, una vasta percentuale di istituzioni museali italiane (83%) dichiara di aver intrapreso almeno un'iniziativa** in tal senso. **Complessivamente molto simile è la situazione dei teatri (84%)**. Ciò dimostra come il settore culturale italiano stia tentando di rispondere alle esigenze di intervento poste dalla crisi climatica e ambientale mondiale, nonostante questo sia un tema molto complesso in un comparto che, per molti aspetti, può essere considerato scarsamente sostenibile.

Ad esempio, i percorsi espositivi occupano vaste superfici, necessitano di impianti di riscaldamento e raffreddamento, le opere a maggior rischio di deperimento vanno conservate secondo parametri specifici che spesso comportano alti consumi. A conferma di questo impegno, al primo posto tra gli ambiti di intervento vi è l'efficientamento energetico degli impianti (messo in atto dal 53% delle istituzioni e che si rivela anche un ambito sul quale sono stati finanziati numerosi progetti con fondi PNRR). Seguono il riuso e riciclo dei materiali (49%) e le attività di sensibilizzazione del personale sui comportamenti sostenibili (45%). La redazione di report sull'impronta ecologica (oggi realizzati dal 5% dei musei) potrebbe aiutare sia le istituzioni nella misurazione puntuale del proprio impatto ambientale e dei progressi effettuati, sia i diversi stakeholder nell'ottenimento di una fotografia più nitida della sostenibilità del settore.



Approfondisci il tema:
WEBINAR



IL JOURNEY DI TURISTI E APPASSIONATI DI CULTURA: TRA DIGITALE, SOSTENIBILITÀ ED ESTENSIONE DELL'ESPERIENZA

Executive Summary

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

13

I fronti di innovazione sono quindi molteplici, e sarà interessante monitorare l'andamento dei progetti e la risposta dei pubblici alle numerose azioni intraprese. Forte attenzione è rivolta in particolar modo all'impiego dei fondi del PNRR, al centro del dibattito negli ultimi mesi. L'auspicio

è che gli interventi finanziati con questi fondi possano essere di natura strutturale per l'ecosistema culturale sui temi sempre più importanti della trasformazione digitale, dell'accessibilità e della sostenibilità.



Deborah Agostino
Direttrice della Ricerca



Eleonora Lorenzini
Direttrice della Ricerca

Nota Metodologica

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

14

L'ambito di analisi

La Ricerca della settima Edizione dell'Osservatorio poggia le basi sulle indagini sul campo dettagliate di seguito, cui si aggiungono un'ampia analisi della letteratura scientifica e professionale e il confronto costante con esperti del settore, partner e sponsor del progetto e istituzioni culturali aderenti alla Community.

Indagine sullo stato di digitalizzazione dei musei, monumenti e aree archeologiche italiani

È stata condotta, tra dicembre 2022 e marzo 2023, una survey su un campione di musei e aree archeologiche italiane cui hanno risposto, almeno in parte, 459 istituzioni culturali.

L'analisi si è posta l'obiettivo di:

- Fotografare lo stato di adozione delle tecnologie nelle istituzioni culturali, i contenuti digitali più diffusi e le modalità di offerta;
- Identificare gli ambiti sui quali le istituzioni culturali stanno realizzando progetti finanziati con fondi del Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, il livello di diffusione di competenze professionali legate

al digitale, la presenza di un piano strategico e gli investimenti dedicati all'innovazione digitale;

- Identificare le fonti di ricavo principali;
- Identificare quali dati vengono raccolti dalle istituzioni, in quali modalità e per quali finalità.

Il questionario, composto da 55 domande (incluse quelle di anagrafica), è stato somministrato tramite metodologia CAWI (*Computer Assisted Web Interview*). Questo comporta una leggera distorsione verso l'alto nei risultati sul livello di digitalizzazione. I rispondenti sono rappresentativi dell'eterogeneità dei musei, monumenti e aree archeologiche italiani rispetto ai diversi soggetti titolari, con l'eccezione degli enti ecclesiastici per cui il campione è leggermente sottodimensionato. Quanto alla distribuzione geografica, il campione presenta un leggero sbilanciamento verso il Nord Italia rispetto al Centro e al Sud Italia.

Nota Metodologica

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

15

Indagine sullo stato di digitalizzazione dei teatri italiani

L'indagine è stata condotta tra febbraio e aprile 2023 sulla base di una survey somministrata a un campione di teatri italiani a cui hanno risposto, almeno in parte, 312 teatri. A livello geografico, i rispondenti sono distribuiti tra Nord, Centro e Sud Italia con un leggero sbilanciamento verso il Nord e il Centro Italia.

L'analisi effettuata si è posta l'obiettivo di:

- Fotografare lo stato di adozione delle tecnologie nei teatri italiani, i contenuti digitali più diffusi e le modalità di offerta;
- Identificare il livello di diffusione di competenze professionali legate al digitale, di un piano strategico e di investimenti dedicati all'innovazione digitale, anche a valere su fondi PNRR;
- Identificare l'incidenza e la provenienza delle diverse fonti di ricavo;
- Identificare quali dati vengono raccolti dalle istituzioni, in quali modalità e per quali finalità.

