



SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

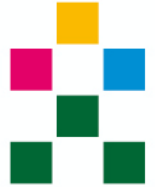
martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00

Intervengono:

Alberto Anfossi
Segretario Generale

Francesca Gambetta
Responsabile di Missione "Creare Attrattività" Obiettivo Cultura

Virginia Valesio
Strategic Scouting & Open Innovation | Links Foundation

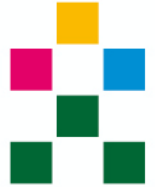




SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00

Saremo online tra poco

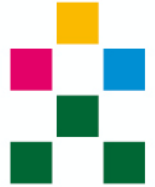




SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00

Alberto Anfossi
Segretario Generale





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



Cultura.

Arte, Patrimonio, Partecipazione.
Immaginiamo il futuro.





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



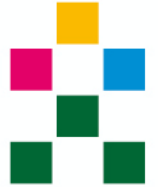
Francesca Gambetta

Responsabile di Missione "Creare Attrattività" Obiettivo Cultura

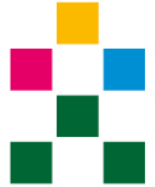




Il Bando



Il Contesto



Le tecnologie possono svolgere per i beni e le attività culturali un ruolo importante per:

- **Potenziare ed efficientarne la gestione**
- **Promuovere la loro valorizzazione**
- **Accrescerne la fruizione**

Favorire e consolidare la cultura dell'innovazione nelle istituzioni culturali rappresenta una fondamentale sfida per rendere il territorio e i suoi beni soggetti attivi in politiche di sviluppo e crescita economica, sociale e culturale.



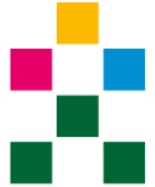
Il Contesto

Coerentemente con la finalità della Fondazione Compagnia di San Paolo di contribuire al raggiungimento degli **obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite**, il Bando Switch si richiama agli obiettivi:

- **9, dedicato al sostegno dell'innovazione e all'adeguamento delle infrastrutture, in questo caso del settore culturale**
- **17, volto ad incoraggiare e promuovere partnership nel settore pubblico, tra pubblico e privato, e nella società civile.**



Il Contesto



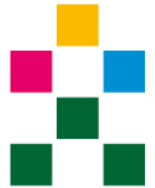
Attualmente 3 sono i deficit che non permettono di avviare una concreta trasformazione digitale del settore culturale:

- **La mancanza di una strategia e pianificazione digitale di medio - lungo periodo dei soggetti**
- **La scarsità di risorse per gli investimenti in innovazione tecnologica e digitale**
- **La carenza di cultura e competenze digitali all'interno delle istituzioni culturali**

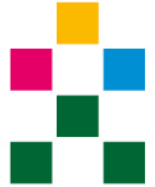


Le finalità

- **Promuovere la cultura della pianificazione strategica >>> PIANO DELL'INNOVAZIONE PLURIENNALE**
- **Favorire lo sviluppo e la diffusione della cultura e delle competenze dell'innovazione negli enti culturali**
- **Contribuire alla sostenibilità economica degli enti >>> EFFICIENTAMENTO GESTIONALE E CAPACITA' DI GENERARE NUOVE ENTRATE**
- **Favorire una maggiore contaminazione tra il mondo tecnologico e quello dei beni culturali >>>> PARADIGMA CONDIVISO**



Gli Obiettivi



- 1) Favorire e sostenere la **digital transformation** degli enti culturali nei settori della gestione e della valorizzazione dei beni e delle attività culturali;
- 2) Incentivare e supportare il rapporto tra **ecosistema tecnologico** del territorio di riferimento del bando (Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta) e comparto dei beni culturali;
- 3) Promuovere un piano dell'**innovazione pluriennale**.



I soggetti ammissibili



Possono candidarsi enti di Piemonte, della Liguria e della Valle d'Aosta, che gestiscono in maniera stabile e continuativa da almeno 5 anni, beni e/o attività culturali (musei, spazi espositivi, teatri, complessi monumentali, fortezze, ville, palazzi, spazi performativi...).

