

24 ottobre 2017 09:07

Icom e Dg Mibact insieme per l'analisi e la progettazione della web strategy dei musei italiani

Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo

MIBACT Direzione generale Musei

STRUTTURA ATTIVITÀ MUSEI NOTIZIE

ENGLISH [social icons]

Cerca... [search icon]

Direzione generale Musei

Coordina le politiche di gestione, fruizione e comunicazione dei musei statali, per garantire lo sviluppo del sistema museale italiano e un'offerta culturale accessibile a tutti e di qualità.

IN EVIDENZA

BANDO

Bando di sponsorizzazione per la valorizzazione

NOTIZIE

Borsa Mediterranea del Turismo Archeologico di Paestum 2017. Giovedì 26 ottobre l'intervento del Direttore generale Musei sul

Fornire uno strumento per l'analisi del posizionamento dei Musei nel web e un supporto alla progettazione della strategia sulla rete e sui social. Sono questi gli obiettivi del sondaggio nazionale sulla web strategy museale proposto da **Icom Italia** in stretta collaborazione con la **Direzione generale Musei del Ministero dei Beni e delle Attività culturali**. I Musei contattati avranno tempo fino al 30 ottobre per rispondere allo schema inviato dai ricercatori dell'Icom. Entro l'inizio dell'anno prossimo saranno pronte le analisi dei dati raccolti. Finora circa la metà delle strutture contattate hanno già risposto. "Una volta raccolti i dati del sondaggio – ha spiegato ad **AgCult Anna Maria Marras**, componente del gruppo di lavoro Icom Italia e coordinatrice della Commissione Tecnologie digitali per il patrimonio culturale –, abbiamo tra gli obiettivi quello di mettere a punto delle pillole che siano di supporto nella creazione della web strategy museale".

L'iniziativa vuole rispondere alle domande: Quali sono le scelte e le priorità del Museo rispetto al web? Qual è la mia web strategy e che caratteristiche ha? Si tratta di uno strumento che vuole aiutare a decodificare le priorità che ogni Museo si dà nella propria interfaccia web. Lo schema può essere compilato online e i dati acquisiti aiuteranno a implementare e migliorare le strategie di comunicazione digitale.

L'IDEA

L'idea nasce all'interno della Commissione Tecnologie digitali per il patrimonio culturale ICOM Italia che ha messo al lavoro un Gruppo di ricerca "Digital Cultural Heritage" coordinato da Sarah Dominique Orlandi e composto Gianfranco Calandra,

Vincenza Ferrara, Anna Maria Marras, Sara Radice. Il gruppo di ricerca Digital cultural heritage – Icom Italia, ha posto questi temi al centro dei propri interessi, e ha iniziato a lavorare ad ottobre 2015. Si è concentrato sulla creazione di uno strumento concreto per sostenere i Musei nella definizione della loro strategia comunicativa online con uno strumento che permetterà una prima valutazione statistica dello stato dell'arte della web strategy museale in Italia, ma che è nello stesso tempo uno strumento che fornisce informazioni ed orientamenti.

Il web offre, infatti, strumenti efficaci per la comunicazione culturale e per la valorizzazione del patrimonio culturale con le nuove tecnologie, per la promozione di realtà museali e culturali. ICOM Italia ha voluto quindi diffondere e promuovere la conoscenza di questi strumenti, far conoscere le risorse della comunicazione digitale sul web. "I Musei devono essere in grado di valutare i pro e i contro degli strumenti oggi disponibili per poter decidere con maggior consapevolezza in quale direzione investire, e devono considerare la web strategy come parte del piano di comunicazione, coerente rispetto alla mission, all'identità visiva, e al brand awareness del singolo museo".

PERCHÉ UNO SCHEMA DI MONITORAGGIO DELLA WEB STRATEGY?

Lo schema di monitoraggio è uno strumento concreto che aiuta il Museo a individuare gli elementi che caratterizzano la propria Web strategy quale uso integrato del sito, dei canali social, delle piattaforme online e di progetti per la partecipazione e la creazione di comunità; coerente rispetto alla mission e alla strategia di comunicazione. Lo schema ha una doppia funzione: è uno strumento di monitoraggio e uno strumento di progettazione.

LA STRUTTURA DELLO SCHEMA

Lo schema è diviso in 5 macroaree, con 17 parametri di analisi. Ad ogni parametro il compilatore potrà autoassegnarsi un punteggio da 0 a 3. Ogni parametro spiega nel dettaglio le scelte possibili in ogni ambito della progettazione e permette una auto valutazione.

I macrotemi di indagine sono:

- **1° LIVELLO. STRUTTURA DEI CONTENUTI O ARCHITETTURA DELL'INFORMAZIONE**
La struttura dei contenuti e la navigazione sono adeguate, semplici e chiare?
- **2° LIVELLO. STRATEGIA D'USO DEI CONTENUTI**
Esistono contenuti diversificati in base ai target di utenti?
- **3° LIVELLO. PROGETTO DELL'INTERFACCIA WEB O USER INTERFACE DESIGN**
Qual è l'aspetto grafico e la disposizione degli elementi nella pagina (interfaccia) del sito web?
- **4° LIVELLO. CREAZIONE DI COMUNITÀ' O COMMUNITY BUILDING**
Il Museo dialoga con altri musei e con i suoi diversi pubblici?
- **5° LIVELLO. GRADO DI INTERAZIONE O CREATIVITÀ' DELL'UTENTE**
È possibile lasciare una testimonianza, una propria ricerca da condividere con altri utenti?

Ag|Cult

Agenzia giornalistica **AgCult**
registrazione al Tribunale di Roma 195/2017
Via Cattaro, 28 - 00198 Roma