Il questionario, composto da 54 domande (incluse quelle di anagrafica), è stato somministrato tramite metodologia CAWI (*Computer Assisted Web Interview*), comportando,

anche in questo caso, una leggera distorsione verso l'alto nei risultati sul livello di digitalizzazione.

Indagine sui consumi culturali

È stata condotta un'analisi volta a indagare le abitudini di fruizione di prodotti e servizi culturali da parte dei consumatori italiani. Il database di analisi è stato ricavato da un'indagine condotta nei mesi di febbraio e marzo 2023 dall'Osservatorio in collaborazione con Demoskopica. Il database è composto da 1.220 interviste su un campione rappresentativo della popolazione italiana tra i 18 e i 75 anni. Il questionario, composto da 43 domande (comprese le informazioni anagrafiche), è stato somministrato tramite metodologia CATI (*Computer Assisted Telephone Interview*).

Tale indagine si è posta l'obiettivo di:

- Indagare i comportamenti di acquisto e gli strumenti utilizzati nelle diverse fasi del journey dei fruitori culturali (ispirazione, acquisto, visita, post-visita) con particolare riferimento a musei, monumenti e aree archeologiche e teatri e le modalità di fruizione dei contenuti culturali online;

Nota Metodologica

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

- Indagare la soddisfazione rispetto alle esperienze culturali e il livello di accessibilità cognitiva percepita.

Analisi delle strategie di innovazione dei musei esteri

Sono state condotte interviste ai seguenti rappresentanti di musei esteri al fine di identificare le rispettive strategie di innovazione e comprendere l'efficacia delle diverse attività intraprese:

- EYE Filmmuseum – Amsterdam: Sandra Den Hamer, Director e Irene Hann, Head of Digital Presentation
- Australian Centre for the Moving Image (ACMI) – Melbourne: Chris Harris, Director of Exhibitions and Touring; Lucie Paterson, Head of Experience, Product & Digital e Indigo Holcombe James, Strategic Research Lead
- Deutsche Kinemathek – Berlin: Peter Mänz, Head of collections and exhibitions department; Friederike Zobel, Head of Communications and Education Department e Nils Warnecke, Multimedia curator
- Deutsches Filminstitut & Filmmuseum (DFF) – Frankfurt: Katharina Ewald, Project Manager Digital Constellation 2.0

- Science Museum Group – UK: John Stack, Digital Director
- Tate – UK: Liam Darbon, Director of Digital and Innovation

Analisi comparativa sulle modalità di offerta online dei prodotti e servizi culturali dei musei

È stata condotta un'analisi desk dei siti web dei 23 maggiori musei per numero di visitatori a livello internazionale al fine di verificare la possibilità di effettuare l'acquisto di prodotti di categorie differenti (biglietteria, eventi, prodotti dallo shop) tramite lo stesso carrello e quindi nello stesso processo di acquisto.

Alle analisi riportate sopra si aggiungono le evidenze emerse grazie a:

- interviste con direttori e responsabili di area di musei, archivi e teatri italiani, startup, provider tecnologici, fondazioni e associazioni attive in ambito culturale;
- tre workshop organizzati dall'Osservatorio a ciascuno dei quali hanno partecipato circa 100 rappresentanti di istituzioni culturali e di aziende sostenitrici della Ricerca.

Report

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

17



L'innovazione digitale nei musei italiani nel 2023 ↗

Pubblicazione prevista Giugno 2023

Il Rapporto fotografa lo stato di adozione dell'innovazione digitale nei musei, monumenti e aree archeologiche italiani nel 2023. Indaga l'impiego di strumenti di relazione con il pubblico e di back office e di tecnologie più innovative (droni, blockchain, metaverso, intelligenza artificiale); identifica, inoltre, la presenza di un piano strategico e gli investimenti dedicati all'innovazione digitale, anche a valere su fondi PNRR. Evidenzia le principali fonti di ricavo, il tipo di dati raccolti, il tipo di prodotti e contenuti digitali più diffusi e le modalità di offerta. Rileva, infine, le azioni intraprese dai musei in tema di accessibilità e sostenibilità.



L'innovazione digitale nei teatri italiani nel 2023 ↗

Pubblicazione prevista Luglio 2023

Il Rapporto fotografa lo stato di adozione dell'innovazione digitale nei teatri italiani nel 2023. Indaga l'impiego di strumenti di relazione con il pubblico e di back office e di tecnologie più innovative (blockchain, metaverso) e identifica la presenza di un piano strategico e gli investimenti dedicati all'innovazione digitale, anche a valere su fondi PNRR. Evidenzia le principali fonti di ricavo, il tipo di dati raccolti, i contenuti digitali offerti. Rileva, infine, le azioni intraprese dai teatri in tema di accessibilità e sostenibilità.



La cultura riapre i sipari, il digitale va in scena? ↗

Giugno 2022

Il Rapporto evidenzia i principali ambiti di innovazione digitale, giustapponendo i risultati dell'indagine rivolta a musei, monumenti e aree archeologiche italiane con quelli della prima indagine alle istituzioni teatrali italiane. Vengono altresì evidenziati i principali ambiti di investimento su cui le istituzioni intendono concentrare l'attenzione nel 2022. La visione delle istituzioni culturali è corredata dai gli insight ricavati dalla prima indagine ai fruitori culturali italiani, volta a determinare le caratteristiche della partecipazione culturale a seguito dell'emergenza sanitaria.



