

**Interreg**  
Italia-Österreich  
**CROSSINNO**

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

# Project **CROSSINNO**

STRENGTHENING INNOVATION PROCESSES  
OF TRADITIONAL SMES WITH **CROSS-FERTILIZATION**  
ACTIONS ADDRESSED TO THE CREATIVE  
AND CULTURAL INDUSTRIES

Una sfida che punta in alto, come le vette delle Alpi.

È la sfida di CROSSINNO, il programma di cooperazione Interreg che vede assieme Italia ed Austria nella ricerca di strategie di sviluppo economico del territorio montano che uniscano i saperi delle piccole e medie imprese tradizionali all'innovazione dell'industria culturale e creativa.

Un progetto sostenuto da partner come Regione Friuli Venezia Giulia, Camera di Commercio di Treviso, Belluno e Dolomiti, Innovationservice für Salzburg e Provincia di Belluno.

# index



## 01

Project CROSSINNO	04
Strategic Relevance	06

## 02

Main Target Groups	09
--------------------	----

## 03

Local Action Plans	11
--------------------	----

*Wie die Gipfel der Alpen stecken wir unsere Ziele hoch.*

*Die Herausforderung von CROSSINNO, einem grenzüberschreitenden Kooperationsprogramm. Italien und Österreich forschen gemeinsam nach neuen Strategien der wirtschaftlichen Entwicklung in den Berggebieten und vereinen das Wissen traditionell kleiner und mittelständischer Betriebe mit der Innovation der Kultur- und Kreativindustrie.*

*Das Projekt wird von Partnern wie die Region Friaul Julisch Venetien, die Handelskammer von Treviso, Belluno und Dolomiten, des Innovationservice für Salzburg und der Provinz Belluno unterstützt.*



# Project CROSSINNO

STRENGTHENING INNOVATION PROCESSES  
OF TRADITIONAL SMES WITH **CROSS-FERTILIZATION**  
ACTIONS ADDRESSED TO THE CREATIVE  
AND CULTURAL INDUSTRIES

Le imprese delle Alpi sono spesso piccole e poco propense ad avviare processi di cambiamento importanti, oggi più che mai dettati dalle mutate esigenze dei clienti, dalla necessità di caratterizzarsi per il fatto di essere "montane" e dalla necessità di entrare nei mercati esteri in maniera nuova e convincente. Il cambiamento che viene chiesto a molte imprese non sta tanto nell'investire solo in nuove tecnologie, ma anche nel dare nuovi "significati" a quello che si produce e nell'avere più attenzione per gli utenti. Queste risposte si possono trovare da una parte avviando una efficace collaborazione con le industrie culturali e creative (digitali, multimediali, grafiche, professionisti della creatività, etc), dall'altra dalla valorizzazione all'interno del proprio modello di produzione e di business delle ricchezze culturali (musei, teatri, bande musicali, monumenti, fiere e tradizioni, etc) e naturali (le Dolomiti stesse, i parchi, le acque, etc) che caratterizzano l'ambiente in cui lavorano e producono.

Il progetto CROSSINNO intende rafforzare la qualità dei servizi offerti alle imprese per favorire questo tipo di processi innovativi: creare un circolo virtuoso tra imprese tradizionali del legno, dell'agro-food, del turismo, etc, industrie creative e culturali e "asset" culturali e naturali che possono diventare dei veri e propri "motori" di sviluppo e di impresa. CROSSINNO intende definire un modello di collaborazione per rafforzare questo circuito virtuoso.

*Die im Alpenbereich angesiedelten Unternehmen sind oft klein und abgeneigt wichtige Veränderungsprozesse einzuführen, die aber von den veränderten Bedürfnissen der Kunden und von der Notwendigkeit in überzeugender Weise in die internationalen Märkte einzutreten verlangt werden. Der Wechsel, der von manchen Unternehmen erforderlich ist, betrifft nicht nur die Unterstützung der Einführung von neuen Technologien, sondern auch die Anerkennung des Wertes der eigenen Produktion und eine bessere Aufmerksamkeit gegenüber den Kunden. Diese Lösungen können mit der Einleitung einer wirksamen Kooperation mit den kulturellen und kreativen Betrieben (digitale, multimediale, grafische, Fachleute der Kreativität, usw) und intern durch die Aufwertung des eigenen Produktionsmodell und der kulturellen (Museen, Theater, Musikanten, Monumenten, Festen und Traditionen, usw) und natürlichen (die Dolomiten, Naturparke, das Wasser, usw) Businessreichtümer, die das Gebiet kennzeichnen, gegeben werden.*

