



POLITECNICO
MILANO 1863

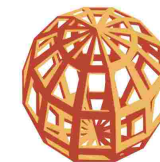
Un modello di gestione del museo outcome-based

L'importanza della relazione.

26 Novembre 2020

FONDAZIONE
MUSEI BRESCIA

Fondazione
CARIPLO



FEDERCULTURE

Agenda

17.30 – 17.35

Saluti istituzionali ed introduzione

[Michela Arnaboldi, Professore ordinario - Politecnico di Milano]

17.35 – 17.50

Presentazione risultati ricerca

[Deborah Agostino, Professore associato - Politecnico di Milano; Camilla Marini, Dottoranda – Politecnico di Milano]

17.50 – 18.00

Intervento di Fondazione Brescia Musei

[Stefano Karadjov, Direttore di Fondazione Brescia Musei]

18.00 – 18.30

Tavola rotonda

[Modera: Claudio Bocci, Comitato Ravello Lab – Partecipano: Pierluigi Sacco, Università IULM e OCSE Venezia; Ledo Prato, Segretario Generale dell'Associazione Mecenate 90; Martina Bagnoli, Direttrice delle Gallerie Estensi; Antonio Lampis, Direttore Ripartizione Cultura Provincia di Bolzano]



COVID 19 | Accelerazione della consapevolezza della necessità di trasformarsi

- **Covid 19.** Ha accelerato la consapevolezza: chi non interpreta e agisce il cambiamento rischia
- **Incertezza.** Sempre più fonti e effetti sempre più interconnessi