L'innovazione digitale nei teatri italiani del 2022 ↗

Giugno 2022

Il Rapporto presenta i risultati della prima indagine sul livello di digitalizzazione dei teatri italiani. Viene presentata una fotografia al 2022 della presenza di un piano strategico dell'innovazione digitale, degli investimenti previsti, della distribuzione delle entrate per tipo di canale e del livello di digitalizzazione delle attività amministrative. Si indagano, inoltre, gli strumenti e le modalità in cui i teatri interagiscono con i pubblici onsite e con i pubblici online, per attività di comunicazione, ma anche per l'offerta di veri e propri contenuti culturali. L'attenzione è posta anche sulla raccolta e utilizzo dei dati, tematiche legate alla sicurezza e alla gestione degli spazi e alla presenza di personale dedicato al digitale.

Approfondisci il tema di ricerca su **osservatori.net**
con i Report online

↗ Scopri i Report online

Report

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
[osservatori.net](#)

18



L'innovazione digitale nei musei italiani nel 2022 ↗

Luglio 2022

Il Rapporto restituisce i risultati dell'annuale indagine sul livello di digitalizzazione di musei, monumenti e aree archeologiche italiani e presenta una fotografia al 2022 dello stato di adozione delle tecnologie digitali, della presenza di un piano strategico e di competenze legate al digitale, degli investimenti previsti, dei contenuti digitali realizzati e delle modalità di offerta degli stessi, del livello di digitalizzazione della collezione e delle attività per cui le opere digitalizzate vengono utilizzate. Viene inoltre indagata la presenza di un sistema di biglietteria e l'uso di canali di vendita alternativi, la distribuzione dei ricavi (da biglietteria, da finanziamenti pubblici o privati o da altri servizi) e l'eventuale introduzione di modelli di ricavo innovativi. Un focus è anche posto sulle modalità di raccolta di dati e sul tipo di dati raccolti, nonché dell'utilizzo che ne viene fatto.



Gli strumenti utilizzati e le attività svolte nel journey culturale degli italiani ↗

Luglio 2022

Il Rapporto presenta i risultati di un'indagine sulle abitudini di fruizione di prodotti e servizi culturali da parte degli italiani condotta nei mesi di Aprile e Maggio 2022. Viene approfondito il journey dei fruitori culturali relativamente a visita a musei, monumenti o aree archeologiche; partecipazione a spettacoli o rappresentazioni teatrali e proiezioni cinematografiche a partire dal 2021. Sono indagati le attività svolte e gli strumenti utilizzati (digitali e non) per l'ispirazione e la ricerca, l'acquisto dei biglietti, l'esperienza in loco e dopo la visita. Infine, un focus viene dedicato alla fruizione di contenuti online.

Approfondisci il tema di ricerca su [osservatori.net](#)
con i Report online

[↗ Scopri i Report online](#)

Osservatori On Demand

I Programmi 2023 di aggiornamento continuo



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

19

Gli Osservatori Digital Innovation organizzano diversi Programmi tematici, composti da Workshop e Webinar, con l'obiettivo di aiutare a comprendere quali effetti abbia l'evoluzione tecnologica nelle nuove strategie digitali, attraverso la discussione dei risultati emersi dalle Ricerche annuali.

Tutti gli eventi possono essere seguiti in diretta oppure on demand sulla piattaforma osservatori.net

Approfondisci il tema di ricerca su osservatori.net con il Programma tematico dedicato

 **Scopri il Programma tematico**

Programma tematico dedicato:

Travel: come stanno evolvendo domanda e offerta nel mercato Leisure e Business (2023)



L'innovazione nei modelli di business degli attori travel: tra nuove partnership e servizi innovativi ↗

Marzo 2023 – WEBINAR



Il journey di turisti e appassionati di cultura: tra digitale, sostenibilità ed estensione dell'esperienza ↗

Febbraio 2023 – WEBINAR



I contenuti online realizzati dalle istituzioni culturali italiane e la fruizione dei pubblici ↗

Novembre 2022 – VIDEO



Neverending tourism: estensione dell'offerta e generazione di una relazione continuativa con il visitatore ↗

Giugno 2022 – WEBINAR



La valorizzazione dei dati in ambito turismo e cultura ↗

Febbraio 2022 – WEBINAR

Gruppo di Lavoro

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

20



Michela Arnaboldi
Responsabile Scientifico



Francesca Cruciani
Ricercatrice



Deborah Agostino
Direttrice



Margherita Maria Mancini
Analista



Eleonora Lorenzini
Direttrice

Hanno inoltre collaborato:

Romain Lerouge, Lorenza Querini, Enrico Adami, Marianna Monguzzi,
Emidio Giovannini.

