



2020-1-UK01-KA227-YOU-094543

IO1- A3: Compendio di progettazione digitale Modulo: Come applicare il Digital Design nel Turismo del Patrimonio: casi di studio / storie di successo

**KA2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices
Partnerships for creativity**



Il supporto della Commissione Europea per la produzione di questa pubblicazione non costituisce un avallo dei contenuti, che riflettono solo le opinioni degli autori, e la Commissione non può essere ritenuta responsabile per qualsiasi uso che possa essere fatto delle informazioni ivi contenute.

CRONOLOGIA DELLE REVISIONI

Versione	Data	Autore	Descrizione	Azione	Pagine
1.0	20/12/2021	GUIDA NTC BG	Come applicare il Digital Design nel Turismo del Patrimonio: casi di studio / storie di successo	C	22

(*) Azione: C = Creazione, I = Inserisci, U = Aggiorna, R = Sostituisci, D = Elimina

DOCUMENTI DI RIFERIMENTO

ID	Riferimento	Titolo
1	2020-1-UK01-KA227-YOU-094543	Proposta HerTour4Youth
2		

DOCUMENTI APPLICABILI

ID	Riferimento	Titolo
1	Risultato IO1.A2	Elaborazione della metodologia di formazione
2		



Contenuti

Tabella delle figure	4
1. introduzione.....	5
1.1 Risultati di apprendimento	5
1.2 Parole chiave.....	5
1.3 Tempo di seduta stimato.....	5
1.4 Glossario dei termini	5
2. Applicazione del Design Digitale nel Turismo del Patrimonio: casi di studio / storie di successo ..	7
2.1 Applicazione e uso chiave del design digitale nel turismo del patrimonio	7
2.2 Storie di successo nell'applicazione del design digitale nel turismo del patrimonio	9
Regno Unito	9
Olanda	11
Italia	13
Bulgaria	15
Grecia	17
2.3 Conclusioni principali	19
3. Valutazione	20
3.1 Valutazione della conoscenza	20
3.2 Valutazione delle competenze	21
4. Riferimenti.....	22



Tabella delle figure

Figura 1 Applicazione chiave della digitalizzazione nei beni culturali.....	8
Figura 2 Visualizzazione dell'interfaccia web del Museo del Mondo.....	10
Figura 3 Interfaccia utente grafica dell'app Cycle of Songs.....	11
Figura 4 Efteling AR Game App "Fairy and the Safe"	12
Figura 5 Diverse pagine web dell'organizzazione "Het Groninger Landschap".	13
Figura 6 Testo e proiezione di luce nel Museo Dante	14
Figura 7 Interfaccia di gioco Mi Rasna	15
Figura 8 La figura di Kuker Dalle leggende del primo guerriero Kuker	16
Figura 9 Legenda della Guida in linea del mercato urbano	17
Figura 10 Interfaccia utente grafica dell'app Walk the Wall Athens	18
Figura 11 La tavoletta 3D di Cnosso	19



1. introduzione

In questo modulo, gli studenti conosceranno le varie applicazioni del concetto di design digitale nel turismo del patrimonio (ricostruzione del patrimonio perduto o danneggiato, accesso con tour virtuali, valorizzazione e sensibilizzazione attraverso la creazione di contenuti promozionali, esperienze immersive come modo per differenziare e competere) attraverso esempi di storie di successo e buone pratiche dei paesi partner: Regno Unito, Paesi Bassi, Italia, Bulgaria e Grecia.

1.1 Risultati di apprendimento

Dopo aver completato questo modulo, sarai in grado di:

- L01:Riconoscere l'applicabilità degli strumenti e delle pratiche digitali nel Turismo
- L02:Riflettere su se stessi sulle conoscenze acquisite
- L03:Applicare le competenze di progettazione digitale in casi simili

1.2 Parole chiave

Design digitale, applicazione web, tecnologie digitali, patrimonio digitale, esperienza immersiva

1.3 Tempo di seduta stimato

3 ore.

1.4 Glossario di termini

Cyber-archeologia: è una branca della ricerca archeologica che si occupa della simulazione digitale del passato.¹

Ciberarcheometria: è una nuova applicazione virtuale delle tecniche scientifiche nell'ambiente dei beni culturali e dell'archeologia.

Photogrammetria: è l'arte e la scienza di estrarre informazioni 3D dalle fotografie. Il processo prevede l'acquisizione di fotografie sovrapposte di un oggetto, una struttura o uno spazio e la loro conversione in modelli digitali 2D o 3D.²

Archiviazione digitale: è un archivio di materiale digitale che un'azienda o una persona desidera conservare per un lungo periodo di tempo. Memorizza raccolte di informazioni digitali

¹<https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199766567/obo-9780199766567-0207.xml>

²<https://www.autodesk.com/solutions/photogrammetry-software>



*come documenti, video, immagini, ecc. in un formato digitale con l'intenzione di fornire un accesso a lungo termine alle informazioni.*³

Esperienza immersiva: riguarda la progettazione di livelli di interazioni e manipolazioni sotto forma di VR, AR che consente agli utenti di essere completamente assorbiti dall'esperienza di un'atmosfera digitale realistica.

Gamificazione: riguarda l'aggiunta di meccaniche di gioco in ambienti non di gioco, come un sito Web, una comunità online, un sistema di gestione dell'apprendimento o una intranet aziendale per aumentare la partecipazione. L'obiettivo della gamification è coinvolgere consumatori, dipendenti e partner per ispirare collaborare, condividere e interagire.⁴

Libreria grafica web: è uno strumento API (Application Programming Interface) per la creazione di grafica 3D in un browser Web. È un aspetto della creazione di immagini o animazioni 3D moderne e avanzate per nuovi progetti costruiti su Internet.

