

Cultura 2026 | Competitività, innovazione e digitalizzazione

**Moltiplicare i touch-point tra
scuola e realtà culturali:
la gamification al servizio del
turismo scolastico**

LuBeC è un evento di



Con la partecipazione di



Con il sostegno di



Main Sponsor



Il gruppo

Bandusia - Didatour e Melazeta sono parte di La Fabbrica, Gruppo Indipendente multinazionale attivo da oltre 35 anni. La Fabbrica è leader nell'ideazione e nello sviluppo di percorsi di comunicazione educativa e formativa con i giovani e le famiglie al centro di una efficace strategia di engagement

LaFabbrica

trasformiamo il know how e i valori di un'azienda in contenuti educativi e azioni multicanale per strategie di corporate communication orientate al futuro, che prevedono lo sviluppo del capitale umano, stili di vita e di produzione sostenibili, la digitalizzazione del Paese, l'inclusione sociale.



siamo un punto di riferimento per tutte le realtà che vogliono attivare progetti per promuoversi come destinazioni di uscite didattiche e viaggi d'istruzione. Supportiamo il mondo della cultura e del turismo nel comunicare in modo diretto ed efficace con il contesto scolastico, trasmettendo il valore della propria offerta.



combiniamo tecnologia e creatività in progetti di digital engagement che aiutano organizzazioni, brand e istituzioni a dialogare con le persone, accompagnandone l'evoluzione del comportamento fuori dalla zona di comfort in modo efficace

L'indagine | un riferimento annuale

Come ogni anno **Bandusia e Didatour**, in collaborazione con il centro studi La Fabbrica, si impegnano a **costruire una riflessione sui viaggi di istruzione partendo dall'opinione delle/degli insegnanti.**

Quest'anno **abbiamo coinvolto oltre 1.500 insegnanti** di tutta Italia che hanno risposto a un questionario approfondito sui temi

- delle **prospettive del turismo scolastico**
- dell'**integrazione tra visite in presenza e viste a distanza.**



L'indagine | informazioni survey

RISPONDENTI

1547 rispondenti

SOMMINISTRAZIONE

- questionario strutturato online con domande chiuse e aperte
- questionario on line (CAWI) veicolato al docente tramite email
- wave di rilevazione: 01 Giugno 2021 – 10 Giugno 2021

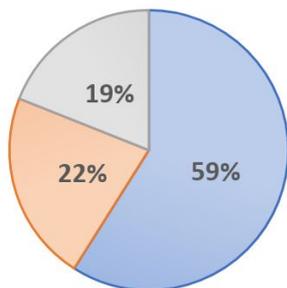
OBIETTIVI

Valutare i bisogni delle/degli insegnanti in uno scenario futuro che può prevedere l'integrazione tra visite in presenza e a distanza alla luce del vissuto e dell'esperienza pregressa e l'eventuale differenza di percezione e di esigenze nei diversi gradi scolastici.

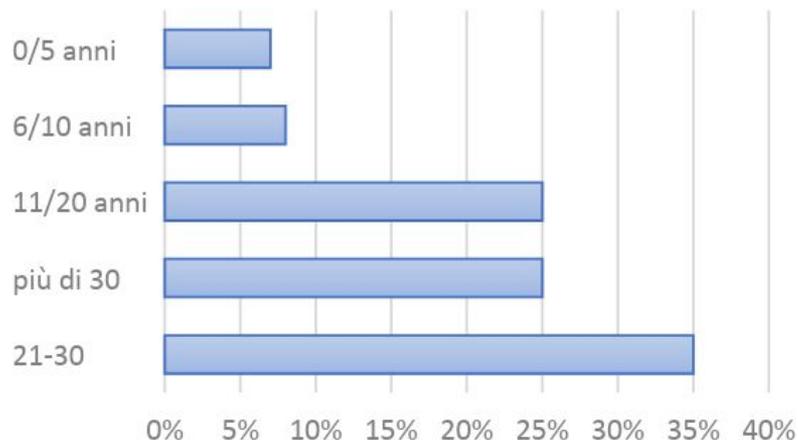
L'indagine | segmentazione rispondenti | dati

