



Palazzo Spinelli Firenze alta formazione nei Beni Culturali

Workshop **Progetto Museologico e Allestimento Multimediale del** **Museo Archeologico Nazionale di Firenze**

Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali
2009/2010



Workshop ICT

Progetto Museologico e di Allestimento Multimediale del Museo Archeologico Nazionale di Firenze

Gruppo di lavoro

Docente Responsabile

Dott. Francesco Favale

Progettazione Grafica

Dott.ssa Valentina Loiero

Progettazione Didattica

Dott.ssa Annarita Mastrogiacomo

Progettazione

Dott.ssa Agnese Pecoraro

Progettazione e Contenuti

Prof. Massimiliano Guetta



INDICE

1 INTRODUZIONE AL WORKSHOP

- 1.1 Finalità del progetto..... 5
- 1.2 Collaborazione con il museo archeologico nazionale di Firenze 5

2 IL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE: CENNI STORICI

- 2.1 L'edificio: Palazzo della Crocetta..... 5
 - 2.1.1 Il Museo Archeologico Nazionale 6
 - 2.1.2 Il Museo Egizio 7
- 2.2 Nuovi obiettivi del museo: il progetto dell'architetto Gurrieri e Associati.. 8

3 PROGETTO MUSEOLOGICO

- 3.1 L'identità del museo: il concept..... 9
- 3.2 Target di utenza..... 10
- 3.3 La filosofia espositiva del progetto..... 11
 - 3.3.1 Comunicare il museo con le nuove tecnologie..... 12
- 3.4 Il percorso museale: funzioni e spazi..... 12
 - 3.4.1 Spazi di accoglienza..... 12
 - 3.4.2 Il primo piano 14

4 SOLUZIONI DI COMUNICAZIONE MUSEALE

- 4.1 Studio e realizzazione del nuovo sito web 20
 - 4.1.1 Struttura del portale..... 20
 - 4.1.2 Interazione tra sito e utente..... 23
- 4.2 Per i più piccoli: la comunicazione didattica..... 25
 - 4.2.1 Didattica museale e nuove tecnologie..... 25
 - 4.2.2 Proposta di visita didattica..... 26



4.2.3	Altri supporti per la visita.....	29
4.2.4	Il personaggio cartonato: Canezio III ThutanKanon	29
4.3	Apparato didattico.....	30
4.4	Soluzioni di comunicazione digitale.....	33
4.5	Manuale di stile e dell'immagine coordinata.....	38
4.5.1	Proposta di un nuovo logo per il Museo Archeologico Nazionale.....	38
4.5.2	Prove di visibilità del logo	39
4.5.3	Definizione dei codici di colore per il Logo	40
4.5.4	Proposta di logo per le sezioni Egizia ed Etrusca del Museo.....	40
4.5.5	Definizione dei codici di colore per il logo della sezione Etrusca.....	41
4.5.6	Definizione dei codici di colore per il logo della sezione Egizia.....	42
4.5.7	Scelta dei Font.....	42
4.5.8	Definizione dei codici di riferimento e corrispettivi pantoni per la stampa delle sezioni prese in esame.....	43
5	PIANO DI PROMOZIONE	
5.1	Servizi e promozioni per il pubblico	44
5.2	Piano di comunicazione promozionale	46
6	TAVOLE	
	Tavola1: Sala 15 - Lavorazione del Bronzo	49
	Tavola 2: Sala dei grandi bronzi - contenuti.....	51
	Tavola 4: Sala 9 - Riti Funebri.....	57
	Tavola 5: Sala 1 - La Scrittura Egizia.....	59
	Tavola 6: Homepage Sito Web del MANfi.....	60
	Tavola 7: Gioco Didattico.....	61
	Tavola 8: Apparato Didattico	64



1 INTRODUZIONE AL WORKSHOP

1.1 Finalità del progetto

L'intento del workshop qui presentato è quello di trasmettere, ad un pubblico specializzato e non, le potenzialità delle nuove tecnologie della comunicazione e informazione, messe al servizio dei Beni Culturali. L'esercitazione si è concretizzata in un'ipotetica risposta ad un bando pubblico, che richiedeva la rivisitazione e quindi la promozione di un nuovo progetto museologico per alcune sezioni del Museo Archeologico Nazionale di Firenze, attraverso l'utilizzo delle forme tradizionali di comunicazione e di quelle più innovative oggetto di studio del Master in Tecnologie Integrate per i Beni Culturali.