Videogioco di strategia: è un tipo di video gioco che richiede pensiero, pianificazione strategica e tattica e comporta sfide logistiche per ottenere la vittoria.⁵

³<http://falcondocs.com/blogs/2019/03/01/what-is-digital-archiving>

⁴<https://www.biworldwide.com/gamification/what-is-gamification/>

⁵https://en.wikipedia.org/wiki/Strategy_video_game



2. Applicazione del Design Digitale nel Turismo del Patrimonio: casi di studio / storie di successo

2.1 Applicazione e uso chiave del design digitale nel turismo del patrimonio

Grazie all'applicazione delle tecnologie digitali, la ricerca scientifica e i metodi di conservazione nell'ambito dei beni culturali è stato possibile comprendere e scoprire significativi reperti nascosti. La cyber-archeologia, la cyber-archeometria, la fotogrammetria, l'archiviazione digitale e le tecniche di conservazione sono alcune delle pratiche utilizzate per investigare, stimolare e comprendere virtualmente fatti e concetti del nostro patrimonio e, infine, salvarli e trasmetterli alle future generazioni⁶.

Allo stesso tempo, l'innovazione digitale ha trasformato il modo in cui un turista vive il patrimonio culturale e ha potenziato nuove rappresentazioni interpretative, consentendo una diversificazione dell'offerta turistica attraverso l'uso di "prodotti" che assorbono e immergono la mente del consumatore all'interno dei "regni" del patrimonio culturale⁷. Tour virtuali per le visite online di un museo o di un luogo del patrimonio, una rappresentazione 3D di un fragile manufatto che consente ai visitatori di manipolarlo senza rischiare di danneggiarlo, o un avatar 3D di un personaggio storico che racconta una storia interattiva al pubblico, sono solo alcuni dei prodotti del design digitale utilizzati nell'ambito del patrimonio culturale, capaci di trasferire conoscenza ed accrescere la consapevolezza dei visitatori.

L'uso della comunicazione digitale nel contesto del patrimonio culturale ha aiutato la creazione di nuove catene di valore nel turismo del patrimonio, stimolando sia la produzione che il consumo di esperienze e prodotti con maggiore valore aggiunto. Ad esempio, il mercato dei giochi di intrattenimento commerciale ha visto una crescita significativa, negli ultimi anni, e continuerà a crescere, poiché le app di ludicizzazione vengono sempre più utilizzate e applicate, grazie al loro valore formativo ed educativo, al fine di favorire negli utenti una maggiore consapevolezza culturale⁸.

La diversa applicazione e l'utilizzo delle tecnologie digitali nel turismo del patrimonio può variare, come mostrato nella Figura 1⁹ qui di seguito:

⁶Nuovi modi di scoprire, catturare e vivere il patrimonio culturale: una rassegna dello stato attuale dell'arte, delle sfide e delle direzioni future, Dimitra Pappa e Constantin Makropoulos, aprile 2021, <https://www.intechopen.com/online-first/78132>

⁷Saa

⁸2019, Technology watch report - Gamification and Cultural Heritage, HUBB30 Alliance

⁹<https://www.intechopen.com>



- Migliorare l'immagine di una destinazione turistica;
- Aumentare l'attrattiva dei luoghi del patrimonio;
- Promuovere e rivitalizzare il patrimonio culturale immateriale;
- Immergere e coinvolgere i visitatori all'interno di contenuti ed esperienze innovativi;
- Rendere disponibili ai visitatori, informazioni e conoscenze immediate;
- Concedere l'accesso a manufatti o spazi del patrimonio protetto o in via di estinzione;
- Ricostruire di siti o oggetti del patrimonio danneggiati.