CARATTERISTICHE RISPONDENTI

grado

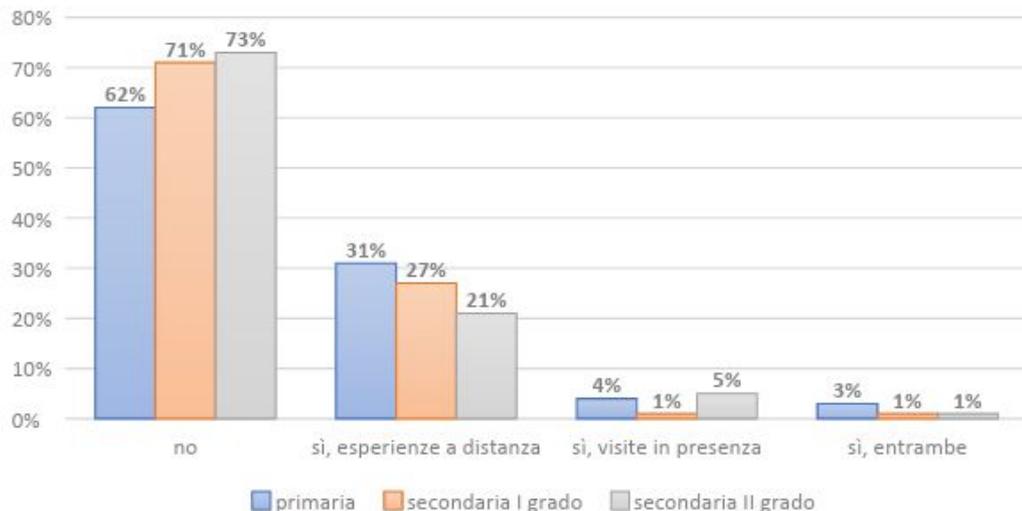


anzianità d'insegnamento



Focus visite a distanza | esperienze svolte | dati

DURANTE QUESTO ANNO SCOLASTICO 2020-2021 HAI SVOLTO CON LE TUE CLASSI VISITE DIDATTICHE O ESPERIENZE DI VISITA ONLINE?



Focus visite a distanza | esperienze svolte | analisi

Mediamente il 30% delle/dei docenti per ogni grado scolastico ha svolto visite online.

Dato positivo che ci comunica la reattività delle/dei docenti a recepire le novità*

Le tipologie di attività svolte si suddividono in tre macrocategorie:

1. esperienze sincrone di visita/incontro/approfondimento con operatore su piattaforme di videochiamata
2. laboratori online durante i quali ragazze e ragazzi sono stati chiamati a svolgere attivamente l'attività proposta
3. fruizione asincrona di contenuti online

* l'80% delle realtà culturali ha prodotto contenuti di visita online solo a seguito della pandemia. Fonte: Extended Experience: la sfida per l'ecosistema culturale, Osservatorio Innovazione Digitale nei Beni e Attività Culturali, PoliMi, maggio 2021

Focus visite a distanza | feedback | dati

ASPETTI POSITIVI E NEGATIVI RISCONTRATI NELLA FRUIZIONE DELLE VISITE A DISTANZA

POSITIVI

- attività diverse da quelle che svolgiamo attraverso normale didattica
- possiamo raggiungere posti molto lontani
- non ci sono costi di trasporto quindi è possibile svolgere più esperienze

NEGATIVI

- ragazze e ragazzi vengono coinvolti poco
- difficoltà a tenere alta l'attenzione dei ragazzi

CONSIGLI DI MIGLIORAMENTO

- garantire **maggior coinvolgimento** e interattività
- **integrare le proposte** a distanza e in presenza
- dare alle/ai docenti la possibilità di prepararsi prima dell'esperienza con una **scaletta dei contenuti/schede**
- affrontare **tematiche vicine** ai temi che viviamo (ed. civica)

Focus visite a distanza | feedback | analisi

Le attività a distanza nell'a.s. 20-21 sono state per la maggior parte incontri online su piattaforme di videoconferenza con operatori/operatrici didattici/culturali che mostravano video e materiali in .ppt

- segnalazione da parte della maggioranza delle/dei docenti dello scarso coinvolgimento delle/degli studenti
- invito a proporre attività interattive come quiz, giochi, interazione diretta del pubblico

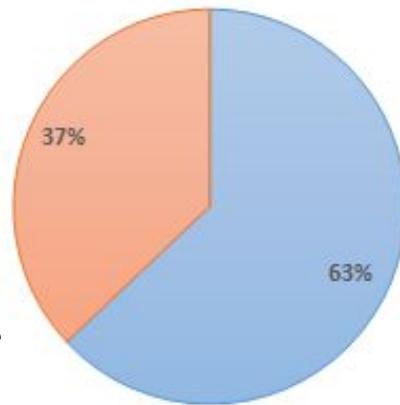
Focus visite a distanza | percezione attività online | dati

QUESTI DUE ANNI DI EMERGENZA HANNO CAMBIATO LA PERCEZIONE DELL'UTILITÀ DELLE ESPERIENZE ONLINE PER LA DIDATTICA?

Il rimanente **37%** ritiene le esperienze di visita online meno significative rispetto a quelle in presenza e non vorranno prevedere questo tipo di attività.

