



Guida per i formatori



Cofinanziato
dall'Unione europea

CREative Media Lab – Guida per i formatori

Indice

Introduzione

4. Il mondo CREMEL. Gli obiettivi del CREative Media Lab
5. Partenariato strategico e contesto europeo
6. Nuovi media, comunicazione digitale ed editoria in Europa
6. Il settore culturale e creativo in Europa

La piattaforma di formazione CREMEL

8. Un'Accademia Internazionale Digitale per operatori e professionisti delle ICC
9. Corsi e-learning e strumenti di formazione digitale

L'esperienza formativa degli studenti CREMEL

Racconti da Lettonia, Italia, Polonia e Croazia

15. Istruzione
19. Comunicazione
21. Marketing digitale
23. Cultura

Valutazione e Upscaling

31. Condivisione di buone pratiche da parte di operatori e professionisti delle industrie culturali e creative europei
32. Raccomandazioni per il futuro di CREMEL

INTRODUZIONE



Introduzione

1.1 Il Mondo CREMEL. Gli obiettivi del CREative Media Lab

CreMeL – Creative Media Lab è un programma di e-learning gratuito aperto a professionisti e operatori che lavorano nel campo dell'industria culturale e creativa (ICC) circa l'utilizzo dei nuovi media, comunicazione digitale ed editoria.

Il progetto CREMEL combina lo sviluppo di nuovi strumenti digitali con materiale formativo open-source per aiutare il maggior numero possibile di operatori e professionisti delle ICC in aree lontane e rurali, sviluppando competenze digitali per adeguarsi alla nuova trasformazione digitale.

Fin dall'inizio del 2021, CREMEL è stato impiegato per:

- Creare un pool di competenze (sia conoscenze che strumenti) nel campo dei nuovi media, formare operatori delle ICC (organizzazioni pubbliche, private e non governative di supporto alle imprese) operanti in aree remote e rurali;
- Focalizzare l'attenzione sui seguenti "pilastri della conoscenza" per il miglioramento delle competenze digitali e tecnologiche: editoria digitale; comunicazione, marketing e pianificazione di contenuti; nuovi media, social networks e nuove tecnologie; competenze creative: branding, progettazione visiva, audiovisiva; e-learning;
- Incoraggiare una strategia di sviluppo culturale dal basso per la circolazione delle competenze digitali e per attività di formazione interattiva nel contesto europeo;
- Creare capitale creativo e conoscenza, che possa attrarre risorse e aumentare il valore delle imprese culturali e creative e le loro iniziative, attraverso strumenti innovativi e multimediali.

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni espresse appartengono, tuttavia, al solo o ai soli autori e non riflettono necessariamente le opinioni dell'Unione europea o dell'Agenzia esecutiva europea per l'istruzione e la cultura (EACEA). Né l'Unione europea né l'EACEA possono esserne ritenute responsabili.

Il progetto è co-finanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione Europea (Erasmus+ KA2 Strategic Partnership Project No 2021-1-LV01-KA220-ADU-000026049).



La guida per formatori di Cremel è pubblicata secondo la licenza internazionale Creative Commons 4.0

1.2 Partenariato strategico e contesto europeo

Il partenariato conta sei diversi partner provenienti da cinque diversi paesi dell'UE:

Creative Ideas – Lettonia _ (<https://www.creativeideas.lv/en/>), partner coordinatore, è un'organizzazione non governativa che offre educazione informale, opportunità di formazione e mentoring a gruppi di diversi profili: adulti, giovani, anziani, migranti, bambini. È responsabile del coordinamento e della gestione del progetto CREMEL e del programma di formazione. Creative Ideas ha implementato il percorso formativo per gli utenti lettoni.

Krill Studio – Italia_ (<https://krillstudio.it/>), è una rete di professionisti della comunicazione, che si occupa di content marketing, design, servizi di tecnologia e strategia digitale. È responsabile del design e dell'implementazione della piattaforma di e-learning CREMEL nonché dello sviluppo di contenuti di formazione digitale. Krill Studio ha lavorato ai percorsi di formazione CREMEL per gli utenti italiani.

Tree Agency – Estonia_ (<https://treeagency.eu/>), è un'agenzia digitale che attua strategie di comunicazione per supportare e sviluppare progetti di utilità sociale. Tree progetta e produce identità visive, contenuti multimediali, spot televisivi e campagne social per migliorare la comunicazione verso il mondo esterno e aiuta i progetti a fiorire. È responsabile dell'elaborazione di questa guida dedicata ai formatori delle ICC, della raccolta di casi studio del progetto CREMEL (sezione 3 di questa guida), così come del supporto ai partner di progetto, fornendo loro materiale multimediale, come infografiche e video.

Kielce Technology Park – Polonia _ (<https://www.technopark.kielce.pl/eng/home>), è un complesso di incubatori tecnologici con un incubatore logistico, un centro tecnologico, un centro di stampa 3D, un centro CNC, un giardino sperimentale di energia e un centro di scienza dell'energia con un cinema in cui vengono ospitati film, mostre, incontri e conferenze. KTP ha sviluppato contenuti didattici per il programma di formazione CREMEL per gli utenti polacchi.

Pins – Croazia _ (<https://www.pins-skrad.hr/english.php>), è una agenzia di sviluppo locale che raccoglie, elabora e supporta la realizzazione di idee imprenditoriali e programmi, sviluppando progetti con le PMI croate. Pins ha sviluppato contenuti didattici per il programma di formazione CREMEL per gli operatori culturali e creativi croati.

Distretto Puglia Creativa – Italia (<https://www.pugliacreativa.it/>), è una associazione che rappresenta più di 130 imprese culturali e creative pugliesi nel campo della cultura e della creatività, che promuove innovazione e internazionalizzazione per gli operatori culturali, diffonde buone pratiche e opportunità ed è mediatore nell'interazione tra il piano politico e le ICC. Puglia Creativa ha supportato i partner CREMEL nella elaborazione di strategie di coinvolgimento e ha contribuito all'elaborazione di contenuti didattici per gli utenti CREMEL italiani.

Il partenariato internazionale si fonda sulle conoscenze ed esperienze reciproche, nonché sull'esperienza delle pratiche migliori nei diversi contesti nazionali, per la futura circolazione e il trasferimento del know-how. Infatti, la piattaforma CREMEL garantisce sinergie a livello locale, nazionale ed europeo e crea un network informale di partner, formatori e professionisti delle imprese creative e culturali, i quali possono costantemente restare in contatto, facendo crescere la comunità virtuale CREMEL.

1.3 Nuovi media, comunicazione digitale ed editoria in Europa

Il programma di formazione, la piattaforma di e-learning e questa guida diventano i maggiori strumenti per progettare piani di comunicazione e media, per metterli facilmente in azione e sviluppare una offerta culturale più attrattiva per clienti e utenti. Gli operatori ed i professionisti culturali e creativi possono liberamente usarli per una migliore comunicazione del proprio brand, progetto o iniziative.

I contenuti di e-learning, offerti in cinque lingue diverse (croato, inglese, italiano, lettone, polacco), sul sito di CREMEL, sono focalizzati sui seguenti cinque campi di conoscenza, i cosiddetti "pilastri della conoscenza":

- > Editoria digitale
- > Comunicazione, marketing e pianificazione dei contenuti
- > Nuovi media, Social Networks e nuove tecnologie
- > Competenze creative: branding, progettazione visiva, audiovisivo
- > E-learning

1.4 Il settore dell'industria culturale e creativa in Europa

Le Industrie Culturali e Creative nei paesi europei hanno un ruolo strategico in termini di occupazione e per la loro impronta economica, perché incoraggiano l'innovazione dell'economia e danno il loro contributo per un impatto sociale positivo.

Tuttavia, tutto il settore e soprattutto le attività legate a un luogo fisico (musei, arti performative, musica dal vivo, festival, cinema, ecc...) sono state le più colpite dalle misure di distanziamento sociale dovute alla pandemia di Covid-19 (OECD, 2020), a causa della mancanza di strumenti digitali. Infatti, le industrie culturali e creative europee sono state tra le più duramente colpite dalla crisi pandemica, con posti di lavoro a rischio che vanno dallo 0.8 al 5.5% dell'occupazione nelle regioni OCSE.

Il target coinvolto in Lettonia, Italia, Croazia e Polonia evidenzia bisogni comuni, tra i quali la formazione dei professionisti e degli operatori, la riduzione del gap digitale nel campo delle ICC e il superamento dei limiti dovuti alla trasformazione digitale.

Tutto il materiale formativo, inclusa questa guida per i formatori delle ICC, è rivolto a persone che si occupano della comunicazione per teatri, gallerie d'arte, case editrici, etichette musicali, biblioteche, sale giochi per bambini, cinema, club per musica dal vivo, musei, centri bibliotecari e museali, centri ricreativi, centri culturali e qualsiasi attività riguardante il settore culturale e creativo.

LA PIATTAFORMA DI FORMAZIONE CREMEL



La piattaforma di formazione CREMEL

1. Un'Accademia Internazionale Digitale per operatori e professionisti delle ICC

L'Accademia CREMEL è stata progettata step by step dai partner, grazie ad un Team Academy Design che definisce gruppi specifici di target e contenuti sulla base dei pilastri della conoscenza relativi al settore culturale e creativo (SCC).

“Settore Culturale e Creativo” si riferisce a tutto il settore le cui attività sono basate su valori culturali e/o artistici e altre espressioni creative, sia che si tratti di attività orientate al mercato sia che non lo siano, indipendentemente dal tipo di struttura che le svolge e dalle modalità con cui viene finanziata. Il settore culturale e creativo comprende tra gli altri, architettura, archivi, biblioteche e musei, artigianato artistico, audiovisivo (inclusi film, televisione, videogames e multimedia), patrimonio culturale tangibile ed intangibile, design, festival, musica, letteratura, arti performative, editoria, radio e arte visiva.

Lavorando su gruppi di target specifici legati a diversi contesti nazionali, il Design Team ha individuato bisogni formativi comuni. In particolare, il pubblico specifico ha indirizzato lo sviluppo dei contenuti formativi, disponibili gratuitamente sulla piattaforma CREMEL.

I principali gruppi di target individuati:

- Istituzioni culturali come musei, biblioteche e archivi;
- Organizzazioni culturali (associazioni, ONG, industrie creative pubbliche o private, ecc...);
- Studenti di comunicazione e operatori delle ICC;
- Istituzioni educative e di formazione (scuola, educatori, insegnanti, ecc...);
- Utenti curiosi e appassionati dei temi trattati.