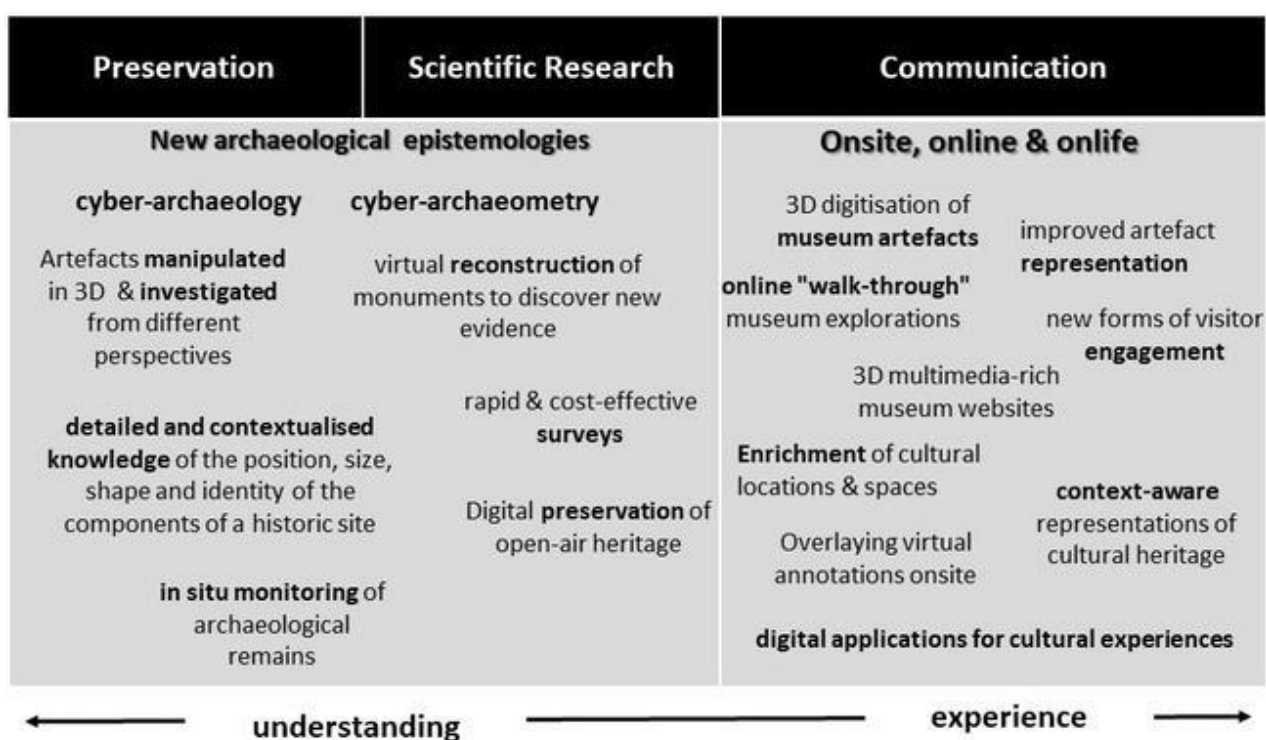


Figura1 Applicazione chiave della digitalizzazione nei beni culturali

Fonte: Novel Ways of Discovering, Capture and Experiencing Cultural Heritage: A Review of Current State-of-the-Art, Challenges and Future Directions, Dimitra Pappa e Constantin Makropoulos, aprile 2021, <https://www.intechopen.com/online-primo/78132>



2.2 Storie di successo nell'applicazione del design digitale nel turismo del patrimonio

L'applicazione del Digital Design nel Turismo del Patrimonio oggi riconfigura l'esperienza dell'utente. Per mostrarne l'enorme utilizzo, sono state ulteriormente identificate e analizzate in tutti i paesi partner di HerTour4Youth iniziative che mostrano diversi ambiti di applicazione dei metodi di progettazione digitale nel contesto del Turismo del Patrimonio. Essi mirano principalmente a promuovere il patrimonio e migliorare l'esperienza del visitatore.

Le storie di successo/buone pratiche sono state identificate sulla base dei seguenti criteri di selezione:

- Ripetibilità (l'idea progettuale può essere replicata ovunque e facilmente),
- Creatività/innovatività (nel suo contenuto, argomento, processo o metodologia, la creatività del progetto apre una riflessione più ampia sul patrimonio culturale),
- Sostenibilità (il progetto utilizza risorse locali e può esistere per un lungo periodo di tempo),
- Efficacia e utilità (i risultati e benefici progettuali rispondono alle esigenze del "consumatore" del patrimonio culturale o sono necessari per la sua ricostruzione, promozione, accesso).

Regno Unito

✓ **Concessione dell'accesso gratuito alla collezione del museo**

Il Museo del Mondo è una mostra interattiva online volta a rendere fruibile la sua collezione – si tratta di due milioni di anni di storia e cultura - e a garantire così l'accesso online gratuito a un vasto pubblico a livello mondiale.

Attraverso una partnership con Google, il British Museum ha intrapreso una nuova missione al fine di diventare il Museo del e per il mondo, implementando nuove tecniche e pratiche atte a dare accesso al museo e nuove metodologie per imparare e insegnare¹⁰.

L'intero Museo è stato catturato tramite Street view, lo strumento di Google per la fotografia VR, consentendo un tour virtuale a piedi al suo interno ed all'esterno tra gli edifici che lo circondano.

¹⁰<https://europe.googleblog.com/2015/11/the-british-museum-museum-for-world.html>

Ogni oggetto e manufatto nel Museo è stato immortalato utilizzando una risoluzione molto elevata al fine di dare all'esploratore un'immagine più nitida e rendere l'esperienza quanto più simile a quella reale¹¹.

Il sito web utilizza la più avanzata tecnologia disponibile Web Graphics Library, consentendo agli utenti di tornare indietro nel tempo ed esplorare diversi oggetti provenienti da culture diverse, con la possibilità di ascoltare i curatori del British Museum mentre ne raccontano la storia¹².

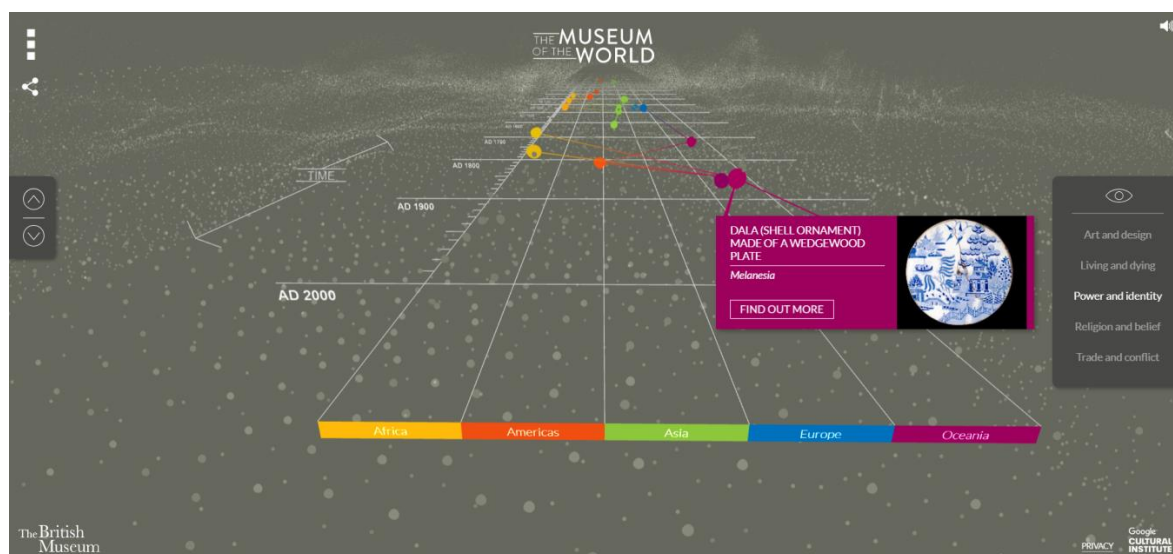


Figura2 Visualizzazione dell'interfaccia web del Museo del Mondo¹³

✓ **Promuovere l'immagine culturale di una destinazione**

Nato dalla collaborazione tra il Cambridge City Council, due società d'arte e un'agenzia di tech-design, l'**App Ciclo di Canzoni** è una guida audiovisiva sviluppata come risposta per promuovere la storia e l'identità della città di Cambridge, durante il Tour de France 2014.