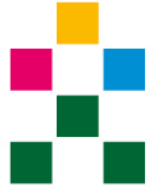
Sono ammessi anche:

- **Enti partecipati dalla Compagnia**
- **Enti beneficiari di Sostegno all'Attività Istituzionale**
- **Enti beneficiari di contributi o vincitori di Bandi della Compagnia**

Cfr. [Linee applicative del Regolamento per le Attività Istituzionali](#)"



Le fasi



FASE 1

Presentazione di un piano d'innovazione pluriennale

FASE 2

Presentazione di un progetto esecutivo, individuato nell'ambito del piano dell'innovazione proposto e comprensivo delle attività di sviluppo delle competenze necessarie per la sua attuazione e dell'implementazione delle relative tecnologie abilitanti

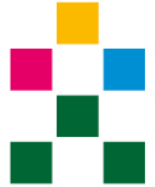


La fase 1: Piano d'innovazione Pluriennale

- **Presentazione di un Piano d'Innovazione Pluriennale del proprio ente**
- **Connesso con il più ampio Piano Strategico dell'istituzione**
- **Ambito della Gestione e Valorizzazione**
- **Analisi as is**
- **Individuazione di un bisogno**
- **Situazione to be**



La fase 1: Piano d'Innovazione Pluriennale



Nel piano si richiede di individuare:

- **Le risorse tecnologie**
- **Le risorse umane**
- **L'efficienza in un presidio o funzione nell'ambito scelto per sviluppare il piano d'innovazione >>>> KPI**
- **I percorsi di formazione, capacity building e sviluppo delle competenze delle risorse umane coinvolte dal piano**
- **Il budget e la previsione di sostenibilità derivante dall'attuazione del piano**
- **Durata almeno 30 mesi**



La fase 1: Piano d'innovazione Pluriennale



- **CRITERI DI SELEZIONE**
 - >>> **Coerenza con piano strategico dell'ente**
 - >>> **Coerenza con modello organizzativo dell'ente**

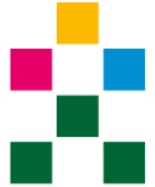
 - >>> **Chiarezza e solidità analisi as is**
 - >>> **Data exploitation**

 - >>> **Completezza situazione to be**
 - >>> **Data exploitation**
 - >>> **Attenzione a modelli di open innovation**

 - >>> **Sostenibilità**



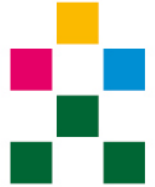
La fase 1: Piano d'innovazione Pluriennale



- **Richiesta ROL entro il 30 aprile (TBC)**
- **Allegati obbligatori >>> [FORM PIANO INNOVAZIONE PLURIENNALE](#)**
 - >>> PIANO STRATEGICO DELL'ENTE**
 - >>> BUDGET IN FORMATO LIBERO**
- **LINEE GUIDA PER LA DEFINIZIONE DEL PIANO INNOVAZIONE**
- **ESITI DELLA SELEZIONE entro 30 giugno (TBC)**
- **ISTITUZIONI SELEZIONATE >>> PREMIALITA' DI € 15.000**



La fase 2: Progetto esecutivo



VI ACCEDONO SOLO GLI ENTI SELEZIONATI NELLA FASE 1

- **Presentazione di un progetto esecutivo** individuato nell'ambito del piano dell'innovazione
- **Il progetto dovrà portare allo sviluppo e alla realizzazione degli output individuati nella fase 1 in termini di strumenti, processi, azioni**
- **Definizione di un piano di lavoro >>> Deliverable, fasi, modalità, tempi**
- **Fasi obbligatorie previste: avviamento, tuning, testing delle soluzioni proposte**
- **Modularità delle soluzioni tecnologiche >>> IMPLEMENTAZIONE, INTEROPERATIVITA', INTEGRAZIONE**



La fase 2: Progetto esecutivo



VI ACCEDONO SOLO GLI ENTI SELEZIONATI NELLA FASE 1

- **Team di progetto** (project manager e figure dell'istituzione culturale coinvolte)
- **Azioni e iniziative di formazione**
- **Piano di monitoraggio**<<>>KPI del piano dell'innovazione
- **Budget** (licenze)
- **Incidenza nella sostenibilità futura**
- **Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta**
- **Realizzato entro 15 mesi** dalla data di delibera del contributo



La fase 2: Progetto esecutivo



VI ACCEDONO SOLO GLI ENTI SELEZIONATI NELLA FASE 1

- **Non sono ammessi progetti che prevedano ESCLUSIVAMENTE:**
 - ✓ **Opere e adeguamenti infrastrutturali e impiantistici**
 - ✓ **Piani e campagne di comunicazione digitale/social**
 - ✓ **Digitalizzazione di collezioni e archivi**
 - ✓ **Fornitura di supporti alla fruizione**
 - ✓ **Allestimenti multimediali**



La fase 2: Progetto esecutivo

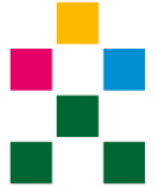


VI ACCEDONO SOLO GLI ENTI SELEZIONATI NELLA FASE 1

- **Nel budget del progetto non sono ammessi al contributo della Fondazione i seguenti costi:**
 - ✓ **Gestione ordinaria e del personale strutturato dell'ente (non ammissibili al cofinanziamento)**
 - ✓ **Manutenzione straordinaria delle tecnologie e le eventuali licenze successive al primo anno**
 - ✓ **Interventi strutturali e acquisizioni di beni immobili**
 - ✓ **Acquisto di beni mobili superiori al 15% del budget**