Nello specifico:

Le istituzioni culturali includono persone che rappresentano istituzioni di tutte le dimensioni e individui con diversi livelli di conoscenza circa la trasformazione digitale. La decisione di scegliere questo target si è basata sul riconoscimento di una mancanza di informazione e di risorse nei paesi coinvolti (Lettonia, Croazia, Polonia e Italia) circa la trasformazione digitale nel settore delle istituzioni culturali.

Le istituzioni culturali hanno grande potenziale, hanno offerte molto interessanti, dalle mostre agli spettacoli e tuttavia, a causa della mancanza di nozioni di marketing, non sono in grado di pubblicizzare le loro proposte, con la conseguenza di raggiungere un pubblico ridotto. Inoltre, il progetto CREMEL è una proposta ideale per le istituzioni culturali. Possono prendere parte a corsi di formazione gratuiti e acquisire importanti conoscenze sulle strategie di marketing da adottare.

Il campo di lavoro di musei, biblioteche e istituzioni educative ha le sue caratteristiche e i suoi requisiti specifici, che riflettono gli specifici bisogni formativi di questi professionisti. Chi lavora in queste aree ha bisogno di esempi pratici e lezioni il più semplici possibile, attraverso cui possano comprendere come la trasformazione digitale può effettivamente essere implementata nelle loro istituzioni e come loro stessi possono sfruttare la conoscenza acquisita nel loro lavoro quotidiano oltretutto trasmetterla.

La maggior parte delle persone provenienti dalle organizzazioni e istituzioni culturali era interessata principalmente alle sessioni di formazione dal vivo. Pertanto la formazione presentava un ampio numero di esempi, che hanno permesso di mostrare ai partecipanti il lavoro con la digitalizzazione in modo semplice, colmando il gap nella conoscenza e aiutandoli con il loro lavoro quotidiano. Per questo motivo, molti incontri si sono svolti in questa maniera. Prima di tutto, i partecipanti volevano apprendere come promuovere le loro istituzioni sui social media e sui loro siti web. Erano molto interessati all'argomento degli e-books, alla creazione e al valore che avrebbero dato alla loro organizzazione. I bisogni dei partecipanti includevano anche il completamento di esercizi, ritenendo le attività pratiche le più utili a raggiungere l'obiettivo prefissato.

Dall'altro lato, gli studenti di comunicazione e gli operatori delle ICC rappresentano un gruppo strategico che mette insieme chi già è un professionista e ha bisogno di formazione costante, e chi, come gli studenti e gli appassionati, vuole scoprire il mondo della trasformazione digitale.

Per entrambi i target group, i bisogni formativi puntano all'avere un contatto diretto con insegnanti che sono professionisti e lavorano ogni giorno in questo campo e sono in grado di creare contatti con il mondo reale di queste professioni.

Alla fine, numerosi dipendenti del sistema educativo hanno mostrato interesse nei confronti della formazione CREMEL, anche perché sono coinvolti in prima linea nella formazione di bambini e giovani. Molti di loro sono impegnati anche nella vita culturale delle loro comunità. Formazione e cultura sono strettamente connessi e pertanto è molto importante formare educatori ed insegnanti in grado di includere i bambini nella vita culturale delle comunità, sia come osservatori che come partecipanti ai vari eventi adatti alla loro età. È essenziale insegnare ai bambini l'importanza della cultura e della vita culturale fin dalla giovane età, nonché condividere con gli educatori e i lavoratori culturali nuovi ed inclusivi strumenti per il loro lavoro.

Possiamo quindi assumere definitivamente che il pubblico di CREMEL è diversificato ed ampio.

2. Corsi e-learning e strumenti di formazione digitale

Il materiale di formazione CREMEL, riferito ai cinque pilastri della conoscenza e ai destinatari dei diversi contesti nazionali, è diviso come segue in specifiche aree di competenza:

- a) Affrontare la trasformazione digitale;
- b) Fornire e condividere nuove conoscenze sulle strategie di marketing per una migliore e più attrattiva offerta culturale;
- c) Fornire suggerimenti e consigli per le strategie di comunicazione digitale nel SCC;
- d) Migliorare gli strumenti innovativi ed interattivi di istruzione/formazione.

Ogni argomento formativo ha caratteristiche differenti nei vari percorsi di formazione proposti ai differenti utenti.



CORSI E-LEARNING IN CROATO

Le principali caratteristiche della formazione CREMEL in Croazia, includono, in primo luogo, un piano formativo ampio realizzato in cooperazione con numerosi dipendenti dell'industria creativa e culturale. La formazione consta in cinque moduli, con 3 o 4 lezioni per ognuno, sotto forma di video lezioni in modo tale che sia disponibile per tutti nel momento in cui l'utente ritiene più comodo accedervi. Dopo ogni modulo, si tiene una lezione online su Zoom per discutere di quanto imparato e poter porre domande ai formatori. Ogni lezione include sia una parte teorica che una parte pratica. Il lavoro a casa è parte integrante di ogni lezione. Le abilità comunicative sono la chiave per trasmettere la conoscenza.

Sono stati presentati strumenti pratici e piattaforme utilizzate nei processi di trasformazione digitale, fornendo così ai partecipanti una comprensione pratica delle tecnologie e delle risorse disponibili. Questo ha permesso agli utenti di cercare e selezionare gli strumenti più appropriati ai loro bisogni specifici.

Il Design Team di CREMEL, all'inizio del progetto, ha visitato molti musei, biblioteche e teatri. Conversando con i dipendenti, sono arrivati alla conclusione che in Croazia c'è una generale mancanza di materiale relativo alla trasformazione digitale scritto in lingua croata e facilmente disponibile per essere scaricato e letto. Molti attori culturali (soprattutto quelli più adulti) non parlano bene in Inglese e non hanno capacità digitali altamente sviluppate. Per questa ragione, c'era necessità di creare un programma in lingua croata che fosse facile da comprendere ed accessibile a chiunque. Questa è anche la ragione per cui all'interno della piattaforma sono presenti programmi accessibili nelle diverse lingue europee.

Il programma di formazione in Croazia include i seguenti argomenti: comunicazione, marketing e pianificazione dei contenuti, editoria digitale, management dei nuovi media, management dei social networks e delle nuove tecnologie, competenze creative: branding, progettazione visiva, audiovisivo, e-learning.

Gli argomenti selezionati sono importanti nell'attuale contesto nazionale perché includono conoscenze e abilità di cui hanno bisogno tutti i dipendenti dell'industria culturale e creativa. Con grande sorpresa, anche il sistema formativo, influenzato dalla trasformazione digitale, ha mostrato grande interesse per questa formazione.

Questo tipo di contenuti formativi sarà disponibile per tutti anche dopo il progetto.

Link ai corsi: <https://www.cremel.eu/ld-groups/croatia-e-learning/>



CORSI E-LEARNING IN INGLESE

Il percorso formativo include argomenti rilevanti per un pubblico più ampio ed internazionale, sviluppando contenuti comunemente riconosciuti come interessanti per tutti i contesti dei paesi coinvolti nel progetto. È il più rilevante esempio di collaborazione e condivisione di conoscenza tra i partner e i loro team. I contenuti sono disponibili direttamente in inglese e le sessioni di formazione sono state registrate durante la settimana di formazione svolta in Croazia a luglio 2023 e dedicata agli iscritti in piattaforma.

I moduli sviluppati dal team di formazione CREMEL si occupano di: coinvolgimento del pubblico per l'arte e la cultura; strategie di marketing digitale creative ed efficaci; generazione digitale; E-learning; perfetto flusso di lavoro per produrre una perfetta comunicazione; podcasting per la cultura.

Link ai corsi: <https://www.cremel.eu/ld-groups/english-e-learning/>

■ ■ CORSI E-LEARNING IN ITALIANO

programma formativo in italiano è stato sviluppato interamente on-demand, in modo che gli utenti possono seguire le lezioni dove e quando vogliono.

I corsi registrati propongono lezioni tematiche accompagnate da slide e video che possano supportare la comprensione dei contenuti da parte degli studenti.

Il livello dei corsi si presta ad un pubblico ampio e rappresenta un eccellente percorso per principianti o studenti intermedi. Il linguaggio è semplice e comprensibile, ma senza limitare la capacità di aggiornamento. I corsi includono la possibilità di ottenere un certificato alla fine di ogni sessione di formazione e rappresentano un esempio di istruzione informale strettamente connesso con il reale mondo del lavoro e delle professioni, avendo un approccio teorico e pratico insieme: mostrano infatti anche molti strumenti del mestiere. La metodologia consiste in lezioni on-demand frontali e gli utenti possono avere contatti con gli insegnanti tramite messaggi privati.

L'idea è anche di considerare l'industria culturale e creativa come una sfera economica tout court, in cui dinamiche, obiettivi e criticità sono spesso simili a quelle degli altri soggetti economici. Tuttavia, detto questo, vorremmo sottolineare che la cultura non può essere equiparata a nessun altro bene di consumo o puro bene di comunicazione.

Ci sono 11 corsi programmati ed ognuno è formato da molte lezioni.

In sintesi, i temi selezionati riguardano: background teorico sulla comunicazione, gestione dei social media e creazione di contenuti, regole e flusso di lavoro in un team in comunicazione, contenuti strategici e strategie digitali, blogging e copywriting, podcasting, coinvolgimento del pubblico per l'arte e i musei, educazione ai media, ufficio stampa.

Questi argomenti coprono l'intero campo relativo alla comunicazione e pianificazione per le attività culturali. In questo modo, uno studente CREMEL avrà una visione panoramica dell'intero quadro della comunicazione per la cultura, per orientarsi e conoscerne tutti gli aspetti.

Il programma di formazione offerto è piuttosto innovativo in Italia; ci sono pochissimi esempi di formazione di questo tipo e, soprattutto, non esistono programmi di formazione strutturati in questo modo che siano gratuiti. Il programma ideato quindi rappresenta un esempio di assoluta qualità in Italia per la "comunicazione della cultura".

In Italia, infatti, il mondo della cultura e dell'arte ha un ruolo centrale e lo sarà ancora di più in futuro.

Link ai corsi: <https://www.cremel.eu/ld-groups/italian-e-learning/>

CORSI E-LEARNING IN LETTONE

Il programma CREMEL offre molte chiavi per migliorare la comprensione dei partecipanti in merito alla trasformazione digitale nel settore culturale. Le principali caratteristiche del programma CREMEL comprendevano un piano didattico completo, orientamento pratico, compiti a casa, design focalizzato sul cliente, trasformazione digitale sostenibile, gestione di progetti innovativi, competenze comunicative, strumenti pratici e piattaforme.