Essa offriva ai visitatori un'esperienza memorabile delle diverse celebrazioni e attività programmate in città, scoprendo canzoni e poesie basate e ispirate da storie originali e luoghi situati lungo percorso ciclistico, diretto a Londra.

Si tratta di un'app basata sulla posizione GPS che include nove brani di canzoni e poesie audio da ascoltare lungo il Tour, collegati a una mappa della città con i suoi luoghi storici

¹¹<https://europe.googleblog.com/2015/11/the-british-museum-museum-for-world.html>

¹²<https://britishmuseum.withgoogle.com/>

¹³<https://britishmuseum.withgoogle.com/>

e urbani. L'app forniva contenuti audio e foto per ciascuna località, insieme a un volantino contenente le istruzioni esplicative.

Le canzoni sono state eseguite da cori, scuole e artisti locali e curate da storici, compositori e musicisti della città.



Figura3 Interfaccia utente grafica dell'app Cycle of Songs

Fonte: www.calvium.com

Olanda

✓ Coinvolgere i visitatori con un'esperienza immersiva online

Essendo famoso con le sue favole e le attrazioni fantasy, il parco a tema Efteling mira a coinvolgere i suoi visitatori mentre aspettano in coda per accedere alla loro attrazione preferita, utilizzando l'app Efteling sui loro smartphone.

L'app include una versione digitale della mappa del parco con posizione GPS, aiutando i visitatori a localizzarsi. Attraverso l'app, i visitatori hanno una panoramica in tempo reale dei tempi di attesa per tutte le attrazioni ed una notifica per unirsi alla fila più breve.

L'app include un gioco creato con la Realtà Aumentata per i bambini - Fairy and the Safe - da utilizzare sul proprio smartphone mentre aspettano nel parco: nel gioco interattivo "Fairy and the Safe", i giocatori devono raccogliere e salvare quante più monete possibile in uno minuto mentre cercano di evitare e scappare dalla strega che ruberà le monete, se il giocatore la incontra.

Il gioco include anche una fiaba audio interattiva per i bambini, per insegnare alla strega a risparmiare denaro e, quindi, a non rubare più¹⁴.

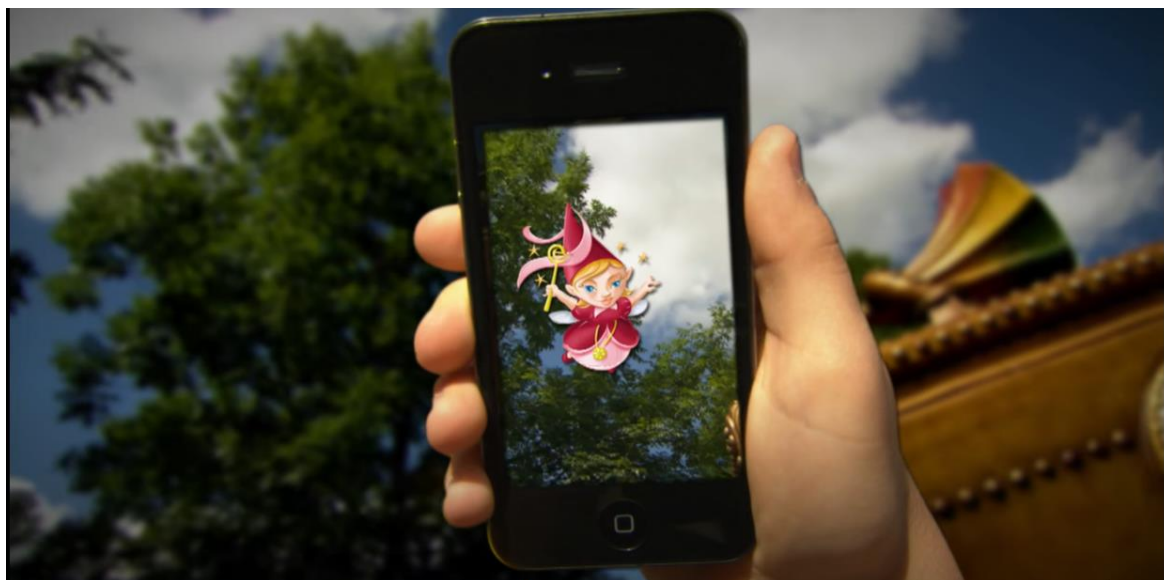


Figura4Efteling AR Game App "La fata e la cassaforte"

Fonte: www.efteling.com

✓ **Sensibilizzare alla tutela del patrimonio naturale e culturale unico**

"Het Groninger Landschap" è un'organizzazione di beneficenza che opera per la protezione della natura, della fauna selvatica e del patrimonio culturale nella provincia di Groningen nei Paesi Bassi. Essa mira a preservare e addirittura migliorare il valore della natura e la qualità del paesaggio. L'organizzazione protegge e sviluppa circa 8000 ettari di riserve naturali e 35 monumenti culturali nella regione.