1.2 Collaborazione con il museo archeologico nazionale di Firenze

Grazie al rapporto di collaborazione nato tra Palazzo Spinelli e il Museo Archeologico Nazionale di Firenze, è stato possibile simulare tale progetto, anche in vista di una futura riorganizzazione degli spazi espositivi, secondo il progetto dello studio di architettura di Gurrieri e Associati.

2 IL MUSEO ARCHEOLOGICO NAZIONALE: CENNI STORICI

2.1 L'edificio: Palazzo della Crocetta

La sede del Museo Archeologico di Firenze, il Palazzo della Crocetta, sorse in origine come un Casino edificato per Lorenzo il Magnifico, ma negli anni tra il 1619-1621 l'architetto G. Parigi vi costruì la residenza di Maria Maddalena de' Medici, sorella di Cosimo II. Maddalena, come ricordano le fonti, era nata "malcomposta di membra" ed è per questo motivo che all'interno del Palazzo della Crocetta fu costruito un lungo corridoio, che oggi ospita la collezione di glittica del Museo, che terminava con un affaccio sulla chiesa della SS. Annunziata, da cui assisteva, lontano da sguardi indiscreti, alle funzioni liturgiche.

(...)

4.5 Manuale di stile e dell'immagine coordinata

Per implementare la visibilità del Museo Archeologico Nazionale di Firenze e far sì che sviluppi una identità riconoscibile si è pensato di sviluppare un complesso di immagini coordinate che renda esplicito ai visitatori il contenuto dello stesso museo che sarà espresso tramite il manuale di stile, nel quale verranno stabilite le linee guida della grafica coordinata da utilizzare per l'informazione e la comunicazione istituzionale e promozionale del Museo.

4.5.1 Proposta di un nuovo logo per il Museo Archeologico Nazionale

Il progetto prevede lo sviluppo *ex novo* di un logo atto ad implementare la visibilità del Museo Archeologico Nazionale di Firenze partendo da uno studio grafico specifico legato all'idea di un logo ufficiale, ma apportando, rispetto al precedente, modifiche rilevanti e d'impatto.

- Scelta del testo e rilievo grafico coordinato da utilizzare in ogni prodotto e strumento per la comunicazione istituzionale e promozionale del Museo Archeologico Nazionale di Firenze.
- Il Logo è composto principalmente da testo e da un rilievo grafico. Il testo rappresenta l'unione delle iniziali del Museo Archeologico Nazionale di Firenze formando grazie a questo una sigla che dà vita al logo e viene esplicitata sul lato destro dello stesso. L'elemento grafico inserito sottolinea l'unione tra l'istituzione museale e la città di Firenze.





5 PIANO DI PROMOZIONE

Tutto l'apparato comunicativo ideato e proposto per il Museo Archeologico Nazionale di Firenze ha come finalità quella di rendere più fruibile il museo, ma in particolare vuole far sì che la comunicazione sia rivolta ad un target di pubblico quanto più ampio possibile.

Fondamentale, però, è che al piano di comunicazione si affianchi e si integri strettamente un piano di promozione che, attraverso un'informazione chiara e capillare, una serie di servizi e promozioni, faccia conoscere il museo, susciti interesse nei suoi confronti, porti nuovi visitatori, renda la visita piacevole e inviti i visitatori a ritornare a visitare il museo.

La domanda accolta del museo è costituita, come già detto in precedenza, prevalentemente dalle scuole primarie e secondarie e in seconda istanza da specialisti del settore e turisti. La domanda potenziale a cui si fa riferimento in particolare è costituita da: famiglie con bambini in età scolare, visitatori locali, visitatori nazionali e turisti internazionali.