Il piano didattico ha previsto un approccio strutturato in 15 moduli che coprono vari aspetti della trasformazione digitale nel settore culturale. I partecipanti sono stati introdotti al concetto di trasformazione digitale ed al suo significato. Il programma è focalizzato su una comprensione pratica, offrendo ai partecipanti la possibilità di connettere il materiale del corso alle proprie esperienze personali. I compiti a casa approfondiscono ulteriormente la loro comprensione e l'applicazione dei concetti. Sono stati trattati argomenti come il design thinking, l'user experience, il design inclusivo, il design universale e l'accessibilità, per enfatizzare i principi della progettazione centrata sull'utente.

La trasformazione digitale sostenibile è stata affrontata sottolineando l'importanza di una pianificazione a lungo termine e di una implementazione responsabile. Il programma ha anche trattato la gestione di progetti innovativi all'interno del settore culturale, dotando i partecipanti di capacità per portare avanti con successo iniziative di trasformazione digitale. Le abilità di comunicazione sono state enfatizzate nei tre moduli che esplorano i diversi aspetti della comunicazione ed il suo significato nella trasformazione digitale. Questo approccio completo ha permesso ai partecipanti di comprendere pratiche e tecniche di comunicazione efficaci.

Sono stati presentati strumenti pratici e piattaforme usate nei processi di trasformazione digitale, fornendo ai partecipanti una comprensione pratica delle risorse e tecnologie disponibili. Questo ha consentito loro di esplorare e selezionare gli strumenti più appropriati ai loro specifici bisogni.

Complessivamente, il programma CREMEL ha offerto un approccio a tutto tondo sulla trasformazione digitale nel settore culturale nel contesto lettone.

Link ai corsi: <https://www.cremel.eu/ld-groups/latvia-e-learning/>

CORSI E-LEARNING IN POLACCO

Il punto forte delle sessioni di formazione polacche è rappresentato dagli incontri dal vivo, che sono stati registrati anche come podcast.

Gli studenti stessi hanno espresso preferenza per un approccio face-to-face. Questo format è utile alle istituzioni culturali che possono trarre il massimo beneficio dal progetto. CREMEL ha incluso diversi servizi di formazione come la pianificazione dei corsi, la trasformazione digitale sostenibile, la gestione di progetti innovativi, la comunicazione digitale, compiti a casa, piattaforme e strumenti necessari nei diversi “contesti istituzionali”, secondo un approccio di progettazione basato sul cliente. Durante i corsi di formazione, i partecipanti hanno imparato cosa effettivamente sia la trasformazione digitale.

Il piano dei corsi prevedeva quattro moduli formativi indirizzati al dipartimento culturale, in relazione alla trasformazione digitale: tecniche video, strategie di marketing digitale, editoria digitale, social media marketing, e-learning. Ogni modulo è diviso in molte lezioni. I dipendenti delle istituzioni culturali avevano materiale adatto alle proprie esperienze pratiche. I compiti assegnati per casa hanno aiutato a migliorare la comprensione del concetto di trasformazione digitale e hanno approfondito la conoscenza dei clienti. Il corso sulle strategie di marketing digitale, in particolare, ha mostrato perché una pianificazione a lungo termine e l’implementazione sono importanti per il lavoro all’interno delle istituzioni culturali.

Il progetto CREMEL prevedeva un’ampia gamma di servizi di formazione che ha permesso a ciascun praticante di acquisire una conoscenza completa della trasformazione digitale. Comprendendo le pratiche e le tecniche di comunicazione saranno in grado di innovare le istituzioni culturali in cui lavorano e la conoscenza acquisita aiuterà nella scelta degli strumenti ideali per sviluppare i propri progetti lavorativi. Il programma articolato in moduli, doterà i praticanti di nuove abilità relative alla trasformazione digitale, per intraprendere più facilmente le iniziative di trasformazione digitale. Il settore culturale a Świętokrzyskie Voivodeship, dopo la partecipazione al programma CREMEL, ha avuto l’opportunità di migliorare le sue competenze e portare la sua trasformazione digitale ad un livello più alto delle altre voivodati in Polonia.

Link ai corsi: <https://www.cremel.eu/ld-groups/poland-e-learning/>

L'ESPERIENZA FORMATIVA DEGLI STUDENTI CREMEL



Racconti da Lettonia, Italia, Polonia, Croazia

EDUCAZIONE

Silvia Capodivacca – Italia – Insegnante di filosofia di scuola secondaria superiore

Mi chiamo Silvia Capodivacca e vengo da Padova (Italia). Il mio percorso di formazione con CREMEL è iniziato quando ho incontrato delle difficoltà nello sviluppo di contenuti digitali. Ero solita creare materiale audiovisivo che condividevo con i miei studenti delle scuole superiori durante la pandemia di Covid19. Ho creato un canale YouTube su cui costantemente pubblicavo video lezioni e un sito web su cui caricavo podcast relativi a materiale visivo.

Per questo motivo ho deciso di partecipare al corso CREMEL sul podcasting che ho trovato interessante perché ho capito che è uno strumento più complesso di quello che immaginavo in precedenza e ho iniziato ad utilizzare le competenze digitali in modo migliore.

Penso che continuerò il mio percorso di formazione CREMEL anche perché sono co-curatrice di un festival di filosofia e mi piacerebbe frequentare un corso sul management degli eventi culturali. CREMEL è una piattaforma europea, una base internazionale su cui trovare contenuti per la scuola. Dopo la pandemia è stato chiaro a tutti il bisogno di una maggiore conoscenza degli strumenti digitali, sia per gli studenti che per gli insegnanti, per rendere più interessante l'apprendimento dei contenuti.

Cremel è FORMAZIONE PER TUTTI!

#CremelMakesCultureStronger

Martina Majetić – Croazia – Docente di fisica ed informatica

Mi chiamo Martina Majetić e lavoro come insegnante di fisica ed informatica in una scuola elementare. Lavoro part-time come bibliotecaria scolastica. Spesso partecipo ai progetti Erasmus e eTwinning.

Nel mio lavoro quotidiano, spesso incontro il bisogno di usare piattaforme digitali per l'apprendimento online, per l'apprendimento generale degli studenti o per registrare video.

La partecipazione a progetti eTwinning richiede la presentazione di contenuti video e lo svolgimento di videochiamate e scambi online. Per questo motivo, ho trovato utile ed interessante questo percorso di formazione. In particolare, la parte relativa alla registrazione di video di qualità e all'acquisto di alcune attrezzature adatte alle istituzioni scolastiche, che non implica necessariamente costi elevati per elaborare dei contenuti di qualità.

Inoltre, ho appreso come strutturare il design della biblioteca della scuola: come organizzare lo sfondo, quale camera usare, perché è importante prestare attenzione al suono. CREMEL mi ha aiutata concretamente!

Ho anche apprezzato le lezioni sul marketing digitale e l'importanza di usare i social media e la comunicazione. Il mondo oggi sta cambiando in questa direzione. Siamo molto più una società digitale che "dal vivo".

Cremel è UNICITÀ!!

#CremelMakesCultureStronger

Jolanta Świstak – Polonia – Impiegato di marketing teatrale e manager letterario

Ho scoperto il progetto CREMEL a teatro, nel momento in cui il Parco tecnologico di Kielce ha inviato informazioni alle istituzioni culturali di Kielce. L'ho trovato molto interessante per far fronte ad alcuni limiti che ho nel mio lavoro quotidiano.

Il più grande problema ed ostacolo nella mia istituzione, in termini di materiale promozionale e modo di lavorare, è la carenza di staff: ci sono due persone nel mio reparto che, oltre ad essere responsabili del marketing, svolgono molti altri progetti e attività. Di conseguenza, non abbiamo abbastanza tempo per imparare a conoscere questi strumenti né tempo per imparare da soli nozioni sul marketing digitale.

Un progetto come CREMEL ci aiuta ad approfondire la nostra conoscenza in questo campo. Abbiamo conosciuto nuovi strumenti da usare e, come risultato della frequenza del workshop, siamo in grado di utilizzare i diversi strumenti proposti. In questo modo, abbiamo implementato significativamente la portata promozionale delle nostre attività. Noi ci occupiamo di cose diverse, non solo performances tradizionali di teatro, ma anche raccolta fondi per diversi progetti educativi e artistici. Noi abbiamo anche un festival per bambini e giovani, che si tiene durante il periodo delle vacanze, e abbiamo quindi necessità di promuovere un evento che non è solo regionale ma ha portata nazionale ed internazionale. I turisti vengono a farci visita, vengono agli eventi del festival. Il tipo di attività formative proposte da CREMEL, ha reso più facile per noi ampliare il pubblico dei nostri eventi.

Per quanto riguarda la comunicazione e qualche nuovo aspetto che vorrei esplorare, ci sono sicuramente i podcast e le produzioni cinematografiche.

Cremel è SVILUPPO!

#CremelMakesCultureStronger

Arta Rozīte - Lettonia - "Servizi e Offerte per i residenti locali – un esempio delle biblioteche del Distretto di Sigulda"

La biblioteca del distretto di Sigulda, con le sue 12 filiali, funge da centro culturale e di conoscenza per gli abitanti del distretto. Queste biblioteche non sono solo depositi di libri, ma spazi dinamici in cui le persone possono connettersi, imparare ed esplorare. Per assicurare l'accessibilità culturale, queste biblioteche collaborano con altre biblioteche lettoni per offrire un'ampia scelta di programmi educativi e interattivi. Per le famiglie con bambini, la biblioteca propone un ricco spazio per l'apprendimento e la creatività. Iniziative come "La volpe legge" e "La piccola scuola dei Gufi" introducono i più piccoli al mondo dei libri. I bambini più grandi possono partecipare a gare di lettura, concorsi creativi ed escape-room a tema letterario che favoriscono l'amore per la lettura e la conoscenza. Nella biblioteca anche gli adulti trovano un'offerta dedicata. Le serate di discussioni e racconti riuniscono le persone per condividere pensieri e incontrare personalità interessanti, dagli autori agli imprenditori. Questi eventi faccia a faccia favoriscono l'interazione sociale e una pausa dalla tecnologia.

Adattandosi ai tempi che cambiano, la biblioteca raggiunge il suo pubblico attraverso diversi canali di comunicazione, dai social media al sito web ai giornali locali. "Il mese digitale" permette alle persone di migliorare le proprie competenze digitali e di utilizzare i servizi elettronici. La biblioteca offre consulenze quotidiane sulle risorse digitali, tra cui ricerche di banche dati, prenotazioni di cataloghi e accesso agli e-book tramite 3td.lv.

La biblioteca distrettuale di Sigulda si impegna al massimo per soddisfare gli anziani e le persone con disabilità funzionali. In collaborazione con l'Associazione lettone delle comunità per anziani, promuove l'alfabetizzazione mediatica, la sicurezza online e i vantaggi del mondo digitale per gli anziani. La biblioteca fornisce anche audiolibri per gli utenti con difficoltà visive o percettive e offre una soluzione informatica per i residenti in aree remote. Permette di prendere e restituire i libri oltre l'orario normale, garantendo convenienza e flessibilità. I residenti possono richiedere i libri via e-mail o per telefono.