Al fine di aumentare la consapevolezza sui valori dei paesaggi e dei luoghi culturali e naturali unici e di promuovere le loro attività ad un pubblico più ampio, è stata sviluppata **una piattaforma web** per l'organizzazione del "Het Groninger Landschap".

Il sito web è come un atlante, che riunisce tutte le aree naturali e i luoghi del patrimonio situati nella provincia e fornisce al potenziale visitatore una rappresentazione informativa e visiva di tutte le attività e i viaggi in corso.

Attraverso il sito web, la comunità locale ha l'opportunità di diventare un soggetto impegnato e attivo nella protezione della natura e del patrimonio attraverso il lavoro, il volontariato, la sponsorizzazione o la donazione.

¹⁴<https://www.layar.com/news/blog/2011/06/29/an-augmented-reality-fairytale-game-at-the-efteling-theme-park/>

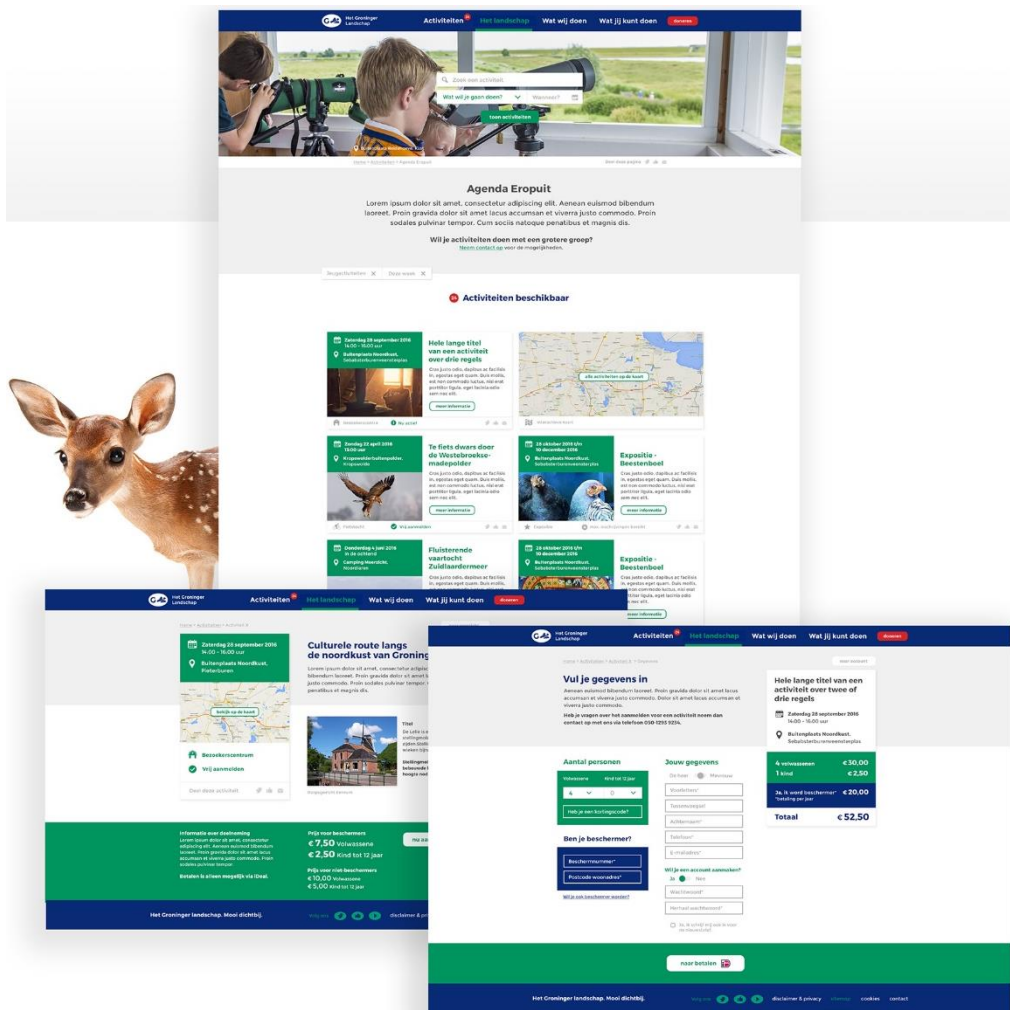


Figura5Diverse pagine web dell'organizzazione "Het Groninger Landschap".

Fonte: Gealt Waterlander Designer¹⁵

Italia

- ✓ **Offrire esperienze immersive in loco ai visitatori del museo**

Attraverso uno speciale omaggio a Dante Alighieri, il Comune di Ravenna e la Touchwindow (azienda specializzata nella trasformazione digitale) hanno rinnovato gli spazi del museo del poeta, con un refitting tecnologico delle mostre, pensato per offrire una user experience e engagement interattiva e immersiva.

¹⁵https://www.behance.net/gallery/60423281/Het-Groninger-Landschap?tracking_source=search_projects_recommended%7Cgroninger%20landschap

Il progetto consiste nel ridefinire l'identità visiva del museo e nel riorganizzare le diverse sale al fine di implementare nuove funzionalità, utilizzando e preservando tutti gli oggetti e manufatti.

Per raggiungere questo scopo è stata utilizzata una combinazione di strumenti tecnologici digitali al fine di informare, educare e sorprendere il visitatore: proiezioni interattive (schermi olografici e immagini, testi mobili), **contenuti didattici e grafici interattivi**, contenuti QR, **mappatura video**, display multi-touch, sensori di movimento e di suono (suoni di campane).

