



**grifomultimedia**

**BETTER KNOWLEDGE  
BETTER PERFORMANCE**

Grifo multimedia Srl  
Via Bruno Zaccaro, 19  
70126 BARI - Italy  
Tel. +39 080.460 2093  
Fax +39 080.548 1762

Largo Richini, 6  
20122 MILANO - Italy  
Tel. +39 02.58215.845  
Fax +39 02.58215.400

[info@grifomultimedia.it](mailto:info@grifomultimedia.it)  
[www.grifomultimedia.it](http://www.grifomultimedia.it)

***SCHEDA GIOCHI  
REALIZZATI DA GRIFO  
MULTIMEDIA***



## GRIFO MULTIMEDIA PER LA DIDATTICA LUDICA

L'utilizzo di attività ludiche ha da sempre un ampio spazio nella didattica. Il gioco, dunque, è un potente strumento di apprendimento grazie al potere di coinvolgimento cognitivo e affettivo profondamente motivante.

Tale valenza, tipica delle età scolari e prescolari persiste anche negli adolescenti e negli adulti ed è sempre più utilizzata nei percorsi formativi .

Grifo multimedia, per complementare la propria offerta di sviluppo di contenuti didattici per la formazione ha sviluppato internamente, attraverso una serie di progetti, le capacità di progettare ed implementare giochi didattici da giocare online o offline, in solitaria o tra più giocatori sulla rete.

Nel seguito di questo documento troverete le schede descrittive dei più significativi giochi che Grifo multimedia ha prodotto.

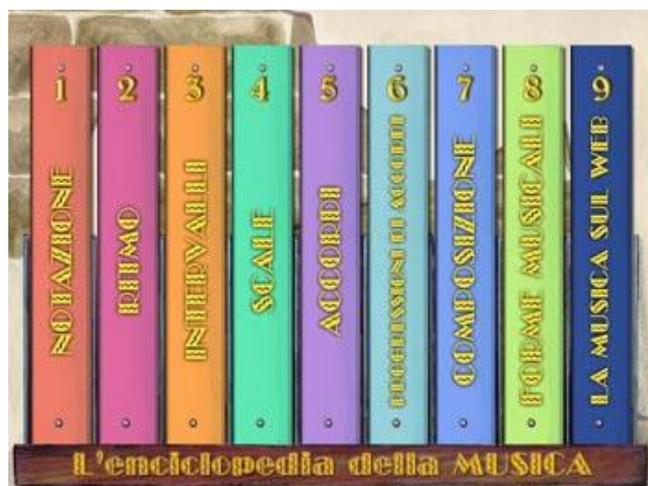


## ALLA RICERCA DEI MAMBO KINGS

- **PERIODO**  
1999-2001
- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**  
Investimento congiunto Grifo multimedia / Klett Verlag GmbH Stuttgart (D) - Parzialmente finanziato dall'Unione Europea.
- **SINOSI / DESCRIZIONE SINTETICA**  
**Alla ricerca dei Mambo Kings** è un'avventura multimediale interattiva concepita per imparare le basi della musica e qualcosa in più!  
Il giocatore si trova su un'isola deserta con la missione di ritrovare i MAMBO KINGS, una band data per dispersa durante una tournée sull'isola.  
Il tempo per questi musicisti sembra essersi fermato, i loro strumenti si sono deteriorati. La nostra missione sarà di cercare nell'isola dei pezzi per i loro strumenti. Nella natura lussureggiante, tra selve, scogliere, e sentieri esploreremo luoghi misteriosi e abbandonati dove potremo ottenere i pezzi necessari ai musicisti dopo aver dato prova di conoscere la musica. Anche scoprire dove sono i MAMBO KINGS non sarà un'impresa facilissima, ma una volta scoperti sarà possibile consegnare loro i pezzi di strumento raccolti fino ad allora per riascoltarli suonare.  
  