Durante l'estate, la biblioteca introduce il servizio "Biblioteca in bicicletta a Sigulda!", un successo tra i lettori attenti all'ambiente e quelli con mobilità limitata. I libri sono consegnati a casa dei residenti su una bicicletta appositamente progettata e il servizio include anche il ritiro dei libri. Il ruolo di bibliotecario in bicicletta è un'opportunità per gli studenti del programma di lavoro estivo per sperimentare il mondo della biblioteconomia, servendo la comunità. In sintesi, l'impegno della biblioteca distrettuale di Sigulda per programmi variegati, accessibili e innovativi evidenzia il suo ruolo di pilastro culturale ed educativo della comunità. Dal coltivare l'amore per la lettura nei bambini all'aiutare gli anziani nell'era digitale, la biblioteca risponde in modo efficace alle esigenze di un pubblico eterogeneo. Le iniziative del bookmobile e della Bicycle Library dimostrano l'impegno per l'inclusione e per la comodità per tutti i residenti.

Martina Tušek – Croazia – Insegnante di scuola elementare

Mi chiamo Martina Tušek, lavoro in una scuola elementare come insegnante. Nel mio lavoro spesso incontro bambini che hanno difficoltà nello sviluppo, e dopo aver completato molti corsi nel campo della psicologia, ho deciso di iniziare a scrivere un libro sulle storie terapeutiche per bambini. L'editoria digitale è uno degli argomenti della formazione CREMEL e per questa ragione, ho deciso di iscrivermi per aggiornare la mia conoscenza e le mie abilità. Per questo motivo l'editoria digitale mi ha interessata molto.

L'ostacolo più frequente che ho incontrato era la mancanza di competenze digitali tra gli altri collaboratori e soprattutto tra gli insegnanti, i quali non avevano sufficienti capacità di comunicazione o digitalizzazione, motivo per cui la formazione CREMEL è stata eccellente. Nel mio lavoro continuerò ad usare tutto quello che ho imparato con la formazione CREMEL perché mi ha fornito numerose opportunità, nuova conoscenza, abilità e mi offre nuovi incontri e collaborazioni con persone che hanno competenze nella comunicazione e nel digitale.

Cremel è CONOSCENZA!

#CremelMakesCultureStronger

Lilita Pudule – Lettonia – "Progetto Meanings del Museo nazionale dell'Arte lettone"

Il Museo Nazionale di Arte Lettone (LNMA) ha avviato "Meanings", un pionieristico programma di formazione da remoto su misura degli studenti. Inizialmente composto da 12 lezioni, "Meanings" è stato ampliato a 15 lezioni online in quattro musei d'arte, tra cui l'edificio principale del LNMA, il Museo d'Arte RIGA BOURSE, il Museo delle Arti Decorative e del Design e il Museo dei Romani Suta e Aleksandra Belcova.

Queste lezioni si rivolgono a gruppi di età diverse, aderendo al quadro lettone "Skola2030" e coinvolgendo gli studenti in esperienze di apprendimento significative.

"Meanings" è stato concepito come una offerta educativa digitale innovativa, progettata per attirare l'attenzione degli studenti ed essere in linea con le capacità tecnologiche dell'ambiente digitale. Non replica gli eventi in loco, ma offre invece un'opportunità unica di esplorare i processi artistici e di design, di scoprire il dietro le quinte del museo e di accedere a parti del museo tipicamente non accessibili ai visitatori, come i depositi delle collezioni.

Caratteristiche principali di "Meanings":

1. *Piattaforma Digitale Interattiva*: le lezioni sono tenute sulla piattaforma "Nearpod", accessibile online senza richiesta di registrazione. La comunicazione con i partecipanti è facilitata attraverso la piattaforma "Zoom", che offre discussioni di gruppo e rapida risoluzione dei problemi tecnici.
2. *Approfondimenti degli esperti*: "Meanings" arricchisce i suoi contenuti con video che vedono la partecipazione di oltre 30 professionisti, tra cui scenografi, artisti, curatori e personale del museo. Questo accesso dietro le quinte aggiunge profondità e contesto reale all'esperienza educativa.
3. *"Su misura" per le esigenze degli studenti*: il progetto si è sviluppato attraverso una vasta ricerca, che ha incluso indagini su studenti di diverse fasce d'età, individuando oltre 60 strumenti online. Sono stati selezionati gli strumenti più adeguati e facili da usare per garantire la soddisfazione delle esigenze specifiche degli studenti.
4. *Accessibilità*: "Meanings" garantisce l'inclusività fornendo informazioni dettagliate sul login, dizionari multilingue (lettone, inglese e russo) ed esercizi in classe che possono essere estesi oltre la lezione online. Gli insegnanti hanno la possibilità di offrire un feedback tramite questionari Google Forms.
5. *Continuità post-pandemia*: sebbene inizialmente fosse una risposta alla pandemia COVID-19, "Meanings" è proseguito anche dopo le restrizioni. Offre un'opportunità unica alle scuole che non possono organizzare visite di persona al museo, estendendo la sua azione alla diaspora lettone e agli studenti che studiano a casa.
6. *Inclusività*: "Meanings" accoglie gli studenti con disabilità motorie e percettive, stabilendo una collaborazione con gli insegnanti per soddisfare le loro esigenze specifiche.
7. *Sostenibilità*: il design di "Meanings" non si affida a tendenze transitorie, garantendo quindi la sua importanza per il prossimo futuro. Il contenuto rimane di qualità anche dopo la pandemia.

Il LNMA ha effettuato una forte campagna di comunicazione per lanciare "Meanings", che comprende messaggi dei media, social networks, seminari per insegnanti, pubblicità nei musei e sui principali siti scolastici. Il feedback dalle scuole è stato positivo, incoraggiando il successo continuo del programma. In conclusione, "Meanings" rappresenta una soluzione digitale esemplare per la didattica museale a distanza. Offre esperienze educative coinvolgenti, accessibili e inclusive per gli studenti, garantendo loro una connessione con il settore culturale e museale. Al di là della risposta iniziale alla pandemia, "Meanings" ha trovato un ruolo stabile come offerta educativa del LNMA, raggiungendo un pubblico più ampio e fornendo un'esperienza museale unica per gli anni a venire.

COMUNICAZIONE

Marco Capone – Italia – Studente di comunicazione/Operatore

Mi chiamo Marco Capone, vengo da Lecce e ho 25 anni. Sono uno studente di Storia dell'Arte all'università e lavoro come operatore della comunicazione per 34° Fuso, una associazione che si trova a Lecce e che si occupa di servizi culturali per l'engagement del pubblico. Sto seguendo il programma di formazione CREMEL per migliorare le mie abilità. Nel mio lavoro ho spesso affrontato alcune difficoltà, la più grande delle quali è la capacità di tradurre concretamente quello che hai da dire. Penso che la comunicazione sia un lavoro da fare con "equilibrio", come sono solito dire, perché devi sempre trovare un equilibrio tra la qualità del contenuto e l'informazione che vuoi trasmettere al tuo target. Sono venuto a conoscenza di CREMEL grazie all'ITS, l'Istituto di Comunicazione che sto frequentando, e credo proprio che sia un percorso formativo utile perché mi ha fornito suggerimenti e strumenti di lavoro pratici sulle strategie da adottare per avere un approccio comunicativo fluido.

Siamo in un mondo e in un ambiente in continua evoluzione e non possiamo considerare la comunicazione come uno strumento statico, infatti, affrontiamo ogni giorno l'evoluzione dei contesti, l'evoluzione dei media, l'evoluzione dei linguaggi di comunicazione. CREMEL mi ha dato una cassetta degli attrezzi concreta con le istruzioni giuste da usare nel mio lavoro. Attraverso CREMEL, mi piacerebbe approfondire l'approccio alla comunicazione inclusiva per le persone svantaggiate, ad esempio per la parità di genere.

CREMEL in una parola? Mi fa pensare alla "crema", a qualcosa di appetitoso.

Cremel è ATTRATTIVITÀ!

#CremelMakesCultureStronger

Gabriele Cruciata – Italia – Giornalista Investigativo

Mi chiamo Gabriele Cruciata, sono un giornalista e vivo a Roma. Lavoro in Italia e all'estero come reporter e formatore. Per CREMEL ho sviluppato una sessione di formazione sul Podcasting, uno degli strumenti più interessanti all'interno del reporting e della comunicazione culturale. Quattro episodi che spiegano come iniziare da un'idea fino alla distribuzione del prodotto audio finale pensato per il campo culturale, come musei, scuole ed altri centri culturali. Iniziando dall'idea digitale, è possibile costruire nel dettaglio un prodotto audio seriale che permetta alle persone di entrare in modo facile in contatto con il mondo della cultura. Tra le best practices sperimentate da CREMEL come gruppo di lavoro, c'è la formazione online e on demand, l'opportunità di creare una comunità di persone che ascoltano e imparano e l'opportunità di conoscersi tra formatori e allievi durante le attività di formazione face to face. Sono momenti molto utili e penso che dovremmo implementare la piattaforma CREMEL con strumenti digitali di interazione.

Cremel è INNOVAZIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Jakub Czaplarski – Polonia – Vicedirettore del Museo del Giocattolo

Mi chiamo Jakub Czaplarski. Ho conosciuto il progetto grazie a una lettera ricevuta dal Parco Tecnologico di Kielce e sono stato molto felice di parteciparvi.

Come operatori culturali e creativi, abbiamo grandi difficoltà nella gestione del museo. Non abbiamo un nostro fotografo né un nostro grafico, quindi due anni fa abbiamo deciso di affidare le attività di marketing a una società esterna. Noi, naturalmente, prepariamo il contenuto dei post, la programmazione e l'idea generale, mentre la società esterna si occupa della pubblicazione, oltre che dell'intera campagna pubblicitaria. È significativo per noi che prima di iniziare a lavorare insieme, la società abbia predisposto una strategia di marketing, attraverso cui abbiamo scoperto quali fossero i canali di informazione migliori per il nostro museo. Siamo rimasti sorpresi perché fino a quel momento avevamo usato i canali più noti come Facebook e Instagram. È emerso che, per quanto riguarda il Museo del Giocattolo e del Gioco, un canale informativo molto importante è la scheda aziendale di Google, dove da allora abbiamo cercato di caricare informazioni aggiornate sulla nostra offerta e sui nostri eventi. Più di altro, CREMEL ha attirato la mia attenzione sull'importanza delle attività di marketing per un'istituzione culturale, che si concentra soprattutto sul potenziale pubblico da raggiungere. Stiamo anche cercando di superare il fatto che il Museo del Giocattolo e del Gioco sia associato solo al pubblico più giovane. Stiamo cercando, infatti, attraverso attività di marketing, di attirare altre fasce d'età, come gli adulti e gli anziani.

