

# Anteprima risultati

## SONDAGGIO WEB STRATEGY

### 2017

gennaio 2018

ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

**ICOM** international  
council  
of museums  
**Italia**

**70°**

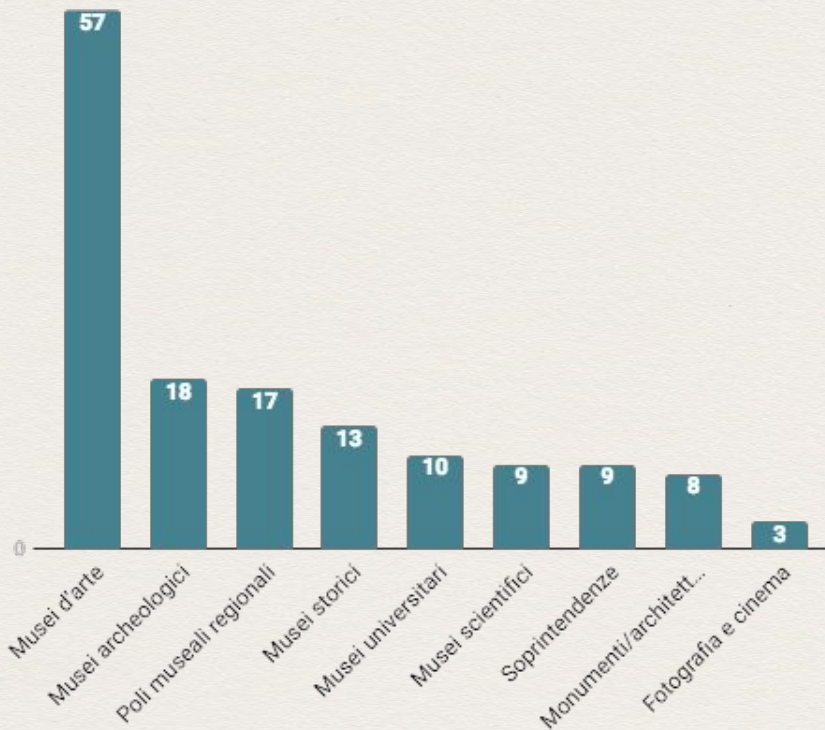


Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo

## Alcuni dati

# 185

partecipanti al sondaggio



Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia



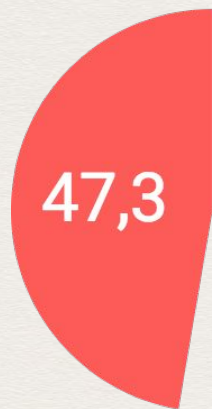
Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



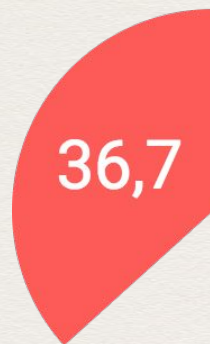
# Dati compilatore

Chi compila e per quale museo

## Progettazione e realizzazione



Appalto ad esterni



Progettazione interna

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

**ICOM**  
Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



# LIVELLO 1

## Struttura dei contenuti/ Architettura dell'informazione

MENU E CONTENUTI - LINK ESTERNI ED INTERNI - SCRITTURA PER IL WEB

La **struttura dei contenuti** e la **navigazione** sono adeguate, semplici e chiare?

Per struttura o architettura dell'informazione si intende l'analisi e l'insieme di **strategie** che determinano il "tono di voce" e la "reputazione" nei diversi motori di ricerca.



# Struttura dei contenuti/ Architettura dell'informazione

MENU E CONTENUTI - LINK ESTERNI ED INTERNI - SCRITTURA PER IL WEB

La **struttura dei contenuti** e la **navigazione** sono adeguate, semplici e chiare?

Per struttura o architettura dell'informazione si intende l'analisi e l'insieme di **strategie** che determinano il "tono di voce" e la "reputazione" nei diversi motori di ricerca.