Artificial intelligence



Cambiamenti Climatici



Dinamiche Geo-politiche e demografiche



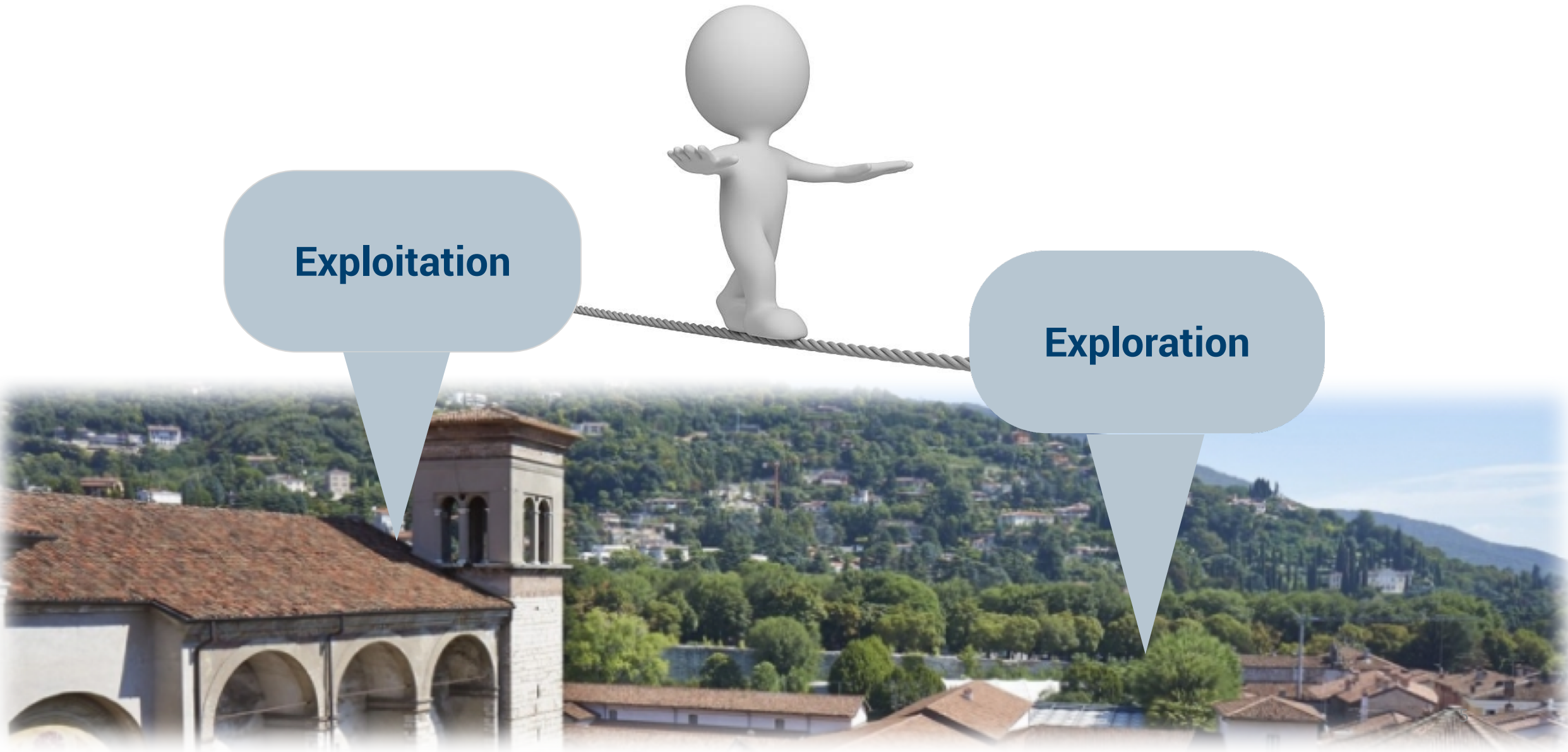
Block chain e Fintech



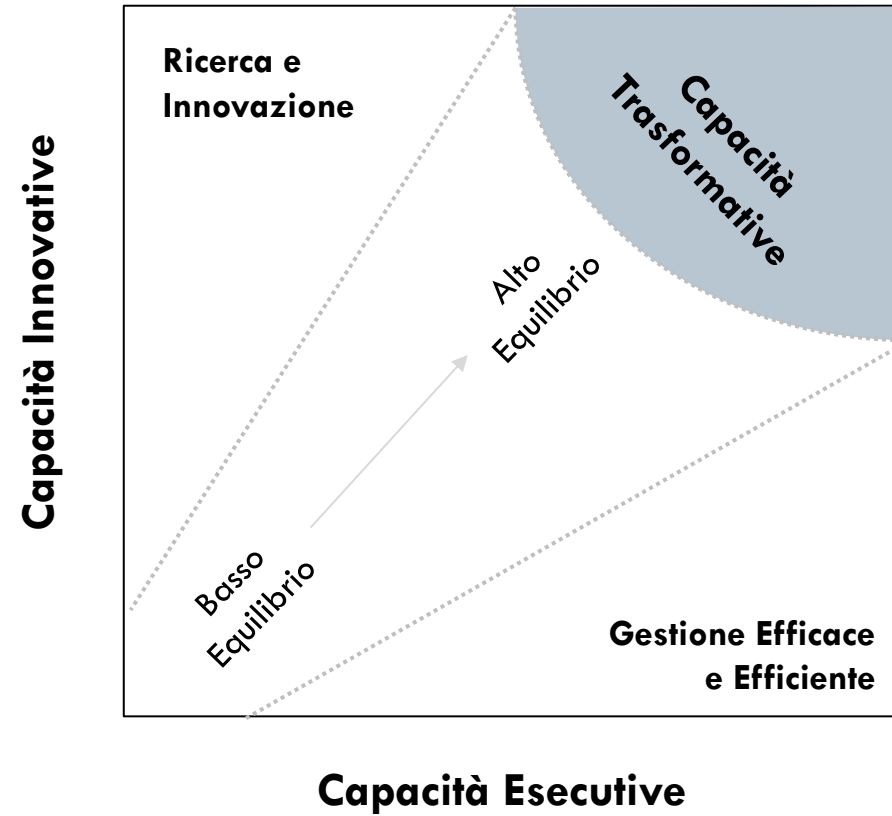
Trasformazione | Esercizio di Equilibrio

Exploitation

Exploration



Trasformazione| Equilibrio di Capacità



Trasformazione| Tre Pilastri



Il progetto: gli obiettivi

Il progetto si è posto l'obiettivo di sviluppare, sperimentare e consolidare un sistema di programmazione e controllo **relazionale outcome-based**, che:

- analizzi gli stakeholder della rete
- pianifichi, partendo dall'outcome/output le risorse e le attività necessarie misurando e verificando i risultati raggiunti in un'ottica di sostenibilità.