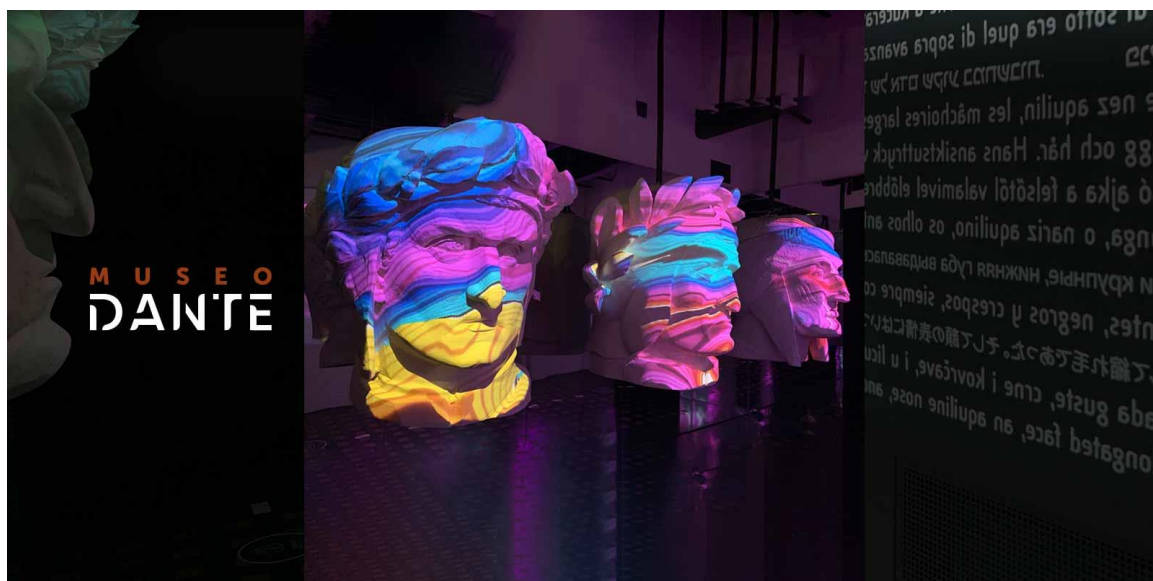


Figura6 Testo e proiezione di luce nel Museo Dante

Fonte: www.touchwindow.it

✓ **Gamification per la promozione del patrimonio culturale**

Una proficua collaborazione tra parchi, aree archeologiche, musei e altre istituzioni culturali delle regioni Toscana, Umbria e Lazio e la società Entertainment Games App (società informatica specializzata nella progettazione e nello sviluppo di app per dispositivi mobili e giochi) ha portato alla creazione di un'app-videogioco sulla civiltà etrusca, un'antica cultura che prosperò in quelle regioni.

Mi Rasna – Sono etrusco è un videogioco di strategia che mira a promuovere il ricco patrimonio storico e archeologico del territorio italiano, accompagnando l'utente in un viaggio originale ed esplorativo dell'antico popolo etrusco.

Il gioco contiene quiz e si basa su fatti e figure storiche, mostrando reperti archeologici.

Esso consiste nel geolocalizzare il giocatore intorno alle 12 importanti città etrusche, conosciute come la Dodecapoli. Il giocatore, che impersona il ruolo del sovrano etrusco,

deve gestire le città e farle prosperare. Per fare ciò, il giocatore deve avanzare città per città, creando e raccogliendo le sue risorse, sbloccando abilità e strumenti, costruendo edifici, sviluppando relazioni commerciali e accordi.



Figura7Mi Rasna Interfaccia di gioco

Fonte: www.egameapps.com

Bulgaria

✓ Raccontare storie di folclore attraverso l'animazione

Basato sui mondi mistici dei miti e delle leggende bulgare, lo Studio Zmei, uno studio di animazione e narrazione bulgaro, ha sviluppato la serie di cartoni animati Golden Apple, per raccontare le storie delle antiche tradizioni e le lezioni nascoste in modo moderno e interattivo.

Il modo in cui sono realizzati i cartoni animati è piuttosto stimolante. Il Team di Studio Zmei ha viaggiato lungo più di 30 città del Paese per raccogliere e analizzare storie adatte al concetto di "Mela d'Oro", affinché possano passare di generazione in generazione e non essere dimenticate. Queste sono storie di fate, goblin, draghi in forma umana, ecc....

Lo stile dell'illustrazione di animazione 2D utilizza simboli e motivi grafici folcloristici per rappresentare decorazioni architettoniche, costumi, canti e rituali. Anche le colonne sonore della serie sono ispirate alla musica folcloristica bulgara.

Come prequel di tali di cartoni animati, sono stati pubblicati un cortometraggio e un libro sulle leggende del primo guerriero Kuker. Il film è stato sottotitolato in lingua inglese e il progetto ha guadagnato un interesse molto ampio.



Figura8La figura di Kuker Dalle leggende del primo guerriero Kuker

Fonte: www.studiozmei.com

✓ Guida turistica online per la promozione dei mercati urbani nell'ambito del turismo culturale







Attraverso il progetto “Città e mercati – Opportunità per il turismo culturale”, è stata creata una guida turistica online – la Guida al mercato urbano – per fornire informazioni pratiche e rivelare fatti storici sulla città di Plovdiv attraverso i suoi 7 mercati urbani.

Considerati come parte della cultura vivente di Plovdiv, i mercati urbani della città sono diventati una sorta di musei viventi e una fonte di narrazione sui suoi quartieri, i suoi venditori, le abitudini delle persone, le pratiche sociali nel mercato, i prodotti venduti, ecc.

La guida è disponibile online gratuitamente sia in inglese che in bulgaro, con un collegamento a Google Earth dove è presente una mappa online che mostra le posizioni dei mercati selezionati. La guida ha un'edizione cartacea che può essere trovata negli hotel e nei centri di informazione turistica.