La fase 2: Progetto esecutivo



VI ACCEDONO SOLO GLI ENTI SELEZIONATI NELLA FASE 1

- **Identificare obbligatoriamente almeno un PARTNER TECNOLOGICO per il supporto alla definizione del progetto esecutivo e alla realizzazione degli output del piano d'innovazione**
- **>>>> PREFERENZIALITA' per il coinvolgimento di partner tecnologici con sede in PIEMONTE LIGURIA E VALLE D'AOSTA**
- **E' ammesso individuare altri soggetti e/o fornitori da coinvolgere nel progetto**



La fase 2: Progetto esecutivo



- **CRITERI DI SELEZIONE**

- >>> **Coerenza con piano d'innovazione pluriennale**

- >>> **Completezza in termini di fasi, azioni, strumenti**

- >>> **Capacità di rispondere in termini di efficacia ed efficienza ai bisogni individuati**

- >>> **Adeguatezza ed efficacia della strategia, degli strumenti e della soluzione individuata in rapporto al focus e alla dimensione del progetto**

- >>> **Modularità, scalabilità e riuso degli strumenti e strategie individuate nel piano**



La fase 2: Progetto esecutivo



>>> Capacità di accrescere e sviluppare competenze risorse umane coinvolte

>>> Efficacia degli strumenti e delle strategie individuate per lo sviluppo e il rafforzamento delle competenze

>>> Capacità del progetto di favorire la cultura dell'innovazione

**>>> Adeguatezza degli strumenti di monitoraggio previsti
(strumenti di data visualisation)**

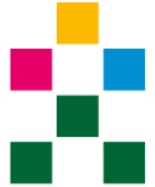
>>> Congruità economica del progetto

>>> Capacità di favorire la sostenibilità, anche in termini organizzativi, dell'ente

>>> Capacità di coinvolgere l'ecosistema tecnologico territoriale



La fase 2: Progetto esecutivo



>>> Capacità di accrescere e sviluppare competenze risorse umane coinvolte

>>> Efficacia degli strumenti e delle strategie individuate per lo sviluppo e il rafforzamento delle competenze

>>> Capacità del progetto di favorire la cultura dell'innovazione

**>>> Adeguatezza degli strumenti di monitoraggio previsti
(strumenti di data visualisation)**

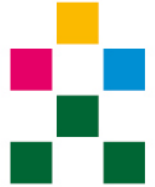
>>> Congruità economica del progetto

>>> Capacità di favorire la sostenibilità, anche in termini organizzativi, dell'ente

>>> Capacità di coinvolgere l'ecosistema tecnologico territoriale



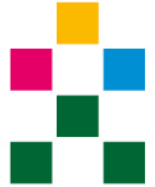
La fase 2: Progetto esecutivo



- **Richiesta ROL entro il 30 settembre (TBC)**
- **Allegati obbligatori >>> FORM PROGETTO ESECUTIVO
>>> BUDGET IN FORMATO LIBERO**
- **OPEN DESK SULLA FATTIBILITA' DEL PROGETTO ESECUTIVO PROPOSTO**
- **ESITI DELLA SELEZIONE entro 18 dicembre (TBC)**
- **CONTRIBUTO MASSIMO DI € 200.000 (a copertura massima del 75%
del budget del progetto)**



Info & Help



missioneattrattivita@compagniadisanpaolo.it

assistenzarol@compagniadisanpaolo.it





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



Cultura.

Arte, Patrimonio, Partecipazione.
Immaginiamo il futuro.



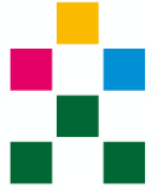


SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00

Virginia Valesio

Strategic Scouting & Open Innovation | Links Foundation



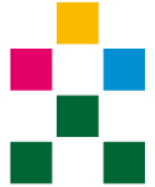


SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



Linee guida a supporto del bando





Cultura.

Arte, Patrimonio, Partecipazione.
Immaginiamo il futuro.



Bando SWITCH



Requirements

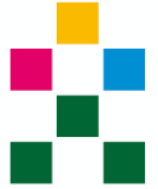
Prima fase (Febbraio/Giugno 2020)

- **Presentazione di un piano d'innovazione pluriennale del proprio ente nell'ambito della gestione e/o della valorizzazione del bene e/o delle attività culturali**
- **Il piano deve comprendere: un'analisi as is delle risorse tecnologiche, delle risorse umane e dell'efficienza in un presidio o funzione.**
- **Il piano dell'innovazione è da intendersi come strumento che supporta le istituzioni nel processo di trasformazione digitale**