Per qualsiasi commento e richiesta di informazioni:

eleonora.lorenzini@polimi.it | francesca.cruciani@polimi.it

Osservatori Digital Innovation

www.osservatori.net

Seguici su



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

21

Gli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano nascono nel 1999 con l'obiettivo di **fare cultura in tutti i principali ambiti di Innovazione Digitale**. Oggi sono un punto di riferimento qualificato sull'Innovazione Digitale in Italia che integra attività di Ricerca, Comunicazione e Aggiornamento continuo.

La Vision che guida gli Osservatori è che l'Innovazione Digitale sia un fattore essenziale per lo sviluppo del Paese.

La **Mission** degli Osservatori è produrre e diffondere conoscenza sulle opportunità e gli impatti che le tecnologie digitali hanno su imprese, pubbliche amministrazioni e cittadini, tramite modelli interpretativi basati su solide evidenze empiriche e spazi di confronto indipendenti, pre-competitivi e duraturi nel tempo, che aggregano la domanda e l'offerta di innovazione digitale in Italia.

I fattori distintivi

Le attività degli Osservatori Digital Innovation sono caratterizzate da 4 fattori distintivi.

- 1. Ricerca.** Le attività di ricerca sono svolte da un team di quasi 100 tra Professori, Ricercatori e Analisti impegnati su circa 50 differenti Osservatori che affrontano tutti i temi chiave dell'Innovazione Digitale nelle Imprese (anche PMI) e nella Pubblica Amministrazione.
- 2. Aggiornamento.** Osservatori.net è il punto di riferimento per l'aggiornamento professionale sull'innovazione digitale. Il portale è una fonte unica di informazioni e dati basati su Pubblicazioni, Webinar e Workshop realizzati da analisti ed esperti con un know-how unico e distintivo. Il tutto è erogato tramite una piattaforma multimediale e interattiva per l'aggiornamento a distanza.
- 3. Comunicazione.** Attraverso Convegni, Media e Pubblicazioni gli Osservatori diffondono buone pratiche, esperienze e cultura legata all'innovazione digitale, realizzando ogni anno oltre 6000 uscite stampa e 200 eventi pubblici.
- 4. Networking.** Gli Osservatori aggregano la più ampia community di decisori della domanda, dell'offerta e delle Istituzioni, che collabora e sviluppa relazioni concrete nelle numerose occasioni di interazione per contribuire alla diffusione dell'Innovazione Digitale in Italia.

Gli Osservatori sono classificabili in 3 macro categorie:

- 1. Digital Trasformation**, che include gli Osservatori che analizzano in modo trasversale i processi di innovazione digitale che stanno profondamente trasformando il nostro Paese;
- 2. Digital Solutions**, che raggruppa gli Osservatori che studiano in modo approfondito specifici ambiti applicativi e infrastrutturali relativi alle nuove tecnologie digitali;
- 3. Verticals**, che comprende gli Osservatori che analizzano l'innovazione digitale in specifici settori o processi.

Digital Transformation:

Agenda Digitale | Design Thinking for Business | Digital Transformation Academy | Innovazione Digitale nelle PMI | Smart Working | Startup Hi-tech | Startup Intelligence

Digital Solutions:

5G & Beyond | Artificial Intelligence | Big Data & Business Analytics | Blockchain & Web3 | Cloud Transformation | Cybersecurity & Data Protection | Data Center | Digital B2b | eCommerce B2c | Extended Reality & Metaverse | Innovative Payments | Intelligent Business Process Automation | Internet of Things | Mobile B2c Strategy

| Multicanalità | Omnichannel Customer Experience | Quantum Computing & Collaboration | Space Economy

Verticals:

Business Travel | Cloud per la PA (Tavolo di Lavoro) | Connected Car & Mobility | Contract Logistics "Gino Marchet" | Customer Experience B2b (Tavolo di Lavoro) | Digital Content | Digital Identity | Droni e Mobilità Aerea Avanzata | EdTech | eGovernment | Export Digitale | Fintech & Insurtech | Food Sustainability | HR Innovation Practice | Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali | Digitale nel Retail | International Observatory on Electronic Invoicing (Tavolo di Lavoro) | Internet Media | Life Science Innovation | Professionisti e Innovazione Digitale | Sanità Digitale | Smart AgriFood | Smart City | Smart Working nella PA (Tavolo di Lavoro) | Supply Chain Finance | Tech Company – Innovazione del Canale ICT | Transizione Industria 4.0 | Travel Innovation

Si segnalano di seguito gli Osservatori correlati ai temi trattati in questo documento:

Travel Innovation, Digital Content, Realtà Aumentata & Metaverso, Blockchain & Distributed Ledger



Il punto di riferimento per l'aggiornamento Executive sull'Innovazione Digitale

In un contesto in cui l'innovazione digitale ha sempre più rilevanza per la competitività delle imprese e il cambiamento incessante caratterizza le nuove tecnologie, aggiornarsi è fondamentale per tutti i professionisti a vari livelli aziendali.

Gli Osservatori Digital Innovation rappresentano una fonte unica di conoscenza sull'Innovazione Digitale sviluppata da un team di 90 Ricercatori e Professori del Politecnico di Milano, che da anni punta a fornire a professionisti, manager e imprenditori.

Avrai a tua disposizione: piattaforma **multimediale e interattiva**, ricerche **indipendenti e rigorose**, **analisti e esperti** con un know-how unico al servizio di **manager e professionisti**.