Il CD ROM offre due modalità di utilizzo
  - **ESPLORARE L'ISOLA**  
Per giocare ed imparare allo stesso tempo, cercando nell'*Enciclopedia della Musica* le nozioni necessarie a superare le prove nei luoghi da esplorare.
  - **CONSULTARE L'ENCICLOPEDIA DELLA MUSICA:**  
Per avere subito a disposizione tutti i volumi con materiali didattici, senza doverli cercare nei luoghi. Tra i volumi un interessante repertorio di siti internet sulla musica.
- **TARGET**  
Ragazze e ragazzi delle scuole secondarie superiori
- **TECNOLOGIE USATE**  
Cd Rom interattivo multimediale per Windows e MAC implementato usando Macromedia® Director

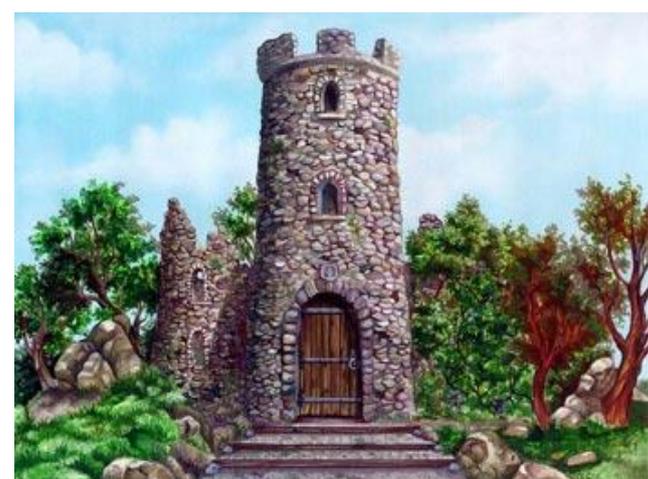


## ALLA RICERCA DEI MAMBO KINGS



*Aria sulla quarta corda - Johann Sebastian Bach*

RTMO - il battito ed il tempo





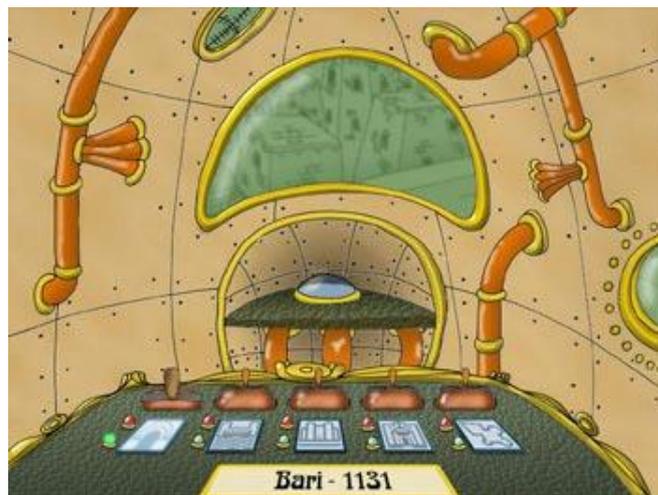
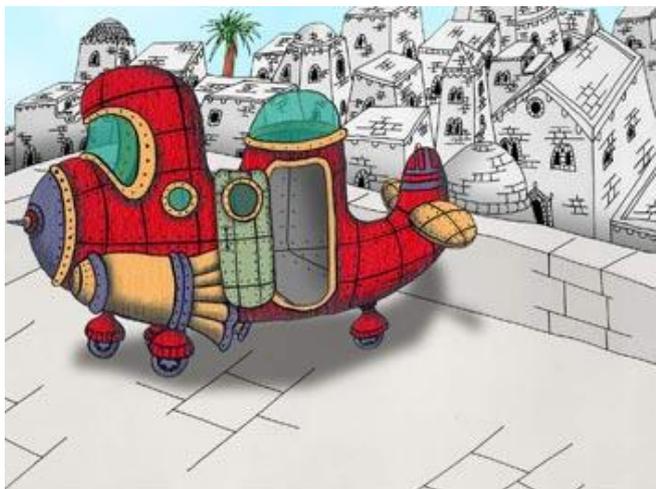
## L'ARCANA ISCRIZIONE