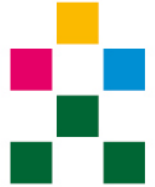




Digital Transformation



Stato dell'arte

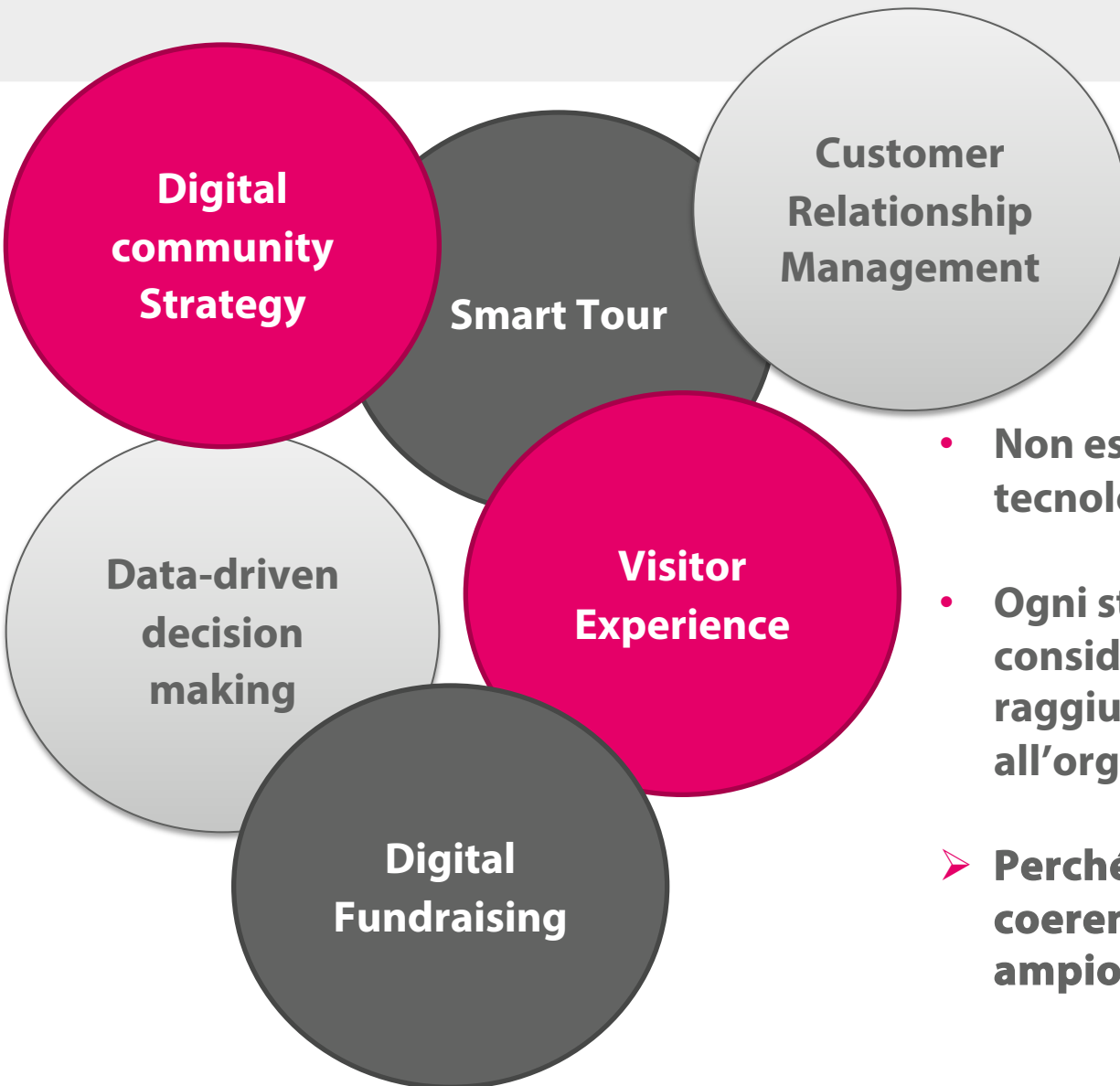
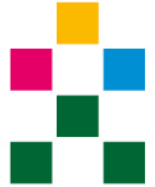


Indice Desi 2019 colloca l'Italia al 24° posto fra i 28 Stati membri in quanto a digitalizzazione nel settore privato

MiBACT, nel 2019, tra le azioni guida, propone:

- **Rafforzare le strutture per la creatività contemporanea e la digitalizzazione**
- **Rilanciare l'autonomia per migliorare l'efficienza organizzativa**

Quale Digital Transformation?