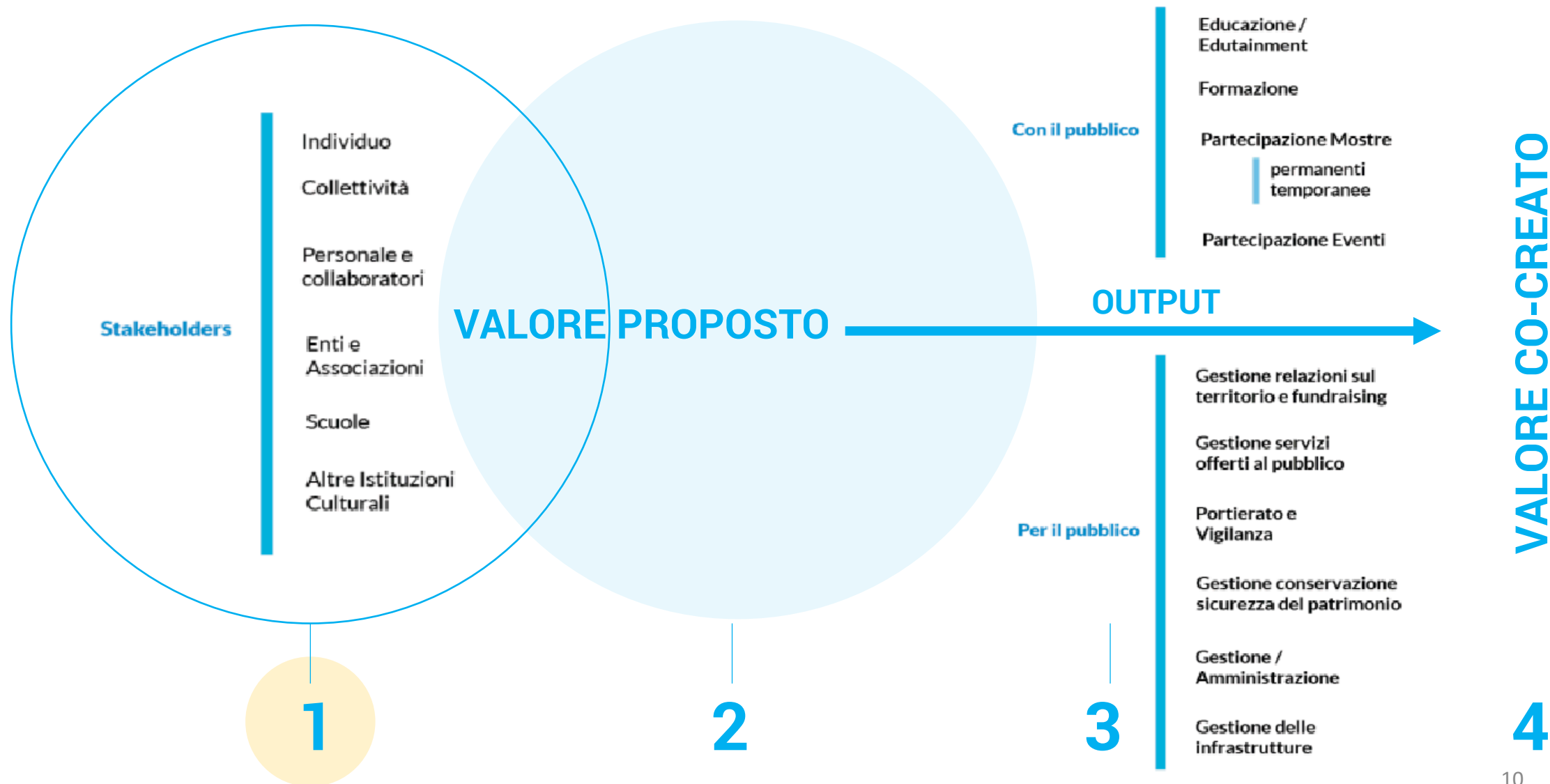
Il progetto: i risultati

Un **modello di gestione** relazionale outcome-based, costituito da quattro componenti:

1. La **mappatura degli stakeholder e delle relazioni**
2. La mappatura del **valore proposto**
3. Un **cruscotto di monitoraggio** dell'attività di rete
4. La mappatura del **valore co-creato**

Un modello di gestione relazionale outcome-based

La mappatura degli stakeholder e delle relazioni



1. La mappatura degli stakeholder e delle relazioni

Gli stakeholder e le relazioni sono stati mappati secondo diversi aspetti:

- dimensione territoriale
- dimensione relazionale formale
- target e attività
- sostenibilità della relazione

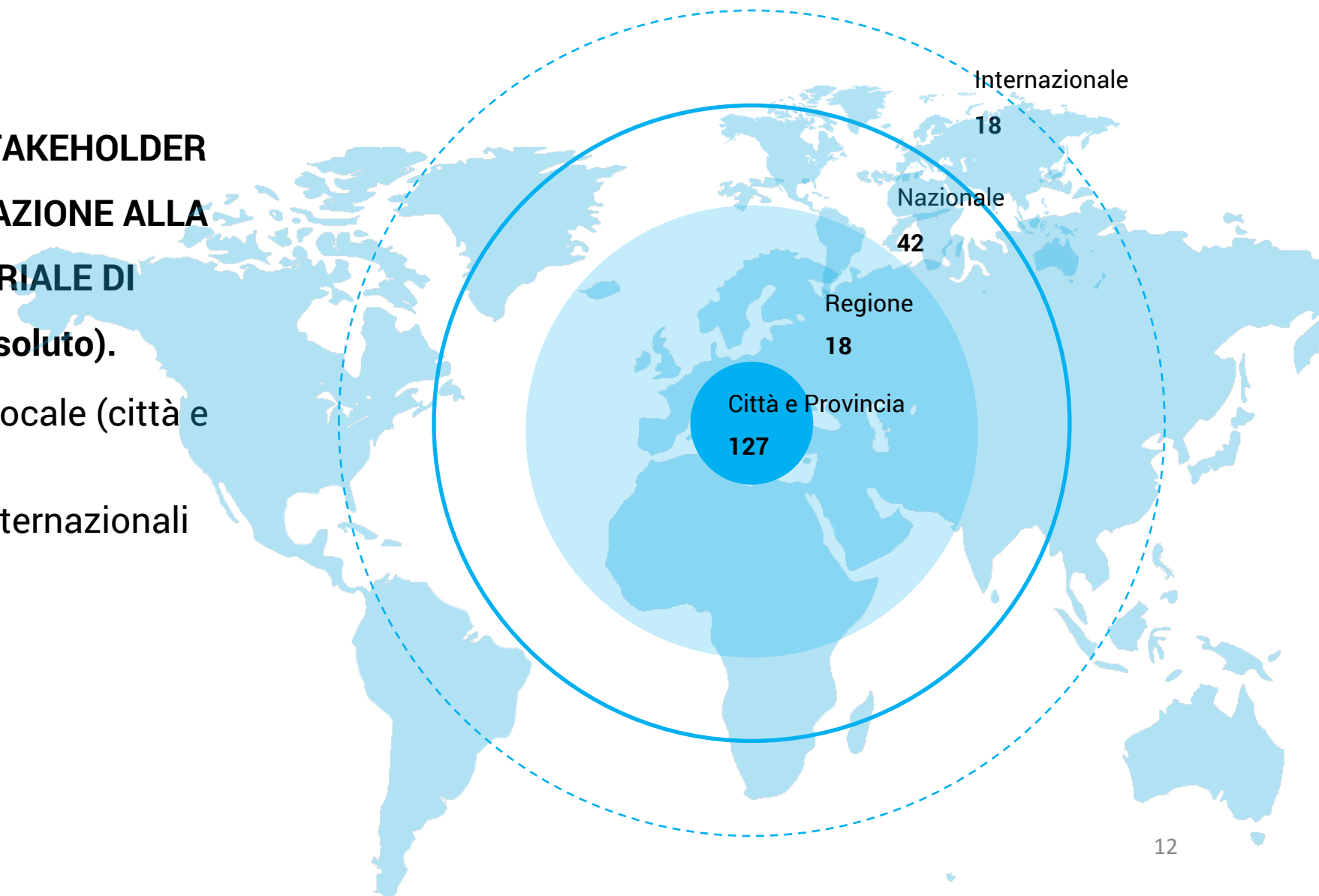
1. La mappatura degli stakeholder e delle relazioni