Report

caratterizzati da formati innovativi, consentendo una rapida ricerca delle informazioni di proprio interesse



Workshop e Webinar Premium

della durata di circa 4 ore (Workshop) e 1 ora (Webinar), durante i quali i partecipanti possono confrontarsi con analisti ed esperti



Programmi tematici

che raggruppano Workshop e Webinar in percorsi focalizzati su un particolare tema. Aiutano a comprendere gli effetti dell'evoluzione tecnologica attraverso la discussione dei risultati emersi



**Inizia la prova gratuita oppure Abbonati ora
e intraprendi il tuo percorso di crescita**

Avrai a tua disposizione la più completa raccolta di analisi, dati e framework sull'Innovazione Digitale

 **Inizia la prova gratuita**

 **Scegli l'Abbonamento**

**Per informazioni contatta
Andrea Vanazzi**

02 2399 4813 | 342 9212906

andrea.vanazzi@osservatori.net

 **Contattaci**

La **School of Management del Politecnico di Milano**, costituita nel 2003, accoglie le molteplici attività di ricerca, formazione e consulenza nel campo dell'economia, del *management* e dell'*industrial engineering*, che il Politecnico porta avanti attraverso le sue diverse strutture interne e consortili.

La School of Management possiede la "Triple crown", i tre accreditamenti più prestigiosi per le Business School a livello mondiale: **EQUIS**, ricevuto nel 2007, **AMBA** (Association of MBAs) nel 2013, e **AACSB** (Advance Collegiate Schools of Business, ottenuto nel 2021).

Nel 2017 è la prima business school italiana a vedere riconosciuta la qualità dei propri corsi erogati in digital learning nei master Executive MBA attraverso la certificazione **EOCCS** (EFMD Online Course Certification System).

Inserita nella classifica del **Financial Times** delle migliori Business School d'Europa dal 2009, oggi è in classifica con il Full-Time MBA, Master of Science in Management Engineering e con l'Online MBA. In particolare nel 2022

l'**International Flex EMBA** si posiziona 6° al mondo nel Financial Times Online MBA Ranking.

La Scuola è presente anche nei QS World University Rankings e nel Bloomberg Businessweek Ranking.

La Scuola è membro di **PRME** (Principles for Responsible Management Education), **Cladea** (Latin American Council of Management Schools) e di **QTEM** (Quantitative Techniques for Economics & Management Masters Network).

Fanno parte della Scuola: il **Dipartimento di Ingegneria Gestionale** del Politecnico di Milano e **POLIMI Graduate School of Management** che, in particolare, si focalizza sulla formazione executive e sui programmi Master.

Le attività della School of Management legate all'Innovazione Digitale si articolano in *Osservatori Digital Innovation*, che fanno capo per le attività di ricerca al Dipartimento di Ingegneria Gestionale, e Formazione executive e programmi Master, erogati da POLIMI Graduate School of Management.

POLIMI Graduate School of Management

Gli **Osservatori Digital Innovation** sono fortemente integrati con le attività formative della Scuola: nel senso che rappresentano un'importante sorgente per la produzione di materiale di insegnamento e di discussione per i corsi e traggono anche spesso linfa vitale dalle esperienze di coloro che partecipano ai corsi (in particolare a quelli post-universitari erogati dalla POLIMI Graduate School of Management) o vi hanno partecipato nel passato.

In sinergia con gli Osservatori, la POLIMI Graduate School of Management ha lanciato diverse iniziative nell'ambito Digital Innovation:

- *Master Executive MBA* con possibilità di scegliere corsi elective focalizzati sui temi della Digital Business Transformation;
- *Percorso Executive* in Gestione Strategica dell'Innovazione Digitale;
- *Corsi brevi* Digital Innovation.

Per maggiori informazioni si veda il sito

www.gsom.polimi.it

Sostenitori della Ricerca

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

26

Partner

- artem
- Dotdotdot
- EY
- Fondazione Cariplo
- Fondazione Compagnia di San Paolo
- GeALex – Studio Legale Guardamagna e associati

Sponsor

- Fondazione di Modena
- ETT
- Gruppo SCAI
- Get Your Guide
- Viseeto

Patrocinio

- Associazione Gianluca Spina
- Museimpresa

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!

Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

27

artem

artem. editoria e servizi per la valorizzazione del patrimonio culturale e ambientale

nata nel 1980, **artem** è una impresa editoriale e di servizi strutturata in **tre divisioni operative**:

- **progettazione e organizzazione di contenuti** [editoria scientifica e divulgazione culturale in formato cartaceo e digitale, progettazione di immagine coordinata e *design thinking*, promozione e comunicazione, mostre e allestimenti multimediali, portali culturali e turistici 'di prossimità']
- **servizi di orientamento e assistenza alla visita** [biglietteria, informazione e accoglienza, *app*, visite guidate e laboratori didattici]
- **botteghe di prossimità** e smart retail [*bookshop*, *concept* e *lab store*, caffetterie e degustazione enogastronomica, animazione territoriale *site specific*].