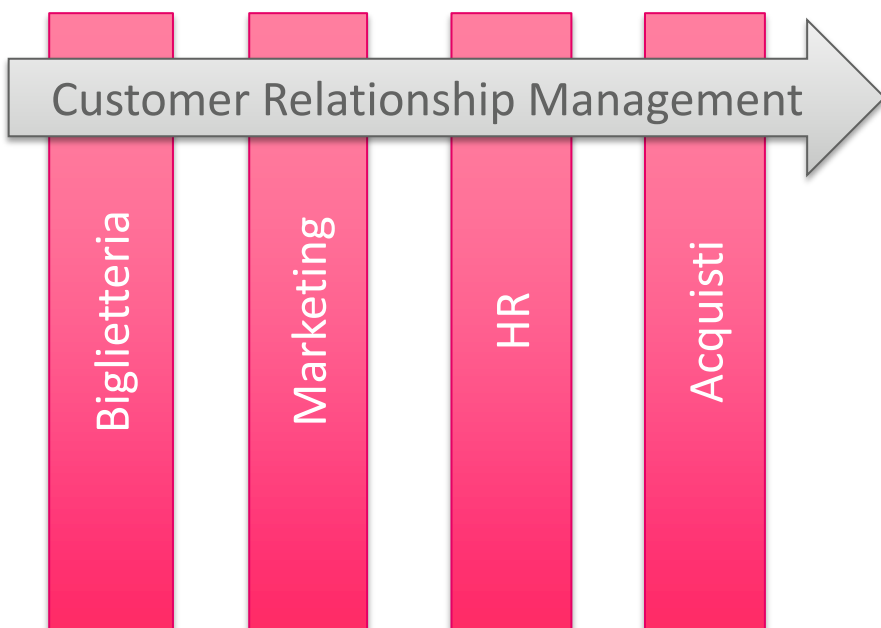


- **Non esiste una trasformazione tecnologico/digitale univoca.**
- **Ogni strategia digitale deve essere considerata come strumento per raggiungere un obiettivo in seno all'organizzazione**
- **Perché sia efficace deve essere coerente e allineata con il più ampio Piano Strategico dell'ente.**

Cross-funzionalità e interoperabilità



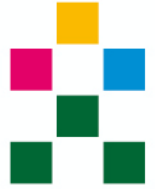
- **La strategia digitale è una strategia orizzontale, che coinvolge dipartimenti e set di competenze trasversali**
- **Utile nominare un Responsabile della strategia super-partes**



- **Necessita di un ambiente interoperabile che consenta la condivisione tra i dipartimenti coinvolti su tre livelli: organizzativo, semantico e tecnico**
- **È efficace se flessibile e privilegia soluzioni modulari e scalabili**



As is > To be



Bando SWITCH



Requirements

Prima fase (Febbraio/Giugno 2020)

- **disegnare la situazione AS IS in almeno uno dei due ambiti previsti (gestione e/o valorizzazione del bene e/o delle attività culturali)**
- **individuare un bisogno da risolvere;**
- **proporre una situazione TO BE, identificando le tappe da percorrere per il raggiungimento dell'obiettivo attraverso la definizione di un processo e/o la predisposizione di un set di tecnologie abilitanti.**



Get started: assessment iniziale

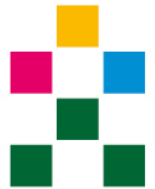


Ges Started

Assessment iniziale

- **Qual è la missione generale dell'organizzazione?**
- **Di quali risorse tecnologiche dispone l'organizzazione?**
- **A che punto si trova l'organizzazione in termini di pratica tecnologica e digitale? Ovvero, come e dove utilizzo già il digitale (ad es. nel marketing o nella pratica creativa e culturale)?**
- **Quanto sono efficaci le tecnologie e gli strumenti digitali già in uso nell'organizzazione?**
- **Quali risorse (persone, risorse finanziarie, competenze specialistiche) sono attualmente impegnate nell'attività digitale?**

AS IS- TO BE assessment



1. RILEVAZIONE AS IS

1. Mappatura dei processi e scomposizione ulteriore in processi, fasi e attività

2. Mappatura HR: responsabilità e ruoli all'interno dei processi e set delle competenze disponibili

3. Mappatura delle dotazioni tecnologiche disponibili

4. Mappatura dell'utente (tipologia utente e percezione dell'offerta da parte dell'utente)

N.B: La rilevazione AS IS può riguardare diversi ambiti dell'ente

2. GAP ANALYSIS

1. Valutazione comparativa

- Confronto tra *as is* e *to be*
- Confronto con modelli organizzativi di riferimento (per esempio attraverso benchmark analysis)

2. Identificazione delle criticità: gestionali, operative, organizzative, strategiche

3. RIPROGRAMMAZIONE

Identificazione e pianificazioni delle strategie e degli interventi per il riallineamento ai propri obiettivi strategici ES:

- Riorganizzazione dei processi, dei flussi e delle attività
- Riorganizzazione delle responsabilità (organigramma)
- adeguamento dotazioni tecnologiche
- adeguamento competenze: attività di formazione

Previsione degli investimenti

Pianificazione dei tempi

Mappatura AS IS nel bando SWITCH



Mappatura *as is* deve riguardare:

- risorse umane
- risorse tecnologiche
- efficienza in un presidio o funzione

Risorse umane

- esistono competenze *in house* adeguate rispetto all'obiettivo?
(indicare quali e quante)
- Quali e quante possono essere riallocate sul progetto?
- Quale risorsa ha il ruolo adeguato per assumere la responsabilità del progetto?