Questo progetto offre una grande opportunità alle istituzioni culturali per raggiungere un pubblico potenziale più ampio.

Cremel è OPPORTUNITÀ!

#CremelMakesCultureStronger

Vladislavs Ivanovs – Lettonia – “Archivio della Città di Riga”

L'Archivio della città di Riga, ospitato nello stesso edificio del Museo della storia di Riga e della navigazione, ha adottato un approccio virtuoso alle mostre virtuali. Hanno creato una mostra virtuale dedicata all'Archivio della città di Riga, accessibile qui: <https://www.archiv.org.lv/rigaspilsetasarhivs>.

Questa mostra virtuale colma le lacune dell'accessibilità, offrendo approfondimenti sull'Archivio della città di Riga, un luogo che presenta notevoli sfide per le visite fisiche. Gli archivi sono aperti solo due giorni alla settimana e richiedono appuntamenti individuali, rendendo difficile per i visitatori programmare una visita. Inoltre, l'archivio si trova al 3° piano, con un'accessibilità limitata per le persone a mobilità ridotta che lo visitano. Nonostante queste sfide, gli archivi della città di Riga conservano una preziosa collezione del patrimonio documentario lettone, rendendo la mostra virtuale una risorsa vitale.

La mostra virtuale fornisce un approfondimento storico, offrendo informazioni sulla storia dell'archivio, sull'edificio e dettagli sulla collezione, con un focus sui documenti più significativi, affiancati da fotografie di alta qualità. Inoltre, presenta un tour virtuale integrato in 3D dei locali dell'archivio, che permette agli utenti di navigare negli spazi dell'archivio e di accedere a informazioni aggiuntive, rendendolo accessibile a un vasto pubblico. Oltre alla mostra virtuale, il sito web introduce anche un gioco di orientamento, “Più vicini all'archivio”, che potrebbe contribuire a promuovere l'archivio ad un pubblico più ampio.

Anche se lodevole, questa mostra virtuale ha margini di miglioramento. Il sito web è disponibile solo in lettone e questo ne limita la portata, e la mancanza di contenuti audio lo rende meno inclusivo per le persone ipovedenti. È necessario fornire spiegazioni pratiche durante la visita per rispondere alle domande dei visitatori. Il link dei feedback per la mostra potrebbe essere più accessibile e mancano informazioni sulla visita fisica all'archivio e questo lo rende meno user-friendly.

Nonostante queste carenze, questa mostra virtuale rappresenta uno step positivo verso la comunicazione digitale degli archivi lettone, promuovendo il patrimonio culturale e il consumo responsabile. I creatori, principalmente dell'archivio, hanno raggiunto un risultato lodevole nel colmare le lacune di accessibilità.

In sintesi, le istituzioni della memoria continuano ad adattarsi ai cambiamenti del panorama accogliendo le trasformazioni digitali e le mostre virtuali svolgono un ruolo importante nel rendere il patrimonio culturale più accessibile. La mostra virtuale dell'Archivio della città di Riga è un esempio significativo di questi sforzi, con un potenziale di ulteriore miglioramento e maggiore inclusione.

MARKETING DIGITALE

Mateusz Zapata – Polonia – Esperto in Marketing Communication

Mi chiamo Mateusz Zapata. Ho un background culturale? Indietro nel tempo, sì! Una delle mie lauree è in biblioteconomia, quindi lavoro con le biblioteche. Ho anche collaborato per molti eventi culturali. Ai tempi ero anche un insegnante universitario quindi sì, credo che questo sia il mio background culturale, ma ora lavoro principalmente come esperto di comunicazione e marketing presso una delle più grandi case editrici polacche incentrate sull'istruzione.

Mi sono impegnata con CREMEL perché ho pensato che questa fosse una grande opportunità per diffondere la conoscenza del marketing, della comunicazione e dei media digitali per le istituzioni culturali. Sono il principale insegnante dei corsi polacchi di CREMEL e li ho focalizzati principalmente nel campo dei media digitali e del marketing digitale. Naturalmente, ho un background nell'editoria digitale e nell'e-learning, quindi utilizzo le mie conoscenze per aiutare il progetto a coprire questi argomenti.

Penso che CREMEL sia un ottimo modo per condividere la conoscenza, condividere le informazioni con persone che forse non le hanno, o che ce l'hanno ma non sanno come usarla correttamente o come usarla su larga scala. Se dovessi cercare nuovi stakeholder per CREMEL, penso che dovrebbero essere soprattutto funzionari comunali, perché in Polonia le istituzioni culturali polacche dipendono dai funzionari comunali. Quindi un migliore coinvolgimento dei funzionari comunali sarà molto utile per il progetto CREMEL, per condividere le informazioni sul progetto e per condividere le informazioni sui media digitali e sull'uso dei media digitali nelle istituzioni culturali.

Condividere conoscenze, condividere esperienze, condividere idee!

Cremel è CONDIVISIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Eleonora Giammarini – Italia – Social Media Manager

Mi chiamo Eleonora Giammarini, ho 25 anni e vengo da Bari (Italia). Sono una studentessa di Ingegneria Gestionale presso l'Università di Bari. Da un anno sono parte del team organizzativo del Festival Musicale MUNDI nel Castello Normanno-Svevo di Sannicandro. Sono la Social Media Manager del Festival.

Cerco sempre approcci di comunicazione innovativi e accattivanti per il Festival e quando ho saputo di Cremel, grazie all'Open Day di Puglia Creativa, sono stata molto felice di prendere parte ad un percorso di formazione gratuito e online da frequentare on demand quando e dove voglio e di approfondire le mie conoscenze per migliorare il mio lavoro.

Nel lavoro culturale e creativo, come operatori CCS, dobbiamo affrontare ostacoli diversi e mutevoli correlati a diversi strumenti e piattaforme digitali che ci permettono di migliorare il nostro lavoro quotidiano. Soprattutto, gli utenti digitali possono accedere a una quantità infinita di informazioni, quindi la prima cosa che devo fare è catturare l'attenzione del pubblico e creare contenuti attraenti per gli utenti che, allo stesso tempo, devono essere coerenti con il tipo di comunicazione della piattaforma digitale sulla quale vengono pubblicati.

Un altro ostacolo da superare è quello di avere un piano di contenuti sempre aggiornato.

I corsi di Marketing di Cremel per la gestione degli eventi e di Copywriting mi hanno aiutata ad approfondire le mie conoscenze per pianificare correttamente i contenuti e per progettare quelli nuovi in modo più accattivante.

Cremel è NETWORKING!

#CremelMakesCultureStronger

Tomislav Lukić – Croazia– IT e Esperto di Marketing Digitale

Mi chiamo Tomislav Lukić. Sono del progetto Cremel, nel quale ho avuto il ruolo di formatore. Il mio background e il campo in cui lavoro sono in realtà legati all'IT e al marketing digitale, inoltre ho un master in economia nel settore del marketing. Ma gli affari mi hanno portato nel campo dell'informatica.

Il mio percorso lavorativo è direttamente collegato alle competenze digitali che sono generalmente necessarie a tutti e con le quali, insieme ai nostri clienti e partner, ma attraverso Cremel, aiutiamo a sviluppare progetti e business online in modo che possano essere espressi in modo creativo e attraverso video grafici nel mondo digitale. Per Cremel ho sviluppato due percorsi formativi sull'editoria digitale e sul marketing digitale, entrambi argomenti estremamente interessanti che sono competenze importanti da avere in futuro. Per quanto riguarda il marketing digitale e l'editoria, ho avuto l'impressione che le persone lo abbiano trovato estremamente interessante, come è stato interessante per me vedere quali domande si pongono le persone che frequentano il corso. Posso dire che è davvero un'esperienza di qualità.

Penso che la piattaforma Cremel abbia un approccio innovativo: la possibilità di accedere online, dove trovare formatori di diversi settori che, attraverso materiali video e dispense, offrono agli utenti che la frequentano non solo le conoscenze teoriche, ma anche la possibilità di rispondere ad alcune domande pratiche.

L'intero flusso della piattaforma e il modo in cui si svolge la formazione hanno una qualità molto elevata. La possibilità di porre domande ai formatori su problemi specifici e le risposte che le persone incontrano dopo aver testato queste conoscenze, rappresentano i punti salienti dell'intera piattaforma.

Ritengo che un progetto come Cremel abbia ottime opportunità di crescere e allargare la propria presenza e di aiutare le persone che decidono di usufruire dei corsi e di acquisire le competenze offerte da organizzazioni o cofinanziatori che potrebbero contribuire a portare Cremel a un altro livello. Probabilmente ci sono opportunità anche per il settore privato, che potrebbe occupare le persone che completano il percorso formativo in termini di potenziale impiego.

Le metodologie di approccio all'apprendimento e la padronanza del materiale sono, per me, i concetti più concreti. Credo che Cremel abbia colto nel segno! La piattaforma e il modo in cui le persone frequentano questi corsi sono eccellenti. Si ricollega a ciò che ho detto prima, ovvero che abbiamo video del materiale che le persone visualizzano, e abbiamo l'opportunità di parlare con i docenti o i formatori per rispondere a domande specifiche.

Cremel è MIGLIORARSI!

#CremelMakesCultureStronger

Barbara Kasprzyk-Dulewicz – Polonia – Curatrice del museo storico e responsabile del marketing

Sono Barbara Kasprzyk-Dulewicz. Come operatrice culturale e creativa, in termini di lavoro quotidiano, una delle nostre sfide più grandi è interagire in modo opportuno con il nostro pubblico. Cerchiamo di garantire che i contenuti che prepariamo non siano solo visivamente accattivanti ma anche informativi. Tuttavia, nonostante il nostro impegno, la risposta e il feedback che riceviamo non sono sempre del livello che ci piacerebbe. Il compito più importante per noi è stabilire il giusto rapporto con il nostro pubblico. Uno degli aspetti più importanti della formazione a cui ho avuto il piacere di partecipare è stato quello di sistematizzare la nostra conoscenza delle attività online e dei social media in generale e di adattare gli strumenti alle nostre esigenze. L'aspetto di gran lunga più sfidante, ma anche positivo, degli incontri CREMEL è stato quello delle persone. Soprattutto il nostro formatore, che oltre ad essere un esperto, è anche una persona che ci aiuterà sempre nei momenti di bisogno, a cui possiamo rivolgerci in caso di domande, ma che ha anche grandi idee per aiutarci a migliorare l'efficacia delle nostre attività. Per quel che riguarda i nostri suggerimenti o le nostre esigenze, credo che un enorme vantaggio del progetto sia la piattaforma a disposizione, dove possiamo esaminare il materiale di altri Paesi. Possiamo confrontare il nostro sistema di lavoro con altri sistemi di lavoro e sicuramente imparare da essi.