*Das Projekt CROSSINNO soll die Qualität der Dienstangebote für die Unternehmen steigern um diese Art von Innovationsprozessen zu unterstützen: einen positiven Kreislauf zwischen traditionellen Unternehmen der Branchen Holz-Ausstattung, Agrofood, Tourismus, usw, kreative und kulturelle Unternehmen und kulturelle und natürliche Anlagen, die tatsächliche Entwicklungs- und Unternehmungs-"Motoren" werden können. CROSSINNO wird ein Kooperationsmodell für die Verstärkung dieses positiven Kreislaufs ausarbeiten.*

## OBJECTIVE

Promote collaborative and innovative actions between traditional and creative smes by exploiting cultural heritage and mountain environment as assets and engines for growth

## 3 MAIN TARGET GROUPS

→    Traditional SMEs

→    Cultural and Creative Industries

→    Cultural/Natural assets



# Relevance and Strategy

Le imprese collocate nell'area alpina hanno spesso difficoltà ad avviare processi di innovazione che siano adeguati, sostenibili e che valorizzino la specificità dell'ambiente in cui si trovano. Inoltre, la loro collocazione in un ambiente montano è sia una ricchezza che un ostacolo e rende necessari approcci rispettosi dell'ambiente e in grado di superare barriere fisiche e tecnologiche.

Molto spesso per le imprese montane, l'innovazione richiesta non è quella tecnologica, ma può comprendere aspetti non tecnologici quali il design, l'orientamento ai bisogni del consumatore e la valorizzazione dello specifico in cui è inserita l'impresa caratterizzato da bellezze di carattere naturale e cultura che, se opportunamente incluse nel modello di business dell'impresa possono assicurare un vantaggio competitivo a un'innovazione di prodotto importante.

Il tessuto imprenditoriale alpino è anche caratterizzato dalla presenza di imprese creative e digitali di recente fondazione, spesso occupate da giovani con alte competenze professionali e con capacità di innovare notevoli. Queste imprese creative però non sono adeguatamente sfruttate e rischiano di dipendere da finanziamenti pubblici per poter sopravvivere.

*Die im Alpenbereich angesiedelten Unternehmen haben oft Schwierigkeiten Innovationsprozesse in Gang zu setzen, die geeignet und nachhaltig sind und die Besonderheit des Gebietes in dem sie sich befinden auswerten können. Ausserdem kann ihre Lage in einer Gebirgsgegend zugleich ein Mehrwert und ein Hindernis sein und umweltfreundliche Vorgehen benötigen, die physische und technologische Schranken überwinden sollen.*

*Für die Betriebe in Berggebieten handelt es sich sehr oft nicht nur um technologische Innovation sondern um Neuerungen, die das Design, die Ausrichtung auf die Bedürfnisse des Verbrauchers und die Aufwertung des besonderen betrieblichen Rahmen betreffen, damit die natürlichen und kulturellen Schönheiten im Businessmodell einbegriffen werden und einen kompetitiven Vorteil für eine besondere Produktinnovation ermöglichen können.*

*Das Bergunternehmensnetz umfasst auch vom kurzen gegründete kreative und digitale Betriebe, die oft Jugendliche mit hohen Fachkenntnissen und bedeutender Innovationsfähigkeit einbeziehen. Diese kreativen Betriebe sind aber nicht genügend ausgenutzt und ihr Überleben ist oft von den öffentlichen Finanzmitteln abhängig.*

Tenendo conto di queste caratteristiche, delle opportunità e dei limiti descritti sopra, il progetto CROSSINNO intende promuovere azioni di collaborazione tra imprese tradizionali e imprese creative, per favorire processi di innovazione e per sfruttare la peculiarità del territorio cui appartengono.

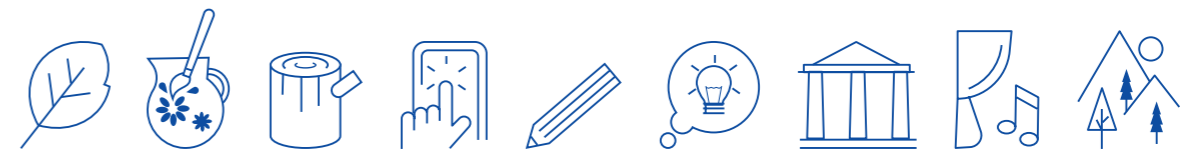
Inoltre, proprio per rafforzare il "proprium" dell'area alpina, il progetto intende collegare i processi di innovazione avviati alle ricchezze culturali tangibili e intangibili presenti nell'area, così da poter creare un circuito virtuoso che vede nell'ambiente, nella tradizione imprenditoriale e nelle nuove competenze creative un'opportunità per rafforzare l'impresa e per promuovere l'economia della montagna nel suo complesso.