**Menu e contenuti - Link esterni ed interni - Scrittura per il web**

La **media dei punteggi assegnati ai tre parametri è molto alta** [3 su 4]

Sono aspetti di base, ma importanti per la *user experience*.



# LIVELLO 2

## 2° livello - Strategia dei contenuti

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



# Strategia dei contenuti

## TIPOLOGIA DI CONTENUTI MULTIMEDIALI - DIFFERENZIAMENTO DELLO STILE PER TARGET - INFORMAZIONI

Qual è il livello di **comprensione dei contenuti testuali e multimediali utilizzati**? Esistono contenuti diversificati in base ai **target di utenti** (es. esperti, bambini, persone con disabilità cognitive, stranieri)? Viene utilizzata una **scrittura adeguata al web**?

Lo scopo principale è quello di analizzare l'utilizzo dei contenuti testuali e multimediali, che dovrebbero rappresentare il ruolo istituzionale del Museo ed essere realizzati appositamente per il web (concetto di usabilità) utilizzando linguaggi e immagini di qualità e formato adatti.

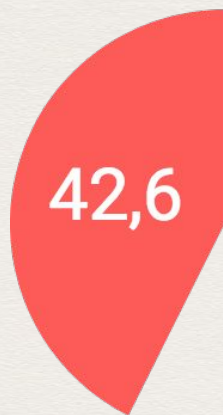
## INTERNAZIONALIZZAZIONE

La **mancaza di contenuti in altre lingue** (35,4%) e i **testi in inglese solo per le sezioni principali del sito web** (35,4%) limita la possibilità di relazione con l'estero. Un aspetto su cui riflettere con attenzione.

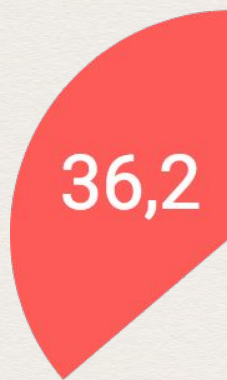
# Strategia dei contenuti

## Tipologia di contenuti multimediali

Il punteggio assegnato ai parametri è piuttosto alto. La narrazione multimediale sembra un concetto acquisito.



Sono presenti immagini ad alta definizione con didascalie complete (tag) e fanno parte di una narrazione strutturata e coerente. All'interno del sito le titolazioni sono chiare, i testi leggibili e accessibili e sono correlati da immagini ed elaborazioni multimediali



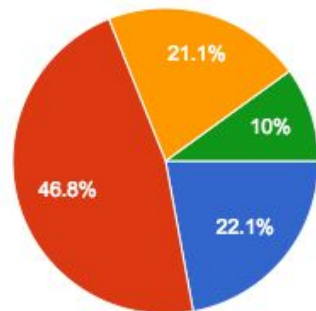
Le immagini hanno un formato adatto al web, ma non sono inquadrabili all'interno di una narrazione strutturata e coerente in tutto il sito web. Es. Le didascalie delle immagini non sono accurate o non sono presenti



# DIFFERENZIAMENTO DELLO STILE PER TARGET

## DIFFERENZIAMENTO DELLO STILE PER TARGET

190 responses

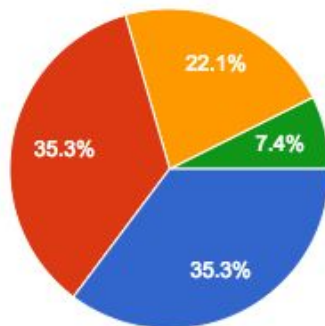


- 1. Non sono presenti target. Lo stile linguistico non è curato.
- 2. Sono presenti target. Ma lo stile è sempre lo stesso sia che si tratti di sezioni specialistico/divulgative o inf...
- 3. Sono presenti contenuti per target diversificati e per ognuno sono predisposti contenuti e testi con regi...
- 4. Sono presenti target diversificati e per ogni target sono predisposti con...