Avventura cronospaziale tra i castelli di Puglia

- **PERIODO**  
1999
- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**  
Realizzato su commessa della Soprintendenza per i beni ambientali, architettonici, artistici e storici della Puglia, integrato in un progetto per la divulgazione del "Circuito dei Castelli" pugliesi. Grifo ha realizzato in questo contesto anche la Guida multimediale interattiva su CD-ROM al "Circuito dei Castelli".
- **SINOSSI / DESCRIZIONE SINTETICA**  
Avventura interattiva che stimola i ragazzi ad esplorare e conoscere cinque tra i più significativi castelli pugliesi:  
Bari - Anno 1131  
Copertino - Anno 1567  
Otranto - Anno 1480  
Castel del Monte - Anno 1240  
Trani - Anno 1890  
Viaggiando nel tempo e nello spazio il giocatore avrà l'obiettivo di trovare indizi per decifrare una misteriosa iscrizione.  
Il "cronoviaggiatore" si troverà a risolvere enigmi ed a trovare vie d'uscita e passaggi segreti per districarsi in situazioni scomode e talvolta pericolose per proseguire il gioco.  
Tra i fantastici strumenti di cui il giocatore dispone per intraprendere questo avventuroso viaggio ci sono:
  - o una **temponave** a bordo della quale attraverserà le epoche storiche e si muoverà tra i castelli
  - o una **cronoradio** ricetrasmittente capace di valicare i confini del tempo permettendo di ottenere aiuti e spiegazioni durante il gioco
  - o un **computer di bordo** che permetterà di immagazzinare i dati ritrovati durante la navigazione
  - o una **tasca virtuale** in cui conservare gli oggetti rinvenuti qua e là
  - o un **bloc notes** che permetterà di prendere appunti durante il gioco
- **TARGET**  
Ragazze e ragazzi tra i 6 e i 12 anni
- **TECNOLOGIE USATE**  
Cd Rom interattivo multimediale per Windows implementato usando Macromedia® Director



## L'ARCANA ISCRIZIONE





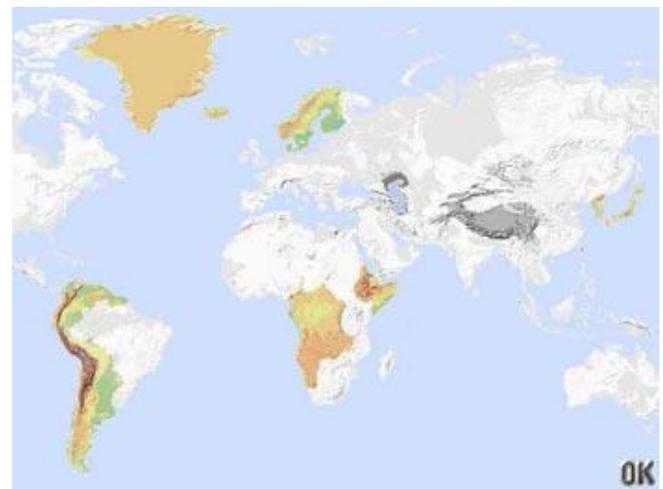
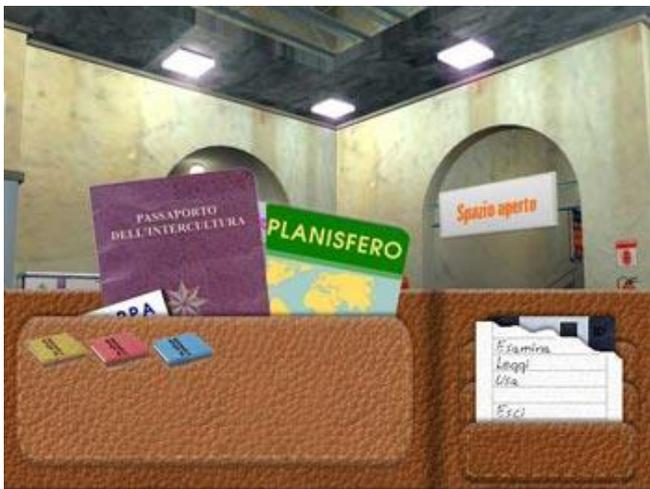
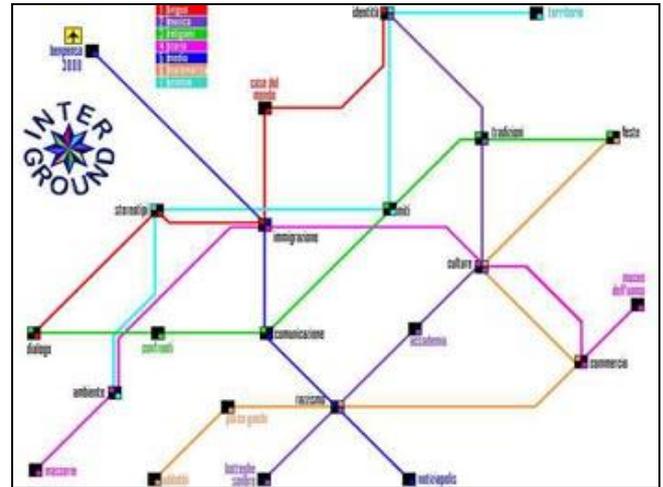
## AVVENTURA NELL'INTERGROUND