insieme ai *partner del consorzio stabile arte'm net*, ha oggi la responsabilità di servizi di valorizzazione essenziali presso i parchi archeologici di pompeii, ercolano, paestum, velia, santa maria capua vetere, il museo archeologico nazionale di napoli, la certosa di san lorenzo e i musei civici a padula, la galleria borghese a roma, la galleria di arte moderna a milano.

dal 2021 ha dato vita allo **spin off** societario **artem 4.5**, una **start up 'nativa digitale'** con la missione di esaltare **open innovation, agenda digitale, green deal**: una rivoluzione digitale agile, strutturata per obiettivi e correttivi permanenti, saldamente ancorata ai 'mestieri dei contenuti', alla sapienza selettiva e narrativa della 'casa editrice' delle origini.

artem e il **consorzio arte'm net** adottano i sistemi di qualità e di gestione di impresa conformi alle norme ISO 9001: 2015 e ISO 45001



Alessandro Cabib

Responsabile coordinamento servizi di valorizzazione

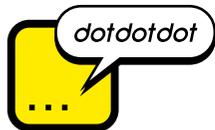
cabib@artem.org
www.artem.org

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!

Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

28



Dotdotdot

We design innovative human experiences

Dotdotdot è uno studio di progettazione multidisciplinare nato a Milano nel 2004, tra i primi in Italia a operare nell'ambito dell'Interaction Design. È specializzato in **Exhibition e Interaction Design** – nella progettazione di percorsi museali, Corporate Experience, mostre multimediali temporanee e permanenti, showroom e installazioni interattive. Fornisce consulenza per innovare l'esperienza del visitatore (pre, durante e post visita) e lato management. Si distingue per la capacità di sviluppo di **strategie digitali e di progettazione di sistemi tecnologici integrati** custom per aziende, musei, archivi storici, ambienti lavorativi, strutture sanitarie e progetti di Smart Living in grado di “percepire e rispondere” alle richieste delle persone. Ricerca e innovazione tecnologica sono alla base di tutti i suoi progetti.

Dotdotdot progetta spazi narrativi e dà forma, con approccio User Centered, al modo in cui le persone e le tecnologie interagiscono tra loro, in un continuum tra spazio fisico e digitale.

Fondato da Laura Dellamotta (architetto), Giovanna Gardi (architetto), Alessandro Masserdotti (filosofo e interaction designer) e Fabrizio Pignoloni (designer), conta un team di oltre 30 persone con profili eterogenei – architetti, designer, interaction designer, sviluppatori, ingegneri, sound designer ed esperti di storytelling e design strategy, in grado di gestire la complessità a 360°.

Tra le ultime collaborazioni con aziende e istituzioni culturali: la strategia digitale e User Experience Design per il nuovo Museo d'arte della Fondazione Luigi Rovati a Milano; le opere co-progettate per la 23 Triennale Milano “Unknown Unknowns” con Emanuele Coccia e Skidmore, Owings & Merrill (SOM); le installazioni della mostra “Incertezza. Interpretare il presente, prevedere il futuro” per il Palazzo delle Esposizioni di Roma; il progetto di interaction design della mostra “Raffaello e la Domus Aurea. L'invenzione delle grottesche”.



Laura Dellamotta

Co-founder, General Manager, Architect

laura@dotdotdot.it
www.dotdotdot.it

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

29



EY è leader globale nei servizi professionali di consulenza strategica, revisione e organizzazione contabile, assistenza fiscale, legale e transaction.

Il team EY – Digital & Emerging Technology mette a disposizione dei propri clienti metodologie, asset e soluzioni per accelerare la realizzazione delle proprie strategie, offrendo supporto nella ideazione, progettazione e implementazione di nuovi processi, personalizzando approcci ed esperienze sulle singole realtà aziendali.

Durante la piena emergenza sanitaria e in un periodo che ha visto il settore della cultura italiana in difficoltà, EY ha proposto l'iniziativa "ARTathlon – Arte in movimento", ossia una maratona creativa che è stata promossa dal MiC, attraverso la DG Musei e organizzata dalla stessa EY con la finalità di far incontrare il settore cultura con il mondo dell'innovazione.

Questa iniziativa è riuscita ad unire start-up, provenienti da differenti realtà del settore cultura, ed esperti dal

mondo dell'innovazione, permettendo di individuare possibili prototipi di soluzione alle criticità con le quali il settore ha dovuto confrontarsi.

EY è attualmente coinvolta in collaborazione con diverse direzioni del MiC, Digital Library e DG Musei, nella realizzazione di nuove soluzioni che vadano a supportare i bisogni del settore; in particolare nel duplice obiettivo di innovare e incrementare l'ecosistema del settore cultura e porre tale settore al centro della Digital Transformation. Il team è a sostegno nell'attività di sviluppo di strategie utili per la realizzazione del processo di digitalizzazione e per riuscire ad individuare e creare soluzioni in grado di erogare nuovi servizi e rispondere alle esigenze emerse.