Dimensione territoriale / stakeholder istituzionali

**MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER
ISTITUZIONALI IN RELAZIONE ALLA
DIMENSIONE TERRITORIALE DI
AFFERENZA (valore assoluto).**

Rete prevalentemente locale (città e
provincia - 127).

Presenza di relazioni internazionali
(18).



1. La mappatura degli stakeholder e delle relazioni

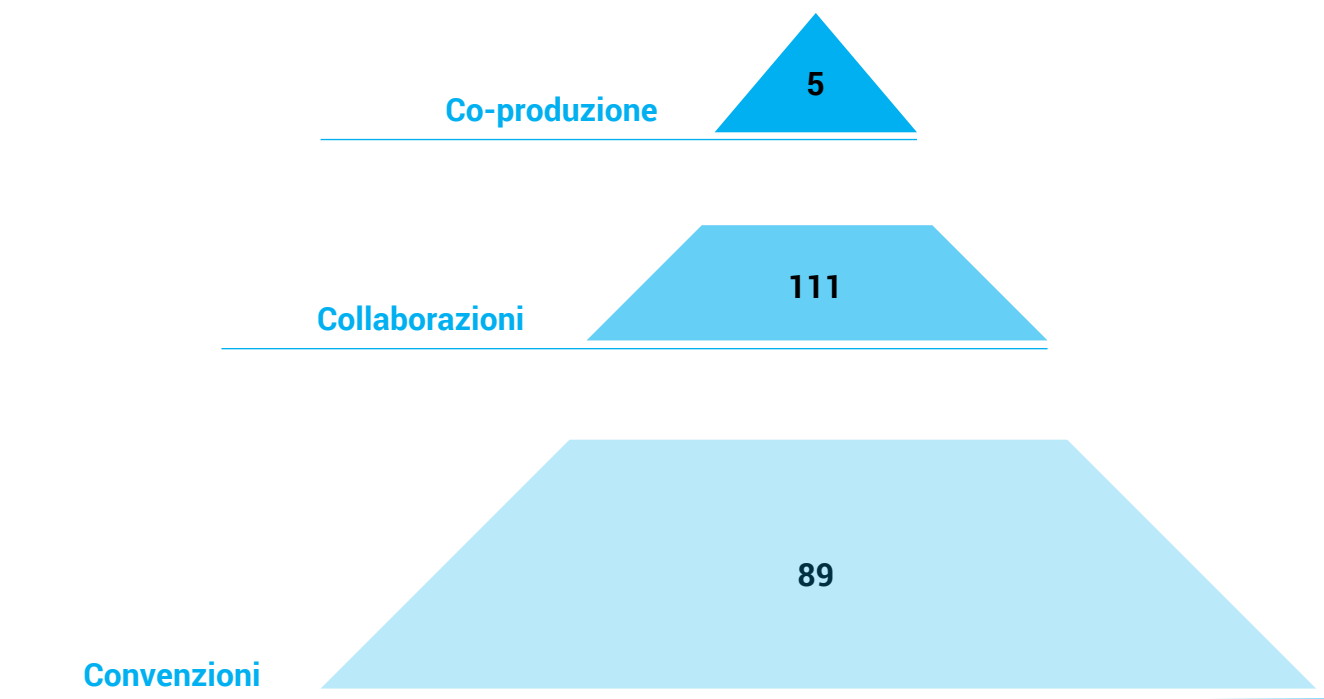
Dimensione relazionale formale / stakeholder istituzionali

**MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER A
SECONDA DELLA TIPOLOGIA
CONTRATTUALE CON CUI SI LEGANO A
FBM (valore assoluto).**