La metropolitana dell'intercultura

- **PERIODO**  
2000
- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**  
Investimento congiunto Grifo multimedia, IRRSAE Puglia (Distribuzione Le Monnier)
- **SINOSSI / DESCRIZIONE SINTETICA**  
AVVENTURA NELL'INTERGROUND è un gioco multimediale interattivo concepito con l'obiettivo di promuovere la diffusione, tra studenti e docenti, del concetto di intercultura, inteso come confronto e dialogo tra culture e identità diverse.  
INTERGROUND è la metropolitana dell'intercultura: una rete di conoscenze composta da sette linee rappresentanti sette curricula: musica, lingua, religioni, matematica, storia, scienze, media.  
Il gioco si svolge per l'appunto nelle stazioni della metropolitana, ricostruite in grafica 3D. Lo scopo del gioco è completare un planisfero-puzzle composto da tessere rappresentanti 39 diverse zone del mondo. Quante più tessere verranno disposte sul puzzle tanti più paesi sarà possibile visitare in un viaggio attorno al mondo alla scoperta di paesi e culture. Per poter partire serve anche raccogliere 12 visti (le 12 parole dell'intercultura) sul proprio passaporto dell'intercultura.  
  
Viaggiando nell'INTERGROUND si devono affrontare esercizi, giochi e prove di abilità. Superando queste prove, si potranno ottenere visti sul passaporto e le tessere del planisfero-puzzle. Alla fine del gioco si potranno ottenere informazioni sulle culture e guardare foto dei paesi presenti sulle tessere del planisfero-puzzle guadagnate.  
  
Il gioco è corredato da un libretto: "La guida dell'avventura" che fornisce le istruzioni necessarie per giocare e spiegazioni relative allo scopo ed allo sviluppo del gioco e suggerisce strategie per la risoluzione delle prove, percorsi da seguire e indizi da trovare.  
  
AVVENTURA NELL'INTERGROUND, pur potendo essere giocato completamente in autonomia, è strettamente correlato con il materiale didattico presentato sul CD-ROM rivolto ai docenti
- **TARGET**  
Ragazze e ragazzi di età compresa tra gli 8 e i 13 anni
- **TECNOLOGIE USATE**  
Cd Rom interattivo multimediale per Windows e MAC implementato usando Macromedia® Director



## AVVENTURA NELL'INTERGROUND





## NEOLITICO

- **PERIODO**  
2000/2001
- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**  
Gioco realizzato in collaborazione con l'Associazione Culturale *Historia Ludens* e l'Istituto di *Didattica della Storia* dell'Università di Bari.
- **SINOSSI / DESCRIZIONE SINTETICA**  
Il gioco NEOLITICO è un gioco di simulazione interattivo che si svolge lungo un arco di tempo dall'8000 al 2000 a.C. attraverso le tappe della trasformazione del genere umano per passare dalla vita nomade di predatori alla vita stanziale di agricoltori fino all'organizzazione sociale complessa di una città.  
  