# INTERNAZIONALIZZAZIONE

## INTERNAZIONALIZZAZIONE

190 responses



- 1. Tutti i testi sono solo in Italiano
- 2. Tutti i testi sono in italiano; i testi in inglese sono presenti solo per le sezioni principali del sito web
- 3. Tutti i testi sono tradotti in inglese
- 4. Tutti i testi sono tradotti almeno in inglese e in un'altra lingua

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



# LIVELLO 3

## Progetto dell'interfaccia web

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



# Progetto dell'interfaccia web

OPERABILITÀ - ADATTABILITÀ AI VARI DISPOSITIVI / RESPONSIVE DESIGN - IDENTITÀ VISIVA

Qual è l'**aspetto grafico** e la **disposizione degli elementi nella pagina** (interfaccia) del sito web? Facilita le operazioni che l'utente deve svolgere?

Un'**interfaccia web efficace** dovrebbe rendere la navigazione e l'orientamento all'interno del sito web il più semplice ed efficiente possibile per tutti gli utenti, facilitando loro lo svolgimento delle diverse attività da compiere, grazie ad un **uso corretto e bilanciato degli strumenti della comunicazione non verbale**.

## Operabilità - Responsive design - Identità visiva

I **punteggi sono piuttosto alti** → nasce il sospetto che siano da chiarire i concetti di: **operabilità / responsive design / identità visiva**.

Avvieremo una verifica a campione, per approfondire questi aspetti.



## LIVELLO 4

# Creazione di comunità o Community Building

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo

# Creazione di comunità o *Community Building*

STRUMENTI DI CONDIVISIONE - DIALOGO MUSEO / PUBBLICO - CATALOGHI ONLINE - MONITORAGGIO

Il Museo dialoga con altri musei e con i suoi diversi pubblici? Si pone come tramite per favorire l'interazione tra gli utenti? Analisi dell'**interazione tra utenti e tra utenti e istituzioni culturali grazie alle piattaforme di social network e ad altri strumenti di condivisione.**



## Dialogo museo / pubblico

Il pubblico ha la possibilità di dialogare con il museo grazie ai riferimenti e-mail dello staff museale.

MA ...

Emerge la **difficoltà di individuare le persone di riferimento**, noi stessi abbiamo avuto qualche problema nel reperire nomi e mail dei referenti da contattare.

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia

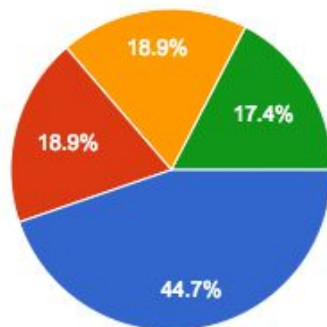


Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo

# CATALOGHI ON-LINE

## CATALOGHI ON-LINE

190 responses



- 1. Non esistono contenuti su piattaforme esterne o non sono collegati al sito del museo
- 2. Alcuni contenuti sono posizionati su piattaforme online regionali
- 3. Alcuni contenuti sono posizionati su piattaforme online nazionali
- 4. Presenza di contenuti su piattaforme internazionali con la possibilità di essere collegati a mat...

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia

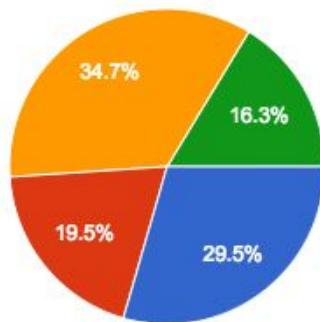


Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo

# MONITORAGGIO

## MONITORAGGIO

190 responses



- 1. Non viene usato nessun strumento di monitoraggio web
- 2. Vengono utilizzate solo alcune funzioni di Google Analytics (Es. non vengono utilizzati gli insights), i dati...
- 3. Vengono utilizzate solo alcune funzioni di Google Analytics e i dati, seppur sporadicamente vengono an...
- 4. Vengono sfruttate molte delle funzioni di monitoraggio di Google...