Mariano Guzzetta

Manager Consulting in Innovation &
Emerging Technologies

mariano.guzzetta@it.ey.com
www.ey.com

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

30



Fondazione Cariplo nasce nel 1991 come continuazione della Cassa di Risparmio delle Province Lombarde fondata nel 1816. Da sempre la Fondazione sostiene e promuove progetti di Arte e Cultura, Ambiente, Ricerca Scientifica e Servizi alla Persona, ponendosi come risorsa a disposizione delle istituzioni e delle organizzazioni non profit per affrontare in modo innovativo problemi rilevanti per la comunità. Dal 1991 ad oggi sono stati sostenuti 37.732 progetti in Lombardia e nelle province piemontesi di Novara e del Verbano-Cusio-Ossola per oltre 3,9 miliardi di euro di contributi a fondo perduto.



Michele Andreoletti

Programme Officer, Area Arte e Cultura

micheleandreoletti@fondazionecariplo.it
www.fondazionecariplo.it/it/index.html

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

31



Fondazione
Compagnia
di San Paolo

Fondazione Compagnia di San Paolo Dal 1563 operiamo per il bene comune, mettendo le persone al centro del proprio futuro. La nostra esperienza ci ha insegnato che il benessere di ogni individuo è strettamente connesso a quello della sua comunità. Ecco perché gli Obiettivi per lo Sviluppo Sostenibile definiti dalle Nazioni Unite rappresentano per noi un'occasione preziosa per allinearci a una programmazione internazionale: abbiamo raccolto questa sfida e ci siamo organizzati di conseguenza.

Il nostro impegno è orientato a tre Obiettivi: Cultura, Persone e Pianeta, che si raggiungono tramite quattordici Missioni.

Ci impegniamo a conservare e far crescere il nostro patrimonio, per erogare contributi e sviluppare progetti al fianco delle istituzioni e in collaborazione con i nostri enti strumentali. Questo il nostro impegno, per il bene comune e per il futuro di tutti.

Obiettivo Cultura – Abbiamo la fortuna di vivere immersi in un'inestimabile ricchezza, che rende ancora

più preziose le nostre storie personali e collettive, permettendoci di progettare in modo nuovo i luoghi in cui viviamo. Lavoriamo al fianco delle istituzioni per promuovere la cultura come strumento per costruire una società capace di coinvolgere e accogliere le persone. Favoriamo la crescita di un'innovativa industria creativa per sviluppare i territori a favore del benessere di tutti. Il nostro lavoro guarda alla cultura con uno sguardo nuovo che ci permette di attingere alla creatività e all'arte per rendere più attrattivi i nostri territori, pensare e reinterpretare spazi in cui le persone diventano protagoniste, sviluppare nuove competenze e talenti, rapportarsi ai beni culturali con spirito di custodia e protezione.



Francesca Gambetta

Responsabile Missione Creare Attrattività
Obiettivo Cultura

francesca.gambetta@compagniadisanpaolo.it
www.compagniadisanpaolo.it

Sostenitori della Ricerca – Partner

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

32



Lo Studio Legale “**GeALex – Guardamagna e associati**”

affonda le radici in uno dei primi studi associati del dopoguerra, fondato nel 1950 da due stimati giuristi, precursori dell’aggregazione professionale e della multidisciplinarietà nel mondo forense milanese.

L’esperienza professionale maturata negli anni dagli avvocati dello Studio e le diverse competenze sviluppate consentono di offrire un’assistenza legale completa, stragiudiziale e giudiziale, nel settore societario, bancario, commerciale, della proprietà intellettuale e nuove tecnologie, della *privacy* e *data protection*, giuslavoristico, del diritto alimentare, del diritto immobiliare e di quello sportivo.

Lo Studio vanta tra i propri clienti aziende italiane e straniere, dalle multinazionali alle piccole e medie imprese, appartenenti ai più svariati settori, quali moda, design, arte, sport, farmaceutica, chimica, robotica, ristorazione, *retail* e finanza. Naturalmente, lo Studio assiste anche i privati.

GeAlex è **partner** di **Confimprese**, associazione che dal 1999 lavora a fianco delle imprese commerciali, operanti in via diretta o con reti in franchising. Per Confimprese, Gealex si occupa dell’**aggiornamento** costante degli associati sugli argomenti di interesse e attualità (comunicazione commerciale, concorrenza sleale, contrattualistica ...).

Lo Studio è il referente italiano del network internazionale Antea e conta 30 professionisti, dislocati tra le varie sedi presenti sul territorio nazionale, tra cui quella principale e storica a Milano.



Davide Virgilio Francesco Guardamagna
Managing Partner

dguardamagna@gealex.eu
www.gealex.eu

Sostenitori della Ricerca – Sponsor

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!

Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

33



AGO Modena Fabbriche Culturali è un progetto che si propone di incentivare lo sviluppo della vocazione culturale e creativa della città di Modena, individuando e potenziando tutte quelle attività in grado di favorire la coesione e fornire unità e identità al sistema culturale cittadino, per proporre un'offerta culturale coordinata, originale e proiettata verso il futuro. Hub del sistema è l'ex Ospedale Sant'Agostino, in corso di recupero alla sua funzionalità quale complesso monumentale estense, fulcro di un sistema culturale interdisciplinare, luogo di interscambio e contaminazione di saperi tra umanesimo e scienza. L'Hub si configura come uno spazio a prevalente funzione culturale, aperto al pubblico, in grado di ospitare appuntamenti espositivi.