Perché?

- Per la tipologia di attività online svolte
- Per il desiderio di tornare alle visite in presenza



■ sì ■ no

Il **63%** delle/dei docenti attribuisce alle visite online un alto valore formativo e prevede di integrare le proposte in presenza con quelle a distanza.

Dida_ON. Esperienze online per le scuole | il concept

Dida_ON è una soluzione digital gamificata costruita sulle esigenze specifiche di realtà museali che offrono laboratori, visite e attività didattiche a scuole e gruppi.

Nato da Bandusia e Melazeta, Gruppo La Fabbrica, è lo strumento per ampliare l'esperienza museale da remoto o in presenza.



Dida_ON | modalità di fruizione e accessi

La soluzione consente di organizzare e gestire i laboratori in due modalità:

- **Sincrona con operatore:** il museo pianifica l'attività, inserisce i riferimenti mail di operatore e docente e ad entrambi vengono inviati remainder contenenti link di accesso alla piattaforma. Il docente può gestire in classe su LIM in presenza oppure fornire ai propri studenti un codice di accesso al laboratorio.
- **Asincrona:** il docente è autonomo nell'accedere al laboratorio in cui ha a disposizione tutti gli strumenti e può decidere la sequenzialità e le modalità di accesso da parte degli studenti.

Dida_ON prevede tre tipologie di accessi:

- accesso operatore museale
- accesso docente
- un accesso per ciascun studente

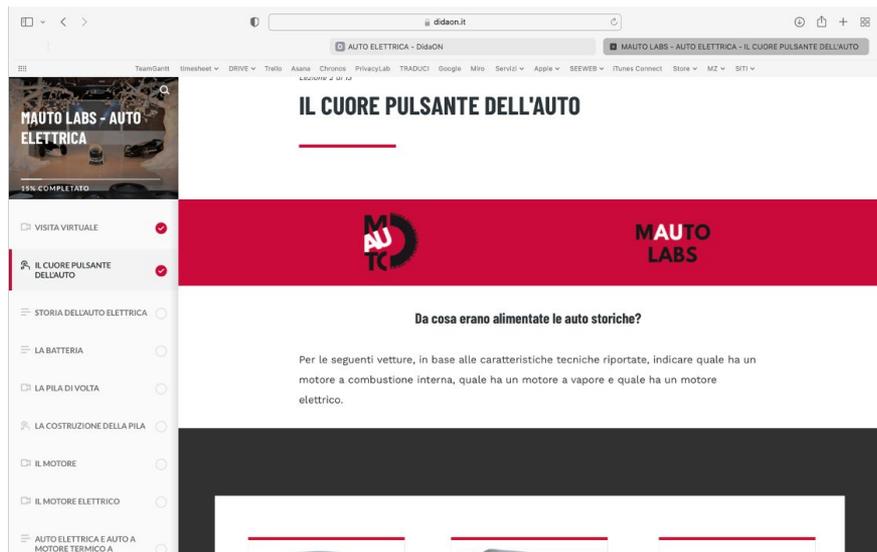


ESEMPIO DI LABORATORIO "L'auto elettrica"
MUSEO DELL'AUTO DI TORINO

Dida_ON | contenuti | format del percorso

I laboratori sono costruiti sul format di contenuto testato e validato con gli studenti costituito da:

- introduzione al museo (testo, foto e video)
- introduzione alla tematica (testo, foto e video)
- attività interattive e giochi
- quiz finale
- conclusioni



ESEMPIO DI LABORATORIO "L'auto elettrica"
MUSEO DELL'AUTO DI TORINO

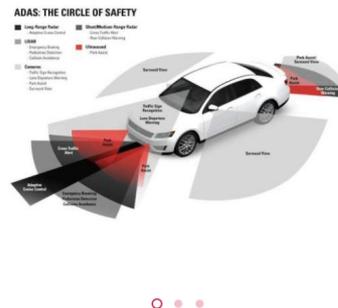
Dida_ON | contenuti | elementi interattivi

Il format può essere arricchito da interazioni quali:

- accordion
- tabs
- immagini cliccabili
- slideshow
- scenari con dialogo di personaggi
- esercizio di sorting
- timeline
- flashcard



Il nostro mBot è una sorta di auto in miniatura: i sensori lo aiutano infatti a esplorare l'ambiente circostante.



ESEMPIO DI LABORATORIO "L'auto elettrica"
MUSEO DELL'AUTO DI TORINO

Dida_ON | contenuti | dinamiche di gamification

Altre dinamiche di coinvolgimento degli studenti sono i giochi, realizzati a partire da meccaniche consolidate quali:

- CRUCIVERBA
- ACCOPPIA LE IMMAGINI
- PUZZLE
- TIMELINE

Dida_ON permette inoltre di integrare al percorso:

- video 360°
- serious game sviluppati ad hoc



Quale codice tra quelli mostrati è corretto?