Cremel è INNOVAZIONE!

#CremelMakesCultureStronger

CULTURE

Rossella Tricarico – Italy – Coordinatrice Culturale e della Comunicazione

Sono Rossella Tricarico. Per 8 anni ho collaborato con il Centro Culturale Knoss a Lecce (Italia) come Coordinatrice e Manager della Comunicazione. Qualche mese fa ho iniziato un progetto per una libreria indipendente.

La promozione del progetto e del nuovo spazio è per me fondamentale. Inoltre, per il Centro Knoss ho sempre bisogno di un aggiornamento su argomenti importanti come il coinvolgimento del pubblico. Per questo è stato importante frequentare il corso di formazione Cremel in questa fase del mio lavoro. Grazie ai consigli e ai suggerimenti dei formatori Cremel, la nostra libreria è riuscita a raggiungere un pubblico più vasto in tutte le aree nazionali, superando la dimensione locale.

Frequentare un percorso formativo durante un progetto in corso è qualcosa di molto utile che aiuta a correggere gli errori di comunicazione e a reindirizzarli nel modo giusto, che è proprio quello che è successo alla nostra libreria.

Se immagino uno sviluppo di Cremel, in base alle mie esigenze, vorrei approfondire le mie conoscenze sull'Intelligenza Artificiale e sul suo impatto sulla comunicazione. Siamo già proiettati in un futuro prossimo in cui i nuovi strumenti digitali dovrebbero essere utilizzati in tutta la loro forza e potenzialità.

Cremel è EVOLUZIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Madara Didrihsone - Lettonia - "Esempi di trasformazione digitale negli archivi"

Sono particolarmente interessata alla trasformazione digitale degli archivi audiovisivi, dato il mio background nel cinema e il mio attuale ruolo presso l'Archivio di Stato lettone dei documenti audiovisivi. Il mio obiettivo è esplorare il modo in cui le istituzioni colmano il divario tra gli ampi materiali d'archivio e la domanda di contenuti audiovisivi da parte del pubblico. Questa sfida comporta due ostacoli principali: l'accessibilità dei formati audiovisivi non digitali e la presentazione dei materiali d'archivio. Nella mia ricerca di casi esemplari di trasformazione digitale, valuterò prima l'evoluzione digitale della mia istituzione e poi mi avventurerò in un territorio inesplorato per esplorare come altre istituzioni affrontano queste sfide. Il compito principale di ogni archivio è conservare i documenti e renderli accessibili al pubblico. I database digitali sono diventati il mezzo principale per raggiungere questa accessibilità. L'Archivio di Stato lettone dei documenti audiovisivi ha lanciato nel 2016 il suo database digitale aperto al pubblico, "See, Hear Latvia". Questa piattaforma online è uno strumento essenziale per gli archivisti, in quanto semplifica la navigazione e l'accesso a una vasta quantità di materiali audiovisivi. Questa trasformazione digitale è particolarmente vantaggiosa per gli archivi audiovisivi, in quanto ottimizza l'accessibilità del pubblico.

I fattori di successo di "See, Hear Latvia" comprendono:

1. **Ampia accessibilità:** "See, Hear Latvia" offre l'accesso a oltre 109.000 documenti, compresi i file digitali. Il database è disponibile a chiunque abbia una connessione a Internet, principalmente in Lettonia. L'accesso dall'estero può essere soggetto a misure più restrittive
2. **Opzioni di ricerca diversificate:** gli utenti possono effettuare ricerche per parole chiave e utilizzare filtri avanzati per vari tipi di documenti, come film, foto e documenti sonori. La possibilità di creare elenchi di selezione personalizzati migliora l'esperienza dell'utente.

3. *Interazione con l'utente: il database consente agli utenti di contattare l'archivio, ordinare copie, porre domande e lasciare commenti. Questa funzione favorisce un senso di coinvolgimento e di contributo collettivo.*

4. *Design intuitivo: i database possono essere complessi, invece "See, Hear Latvia" mantiene un design semplice, offrendo una semplice barra di ricerca e opzioni intuitive per filtrare ed esplorare i contenuti.*

Tuttavia, la piattaforma presenta problemi legati alla lingua e alla visibilità limitata. I metadati e le annotazioni sono disponibili solo in lettone, questo può costituire una barriera per chi non parla lettone. Inoltre, la sensibilizzazione alla piattaforma si è rivelata difficile a causa dei vincoli di budget. L'Archive Player dell'Irish Film Institute (IFI) è un ottimo esempio di trasformazione digitale. Lanciato nel 2016, ha come scopo quello di rendere il patrimonio audiovisivo irlandese accessibile a un pubblico globale. L'IFI Archive Player fornisce accesso gratuito ai contenuti, senza restrizioni geografiche e ha allargato la sua presenza su varie piattaforme, comprese le app per dispositivi mobili.

I fattori chiave che hanno contribuito al suo successo sono:

1. *Obiettivo definito in modo chiaro: l'obiettivo primario di IFI Archive Player è quello di condividere il patrimonio audiovisivo irlandese con un pubblico globale. Affronta con successo i vincoli geografici offrendo contenuti basati su livelli di accessibilità (disponibili in Irlanda, disponibili in tutto il mondo a pagamento e ad accesso libero per un pubblico globale).*

2. *Utilizzo di un formato familiare: l'interfaccia della piattaforma ricorda le piattaforme di streaming più diffuse, rendendo facile per gli utenti la navigazione e la fruizione dei contenuti.*

3. *Accessibilità multiplatforma: la disponibilità di applicazioni mobili e la compatibilità con diversi sistemi operativi garantiscono l'accessibilità a un vasto pubblico.*

4. *Design facile da usare: il design della piattaforma è intuitivo e offre percorsi semplici per accedere ai contenuti ed esplorare le collezioni curate. Gli utenti possono facilmente riprodurre i video, condividere i contenuti e accedere alle descrizioni.*

5. *Collaborazione efficace con gli sviluppatori: la collaborazione tra l'IFI e lo sviluppatore "Axonista" ha giocato un ruolo fondamentale nel successo del progetto, combinando competenze tecniche con una profonda comprensione dei contenuti.*

L'Archive Player IFI, tuttavia, non dispone di un supporto per i sottotitoli, che potrebbe migliorare l'esperienza per un pubblico più ampio. Inoltre, potrebbe beneficiare di descrizioni audio per una maggiore inclusività. Dopo aver esaminato questi due progetti di trasformazione digitale, è evidente che ciascuno di essi presenta punti di forza e di debolezza. "See, Hear Latvia" è eccellente nel fornire un ampio accesso ai materiali d'archivio e una sofisticata esperienza di ricerca. Dall'altro lato, l'Archive Player IFI brilla in termini di accessibilità e di semplicità d'uso.

Tania Mulc – Croazia – Pedagogista e Coach

Mi chiamo Tania Mulc, sono una pedagogista professionista associata in una piccola scuola di Gorski Kotar, la scuola primaria di Brod Moravice.

Nel mio lavoro, incontro diverse aree operative. In generale, l'educazione è un'area molto ampia e un segmento molto importante del lavoro e dell'educazione è, ovviamente, la cultura. Nel mio lavoro ho il privilegio di incontrare diversi esperti, diverse arti, diversi organizzatori che lavorano nel campo della cultura e di combinare insieme cultura e scuola, presentando diversi eventi culturali alle generazioni più giovani. Ho sentito parlare del programma Cremel attraverso l'Agenzia di sviluppo locale PINS, che poi mi ha messo in contatto con il programma. È così che sono diventata una delle formatrici.

Partecipando a questo programma, ho avuto l'opportunità, oltre ad unire quotidianamente scuola e cultura, di contribuire allo sviluppo della cultura con le mie conoscenze e la mia esperienza relative al campo della formazione e dell'educazione.

L'argomento con cui mi sono divertita in questo programma è l'e-educazione, cioè l'e-learning. L'e-learning, nell'attuale mondo digitale, è un'area molto importante dell'istruzione stessa e come tale, credo che possa diventare uno strumento molto importante e valido per connettere ancora di più la comunità e la cultura, vale a dire inserire la cultura nella nostra vita quotidiana, in modo diventi un membro a pieno titolo della nostra comunità.

Cremel è CONNESSIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Elisa Monsellato – Italia – Manager di progetti culturali

Mi chiamo Elisa Monsellato e sono una formatrice Cremel. Sono responsabile di progetti culturali e coordinatrice di "I come InPuglia". Da 10 anni lavoro per la mia organizzazione "34° Fuso", un'associazione di promozione sociale per l'accessibilità alla cultura. Lavoriamo sui processi di partecipazione e sul diritto alla cultura per tutti. Lavorare su processi di inclusione culturale significa lavorare per comunità inclusive. Ho contribuito al programma di formazione Cremel sviluppando una sessione di formazione sull'Audience Engagement rivolta principalmente alle piccole organizzazioni culturali e agli operatori culturali che intendono rafforzare le partnership con gli enti pubblici e raggiungere nuovi target (utenti/visitatori di beni e/o servizi). Nel mio background condiviso con il personale e gli studenti Cremel, ho portato con me l'esperienza di "Swapmuseum", premiata da Creative Europe come migliore pratica per un approccio alla cultura inclusiva per la vita delle istituzioni culturali. Ho anche condiviso la mia esperienza relativa al "Faro Agreement", uno step importante che dà una direzione alla sostenibilità sociale e culturale delle comunità.

La piattaforma Cremel è importante per chi si avvicina al lavoro culturale e inclusivo e per chi vuole implementare strategie di comunicazione per il coinvolgimento del pubblico.

Cremel è DIGITALE!

#CremelMakesCultureStronger

Agnieszka Walkowicz-Wesołowska – Polonia - Impiegata amministrativa e addetta al servizio clienti presso il centro botanico

Mi chiamo Agnieszka Walkowicz-Wesołowska, ho saputo del progetto dal mio datore di lavoro, che mi ha anche incoraggiato a partecipare per ampliare le mie conoscenze e acquisire nuove competenze nel campo del marketing.