Legend

We created this little legend, so you can navigate more easily through the information that we carefully selected for each market. The structure is everywhere the same, here you will find out what stories to expect from each symbol:

-  Find out more about the history of each market and how it transformed throughout the years.
-  Here you will learn where the market is situated in the context of Plovdiv, as well as what is special about the neighbourhood and the inhabitants.
-  In this part we have compiled all the important practical information that you will need. How to reach the market? What facilities are available? Also, what else can you discover around the market?
-  Some markets are quite different from the rest, that's why here we summed up the basics you need to know, regarding what products are offered at the markets. Of course, we left some fine details for you to spot.
-  Bargaining is an important social practice when shopping at the traditional market, but since nowadays it has become not as popular, we devoted some space to tell you what are the dos and don'ts regarding bargaining at each market.
-  We wrap up each market profile with a little treasure hunt challenge, so you can experience the markets through our eyes. We have no doubts though that the market itself will inevitably challenge you to try something new.

The Urban Market Guide will take you to...



Figura 9 Guida in linea di Legend of the Urban Market

Fonte: www.aceamediator.com¹⁶

Grecia

✓ Promuovere la scoperta del patrimonio culturale attraverso l'app mobile

L'app Walk the Wall Athens offre ai visitatori di Atene un tour unico del centro storico della città esplorando le sue antiche mura. L'innovativa applicazione consente agli utenti di conoscere il muro di Temistocle che circonda Atene e i suoi siti archeologici collegati e situati nella città.

L'app include una mappa interattiva con 35 punti di interesse, chiaramente identificati dal GPS, consentendo all'utente di individuare gli antichi resti della città. Per ogni punto di interesse è previsto un tour audio supportato da ricco materiale visivo e testi sia in inglese che in francese.

Il progetto è stato sviluppato da Dipylon - un'organizzazione no-profit operante nello studio della topografia antica e dell'ambiente culturale e Fluidmedia - un'azienda che si occupa di user experience di marketing digitale, con il supporto del Comune di Atene.

¹⁶www.aceamediator.com

L'app è stata premiata ai Mobile Excellence Awards 2018 ed è stata identificata come la migliore soluzione digitale innovativa ai World Summit Awards, tra gli altri concorrenti di 100 paesi¹⁷.

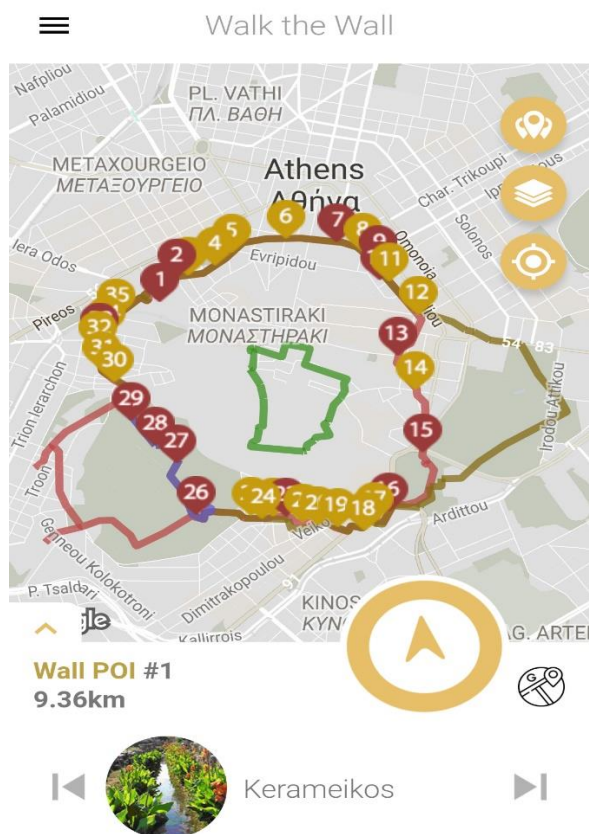


Figura10 Interfaccia utente grafica dell'app Walk the Wall Athens

Fonte: www.dipylon.org

✓ Coinvolgere e immergere i visitatori nella loro esperienza di tour

Il Palazzo di Cnosso a Creta ha aperto le sue porte virtuali per far viaggiare i visitatori nell'affascinante mondo della civiltà minoica attraverso una ricostruzione 3D del sito, un'app AR e VR caricata in un mini tablet.

Durante la visita al Palazzo, i visitatori possono acquistare il tablet 3D di Cnosso che sarà la loro guida durante la visita. L'utente deve muovere il tablet su e giù per poter visualizzare tutti i piccoli dettagli del sito, mostrandolo così come era migliaia di anni fa.

¹⁷<https://dipylon.org/en/2018/10/05/walk-the-wall-athens-2/>

La videocamera del tablet presenta - in tempo reale - molti elementi e informazioni virtuali (grafica, video, suono, dati GPS). L'innovativo gadget consente ai visitatori l'accesso virtuale a sale non aperte al pubblico (ad esempio la famosa Sala del Trono o la Camera della Regina).

Il tablet include anche un'animazione 3D dello sport greco antico e un'audioguida per intrattenere i bambini e insegnare loro i miti e gli eroi greci.¹⁸



Figura11La tavoletta 3D di Cnosso

Fonte:<https://www.elissos.com>

2.3 Conclusioni principali

"La digitalizzazione è la spina dorsale per innovare molti processi aziendali nel turismo culturale, sia dal lato della domanda che dell'offerta".¹⁹ Le storie di successo analizzate e/o le buone pratiche evidenziano l'ampio ambito di utilizzo e applicazione della progettazione digitale nel turismo del patrimonio. Vengono rivelati vari aspetti, per lo più arricchendo l'esperienza dell'utente/visitatore, migliorando l'attrattiva di ogni destinazione o di un luogo del patrimonio, promuovendo il patrimonio immateriale, ecc. La digitalizzazione del turismo sta incoraggiando gli imprenditori a trovare soluzioni innovative volte a promuovere una

¹⁸<https://www.kidslovegreece.com/en/tours/palace-knossos-3d-app-unique-guiding-tool-families/>

¹⁹I modelli di business digitali nel turismo culturale, Salvatore Ammirato & coautori, maggio 2021, <https://www.emerald.com/insight/1355-2554.htm>

destinazione o un mercato, aprendosi a nuove opportunità, progettando soluzioni digitali su misura per l'industria del turismo, incluso il turismo del patrimonio.