I giocatori impersonano una delle cinque tribù di cacciatori - raccoglitori che si accingono a popolare le terre attorno al Mediterraneo. Caceranno gli animali presenti sul territorio, allevano animali domestici, estrarranno dal sottosuolo minerali ed altre ricchezze, celebreranno cerimonie per ingraziarsi la divinità, ma soprattutto dovranno crescere culturalmente e tecnologicamente per poter andare avanti.  
  
Un ricco schedario è a disposizione per informazioni sulla fauna, sulla natura dei territori, sulle tecnologie e sui materiali a disposizione dell'uomo nel Neolitico.  
Due esercizi interattivi alla fine del gioco permettono di verificare quanto i giocatori hanno appreso dal gioco e mettono a confronto due storie: quella reale e quella della tribù simulata.  
  
**Neolitico può essere giocato:**
  - o in solitaria, scegliendo una tribù e lasciando simulare al computer le altre
  - o su una rete locale composta fino a 5 postazioni dove ogni giocatore potrà "impersonare" una tribù ed entrare in contatto con le altre
- **TARGET**  
ragazzi e ragazze da 10 a 16 anni
- **TECNOLOGIE USATE**  
Cd Rom multimediale per Windows implementato in Visual Basic con l'utilizzo di Direct X



# NEOLITICO





## ITER

In viaggio per le strade di Roma

- **PERIODO**  
2005

- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**

Gioco didattico realizzato in collaborazione con Tecnopolis CSATA ed il DISCUM - Dipartimento di Scienze Umane, Territorio, Beni culturali, Civiltà letterarie, Formazione dell'Università di Foggia.

- **SINOSI / DESCRIZIONE SINTETICA**

ITER è un gioco didattico on line sul viaggio al tempo degli antichi Romani. Il suo scopo è di far conoscere ai giocatori Europei (il gioco è stato sviluppato in italiano ed inglese) il significato delle Strade Romane, utilizzando il "gioco" come metafora. La plancia di gioco è una sezione della mappa dell'Impero Romano ai tempi dell'Imperatore Costantino, con la sua rete di nodi (città o località) e di strade che li collegano.

Il giocatore impersona uno di tre personaggi che hanno ciascuno una missione diversa da compiere partendo da Roma per raggiungere tre diverse località rispettando un vincolo temporale viaggiando lungo le strade romane.

I tre personaggi sono:

- o Titus Flavius Varus è un ufficiale dell'Esercito Romano che deve portare un importante messaggio all'imperatore Costantino raggiungendolo ad Aquileia da dove sta per partire.
- o Caius Valerius Maximus è un importante mercante Romano che deve andare a Ventimiglia per recuperare un importante carico di merce.
- o Quintus Aradius Proculus è un pellegrino cristiano Romano che vuole andare in Terra Santa e perciò deve imbarcarsi a Brindisi.

Il giocatore, dopo aver scelto il personaggio, ha assegnata una dotazione iniziale (soldi, salute, tempo) e può acquistare vestiti, cibo, armi, oggetti utili, mezzi di trasporto, che possono facilitare il suo viaggio, riducendo però il suo capitale iniziale.

Non acquistando tali oggetti, il giocatore potrebbe incorrere in penalità ed imprevisti a detrimento della sua salute o a scapito della durata del viaggio.

Il giocatore sceglierà il percorso da seguire, selezionando di volta in volta la strada da percorrere per raggiungere la meta della sua missione ed ottenendo anche informazioni storiche sulle città che attraverserà.