CO-PRODUZIONE – per la co-produzione
di mostre ed eventi

COLLABORAZIONE – per supporto
sviluppo attività

CONVENZIONE – per sponsorizzazioni

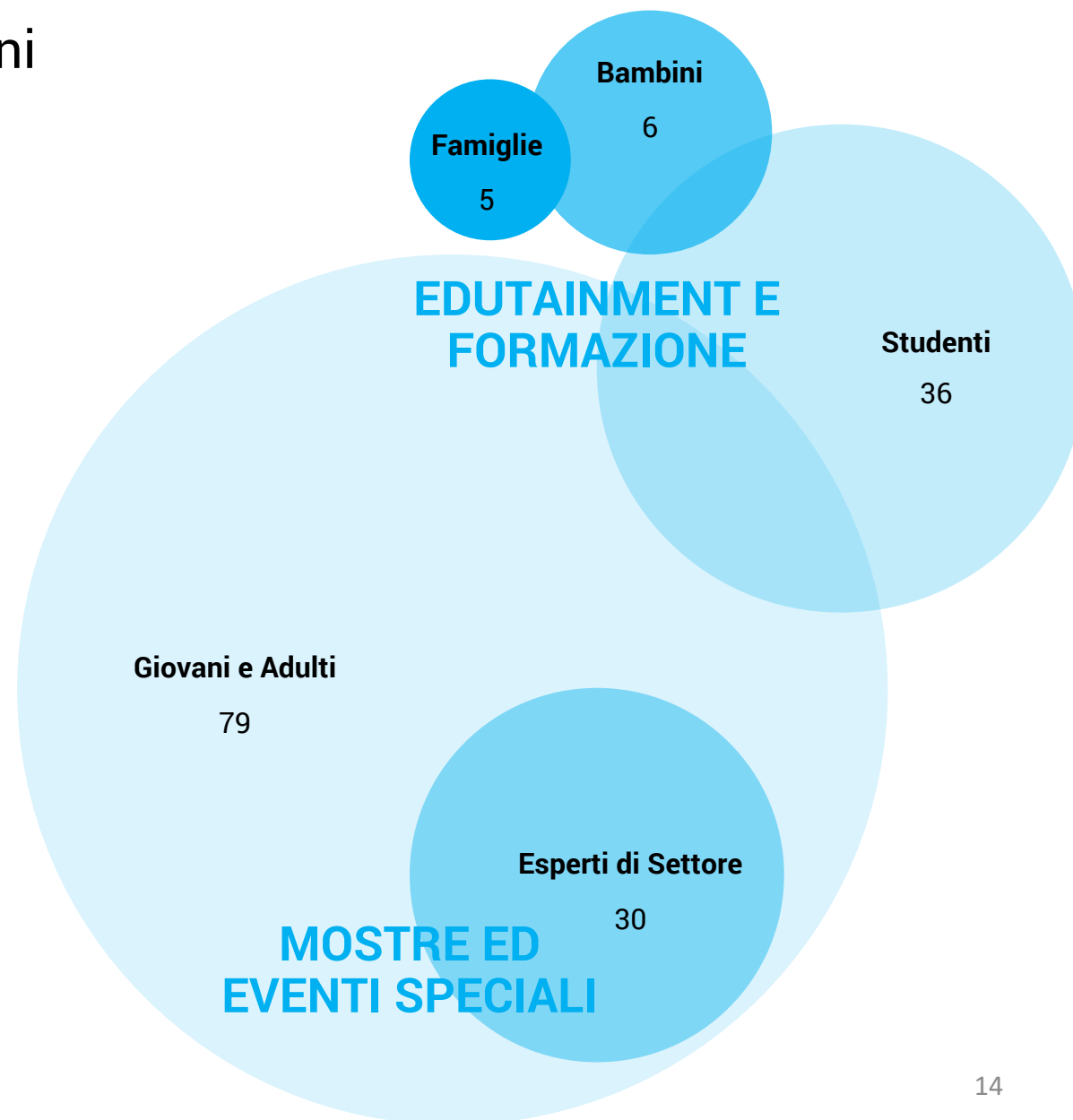


1. La mappatura degli stakeholder e delle relazioni

Target e attività / Visitatori e Cittadini