Risorse tecnologiche: opportuno indicare le funzionalità principali, eventuali licenze e il fornitore.

AS IS- TO BE assessment



GAP ANALYSIS

Benchmark analysis: confrontare il proprio ente con i best in class della digital transformation e modelli organizzativi di riferimento, attraverso la consultazione di pubblicazioni, white papers, siti Web, i blog e ricerche sul Web

Survey analysis interna per valutare le strategie digitali più allineate alla propria mission e/o survey all'utente finale

Matrice di valutazione: creare una matrice per confrontare il proprio ente (ente α) con gli enti di riferimento



	Ticketing	Design	Content	Archivio digitale
Ente α	2	1	3	0
Ente riferimento 1	4	5	5	5
Ente riferimento 2	3	3	5	3
Ente riferimento 3	3	4	3	4

Un esempio: piano di innovazione su «gestione, trattamento, catalogazione ed elaborazione dati»

1. RILEVAZIONE AS IS

Mappatura stato dell'arte

Rilevazione gestione del flusso di dati attraverso mappatura di processi che regolano:

- Ticketing
- RegISTRAZIONI dell'utente (online e offline)
- Gestione Social media
- Audio guide
- E-commerce prodotti
- Fundraising
- Altro (ambiti in cui è possibile procedere con una raccolta dati)

Mappatura risorse tecnologiche per la raccolta del dato (es. Interfacce: audioguide, app, QR code, ecc)

Mappatura risorse tecnologiche per l'analisi del dato (es. Software di data analytics)

Mappatura risorse HR con competenze adeguate

2. GAP ANALYSIS:

VALUTAZIONE COMPARATIVA E DIAGNOSI



Valutazione comparativa: comparazione con azioni di digital transformation (valorizzazione del dato) in musei di riferimento

Bristol Museums, Galleries & Archives, Uk

Adozione di un Digital marketing Tools per la gestione di strategie di marketing e data import

The History Colorado Center: contrattualizzazione di un data analytics provider per identificare patterns di interessi dei visitatori, al fine di personalizzare l'offerta

MET: sviluppo di audioguide personalizzate per import del dato visitatori; utilizzo CRM

Identificazione delle criticità:

- Dispersione del dato nel processo di vendita biglietti online (es: ticketing affidato a enti terzi)
- Dati provenienti da canali diversi non integrati in unico sistema
- Mancanza di Software di data analytics
- Mancanza di figura professionale di riferimento: es digital strategy manager
- Mancanza di competenze nell'ambito di riferimento: data analyst
- Non è stata assegnata voce in bilancio per lo staff training nell'ambito di riferimento
- Conoscenza non adeguata dei requisiti legali relativi alla protezione dei dati