Ogni giorno affrontiamo molti problemi legati alla promozione e al marketing, perché non c'è un dipendente che si dedichi solo a questo, ma questi compiti sono assegnati a persone diverse, il che richiede lo scambio di informazioni e anche il coordinamento delle attività. Inoltre, non abbiamo un budget dedicato a questo tipo di attività, quindi facciamo molte cose spontaneamente. Più di tutto, CREMEL ha messo a sistema le conoscenze e mostrato delle possibilità. Ho imparato a conoscere molti strumenti, soprattutto quelli ad accesso aperto, che mi aiuteranno a preparare cataloghi digitali e a creare opuscoli o inviti. Queste conoscenze saranno utili anche ai miei colleghi e mi aiuteranno a preparare cataloghi di piante o a presentare la storia del Giardino botanico in modo interessante. Per quanto riguarda le opportunità di formazione ovviamente siamo tutti interessati ad approfondire il nostro sapere e a conoscere gli strumenti moderni, oltre che a scambiare pratiche e a integrarci con la comunità culturale o creativa della nostra città in senso lato. Mi sembra che il progetto sia stato attuato in modo molto interessante, probabilmente sarebbe stato meglio realizzare più scambi di buone pratiche o di idee a costo zero perché questo è particolarmente prezioso nella nostra realtà. Penso che le relazioni siano molto importanti nel marketing digitale perché personalizzano il contatto e sono la chiave per stabilire in modo efficace un legame, per conoscere il tuo pubblico o il tuo cliente, e anche la relazione qui tra noi partecipanti al progetto, molto produttiva e amichevole.

Cremel è RELAZIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Arta Rozīte - Lettonia - Progetto biblioteca "Father's Third Son"

Il progetto della biblioteca "Father's Third Son" è un esempio di eccellente pratica digitale nelle istituzioni della memoria, che privilegia l'accessibilità culturale nelle aree rurali e per le persone con mobilità limitata. Questa iniziativa innovativa ha migliorato in modo significativo l'accesso alla cultura e alla conoscenza, diventando un modello di trasformazione digitale per le istituzioni della memoria.

Questo progetto si distingue per il suo approccio globale, che risponde alle esigenze fondamentali del pubblico di riferimento. Ha offerto con successo:

1. **Accesso a Internet di alta qualità:** riconoscendo che la connessione Internet stabile è essenziale per qualsiasi iniziativa digitale, il progetto ha portato una connessione stabile a 874 biblioteche, molte delle quali situate in regioni rurali. Questo ha posto le basi per diverse soluzioni digitali.
2. **Attrezzature informatiche moderne:** il progetto ha anche dotato queste biblioteche di moderne tecnologie informatiche. Si è trattato di un'azione pionieristica, in quanto in alcune comunità rurali questi computer spesso sono stati i primi e unici dispositivi connessi a Internet.
3. **Formazione per il personale della biblioteca:** riconoscendo che non tutti i membri del personale delle biblioteche sono esperti di tecnologia, il progetto ha investito nella formazione dei bibliotecari. Questo ha permesso loro di assistere i visitatori, in particolare gli anziani che spesso non sono esperti di tecnologia.
4. **Accesso gratuito ai libri digitali:** il progetto ha riconosciuto la crescente diffusione della lettura di libri online, diffusa sia tra i giovani che tra le generazioni più adulte.

Ha offerto agli utenti registrati una piattaforma gratuita per la lettura dei libri, rendendola una soluzione digitale di inestimabile valore per l'accessibilità culturale.

L'impatto di questo progetto è stato significativo. Ha favorito l'accessibilità digitale, la socializzazione e la formazione delle persone nelle regioni rurali e di quelle con mobilità limitata. Inoltre, la crescita del progetto è stata notevole: attualmente vanta un numero di lettori paragonabile alle più grandi biblioteche pubbliche del Paese. Si adatta a diverse preferenze di lettura, anche su smartphone, e offre persino funzioni per le persone con problemi di vista.

Il nome del progetto, "Father's Third Son", riflette il suo messaggio profondo: risorse apparentemente trascurate o sottovalutate possono racchiudere un incredibile potenziale. Questa antica storia indica la saggezza nel riconoscere il valore al di là delle apparenze immediate. Nel contesto del progetto, simboleggia il potenziale nascosto della biblioteca come centro di comunicazione, integrazione sociale e sviluppo.

In conclusione, il progetto bibliotecario "Father's Third Son" ha fissato uno standard elevato per le istituzioni della memoria che mirano a fornire accessibilità culturale, soprattutto nelle aree rurali. Ha distrutto gli stereotipi sulle biblioteche, mostrandole come centri di informazione, conoscenza e innovazione. Il successo di questo progetto dimostra il potenziale delle grandi soluzioni digitali nelle istituzioni della memoria, un percorso che altre istituzioni, compresi i musei, possono aspirare a seguire.

Ivan Podnar – Croazia – Insegnante di storia

Mi chiamo Ivan Podnar, lavoro in una scuola elementare a Delnice. Insegno storia e lavoro con i bambini. Spesso faccio volontariato nei musei, come il Museo d'arte moderna e contemporanea. Per il museo mi occupo principalmente di comunicazione. Ciò che è estremamente importante è che si utilizzino anche i media contemporanei e moderni, per lavorare il più possibile sul coinvolgimento delle persone nell'interazione. La massima interazione possibile è la chiave di ogni successo, che è estremamente importante quando si coinvolgono molte persone nella cultura. Le attività culturali sono sempre più legate agli strumenti digitali e ai media digitali. Cremel è estremamente importante per l'inclusione di vari strumenti digitali, per la percezione e l'inclusione del visual design e di attività simili, che possono effettivamente migliorare l'interazione e la comunicazione con il pubblico. Ciò che è estremamente importante è che l'interazione e la comunicazione con il pubblico siano di un livello estremamente elevato.

Il museo, in quanto istituzione, usava mezzi di comunicazione molto tradizionali ed è necessario connetterlo ai mezzi di comunicazione moderni, come i media digitali e simili. Per questo motivo è estremamente importante che ogni istituzione di questo tipo abbia attrezzature informatiche estremamente valide.

Ciò che è importante quando si parla di musei è il visual design. In questo corso di formazione ho imparato molto sul visual design e su come possa essere utilizzato per attrezzare completamente lo spazio museale con metodi moderni.

Credo che la combinazione di tradizione e contemporaneità sia la chiave per realizzare questo tipo di attività. La cultura dovrebbe essere portata più vicino alle persone, e progetti come questo penso siano il futuro.

Cremel è COOPERAZIONE!

#CremelMakesCultureStronger

Ina Romāne - Lettonia - “Migliorare l’accesso culturale nelle aree rurali: Il caso studio di “Latvian Book 500””

L’accessibilità culturale nelle regioni rurali è spesso limitata da fattori quali vincoli finanziari, limiti di tempo e mancanza di mezzi di trasporto affidabili. Per affrontare questo problema, la Biblioteca nazionale della Lettonia ha introdotto “Latvian Book 500”, un’iniziativa digitale che celebra il 500° anniversario dell’industria editoriale lettone. Questo programma ha come scopo rendere accessibile la cultura offrendo una piattaforma facile da utilizzare (gramatai500.lv), ricca di risorse sull’editoria, storia, istruzione e sulla cultura lettone. Ecco come “Latvian Book 500” eccelle nel fornire un’esperienza positiva agli utenti e si allinea con vari obiettivi di sostenibilità:

1. *Design incentrato sull’uomo: il prodotto digitale dà la priorità all’utente, assicurando che sia diretto, informativo e attraente per un’ampia gamma di destinatari, dai tradizionalisti alla generazione alfa esperta di tecnologia. Non si rivolge esclusivamente alle tecnologie più recenti, rendendolo accessibile a utenti di ogni provenienza.*
2. *Utilizzabilità: la piattaforma è intuitiva e facile da usare. Guida chiaramente gli utenti che si avvicinano per la prima volta e offre un’interfaccia ben strutturata. Le sezioni chiave sono facilmente visibili e navigabili, consentendo agli utenti di accedere alle informazioni senza confusione.*
3. *Appeal visivo: il design della piattaforma utilizza schemi di colori moderni per evitare la monotonia spesso associata agli argomenti storici. È visivamente attraente per tutte le fasce d’età e mostra immagini storiche e contemporanee. Questo mix favorisce un legame personale con i contenuti.*
4. *Inclusività: il sito è progettato per essere accessibile a chiunque abbia un computer e una connessione a Internet, garantendo un’ampia fruibilità. Risponde ad esigenze emotive e razionale, promuovendo un design inclusivo.*
5. *Rilevanza: “Latvian Book 500” è molto rilevante nella vita culturale lettone e offre una piattaforma informativa con un design moderno e senza tempo.*
6. *Sostenibilità: questo prodotto digitale è sostenibile sia in termini di risorse che di benefici per la società. È un investimento a lungo termine, che offre informazioni, cultura, educazione ed esperienze nel rispetto degli obiettivi di sostenibilità.*
7. *Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite: “Latvian Book 500” contribuisce agli Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite migliorando l’accessibilità culturale, promuovendo l’istruzione e la diversità culturale. È coerente con l’obiettivo di preservare il patrimonio culturale e rafforzare la qualità della vita nelle regioni rurali.*

In sintesi, “Latvian Book 500” è un’iniziativa digitale esemplare che non solo rende accessibile la cultura, ma garantisce anche un’esperienza positiva per gli utenti. Rispondendo alle esigenze di diversi gruppi di utenti, offrendo una piattaforma visivamente accattivante e facile da navigare e contribuendo agli obiettivi di sostenibilità, fissa uno standard elevato per i progetti digitali volti a migliorare l’accesso culturale nelle aree rurali.

VALUTAZIONE E UPSCALING



Valutazione e Upscaling

4.1 Condivisione di buone pratiche da parte di operatori e professionisti delle industrie culturali e creative europee

Il progetto CREMEL aiuta concretamente gli operatori e i professionisti delle industrie culturali e creative fornendo loro strumenti digitali e nuove conoscenze, consigli e suggerimenti per migliorare il proprio lavoro e le proprie attività culturali o creative. Il prezioso punto di vista dello staff di CREMEL, dei formatori e dei corsisti, evidenziato durante le attività di formazione, sia online che offline (durante i corsi di formazione transnazionali in Italia, nel luglio 2022, e in Croazia, nel luglio 2023), è importante per comprendere la prospettiva dell'iniziativa stessa e per migliorare l'offerta formativa per il futuro.

In questa sezione della guida, raccogliamo e condividiamo i punti di debolezza e di forza comuni che rappresentano un importante e interessante "spunto di riflessione" per lo sviluppo futuro della piattaforma.

Le idee di follow-up sono essenziali nella prospettiva di un approccio di apprendimento permanente rivolto agli operatori e ai professionisti delle ICC.

CREMEL è basato sui seguenti elementi:

INCLUSIVITÀ: i corsi di formazione hanno un approccio inclusivo in relazione agli argomenti sviluppati e alle strategie di comunicazione e coinvolgimento degli utenti, rivolti a target diversi e "imperfetti, vale a dire quelli reali e non la loro idealizzazione. I team di progettazione e formazione hanno lavorato insieme con l'obiettivo della "formazione e cultura per tutti".