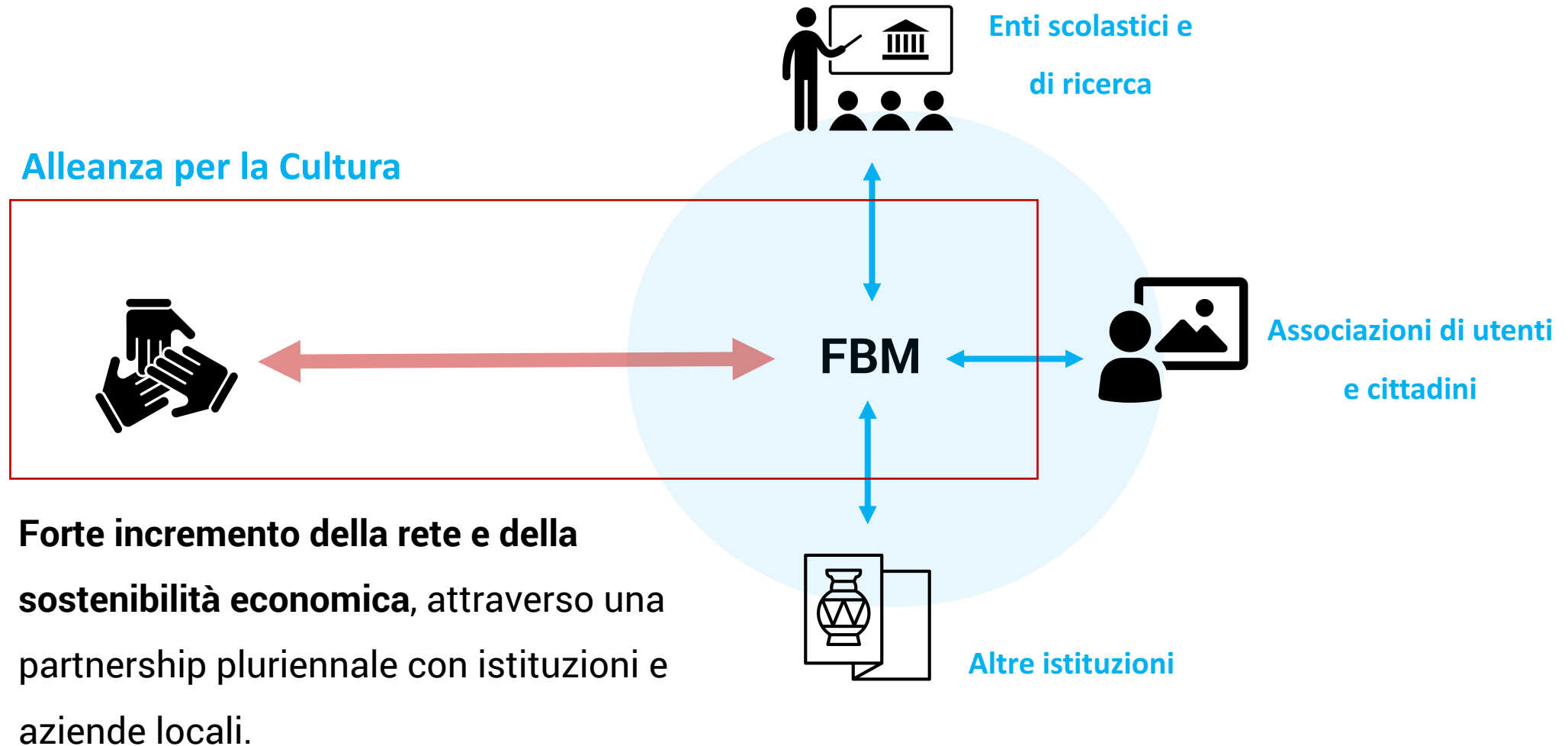
**MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER
SULLA BASE DELLE ATTIVITÀ PROPOSTE
(valore assoluto).**

Preponderanza di attività rivolte ad un pubblico di giovani e adulti.



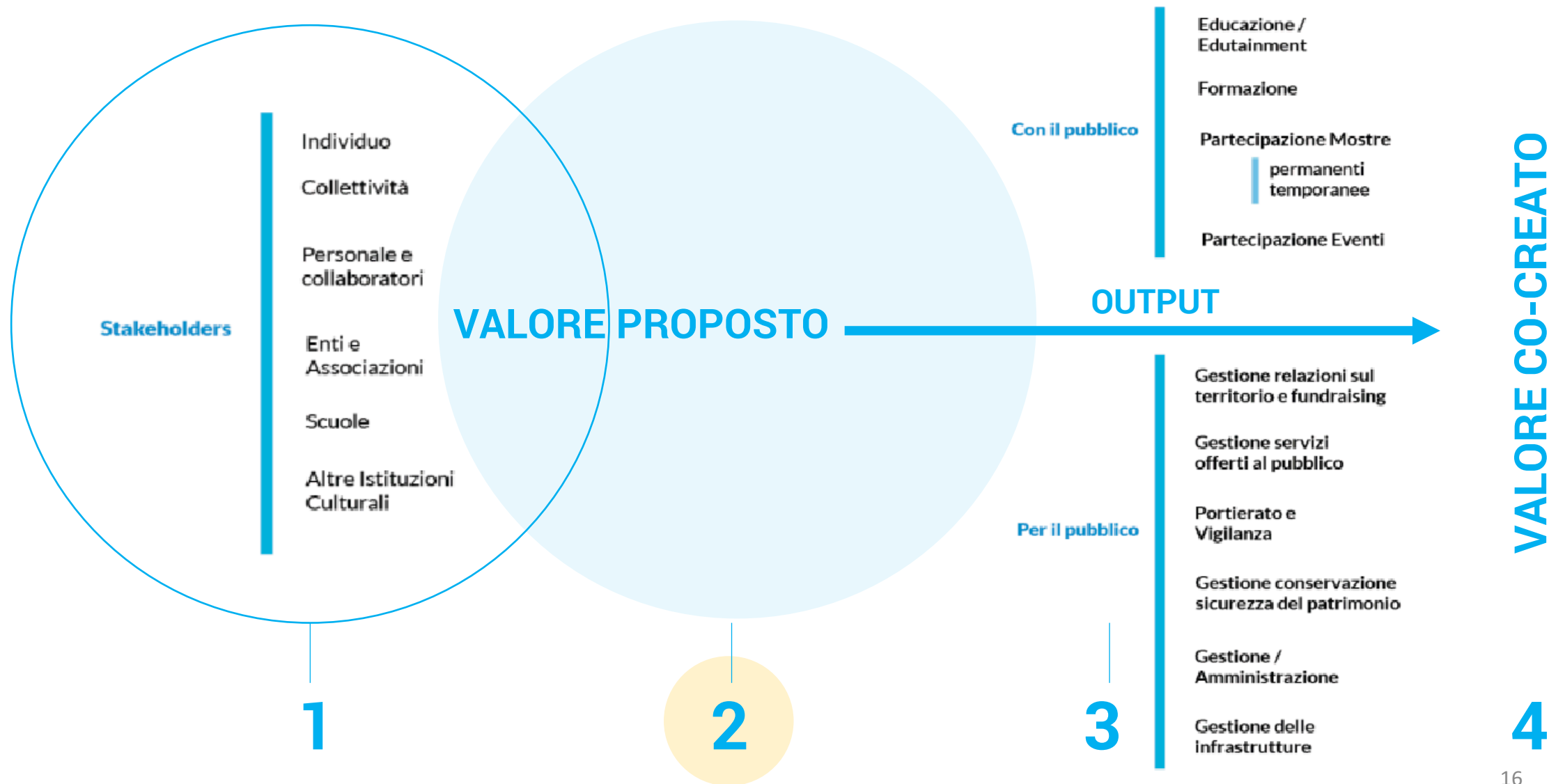
1. La mappatura degli stakeholder e delle relazioni

