

Il digitale in campo per innovare l'offerta culturale dei musei: «I fondi Pnrr? Sottoutilizzati»



I dati

● Una ricerca dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali della School of Management del Politecnico di Milano rivela come «solo il 38% di musei, monumenti e delle aree archeologiche ha presentato almeno un progetto di digitalizzazione della propria proposta utilizzando fondi Pnrr e che solo il

● Inoltre solo il 72% di essi offre almeno uno strumento digitale o tecnologico, con prevalenza di QR-code e beacon, seguiti da audioguide e touch screen

Che le potenzialità dei fondi Pnrr non siano state pienamente comprese non è una novità. E anche il mondo della cultura ha le sue colpe. Una ricerca dell'Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali della School of Management del Politecnico di Milano rivela infatti come «solo il 38% di musei, monumenti e delle aree archeologiche ha presentato almeno un progetto in questo senso su fondi Pnrr e che solo il 72% di essi offre almeno uno strumento digitale o tecnologico, con prevalenza di QR-code e beacon, seguiti da audioguide e touch screen».

Un peccato, soprattutto dopo aver ascoltato le cinque testimonianze che si sono avvicinate questo pomeriggio sul palco di "Fabbrica del Futuro" organizzato da Bbs in collaborazione con Confindustria brescia. Da Roma con Musei in Comune e il Portale del Turismo di Roma al Parco Nazionale delle Cinque Terre passando per Fondazione Montagna Sicura, il Museo Diocesano di Catania e un marketplace per il Comune di Genova, Bbs ha saputo creare delle soluzioni ad hoc per rendere questi luoghi visitabili virtualmente aumentando esponenzialmente la visibilità e le potenzialità.

L'azienda di Paderno Franciacorta opera dal 1999 nel campo dell'Ict per il marketing territoriale, l'infomobilità, il turismo e la cultura. Ciò che è evidente è come la trasformazione digitale del comparto è inequivocabil-

mente avviata e si traduce anche in aumento dei musei che producono podcast, con un'incidenza che passa dal 9% al 16%, mentre circa uno su quattro sta acquisendo informazioni riguardo a metaverso e blockchain, con un piccolo cluster di sperimentatori che sta già realizzando dei progetti legati soprattutto alla creazione di Nft su opere digitali o digitalizzate. «Il modello di business del terziario, in particolare quello del turismo e della cultura, è pronto ad innovarsi», ha affermato Bruno Bottini, Ceo di Bbs. «Il livello di digitalizzazione delle istituzioni culturali è ancora basso rispetto alla richiesta di *experience journey* che arriva direttamente dal cittadino fruitore. Ecco dunque che le nuove tecnologie giocano un ruolo importantissimo. Questo è il motivo che ci ha spinto ad organizzare l'evento, per presentare un'offerta intelligente e nuova al mondo della cultura e del turismo italiano». «All'interno del palinsesto di Fabbrica del Futuro questo è uno degli argomenti più inerenti al tema innovazione unitamente al saper sfruttare al meglio le potenzialità del capitale umano a disposizione che, come prima cosa, ha il gravoso compito di interpretare le esigenze del territorio e saperle trasferire a chi come Bbs ha il ruolo di trasformare in soluzioni» ha concluso Paolo Dalla Sega, direttore artistico Fabbrica del Futuro-«.

A.Con.

© RIPRODUZIONE RISERVATA