Ad ogni scelta, all'interno del percorso individuato, corrisponde un aumento o una riduzione del suo capitale iniziale e della salute. Ad influenzare questi due importanti parametri possono intervenire diversi eventi casuali (ad es.: temporali, banditi, caldo eccezionale ...) il cui effetto è massimizzato o minimizzato in dipendenza dalla adeguatezza dell'equipaggiamento (vestiti, armi...).

Specifici approfondimenti, estratti da moduli e-learning, sono inoltre disponibili durante il gioco

- **TARGET**

ragazzi e ragazze da 14 a 18 anni

- **TECNOLOGIE USATE**

ITER è stato sviluppato utilizzando Adobe Flash per la fruizione online ma è anche utilizzabile offline su CD



# ITER

ITER  
In viaggio per le strade di Roma

Scegli il personaggio:



Caius      Titus      Quintus

INDIETRO      AVANTI

ITER  
In viaggio per le strade di Roma

M  
I  
S  
S  
I  
O  
N  
E



**TITVS FLAVIVS VARVS**

Titus è un ufficiale dell'esercito e deve portare, agendo in incognito, un messaggio importante all'imperatore Costantino da parte del senato di Roma: il senato gli ha dedicato un Arco trionfale che sarà inaugurato nel 315, in occasione del decennale, a 3 anni dalla vittoria su Massenzio.

L'imperatore si trova in quel momento ad Aquileia in procinto di imbarcarsi: il messaggio deve quindi arrivare entro 15 giorni prima che l'imperatore parta.

STAMPA

INDIETRO      AVANTI

ITER  
In viaggio per le strade di Roma

**TABERNA**

Veicolo e accessori      Cibo      Armi      Utensili di viaggio

Nome: Equo  
Prezzo: 500  
Manutenzione giornaliera: 15



Acquista ciò che ti può servire per il viaggio: selezionato e clicca 'compra'.

Compra      Esci

Titus      ❤️ 100      🪙 2800      📜      🏠 D: 0 H: 0      HORA PRIMA

ITER  
In viaggio per le strade di Roma

?

Se durante la cena chiedi del garum l'oste ti servirà:

- A Una bevanda poco alcolica
- B Una salsa di pesce per condire altre pietanze
- C Una fragrante porzione di pane

Titus      ❤️ 100      🪙 2800      📜      🏠 D: 0 H: 0      HORA PRIMA



ITER  
In viaggio per le strade di Roma

**ARICIA**

Ariccia

città della lega latina che fu assoggettata a Roma nel corso del IV secolo a.C. Le fonti ricordano che i senatori romani la scelsero spesso come meta di villeggiatura per la sua posizione prossima ai laghi di Albano e Nemi.

🏠      🍷      📜

Chiudi

Quintus      ❤️ 94      🪙 2040      📜      🏠 D: 0 H: 6      HORA DUODECIMA SOLIS ORTUS



## FIRSTLAIF

Vivi Veramente!

- **PERIODO**  
2010

- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**

progettato e sviluppato, per conto della Regione Puglia e cofinanziata dall'Unione Europea, in collaborazione con *Tom agenzia di comunicazione* e *NOVA ONLUS (Consorzio nazionale per l'innovazione sociale)* FIRST LAIF: un social game che, supportato da una piattaforma online implementata da *Grifo*, mira a sfidare i giovani residenti in Puglia sui temi della *cittadinanza attiva*.

- **SINOSSI / DESCRIZIONE SINTETICA**

First Laif è:

- o la comunità per i giovani pugliesi che non si accontentano.
- o un laboratorio sociale di giovani che vogliono essere veramente artefici del cambiamento
- o un campo di sfida per tutti quelli che credono nel cambiamento della società a partire da se stessi

I ragazzi che sentiranno di raccogliere le provocatorie sfide lanciate dallo staff che gestisce la community dovranno intervenire sul territorio inventandosi azioni di sensibilizzazione, denuncia, valorizzazione, sostegno, riqualificazione del territorio (denominate missioni) da documentare e descrivere producendo materiale audiovisivo pubblicato dagli autori sulla piattaforma online.