*In Anbetracht dieser Eigenschaften, und der oben genannten Gelegenheiten und Beschränkungen wird das Projekt CROSSINNO Kooperationsaktionen zwischen traditionellen und kreativen Unternehmen fördern, um die Innovationsprozesse zu unterstützen und die Besonderheiten des Gebiets dem sie angehören auszunützen.*

*Übrigens, gerade um die besondere Einzelheit des Alpenbereichs zu verstärken, wird das Projekt die eingeleiteten Innovationsprozesse mit den vorhandenen greifbaren und immateriellen kulturellen Besonderheiten verbinden, damit ein positiver Kreislauf in Gang gesetzt werden kann, wobei die Umwelt, die Unternehmertradition und die neuen kreativen Kompetenzen zur Stärkung der Unternehmen und Förderung der Berggebiete beitragen können.*







## 3 Main Target Groups

Il progetto intende sviluppare un modello di collaborazione che favorisca la collaborazione tra imprese tradizionali (specialmente quelle del legno-arredo, dell'agro-food, del turismo, etc) con imprese culturali e creative, collegando i loro processi innovativi a "motori" culturali e naturali specifici dell'area alpina.

Nello sviluppo di questo modello, il progetto farà tesoro di esperienze passate e che hanno permesso lo sviluppo di processi e strumenti specifici. Il carattere innovativo del progetto sta nel supportare i processi di innovazione delle imprese favorendo rapporti di collaborazione e trasferimento di conoscenze tra quelle tradizionali e quelle creative e culturali, tra start-up e spin off da una parte e imprese consolidate dall'altra, individuando però un punto di riferimento culturale (un museo, un parco naturale, una fiera tradizionale, una festa, etc) che possa aiutare le imprese, gli enti di ricerca e gli enti intermedi ( Camere di Commercio) a collaborare tra di loro, facendo nascere nuovi prodotti, nuove imprese e nuove opportunità di sviluppo locale aperte a giovani e adulti.

*As Projekt soll ein Modell für die Zusammenarbeit entwickeln, das die Mitarbeit zwischen den traditionellen Unternehmen (vor allem im Rahmen von Holz-Ausstattung, Agro-food, Tourismus, usw.) und den kulturellen und kreativen Unternehmen bevorzugt indem ihre Innovationsprozesse mit kulturellen und natürlichen „Motoren“, die im Alpengebiet zur Verfügung stehen, verbindet werden.*

*Das Projekt wird frühere Erfahrungen, die die Entwicklung von spezifischen Verfahren und Mitteln ermöglicht haben, berücksichtigen. Die Neuartigkeit des Projektes betrifft die Unterstützung der Innovationsprozesse der Betriebe durch die Bevorzugung der Zusammenarbeit und der Übertragung von Kenntnissen zwischen den traditionellen und kreativen und kulturellen Unternehmen, zwischen start-ups und spin offs und konsolidierten Unternehmen, wobei aber ein kultureller Bezugspunkt (Museum, Naturpark, traditionelle Messe, traditionelles Fest, usw.) erkannt wird, der die Zusammenarbeit zwischen den Unternehmen, den Forschungsanstalten und den mittleren Behörden (Handelskammer) erleichtern soll, damit neue Produkte, neue Unternehmen und neue Entwicklungsgelegenheiten für Jugendliche und Erwachsene entstehen können.*





## Local Action Plans

Tra gli obiettivi principali del progetto CROSSINNO vi è la realizzazione di azioni pilota, da svilupparsi in ciascuna area coinvolta, che verifichino il modello di collaborazione identificato. Le azioni pilota in oggetto hanno come obiettivo la promozione della collaborazione tra imprese tradizionali, imprese culturali e creative finalizzata alla valorizzazione dei beni del patrimonio culturale e al sostegno dello sviluppo economico.

Ogni area coinvolta nel progetto ha infatti la missione di sviluppare un piano di lavoro che preveda l'organizzazione di incontri e di momenti di lavoro tra i soggetti del gruppo di attori selezionato, composto da imprese tradizionali, culturali e creative, e operatori culturali, e che fornisca assistenza per la formulazione di nuove proposte, nuovi prodotti e nuovi servizi da sviluppare.