Risposta A

Risposta B

ESEMPIO DI LABORATORIO "L'auto elettrica"
MUSEO DELL'AUTO DI TORINO

Dida_ON | piattaforma | monitoraggio della/del docente

Il docente/ tutor avrà, per ogni studente che avrà avuto accesso alla piattaforma, un report dettagliato dell'attività svolta

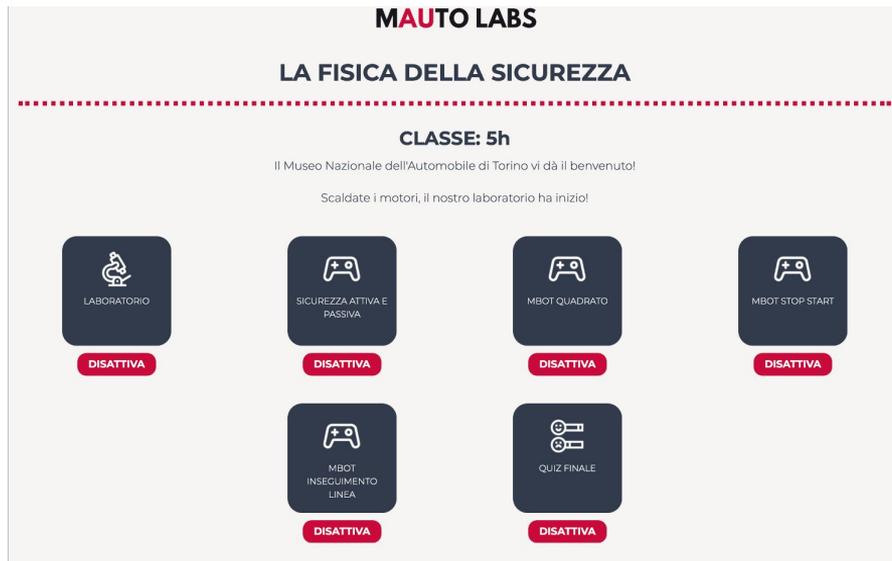
- superamento attività
- numero di tentativi
- durata della permanenza

CLASSE: 3Z						
Il Museo Nazionale dell'Automobile di Torino vi dà il benvenuto!						
Scaldate i motori, il nostro laboratorio ha inizio!						
Codice	Nickname	Risultati				
		Contenuto	Completato	Tentativi	Errori	Tempo
8ENC01	studente	Efficienza energetica	✓ SI	11	2	00:39
A8SU02	studente	Lo studente non ha ancora completato nessun contenuto				
2VLR03	studente	Lo studente non ha ancora completato nessun contenuto				
3WR604	studente	Lo studente non ha ancora completato nessun contenuto				

Dida_ON | piattaforma | funzioni della/del docente

La dashboard a disposizione del docente è di immediato utilizzo.

Il docente potrà attivare e/o disattivare le diverse fasi del laboratorio. Attraverso il pulsante di attivazione queste verranno condivise sull'equivalente dashboard studente.



ESEMPIO DI LABORATORIO "L'auto elettrica"
MUSEO DELL'AUTO DI TORINO

Considerazioni finali | aspetti salienti ricerca

In conclusione per quanto riguarda le visite a distanza è emerso che:

1. le/i **docenti sono pronti** a svolgere con le proprie classi attività di visita online
2. è indispensabile proporre attività di visita online che prevedano una parte di **interazione diretta** di studentesse e studenti attraverso giochi, quiz, dinamiche di gamification
3. le/i docenti leggono le proposte di visita online come **integrazioni delle visite in presenza**, c'è quindi la possibilità di creare una nuova linea di business legata al digitale e svincolata da variabili di tempo (alta/bassa stagione) e geografiche (distanza della scuola)



Considerazioni finali | vantaggi garantiti da *Dida_ON*



- Allarga il bacino di utenti
- Fa da traino alla visita in presenza
- Moltiplica i touch point con le scuole
- Crea una nuova linea di business legata al digitale
- Destagionalizza le presenze scolastiche



- Si adatta alle necessità di realtà culturali e scuole
- Coinvolge le studentesse e gli studenti e li rende partecipi e protagonisti dell'esperienza
- Permette alle/ai docenti di avere uno strumento di approfondimento degli argomenti trattati innovativo e funzionale

Grazie per
l'attenzione

Lara Oliveti
CEO Melazeta
3482805145
lara@melazeta.it

Valentina Marasco
Sales Account Bandusia
3249003235
v.marasco@didatour.it