3. RIPROGRAMMAZIONE

Identificazione e pianificazioni delle strategie e degli interventi

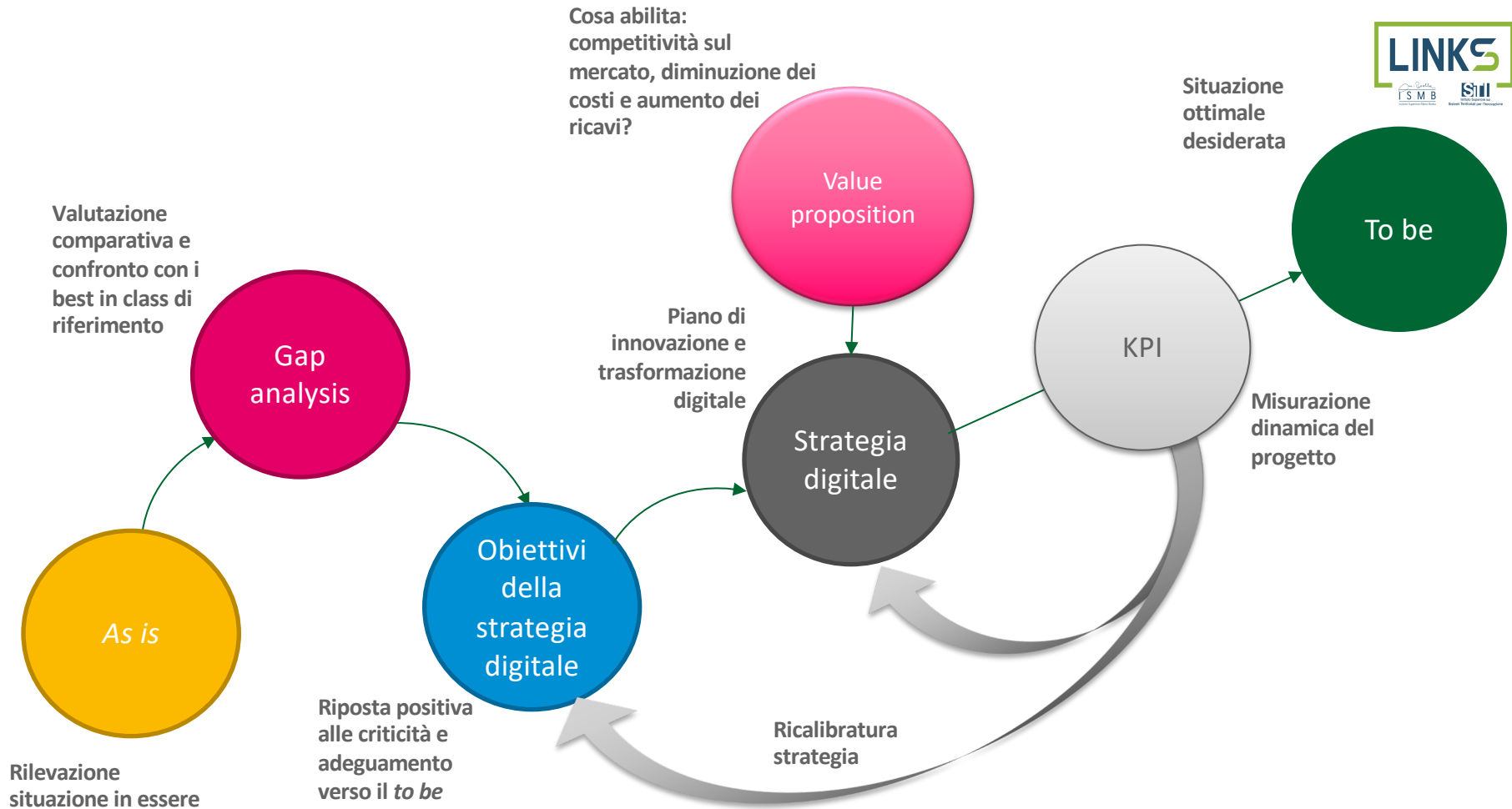
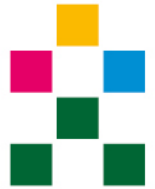
ES:

- Sviluppo strumento digitale proprietario per la gestione del ticketing
- Sviluppo sistema unico integrato (CRM) per la gestione e valorizzazione del dato
- Nomina/assunzione di un digital strategy manager e data scientist
- Collaborazione con enti terzi (es: enti di ricerca)

Previsione degli investimenti:

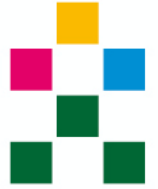
Pianificazione tempi (Gantt)

Digital Journey

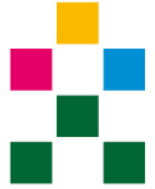




Strumenti per il TO BE



Definizione degli obiettivi



Obiettivo strategico (o macro-obiettivo): coerente con il più ampio Piano Strategico (o Piano Industriale o Documento Programmatico) della propria istituzione

Obiettivi specifici (o sotto-obiettivi) di natura più operativa, ordinati in scala gerarchica in base alle priorità d'intervento o alla consequenzialità operativa, e tutti finalizzati a soddisfare il più ampio e comune obiettivo strategico.

OBIETTIVO SMART

Specific: chiaro e specifico;

Measurable: quantificabile e in grado di misurare il progresso delle attività;

Attainable: implementabile;

Realistic: realistico, ovvero in grado di arrivare al risultato desiderato;

Time-bound: pianificato entro un preciso arco temporale, identificato con delle scadenze precise.

Definizione degli obiettivi



Obiettivo strategico (allineato alla strategia)



Obiettivo specifico
1



Obiettivo specifico
2



Obiettivo specifico
3

OBIETTIVO STRATEGICO:

incrementare, a livello nazionale e internazionale, la brand reputation del museo

Obiettivo specifico 1: aumentare il numero visitatori nazionali e internazionali del 20% entro dicembre 2022

Obiettivo specifico 2: aumentare la visibilità del sito web del 20% entro dicembre 2022

Value Proposition



Value proposition di progetto:

sintetica proposta di valore, in grado di mettere in evidenza gli elementi di forza del progetto:

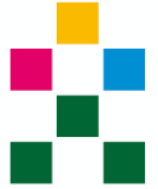
- competitività sul mercato;
- diminuzione dei costi;
- aumento dei ricavi.