*Eines der wichtigsten Ziele des CROSSINNO Projekts ist die Verwirklichung von Pilotaktionen, die auf jedem einzelnen Gebiet entwickelt werden müssen und die das identifizierte Kooperationsmodell bewerten sollen.*

*Die gegenständlichen Pilotaktionen verfolgen das Ziel die Zusammenarbeit zwischen traditionellen Betrieben, kulturellen und kreativen Unternehmen zu fördern, um die Güter des Kulturerbes aufzuwerten und die wirtschaftliche Entwicklung zu unterstützen.*

*Jedes in das Projekt miteinbezogene Gebiet hat die Aufgabe einen Arbeitsplan zu entwickeln, der Treffen und Arbeitsmomente unter den Mitgliedern der ausgewählten Gruppe der Interessenträger organisiert, die aus traditionellen, kulturellen und kreativen Betrieben zusammengesetzt ist und Hilfeleistungen bei der Formulierung neuer Vorschläge, neuer Produkte und neuer, noch zu entwickelnden Dienstleistungen bietet.*



## LOCAL ACTION PLANS

# CHAMBER OF COMMERCE INDUSTRY, HANDICRAFT AND AGRICULTURE OF TREVISO BELLUNO

Il Lead Partner di Crossinno - Camera di Commercio Industria artigianato agricoltura di Treviso Belluno - congiuntamente con l'altro partner di progetto Provincia di Belluno, hanno avviato 4 Local action Plan con la volontà di ottenere il massimo risultato dalle azioni svolte per il progetto.  
L'obiettivo, dopo aver individuato i cultural asset, è stato quello di avviare delle azioni che consentissero di migliorare l'attrattività dei cultural asset creando una collaborazione con le imprese tradizionali del territorio. La volontà è stata quella di fornire gli strumenti, definiti sartorialmente per ciascun asset, al fine di migliorare il posizionamento oltre che sviluppare anche le attività di promozione e collaborazione con il territorio aumentando la visibilità a turisti che già conoscono la realtà del territorio e sia aumentare il numero di visite da parte di nuovi turisti.

I cultur asset selezionati per specifici obiettivi di risultato sono:

**GALLERIA D'ARTE MODERNA RIZZARDA**  
creazione di oggetto iconico e rappresentativo dei valori per incrementare la visibilità e attrattività.

**MAGNIFICA COMUNITÀ CADORE**  
valorizzazione del patrimonio culturale con studio di dati scientifici che aumentino il prestigio delle opere ancora non esposte.

**MUSEO ETNOGRAFICO DELLA PROVINCIA DI BELLUNO E DEL PARCO NAZIONALE DOLOMITI BELLUNESI**  
creazione di una nuova brand identity più strutturata e aggiornamento della comunicazione del Museo in più lingue e dal tono of voice internazionale.

**PALAZZO FULCIS**  
creazione di nuove soluzioni di visita esperienziale per aumentare la fidelizzazione al museo.

*Der Leitpartner des Crossinno- Projekts, die Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer von Treviso Belluno, hat zusammen mit dem anderen Projektpartner, der Provinz von Belluno vier lokale Aktionspläne gestartet, mit der Absicht ein maximales Ergebnis aus den für das Projekt durchgeführten Maßnahmen zu erzielen.*

*Ziel war es, nach der Identifizierung der Kulturgüter Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität der Kulturgüter zu ergreifen, indem eine Partnerschaft mit traditionellen Unternehmen in der Region aufgebaut wird. Es bestand der Wille für jedes Kulturgut maßgeschneiderte Instrumente bereitzustellen, um die Positionierung zu verbessern und auch die Werbe- und Kooperationsaktivitäten mit dem Gebiet zu entwickeln, um die Sichtbarkeit für Touristen, die das Gebiet bereits kennen, zu erhöhen und gleichzeitig die Zahl der Besuche neuer Touristen zu steigern.*

*Die für die spezifischen Zielergebnisse gewählten Kulturgüter sind:*

**MUSEUM KUNSTGALERIE RIZZARDA**  
*Schaffung von ikonischen und wertrepräsentativen Objekten zur Steigerung der Sichtbarkeit und Attraktivität.*

**MAGNIFICA COMUNITÀ CADORE**  
*Aufwertung des Kulturerbes anhand eines Studiums der wissenschaftlichen Daten, die das Ansehen der noch nicht ausgestellten Werke erhöhen.*