FLESSIBILITÀ: i programmi di formazione, i contenuti e le strategie di coinvolgimento del pubblico cambiano in base alle esigenze e ai contesti culturali.

ALTA QUALITÀ: i contenuti e gli strumenti utilizzati in tutti i corsi hanno raggiunto elevati standard di qualità. Inoltre, i formatori e i docenti sono tutti esperti dei temi presentati e offrono punti di vista specifici e professionali, con applicazioni concrete delle conoscenze nel settore di riferimento.

ACCESSIBILITÀ: i corsi di formazione sono online, sempre disponibili, in base alla disponibilità degli utenti. La piattaforma è accessibile a tutti, in ogni momento, con contenuti interessanti e utili per ridurre il divario digitale, accessibili anche in aree marginalizzate grazie alla piattaforma online.

CONCRETEZZA: c'è una forte connessione tra cultura e sfera educativa. La cultura non è conservata in un settore separato, ma è vista come qualcosa che può entrare nelle esperienze di vita e di crescita di ognuno di noi ogni giorno. Gli strumenti digitali per la cultura hanno portato avanti una missione educativa.

AUTO-MIGLIORAMENTO: i corsi on demand e online consentono agli utenti di sviluppare percorsi formativi autonomi e opportunità di auto-miglioramento.

CONNESSIONE: la piattaforma offre l'opportunità di comunicare e di tenersi in contatto con i docenti o i formatori, per rispondere a domande specifiche o risolvere dubbi durante la formazione.

IMPATTO: le strategie di coinvolgimento degli utenti hanno avuto un grande impatto a più livelli. Il pubblico coinvolto dal progetto ha raggiunto diversi utenti operativi:

- a livello locale, come per biblioteche, organizzazioni culturali, associazioni di promozione sociale, comuni, singoli utenti in formazione;
- a livello nazionale e internazionale, come musei nazionali, archivi nazionali, istituzioni culturali e centri culturali che hanno concretamente implementato i percorsi formativi CREMEL nei propri contesti e ambienti di lavoro, generando di conseguenza un impatto sul proprio pubblico distribuito in un'area molto ampia.

4.2 Raccomandazioni per il future di CREMEL

A luglio 2023, durante il corso di formazione CREMEL per i partecipanti in Croazia, si sono svolte interviste e focus group con i formatori e gli utenti dei percorsi CREMEL per raccogliere le migliori pratiche, messe in atto attraverso discussioni di gruppo nazionali, internazionali e trasversali.

Tra le altre cose, le attività di formazione non formale hanno facilitato la condivisione delle conoscenze. Gli stessi utenti della piattaforma hanno contribuito al miglioramento dei servizi e della comunità CREMEL.

Quattro argomenti frequenti rappresentano e riassumono le principali esigenze e i suggerimenti per l'implementazione della piattaforma, vale a dire:

1. Strumenti di interazione attraverso la piattaforma CREMEL;
2. Attività online e offline per gli utenti di CREMEL;
3. Strumenti di diffusione del progetto CREMEL;
4. Accessibilità ai contenuti di CREMEL.

Analizziamo ogni aspetto con i suggerimenti e le soluzioni proposte dai protagonisti di CREMEL e dai primi utenti della piattaforma:

1. Suggerimento: fornire agli utenti più strumenti e opportunità di interazione con la piattaforma e i suoi team di formazione.

Soluzioni:

Più opportunità di interazione con gli insegnanti online e offline e lezioni di CREMEL, come workshop, seminari, discussioni di gruppo faccia a faccia.

Un video introduttivo su YouTube che illustri tutte le funzionalità di CREMEL per un uso migliore e immediato della piattaforma

Creazione di una comunità digitale CREMEL con attività di interazione tra gli utenti della piattaforma per la condivisione di informazioni ed esperienze su argomenti specifici.

2. Suggerimento: fornire agli utenti più attività pratiche online e offline attraverso i canali CREMEL.

Soluzioni:

Raccolta di più casi di studio (video e presentazioni su ogni pilastro di conoscenza)

Creazione di esercizi interattivi con moduli di valutazione e più attività pratiche
Creazione di comunità con gruppi Facebook o Telegram

Nuovi Open day ed eventi dal vivo per la divulgazione e la diffusione dei contenuti

Creazione di una sezione sulla piattaforma in cui trovare stakeholder e supporto per la propria organizzazione culturale e creativa

Pensare a un leader della comunità per ogni attività pratica

Targettizzazione profonda del pubblico con informazioni più specifiche per conoscere meglio le esigenze degli utenti

3. Suggerimento: condividere le buone pratiche per la diffusione del progetto CREMEL da parte dei partecipanti (sia formatori che partecipanti) e rendere più forte l'impatto per dare la possibilità a un numero maggiore di utenti di trovare e sfruttare il programma gratuito.

Soluzioni:

Implementazione di un sistema di feedback condivisibile sui social network

Promozione di azioni per ottenere utenti per i canali social

Chiedere più direttamente agli utenti di utilizzare il canale social esistente per diffondere le funzioni

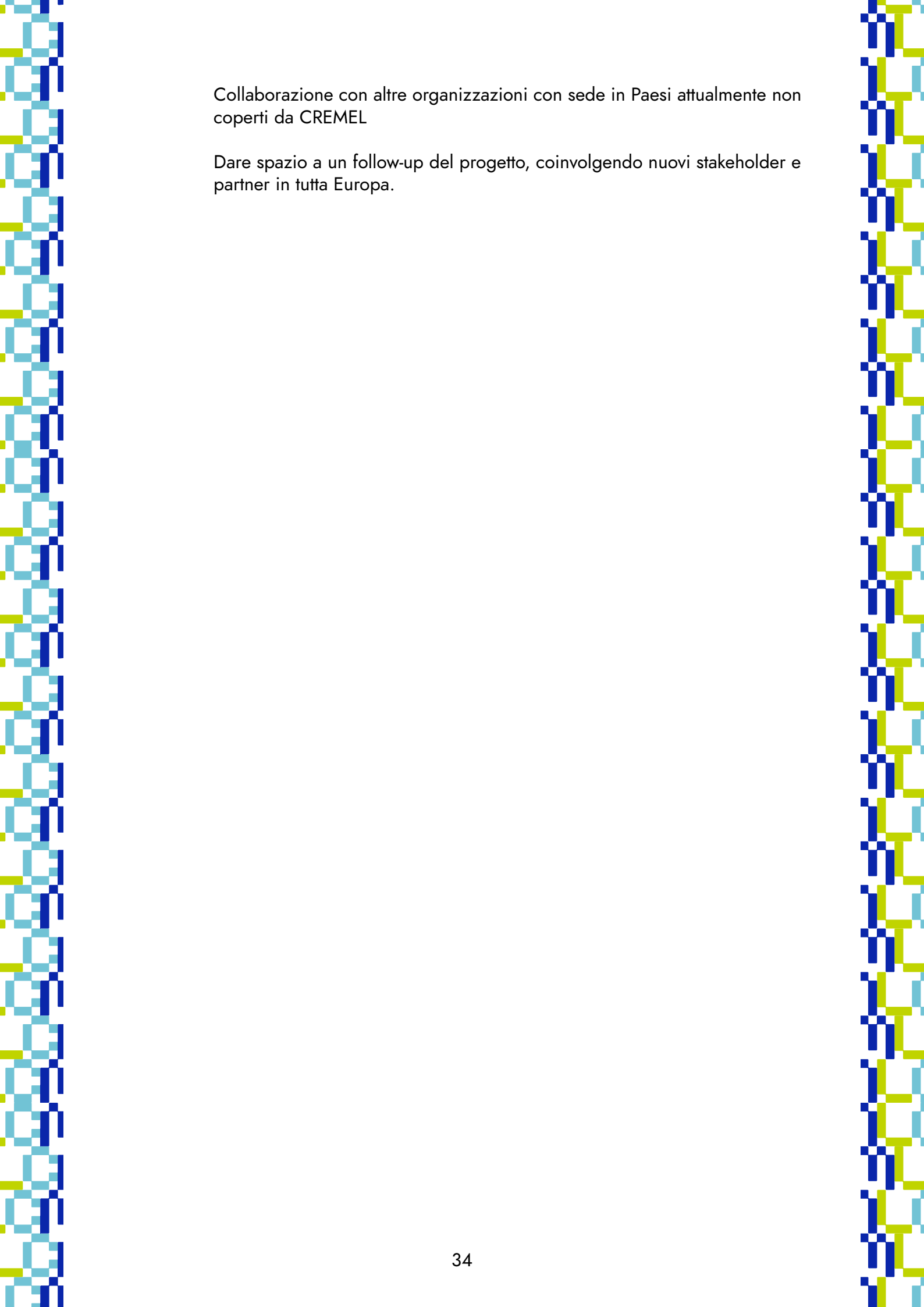
Sviluppo di una strategia adeguata per trasformare i primi utenti in ambasciatori CREMEL

Coinvolgere gli influencer

4. Suggerimento: rendere disponibili e accessibili i contenuti di CREMEL in altre lingue.

Soluzioni:

Sottotitoli in inglese per ogni lezione implementata nelle diverse lingue nazionali



Collaborazione con altre organizzazioni con sede in Paesi attualmente non coperti da CREMEL

Dare spazio a un follow-up del progetto, coinvolgendo nuovi stakeholder e partner in tutta Europa.

Un nostro speciale ringraziamento!

Grazie alle organizzazioni partner e al loro staff:



Creative Ideas – Lettonia (coordinatore)



Kielce Technological Park – Polonia



Krill Studio – Italia



Puglia Creativa – Italia



Pins – Croazia



Tree Agency – Estonia

Grazie al Team di Design, al Team di Formazione, a tutti gli esperti, formatori e docenti per la loro professionalità.

Grazie ai creatori di contenuti digitali, ai designers culturali, traduttori, amministrativi e tecnici e tutte le persone che hanno lavorato per rendere CREMEL reale e accessibile a tutti.

Grazie a tutti i partecipanti ai corsi ed agli utenti che hanno dato importanti feedback per migliorare e permettere una crescita alla piattaforma.

Grazie a tutti quelli che hanno dato un contributo per il design e l'implementazione del progetto e per aver condiviso le loro esperienze e competenze.

In ultimo, grazie alla Commissione Europea e all'Agenzia Nazionale Lettone che hanno finanziato il progetto e creduto nella nostra idea e nel nostro potenziale.

CREMEL MAKES CULTURE STRONGER!



Guida per i formatori



cremel.eu



Cofinanziato
dall'Unione europea