5.1 Servizi e promozioni per il pubblico

Parte importante del piano di promozione è l'erogazione di servizi per il pubblico; tre sono fondamentalmente i luoghi in cui si concretizzano tali i servizi:

FRONT-DESK

All'acquisto del biglietto è prevista, in base alle normative statali, una diversificazione del ticket (intero; ridotto; sconto famiglia; ridotto per scolaresche; ridotto per convenzioni con altri Enti - partner; gratuito);

Saranno disponibili anche servizi standard come visite guidate per gruppi, adulti, bambini; prenotazioni telefoniche; laboratori didattici; servizio noleggio audioguide multilingue; materiale informativo gratuito per adulti e bambini; membership;

Si propone di offrire la possibilità di acquistare una card - museo tematica che consenta di visitare il museo più volte seguendo ogni volta un diverso itinerario tematico;



Al momento dell'acquisto del biglietto sarà consegnata, inoltre, una busta in tela con il logo del museo al cui interno si troverà tutto il materiale gratuito di supporto alla visita.

Possibilità di usufruire di uno sconto presso la Caffetteria e il Bookshop del museo per coloro i quali presentino il biglietto del museo nello stesso giorno della visita.

Sarebbe importante prevedere un lavoro di segmentazione degli orari di visita, nonché prevedere delle aperture serali eccezionali, che consentirebbero, attraverso una serie di promozioni mirate, di avvicinare fasce di utenza maggiori:

10-13 prevedere, in questa fascia oraria, attività e promozioni in particolare per scuole, pensionati, turisti;

13-15 ore di pausa pranzo per impiegati, negozianti, professionisti, si prevede di offrire promozioni per il pranzo nella Caffetteria per i professionisti che acquistano la card tematica per visitare il museo durante la pausa pranzo;

BOOKSHOP

Si prevede la vendita di edizioni turistiche, culturali, artistiche sia cartacee che multimediali nonché materiale vario di cui di seguito si danno alcuni esempi:

Editoria: catalogo della collezione e delle mostre temporanee, guide agli itinerari tematici, monografie di artisti, restauri, edizioni per bambini, CD, DVD, driver USB didattici e per adulti;

Cartoleria: materiale per scrivere con logo del Museo Archeologico: penne, matite, gomme, temperamatite, quaderni, notes, carta da lettere, idee regalo;

Souvenir con immagini delle opere del Museo: cartoline, poster, stampe, biglietti d'auguri, calendari, agende, segnalibri, mouse pad, oggettistica di vario tipo per la casa, per lo svago, per la persona, il tutto "griffato" MANfi.

Sarà importante incentivare all'interno del bookshop la vendita delle immagini relative alle opere del museo (image licensing) a tal fine si prevede, in questo luogo, un supporto touchscreen attraverso il quale l'utente possa selezionare personalmente le immagini da acquistare; sarà data la possibilità di scaricare le immagini su un supporto già in suo possesso (pen drive, telefoni cellulari, palmari) o in alternativa di acquistare il supporto vuoto (driver USB, CD, DVD) presso il bookshop. Le immagini saranno rese disponibili in differenti risoluzioni con costi differenti.



SITO WEB - Servizi on line

Attraverso il sito web si potrà accedere a diversi servizi come ad esempio la prenotazione di visite guidate; l'acquisto dei biglietti; la visione in formato pdf e la possibilità di stampare del materiale gratuito informativo e di supporto alla visita (guide tematiche, catalogo brochure e flyer informativi, mappe); la visione di supporti multimediali didattici;

iscrizione alla newsletters; accesso alle aree "proposte e commenti" e "chiedi al museo";

Shop on line: Merchandising e Collectables (cartoline, gadget, nuovi arrivi, catalogo prodotti, collezionabili); Image licensing (vendita di immagini di opere del museo in diverse risoluzioni, vendite di licenze di utilizzo dell'immagine per campagne pubblicitarie a terzi); Art Publishing (downloads a pagamento delle guide e dei supporti alla visita, cataloghi guide, monografie, edizioni per bambini, materiale multimediale); gli utenti avranno la possibilità di scegliere le modalità di spedizione e di pagamento e di usufruire di uno sconto riservato esclusivamente per gli acquisti on line.