**VÖLKERMUSEUM DER PROVINZ BELLUNO UND DES NATIONALPARKS DER BELLUNESER DOLOMITEN**  
*Schaffung eines neuen, besser strukturierten Identity Brands und Aktualisierung der mehrsprachigen Museumskommunikation und eines internationalen Stimmtonus.*

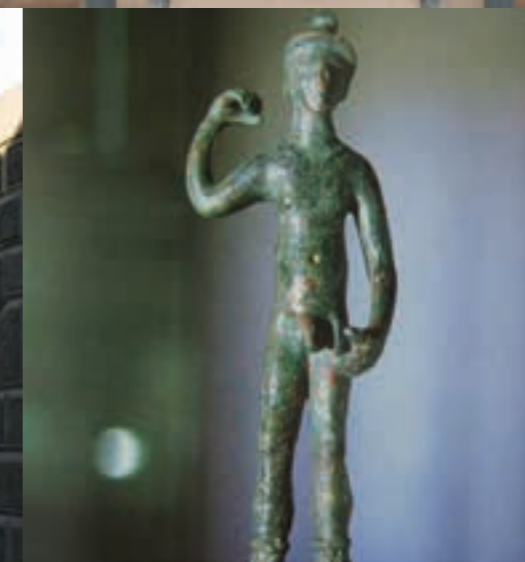
**PALAZZO FULCIS**  
*Schaffung neuer Lösungen um Erlebnis-Besuche des Museums und die Vertiefung der Verbindung zu dem Museum zu erhöhen.*



GALLERIA D'ARTE MODERNA RIZZARDA



MAGNIFICA COMUNITÀ CADORE



MUSEO ETNOGRAFICO DELLA PROVINCIA DI BELLUNO E DEL PARCO NAZIONALE DOLOMITI BELLUNESI



PALAZZO FULCIS







## GALLERIA D'ARTE MODERNA RIZZARDA

La Galleria d'Arte moderna Rizzarda, in questo progetto, si è posta l'obiettivo di aumentare la sua attrattività e visibilità. Da qui nasce l'esigenza della realizzazione di un oggetto che sia iconico e rappresentativo dei valori del museo e della sua collezione. L'oggetto dovrà essere autoportante, realizzato in materiale da esterno e adatto ad essere collocato fuori da botteghe artigiane, esercizi commerciali, ristoranti e luoghi turistici. Le attività sono state svolte grazie al matching con l'azienda creativa 2-People Design Studio. Il museo ha scelto il concept finale e l'azienda creativa ha realizzato la modellazione 3D e relativo mock-up grafico dell'oggetto.

*Mit diesem Projekt hat sich die Galerie für moderne Kunst Rizzarda das Ziel gesetzt, ihre Attraktivität und Sichtbarkeit zu erhöhen. Daher war es notwendig, ein Objekt zu schaffen, das ikonisch ist und die Werte des Museums und seiner Sammlung repräsentiert. Das Objekt muss selbsttragend sein, aus Material für den Außenbereich bestehen und geeignet sein, vor Werkstätten, Geschäften, Restaurants und touristischen Einrichtungen aufgestellt zu werden. Die Aktivitäten wurden in Zusammenarbeit mit dem Kreativunternehmen 2-People Design Studio durchgeführt. Das Museum wählte das endgültige Konzept aus, und die Kreativfirma führte die 3D-Modellierung und das grafische Mock-up des Objekts durch.*

## MUSEO ETNOGRAFICO DELLA PROVINCIA DI BELLUNO E DEL PARCO NAZIONALE DOLOMITI BELLUNESI

All'interno del progetto Crossinno, il "Museo etnografico della provincia di Belluno e del Parco Nazionale Dolomiti Bellunesi" è stato associato all'azienda creativa "I Buoni Motivi" allo scopo di dare un'identità di brand che fosse più strutturata ed aggiornare una comunicazione frammentata. L'obiettivo è di aumentarne la capacità attrattiva grazie ad una nuova veste grafica che sia più coerente con la missione del museo, che rinsaldi i rapporti con il pubblico, e che ne valorizzi il legame con il giardino delle rose. A tal proposito, ci aspetta la progettazione di una brand identity rappresentativa dei valori territoriali e dei punti di forza del museo che parli un linguaggio più internazionale e moderno. Inoltre, i materiali di comunicazione (online/offline) dovranno essere aggiornati e in duplice lingua.