ETT è un'industria digitale e creativa internazionale leader nella digitalizzazione e valorizzazione del patrimonio culturale digitale italiano, nella progettazione sia di sistemi informativi in ambito Smart Gov, sia di sistemi integrati di connessione tra città, ambienti e persone in ottica Smart City. Gli ambiti di competenza di ETT sono: patrimonio turistico, culturale e paesaggistico, formazione, edutainment, comunicazione corporate e retail, allestimento di spazi e corner, data management e data mining. Design, storytelling e tecnologie all'avanguardia vengono declinati in parallelo per creare nuove connessioni tra luoghi e persone attraverso l'immersione in spazi virtuali.



Valentina Benedetti

Referente per il progetto culturale

valentina.benedetti@agomodena.it
www.agomodena.it



Manuela Serando

Content Specialist e Cultural Project Manager

manuela.serando@ettsolutions.com
www.ettsolutions.com

Sostenitori della Ricerca – Sponsor

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

34



GetYourGuide è il più affidabile sito web per prenotare esperienze di viaggio. Dal 2009, abbiamo guadagnato la fiducia di milioni di viaggiatori offrendo attività uniche e imperdibili. In Italia lavoriamo con i musei, le attrazioni e i tour operator più importanti per promuovere le migliori attività. Grazie al nostro impegno nel garantire la massima qualità e ad un servizio clienti sempre attivo, siamo in grado di offrire esperienze indimenticabili ai viaggiatori di tutto il mondo.

Nel 2022 nasce GetYourGuide Ticketing, sistema di vendita online che garantisce ai nostri partner un aumento di prenotazioni dirette, rendendo il proprio sito più accessibile per tutti i potenziali clienti.



Viseeto è la risposta ai bisogni delle destinazioni culturali e turistiche: un supporto digitale per valorizzare, comunicare e monetizzare l'offerta di città, territori, musei ed eventi, costruendo una **neverending experience finalmente integrata. Un vero e proprio ecosistema che abilita modelli di fruizione multicanale, interattivi e phygital, supportati dall'intelligenza artificiale ai fini della personalizzazione dell'esperienza.**

Grazie a Viseeto diventa semplice ed efficace organizzare e gestire una proposta dinamica, capace di unire domanda e offerta per mezzo delle tecnologie più innovative. Accompagna l'utente prima, durante e dopo la visita, **incentivando l'esperienza fisica e costruendo un patrimonio di dati e Analytics utili per il continuo miglioramento dell'offerta.**



Brian Gibboni
Destination Manager

brian.gibboni@getyourguide.com
www.getyourguide.com



Laura Vitali
Sales Account

l.vitali@fabbricadigitale.it
www.viseeto.com

Sostenitori della Ricerca – Con il Patrocinio di Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



L'Associazione Gianluca Spina nasce dall'idea di un gruppo di colleghi e amici di Gianluca Spina, Professore della School of Management del Politecnico di Milano e Presidente del MIP Politecnico di Milano, scomparso nel 2015.

L'Associazione promuove iniziative di formazione e ricerca scientifica, con particolare attenzione ai temi del Management e del Supply Chain Management, sostiene progetti culturali, innovativi, sostenibili e a impatto sociale. Favorisce inoltre l'accesso di candidati meritevoli a Master e MBA di POLIMI Graduate School of Management, POLI.design e Politecnico di Milano, premia l'innovazione nella didattica e sostiene studenti, professionisti e istituzioni culturali capaci di creare valore sostenibile per le proprie realtà e per la società stessa.



Museimpresa, l'Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, riunisce oltre 130 musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane. Fondata a Milano nel 2001 per iniziativa di Assolombarda e Confindustria è una rete unica a livello europeo. Museimpresa si impegna per aggregare nuovi soggetti della cultura d'impresa, incidere sui processi di formazione, salvaguardare la memoria dell'industria italiana e valorizzare le testimonianze d'una straordinaria capacità manifatturiera che è motore di sviluppo sostenibile e cardine d'una diffusa cultura economica, sociale e civile. La creazione di un sistema di archivi e musei aziendali, la diffusione di standard qualitativi e la promozione del concetto di responsabilità culturale dell'impresa sono tra gli scopi dell'Associazione.



Raffaella Cagliano
Presidente

segreteria.associazionespina@gsom.polimi.it
www.associazionespina.it



Antonio Calabrò
Presidente

Antonio.Calabro@pirelli.com
www.museimpresa.com

Ringraziamenti

Trasformazione digitale, accessibilità e sostenibilità: ecco le sfide per la Cultura!



Guarda il video dell'evento su
osservatori.net

Si ringraziano sentitamente tutte le Associazioni, le Istituzioni culturali, le Aziende, i Professionisti e i Ricercatori che hanno contribuito alla realizzazione della Ricerca. In modo particolare si ringraziano le Istituzioni culturali che partecipano attivamente alle attività dell'Osservatorio.

PARTNER



SPONSOR



CON IL PATROCINIO DI



Impaginazione:
Daniilo Galasso, Emanuela Micello, Miguel Luis Armenio e Stefano Erba

osservatori.net