Ogni missione sarà oggetto di valutazione da parte della comunità FIRST LAIF che assegnerà un punteggio.

A FIRST LAIF si può partecipare come singoli e come gruppo di amici che formano un'officina. Al fine di stimolare l'aggregazione e la collaborazione, le missioni realizzate dall'officina danno diritto ad un plus di punti.

La piattaforma online è lo specchio virtuale delle attività svolte dai ragazzi nel reale, non è solo l'album su cui attaccare le proprie figurine perché siano viste e apprezzate dalla comunità ma è un punto di incontro innanzi tutto tra ragazzi e istituzione (lo staff di FIRST LAIF che include anche giovani rappresentanti della Regione Puglia) ma anche e soprattutto spazio di incontro e di confronto tra i ragazzi membri della comunità sui temi del vivere e del convivere civile.

Diversi asset tecnologici sono stati messi a disposizione dalla piattaforma progettata ed implementata da Grifo attraverso l'adattamento del *social networking engine* ELGG per favorirne il contatto, lo scambio di opinioni e la collaborazione: CHAT, BLOG, AMICIZIA, MAPPA, MESSAGGISTICA, NOTIFICHE AUTOMATICHE

- **TARGET**

ragazzi e ragazze da 18 a 25 anni

- **TECNOLOGIE USATE**

FIRST LAIF è stato implementato adattando il *social networking engine* ELGG



# FIRSTLAIF



## FIDELITY SHOPPING

- **PERIODO**  
2012

- **AMBITO PROGETTUALE / CLIENTE**

Gioco promozionale realizzato per un consorzio di 5 catene della grande distribuzione (food / non food) nell'ambito delle loro azioni di comunicazione e diffusione della propria Fidelity Card. Progetto finanziato .

- **SINOSSI / DESCRIZIONE SINTETICA**

Il giocatore si trova davanti all'ingresso del supermercato. Una volta entrato gli sarà consegnata la sua lista della spesa con il budget massimo che ha a disposizione. Dovrà riuscire ad acquistare almeno quello che è scritto sulla lista - nelle quantità riportate -, e se spenderà più del budget assegnato, gli verranno sottratti punti, mentre se riuscirà a completare gli acquisti spendendo meno del budget dato gli verranno accreditati. Anche il tempo sarà conteggiato ai fini del punteggio finale.

Il supermercato si compone di 8 reparti: 6 aree non assistite (Detersivi, Dolciumi, Bevande, Pasta, Ortofrutta, Igiene e cosmetici) e 2 aree assistite (Salumeria e Pescheria).

Ogni reparto prevederà diverse tipologie di prodotti e per ciascuna diverse marche inventate. Ogni prodotto ha il suo prezzo che viene conteggiato una volta alla cassa.

Una volta alla cassa il giocatore paga:

- la somma dei prezzi degli articoli presi
- il tempo che ci ha messo per fare tutto (il tempo viene convertito in denaro)

Si fa la differenza tra budget obiettivo e conto finale e:

- Se il conto finale è minore del budget obiettivo, la differenza viene aggiunta al punteggio globale del giocatore
- Se il conto finale è maggiore del budget obiettivo, la differenza viene sottratta dal punteggio globale del giocatore
- Se il conto finale è uguale al budget obiettivo il punteggio globale del giocatore non subisce variazioni

I punteggi globali dei giocatori che hanno ricevuto la Fidelity card dallo stesso punto vendita concorrono a formare la classifica secondo cui alla fine di ogni settimana di gioco si distribuiranno dei premi (gadget e/o buoni sconto).

- **TARGET**

Clienti dei punti vendita.

- **TECNOLOGIE USATE**

FIDELITY SHOPPING è stato sviluppato utilizzando Adobe Flash per la fruizione online ma è anche utilizzabile offline su CD. Il gioco è stato integrato per il riconoscimento dell'utente attraverso un meccanismo di single sign-on nel portale commerciale del consorzio di supermercati al fine di poter concedere premi ai clienti che ci giocano dopo il login.



## FIDELITY SHOPPING