*Im Rahmen des Crossinno-Projekts wurde das "Ethnographische Museum der Provinz Belluno und des Nationalparks der Dolomiten von Belluno" mit dem Kreativunternehmen "I Buoni Motivi" zusammengebracht, um ihm eine strukturiertere Markenidentität zu verleihen und seine fragmentierte Kommunikation zu aktualisieren. Ziel ist es, die Attraktivität des Museums durch eine neue grafische Gestaltung zu erhöhen, die besser mit dem Auftrag des Museums übereinstimmt, die Beziehungen zur Öffentlichkeit stärkt und die Verbindung zum Rosengarten aufwertet. In dieser Hinsicht erwarten wir, eine Markenidentität zu entwerfen, die die territorialen Werte und Stärken des Museums repräsentiert und eine internationalere und modernere Sprache spricht. Darüber hinaus muss das Kommunikationsmaterial (online/offline) aktualisiert werden und in zwei Sprachen vorliegen.*



## MAGNIFICA COMUNITÀ DEL CADORE

La pandemia mondiale ha impattato fortemente il mondo della cultura e ha ridotto in modo significativo il flusso di turisti. In questo ambito, all'interno del progetto Crossinno, si è cercato un nuovo modo per promuovere la "Magnifica Comunità del Cadore di Tiziano Vecellio": riscoprirli attraverso la vita di opere inedite, non ancora indagate.

Un nuovo modo di valorizzare i musei potrebbe trovare supporto nell'utilizzo di tecniche scientifiche che possano approfondire le ipotesi stilistiche. A questo scopo, il museo ha collaborato con "Arc-Team" per analizzare le seguenti opere: un crocifisso di legno ed il soffitto ligneo della presidenza del Palazzo della Magnifica Comunità. L'obiettivo è giungere ad una datazione scientifica quanto più precisa possibile e di valorizzarne i processi lavorativi.

*Die weltweite Pandemie hatte folgenschwere Auswirkungen auf die Welt der Kultur und hat den Fluss der Touristen deutlich vermindert. Auf diesem Feld versuchte man im Rahmen des Crossinno-Projekts die "Magnifica Comunità del Cadore di Tiziano Vecellio" auf eine neue Art zu fördern und sie durch das Leben noch nicht veröffentlichter Werke zu entdecken. Eine neue Art der Aufwertung von Museen könnte durch den Einsatz wissenschaftlicher Techniken unterstützt werden, mit denen sich stilistische Hypothesen vertiefen lassen. Zu diesem Zweck hat das Museum mit dem "Arc-Team" zusammengearbeitet, um die folgenden Werke zu analysieren: ein hölzernes Kreuzifix und die hölzerne Decke der Präsidentschaft des Palazzo della Magnifica Comunità. Ziel ist es, eine möglichst genaue wissenschaftliche Datierung zu erreichen und die Arbeitsabläufe zu verbessern.*

## PALAZZO FULCIS

In questo progetto, Palazzo Fulcis si è posto l'obiettivo di incrementare la fidelizzazione al museo, offrendo un nuovo modo di vivere l'esperienza di visita. Il brief è stato quello di creare due percorsi tematici all'interno del museo per creare una nuova esperienza per i visitatori. L'azienda creativa Larin Group ha progettato il concept e la grafica dei percorsi tematici ed i materiali di comunicazione come mappe e flyer. Grazie a questo progetto, il museo desidera attrarre nuovamente anche i visitatori che hanno già visto la collezione ed offrire loro nuovi spunti culturali.

*Mit diesem Projekt hat sich Palazzo Fulcis das Ziel gesetzt, die Beziehung mit dem Museum zu vertiefen und bietet eine neue Art einen Museumsbesuch zu erleben. Die Aufgabe bestand darin, zwei thematische Routen innerhalb des Museums zu schaffen, um den Besuchern ein neues Erlebnis zu bieten. Das Kreativunternehmen Larin Group entwarf das Konzept und die Grafik der thematischen Routen sowie die Kommunikationsmaterialien wie Karten und Flyer. Mit diesem Projekt möchte das Museum auch Besucher, die die Sammlung bereits gesehen haben, wieder anziehen und ihnen neue kulturelle Einblicke bieten.*



## FRIULI VENEZIA GIULIA AUTONOMOUS REGION

La Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia ha organizzato in totale 7 incontri tra due importanti musei locali e le imprese del territorio con l'obiettivo di favorire una proficua collaborazione per l'individuazione di nuovi servizi.

Il dialogo generato tra le due realtà ha dato vita ad un circuito virtuoso per il rafforzamento del legame tra il territorio, le sue imprese e il patrimonio culturale assumendo un vero e proprio valore strategico in grado di favorire una reale innovazione attraverso la collaborazione.