Sostenibilità della relazione / Stakeholder istituzionali



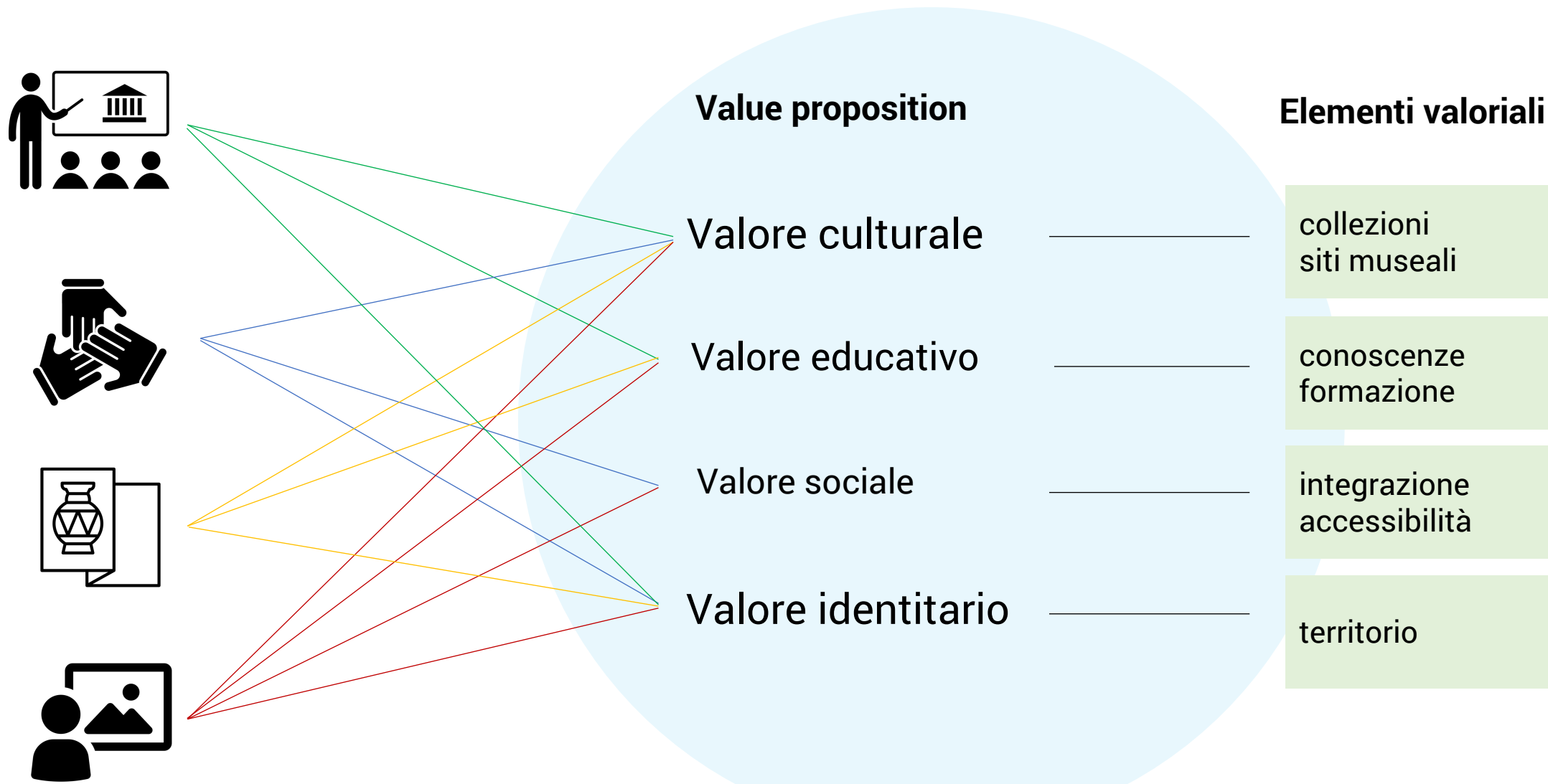
Un modello di gestione relazionale outcome-based