5.2 Piano di comunicazione promozionale

Per raggiungere gli obiettivi prefissi di fondamentale importanza sarà dare innanzitutto maggiore visibilità al Museo attraverso una serie di media testuali e simbolici per la comunicazione esterna:

Gonfalone da disporre al di sopra dell'ingresso al Museo appeso per un lato maggiore a un'asta orizzontale (dimensioni 300x150).

Targa in plexiglass (dimensioni 40x30) con bulloni metallici con nuovo logo del MANfi, da applicare a lato della porta d'ingresso principale.

Segnaletica urbana, extraurbana:

Segnaletica turistica da collocare nei luoghi nevralgici della città di Firenze con immagine coordinata, mappa per raggiungere il Museo, informazioni e contatti.

Materiale di promozione istituzionale o di programmazione di eventi e attività:

Cartellonistica - Locandine: Carta Patinata Lucida, Usomano

Peso carta: 100 gr.



Misure: 25x35; 35x50; 50x70

Colori di Stampa: 1 - 4 di Quadricromia

Manifesti per affissioni

Carta Patinata Lucida: 100 gr.

Misure: 70x100; 100x140

Colori di Stampa: 1-2 o 4 di Quadricromia

Tinta unica: fondo colore del cartoncino

Sito web: www.manfi.it

Accanto agli strumenti sopra indicati si propongono alcune attività di comunicazione promozionale per il museo:

- **Affissioni:** attuazione di una campagna di affissioni lungo le maggiori vie di traffico del centro urbano (aree ferroviarie, aeroportuali, aree di fermate dei mezzi pubblici, uffici) con cartelli informativi incisivi riconoscibili, caratterizzati dalla linea grafica coordinata prescelta.
- **Mass media:** ricorso a spazi pubblicitari su: Stampa nazionale (pagine culturali di quotidiani come: La Repubblica, La Nazione, Sole 24 ore; riviste d'arte: Il Giornale dell'arte, Artè, Exibart; spot televisivi e radiofonici (locali, regionali e nazionali).
- **Attività promo-educative:** realizzazione di attività didattiche finalizzate a promuovere una maggiore conoscenza del museo e delle sue collezioni in sinergia con le scuole al fine di garantire la necessaria coerenza con i percorsi didattici svolti nell'iter scolastico. Ciò garantirà l'efficacia comunicativa delle azioni nel far crescere la sensibilità, la consapevolezza del patrimonio e del suo messaggio educativo.
- **Prodotti multimediali:** realizzazione di prodotti come presentazioni multimediali, video, CD interattivi, DVD e simili per presentare in maniera interattiva, gradevole, veloce e graficamente accattivante i contenuti del museo: in particolare sarà facilitata la divulgazione dei messaggi promozionali attraverso le reti televisive e all'interno del circuito scolastico, o per diffondere i prodotti informativi nell'ambito delle iniziative dedicate al mondo dei bambini.
- **Prodotti promozionali:** a favore delle fasce giovanili si propone di realizzare gadget promozionali come penne, agende con il logo del



museo da distribuire in occasione di manifestazioni pubbliche temporanee. Tale materiale sarà utile per veicolare in maniera gradevole e con linguaggio chiaro informazioni pratiche sui riferimenti telefonici e telematici dei servizi del Museo.

- **Programmazione di eventi e spettacoli:** mostre temporanee, convegni, visite guidate con personaggi illustri, *storytelling* per i più piccoli, aperture straordinarie.
- **Passaparola monitoraggio feedback:** monitoraggio e registrazione delle visite attraverso la rilevazione quotidiana delle presenze; realizzazione di un questionario di fine visita al fine di: monitorare la domanda accolta, valutare il gradimento da parte del pubblico dei servizi offerti, annotare osservazioni e reclami dei visitatori.