Obiettivo specifico 1: aumentare il numero visitatori nazionali e internazionali del 20% entro dicembre 2022

Value proposition: creazione e sviluppo di un Data Repository per la gestione e valorizzazione dei dati dei visitatori



Strumenti per il monitoraggio



La misurazione degli obiettivi: KPI



Key performance Indicator (KPI): una misura quantificabile (una metrica), che permette di verificare il livello di raggiungimento di un dato obiettivo in maniera precisa, ovvero non ambigua o vaga.

- Un KPI che sia solido e coerente con la finalità strategica, quando aumenta o diminuisce, impatta significativamente in maniera positiva o negativa sull'obiettivo principale.

Obiettivo specifico 1: aumentare il numero visitatori nazionali e internazionali del 20% entro dicembre 2022

Definizione KPI: capacità dell'ente di migliorare la ricettività in termini quantitativi nell'anno solare 2022

Misurazione KPI:

- numero di visitatori da gennaio a dicembre 2022
- numero di biglietti acquistati nell'anno solare 2022
- numero di accessi alla caffetteria/bookshop nell'anno solare 2022

Obiettivo strategico del Piano di Innovazione	Incrementare, a livello nazionale e internazionale, la brand reputation del Museo
Obiettivo specifico 1	Aumentare il numero visitatori nazionali e internazionali del 20% entro dicembre 2022
Value proposition	Creazione e sviluppo di un Data Repository per la gestione e valorizzazione dei dati dei visitatori
Definizione KPI	Capacità dell'ente di migliorare la ricettività in termini quantitativi nell'anno solare 2022.
Misurazione KPI	<ul style="list-style-type: none"> • numero di visitatori da gennaio a dicembre 2022 • numero di biglietti acquistati nell'anno solare 2022 • numero di accessi alla caffetteria/bookshop nell'anno solare 2022
Obiettivo specifico 2	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentare la visibilità del sito web del 20% entro dicembre 2022
Value proposition	<ul style="list-style-type: none"> • Attuazione di SEO (Search Engine Optimization) e attività di Digital marketing
Definizione KPI	<ul style="list-style-type: none"> • Capacità del Museo di generare traffico dai social verso il sito
Misurazione KPI	<ul style="list-style-type: none"> • numero di Link Click • numero di Click-through rate

As is – to: circolarità del processo

IMPLEMENTAZIONE TO BE:

Implementazione delle strategie e degli interventi individuati e riallineamento con gli obiettivi strategici

IMPLEMENTAZIONE
TO BE

RIPROGRAMMAZIONE:

Programmazione degli interventi necessari per avviare la fase di miglioramento e un adeguamento verso una situazione ottimale (situazione to be).

La riprogettazione deve poter integrare il cambiamento con le risorse necessarie (professionalità, mezzi, investimenti) e con i sistemi informativi a supporto

RI-
PROGRAMMAZIONE

RILEVAZIONE AS IS

RILEVAZIONE AS IS

Mappatura della situazione attuale dell'ente:

- Macro-processi e processi, ovvero il flusso procedurale o delle attività, fasi e operazioni
- struttura organizzativa così come descritta dall'organigramma, meccanismi operativi
- risorse umane: competenze e ruoli nei processi
- dotazioni tecnologiche hardware e software, applicazioni, dati e copertura IT

Un'analisi as is è sempre propedeutica alla riprogettazione

DEFINIZIONE TO BE

DEFINIZIONE TO BE

Quale dovrebbe essere la situazione futura desiderata, tale da consentire una gestione dell'ente ottimale, efficace ed efficiente e coerente con i propri obiettivi strategici e/o la mission.

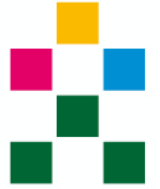
GAP ANALISYS

GAP ANALISYS

Individuazione dei gap tra la situazione attuale e quella ottimale. Quali sono le inefficienze, i malfunzionamenti, i ritardi dell'ente o di una sua parte che impediscono all'organizzazione di raggiungere una piena efficienza (es: contenimento del costo e aumento dei ricavi e del tempo di ciclo).



Budget



Bando SWITCH



Requirements

- **un budget pluriennale che indichi le seguenti voci di costo:**
 - risorse umane
 - collaborazioni
 - acquisizioni di servizi
 - acquisizioni di materiali di consumo
- **la previsione, suddivisa per anni, dell'aumento dei ricavi e/o del contenimento dei costi conseguenti all'adozione del piano d'innovazione.**





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



Cultura.

Arte, Patrimonio, Partecipazione.
Immaginiamo il futuro.





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00

Q&A





SWITCH_Strategie e Strumenti per la Digital Transformation nella Cultura

martedì 17 marzo 2020
dalle ore 16.00



Grazie per l'attenzione