I cultural asset individuati sono:

### MUSEO DELL'ARTE FABBRILE E DELLE COLTELLERIE DI MANIAGO

realtà strettamente interconnessa con le imprese locali operanti nella produzione di oggetti taglienti che hanno avviato un dialogo virtuoso con il Museo finalizzato all'individuazione di nuovi servizi.

MUSEO CARNICO DELLE ARTI POPOLARI DI TOLMEZZO che ha incontrato le imprese locali per attivare un processo di confronto finalizzato a generare nuove idee di collaborazione.

*Die Autonome Region Friaul-Julisch-Venetien organisierte insgesamt 7 Treffen zwischen zwei wichtigen lokalen Museen und lokalen Unternehmen mit dem Ziel, eine gewinnbringende Zusammenarbeit bei der Identifizierung neuer Dienstleistungen zu fördern. Der Dialog zwischen den beiden Realitäten hat einen positiven Kreislauf in Gang gesetzt, der die Verbindung zwischen dem Gebiet, seinen Unternehmen und dem kulturellen Erbe stärkt, einen strategischen Wert annimmt und durch die Zusammenarbeit eine reelle Innovation fördert.*

*Die identifizierten Kulturgüter sind:*

*MUSEUM FÜR SCHMIEDEKUNST UND SCHNEIDWAREN VON MANIAGO eine Realität, die eng mit den lokalen Unternehmen der Schneidwarenherstellung verbunden ist, die einen gewinntragenden Dialog mit dem Museum aufgenommen haben, um neue Dienstleistungen auszumachen.*

*MUSEUM FÜR VOLKSKUNST VON TOLMEZZO Hat sich mit den ortsansässigen Unternehmen getroffen, um einen Vergleichsprozess in Gang zu setzen, der neue Ideen für die Zusammenarbeit hervorbringen sollte.*



### MUSEO DELL'ARTE FABBRILE E DELLE COLTELLERIE DI MANIAGO

A Maniago, il Museo dell'Arte Fabbrile e delle Coltellerie e le imprese locali sono stati invitati ad un ciclo di 5 incontri durante i quali professionisti di grande esperienza hanno stimolato un dialogo tra i partecipanti su temi rilevanti come la gestione del patrimonio e i musei d'impresa, nuovi strumenti di comunicazione aziendale, nuove frontiere della proprietà intellettuale e le tendenze del commercio elettronico.

*In Maniago wurden das Museo dell'Arte Fabbrile e delle Coltellerie (Herstellungskunst- und Messermuseum) und die lokalen Betriebe zu 5 Treffen eingeladen, in denen sachkundigen Experten haben einen Dialog unter die Teilnehmer über relevante Themen wie Schätzwertaltung und Firmen Museen, neue Betriebskommunikationsmittel, neue geistiges Eigentumsgrenzen und den Trend von elektronischem Handel angespornt.*



### MUSEO CARNICO DELLE ARTI POPOLARI DI TOLMEZZO

A Tolmezzo, il Museo Carnico delle Arti Popolari e le imprese del territorio sono stati coinvolti in due incontri finalizzati alla condivisione di progetti virtuosi di riallestimento museale e alla creazione di sinergie tra il Museo e il tessuto imprenditoriale locale con l'intento di porre le basi per un modello di riallestimento e miglioramento del percorso museale esistente.

*In Tolmezzo haben das Museo Carnico delle Arti Popolari (Karnischen Volkskunstmuseum) und lokaler Geschäfte an zwei Treffen teilgenommen, die abzielten, tugendhafte Projekte von musealer Reorganisation und die Erschaffung von Synergien zwischen das Museum und das lokale unternehmerische Gefüge zu schaffen, mit dem Zweck, die Grundlage eines Modells zur Reorganisation und Verbesserung der bestehenden Museumspfad zu bilden.*



# INNOVATION SALZBURG

Grazie al progetto CROSSINNO, Innovation Salzburg ha riunito un gruppo di menti creative provenienti da Salisburgo per 8 eventi di co-creation. Imprenditrici ed imprenditori creativi, esperte ed esperti culturali ed imprese sono stati coinvolti attivamente alla scoperta di come la digitalizzazione sta plasmando il futuro delle esperienze culturali nei musei, avviando il turismo verso nuove opportunità commerciali.