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo





## LIVELLO 5

# Creazione di comunità o Community Building

Sondaggio Web Strategy 2017 - ICOM Italia e la Direzione generale Musei del MiBACT

Lo schema di monitoraggio e progettazione della web strategy  
a cura del gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

ICOM  
Italia



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo



# Grado di interazione o Creatività dell'utente

GESTIONE CONTENUTI PER L'UTENTE - RIUSO DEI CONTENUTI - EDITING CONTENUTI

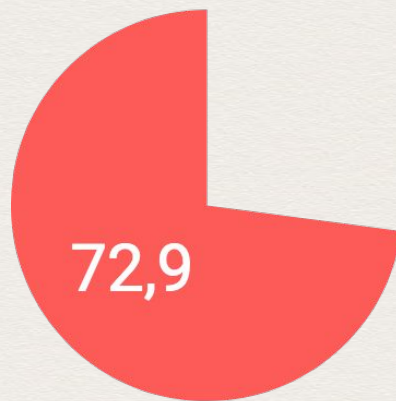
È possibile lasciare una testimonianza, un lavoro, una propria ricerca da condividere con altri utenti? Si può comporre una propria collezione digitale accompagnata da commenti e immagini personali? Analisi degli **strumenti di interazione che permettono all'utente di creare e condividere dei contenuti**, sia attraverso l'utilizzo di piattaforme esterne (forum, blog, social network e piattaforme specifiche), sia attraverso un'apposita sezione del sito web. Un **avvicinamento del pubblico piuttosto che un insegnamento autoritario del Museo**.

I punteggi sono molto bassi per tutti i parametri considerati, ma ce lo aspettavamo. Alcuni realtà estere sono molto avanti in questo approccio collaborativo.

**Questo livello indica un'importante direzione futura per i Musei italiani.**

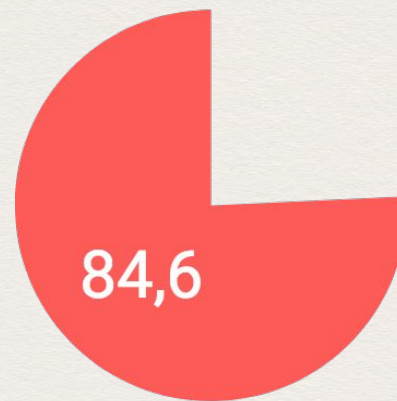
# Grado di interazione o Creatività dell'utente

## Gestione contenuti per l'utente



Non sono presenti strumenti che consentano la creazione di contenuti

## Editing contenuti



Non c'è nessuna area riservata. L'utente non può aggiungere note, testi, commenti o immagini

## Queste sono solo le prime anticipazioni.

Stiamo avviando l'analisi approfondita dei dati. L'analisi statistica multivariata ci permetterà di incrociare i dati e farà emergere indicazioni più dettagliate.

Ringraziamo tutti i Musei, luoghi di cultura, fondazioni che hanno partecipato.

Ringraziamo Tiziana Maffei, Presidente ICOM Italia e Manuel Guido, Direttore servizio II, Direzione Generale Musei, per il sostegno al progetto.

A cura del  
Gruppo di ricerca Digital Cultural Heritage ICOM Italia

Sarah Dominique Orlandi, Coordinatrice  
Gianfranco Calandra, Vincenza Ferrara, Anna Maria Marras, Sara Radice.  
Valentino Nizzo, Referente per il MiBACT-Direzione generale Musei, Direttore  
del Museo Nazionale Etrusco di Villa Giulia.

[digital.cultural.lcomItalia@gmail.com](mailto:digital.cultural.lcomItalia@gmail.com)