3. Valutazione

3.1 Valutazione della conoscenza

Valutazione simile a un quiz basata sul contenuto principale. Si prega di contrassegnare la risposta corretta in grassetto quando richiesto. Includi 10 domande per il tuo modulo. Aumenta gradualmente il livello di difficoltà.

Domanda 1 (scelta multipla o vero/falso): Le tecnologie digitali contribuiscono alla conservazione dei siti del patrimonio
[Vero][falso]

Domanda 2 (scelta multipla o vero/falso): le tecnologie digitali possono migliorare l'immagine di una destinazione.
[Vero][falso]

Domanda 3 (scelta multipla o vero/falso): I tour online sono uno dei metodi per scoprire le collezioni di un museo.
[Vero][Falso]

Domanda 4 (più risposte corrette): Quale di queste tecniche viene utilizzata per la conservazione del Patrimonio?
[sicurezza informatica] **[archeologia informatica]** [Cyber-archeometria] [Cyberspazio]

Domanda 5 (più risposte corrette): Quale di questi strumenti digitali viene utilizzato per progettare un'esperienza immersiva?
[Gamificazione] [Contenuto QR] [Piattaforma web] **[Proiezioni 3D]**

Domanda 6 (più risposte corrette): i bambini possono sperimentare il patrimonio culturale attraverso
[gioco di strategia] **[Contenuto audio]** **[Animazione 2D]** [realizzazione di film]

Domanda 7 (più risposte corrette): l'applicazione degli strumenti di progettazione digitale nel Turismo del Patrimonio è obbligatoria per
[migliorare l'economia della destinazione turistica] [aumentare il numero di hotel prenotati in una destinazione] **[Concedere l'accesso a manufatti o spazi del patrimonio protetto o in via di estinzione]** **[Ricostruire siti o oggetti del patrimonio danneggiati]**



Domanda 8 (corrispondenza): Abbina i termini con le loro definizioni.

Cyber-archeologia: è una branca della ricerca archeologica che si occupa della simulazione digitale del passato.

Ciberarcheometria: è una nuova applicazione virtuale delle tecniche scientifiche nell'ambiente dei beni culturali e dell'archeologia.

Photogrammetria: è l'arte e la scienza di estrarre informazioni 3D dalle fotografie. Il processo prevede l'acquisizione di fotografie sovrapposte di un oggetto, una struttura o uno spazio e la loro conversione in modelli digitali 2D o 3D.

Domanda 9 (corrispondenza): Abbina i concetti alle loro spiegazioni.

Archiviazione digitale: raccogliere e archiviare informazioni digitali in un'unica piattaforma per fornire un accesso a lungo termine.

Esperienza immersiva: riguarda la progettazione di livelli di interazioni e manipolazioni sotto forma di VR, AR che consentono agli utenti di essere completamente assorbiti dall'esperienza di un'atmosfera digitale realistica.

Gamificazione: utilizza i giochi online allo scopo di educare, sensibilizzare, aumentare la partecipazione.

Videogioco di strategia: è un tipo di videogioco che richiede pensiero e pianificazione strategica e tattica e comporta sfide logistiche per ottenere la vittoria.

3.2 Valutazione delle competenze

- Cerca un bene culturale (potrebbe essere una storia folcloristica, una delle collezioni di un museo, un patrimonio culturale) nel tuo paese che non è ben promosso e conosciuto dal pubblico nazionale e internazionale. Raccogli testo e immagini a riguardo.
- Sulla base di ciò, sviluppa il tuo slogan o testo promozionale con simboli interpretativi e immagini derivate dal bene culturale che hai scelto. L'idea è di scrivere un testo che attiri gli spettatori a scoprirne di più.
- Vai su Canva.com e progetta un poster o un video per la promozione del tuo patrimonio culturale utilizzando il testo e le immagini che hai raccolto.



4. Riferimenti

- <https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199766567/obo-9780199766567-0207.xml>
- <https://www.autodesk.com/solutions/photogrammetry-software>
- <http://falcondocs.com/blogs/2019/03/01/what-is-digital-archiving>
- <https://www.biworldwide.com/gamification/what-is-gamification/>
- https://en.wikipedia.org/wiki/Strategy_video_game
- <https://www.intechopen.com/online-first/78132>
- 2019, Technology watch report - Gamification and Cultural Heritage, HUBB30 Alliance
- <https://europe.googleblog.com/2015/11/the-british-museum-museum-for-world.html>
- <https://britishmuseum.withgoogle.com/>
- https://www.behance.net/gallery/60423281/Het-Groninger-Landschap?tracking_source=search_projects_recommended%7Cgroninger%20landschap
- <https://dipylon.org/en/2018/10/05/walk-the-wall-athens-2/>
- <https://www.kidslovegreece.com/en/tours/palace-knossos-3d-app-unique-guiding-tool-families/>
- <https://calvium.com/>
- <https://www.efteling.com>
- <https://touchwindow.it>
- <https://egameapps.com>
- <https://studiozmei.com>
- www.aceamediator.com
- <https://dipylon.org/>
- <https://www.elissos.com>





- I modelli di business digitali nel turismo culturale, Salvatore Ammirato & coautori, maggio 2021, <https://www.emerald.com/insight/1355-2554.htm>