CROSSINNO si occupava di entrambe: azioni di cross-fertilization e creazione di nuove opportunità commerciali. La creatività, tuttavia, aveva un ruolo centrale, intensificando le sinergie innovative tra beni culturali ed imprese tradizionali. In base ai beni culturali identificati, è stata organizzata una serie di diversi eventi combinati l'uno con l'altro, in collaborazione con il Land di Salisburgo e con gli stakeholder della regione. Sulla base di interviste, i musei regionali hanno elaborato dei briefing per l'azione pilota e hanno deciso di adottare un processo di gruppo multi-step per rispondere ai difficili problemi delle aziende tramite la co-creation, la prototipazione e la sperimentazione delle idee. In una serie di incontri e sessioni di co-creation, il focus dello sviluppo è stato incentrato sulla creazione di nuovi prodotti utilizzando mezzi digitali (Online-ticketing, Codici QR/VR) e ha portato infine all'identificazione di nuovi prodotti e servizi in aree tradizionali.

Questo ha contribuito a creare a Salisburgo un nuovo approccio innovativo e a formare un ambiente stimolante per la nascita di progetti collaborativi ideati da aziende culturali e creative e per la valorizzazione dei seguenti musei regionali:

MUSEO DI ARTE MODERNA DI SALISBURGO

MUSEI DI SALISBURGO

*Im Rahmen des Projektes CROSSINNO brachte Innovation Salzburg kreative Köpfe aus Salzburg für 8 Co-Creation Events zusammen. Kreative Unternehmer:innen, Kulturexpert:innen und Unternehmen wurden aktiv einbezogen, um das Digitalisierungspotential für die Zukunft kultureller Erlebnisse in Museen zu untersuchen und neue Geschäftsmöglichkeiten im Tourismus zu entdecken.*

*Bei CROSSINNO ging es um beides: Aktionen zur gegenseitigen Befruchtung und die Schaffung von neuen Geschäftsmöglichkeiten. Kreativität lag dabei an zentraler Stelle und schaffte innovative Synergien zwischen Kulturgütern und traditionellen Unternehmen. Basierend auf den identifizierten Kulturgütern wurde in Zusammenarbeit mit dem Land Salzburg und Akteuren in der Region eine Reihe verschiedener, miteinander kombinierter Veranstaltungen, organisiert. Auf der Grundlage von Interviews erarbeiteten regionale Museen Briefings für die Pilotaktion und entschieden sich für einen mehrstufigen Teamprozess zur Beantwortung kritischer Geschäftsfragen durch Co-Creation, Prototyping und Testen von Ideen. In mehreren Arbeitstreffen und Co-Creation-Sessions wurde der Entwicklungsfokus auf die Schaffung neuer Produkte durch den Einsatz digitaler Mittel (Online-Ticketing, QR-Codes/VR) gelegt und führte schließlich zur Identifizierung neuer Produkte und Dienstleistungen in traditionellen Bereichen.*

*Dies bildete einen neuen Innovationsansatz in Salzburg und schuf ein günstiges Umfeld für die Entwicklung von Kooperationsprojekten der Kultur- und Kreativwirtschaft und die Aufwertung der folgenden regionalen Museen:*

MUSEUM DER MODERNE SALZBURG

SALZBURGER MUSEEN



## MUSEUM OF MODERN ART IN SALZBURG

Collaborazione tra DomQuartier Salisburgo e professionisti in un Co-Creation Sprint Cycle di 5 giorni per sviluppare un nuovo modello di ticketing e di tariffazione (Online-Ticketing), percorsi culturali/visite guidate, prodotti combinati e servizi, coinvolgendo anche imprese locali di artigianato e turismo.

*Arbeitete zusammen mit dem DomQuartier Salzburg und Fachleuten in einem 5-tägigen Co-Creation Sprint Cycle, um ein neues Ticketing-/Preismodell (Online-Ticketing), kulturelle Route/Führungen und kombinierte Produkte und Dienstleistungen zu entwickeln, auch in Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen im Handwerk und Tourismus.*



## SALZBURG MUSEUMS

Joint Venture tra Musei di Salisburgo, che sono stati coinvolti in un processo di co-creation per plasmare nuove idee di cooperazione, affrontando sfide comuni (es. difficoltà nella digitalizzazione, sostenibilità), per raggiungere un nuovo pubblico e aumentare la visibilità e l'attrattività (es. shop del museo, centro visite).

*Joint Venture Salzburger Museen, haben sich in einem Co-Creation-Prozess engagiert, um neue Kooperationsideen zu generieren und gemeinsame Herausforderungen zu bearbeiten (z.B. Museumsshop, Besucherzentrum).*





PARTNERSHIP

---