La mappatura del valore proposto



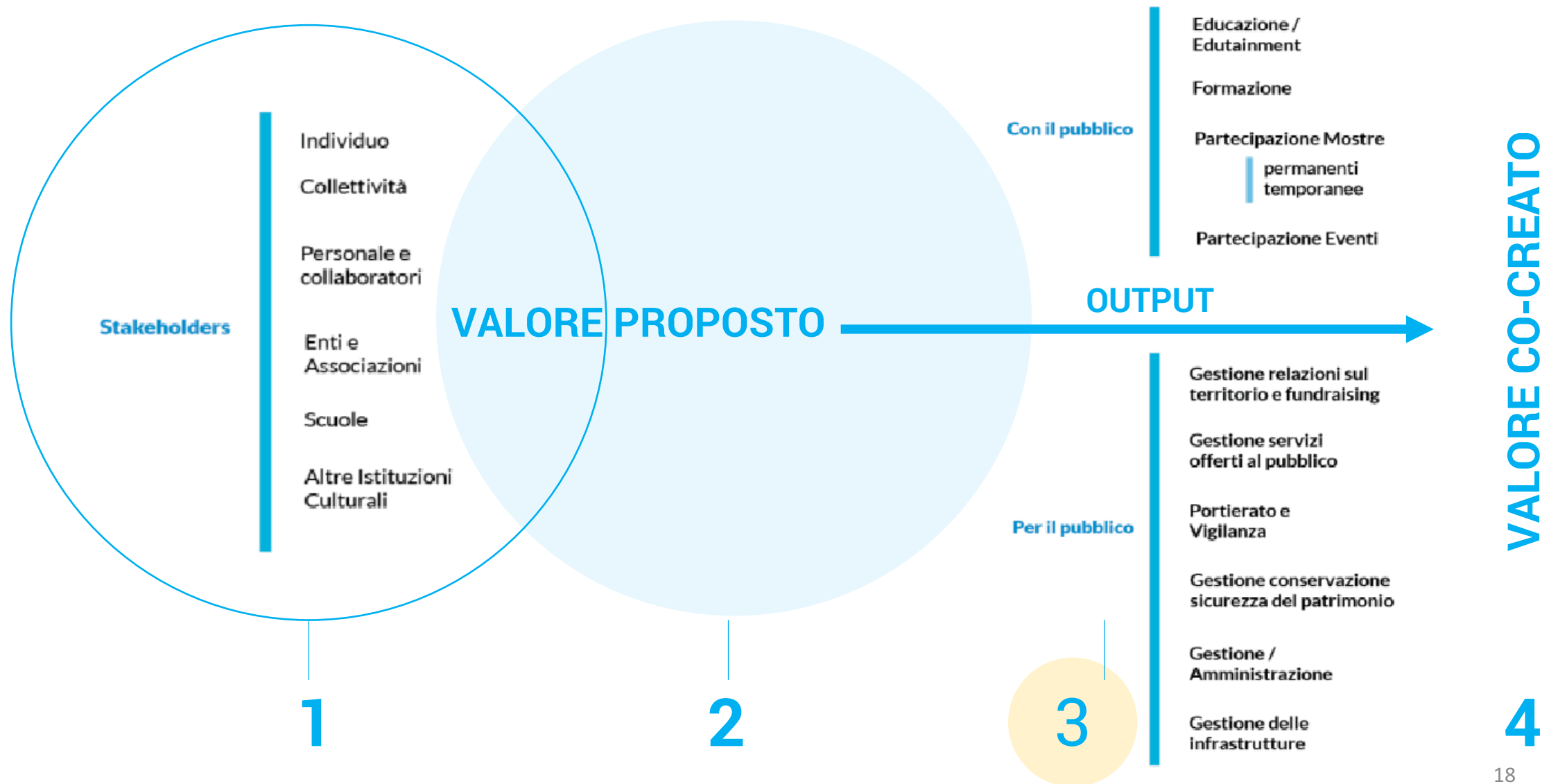
2. L'importanza della relazione: una mappatura del valore

La mappatura del valore proposto



Un modello di gestione relazionale outcome-based

Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete

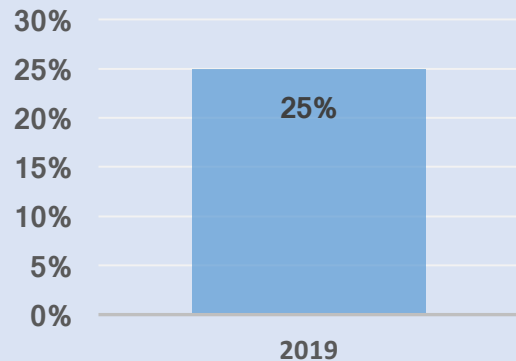
 **SOSTENIBILITA' ECONOMICA**

 **LE RISORSE**

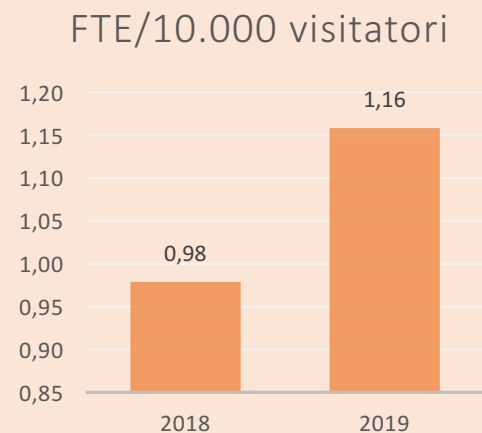
 **I PUBBLICI**

 **LO SVILUPPO**

Autofinanziamento




FTE per visitatore



Percezione esperienza

Esperienza positiva **83% - 94%**



Età : + 50
Titolo studio: Laurea
Provenienza: Brescia

La rete

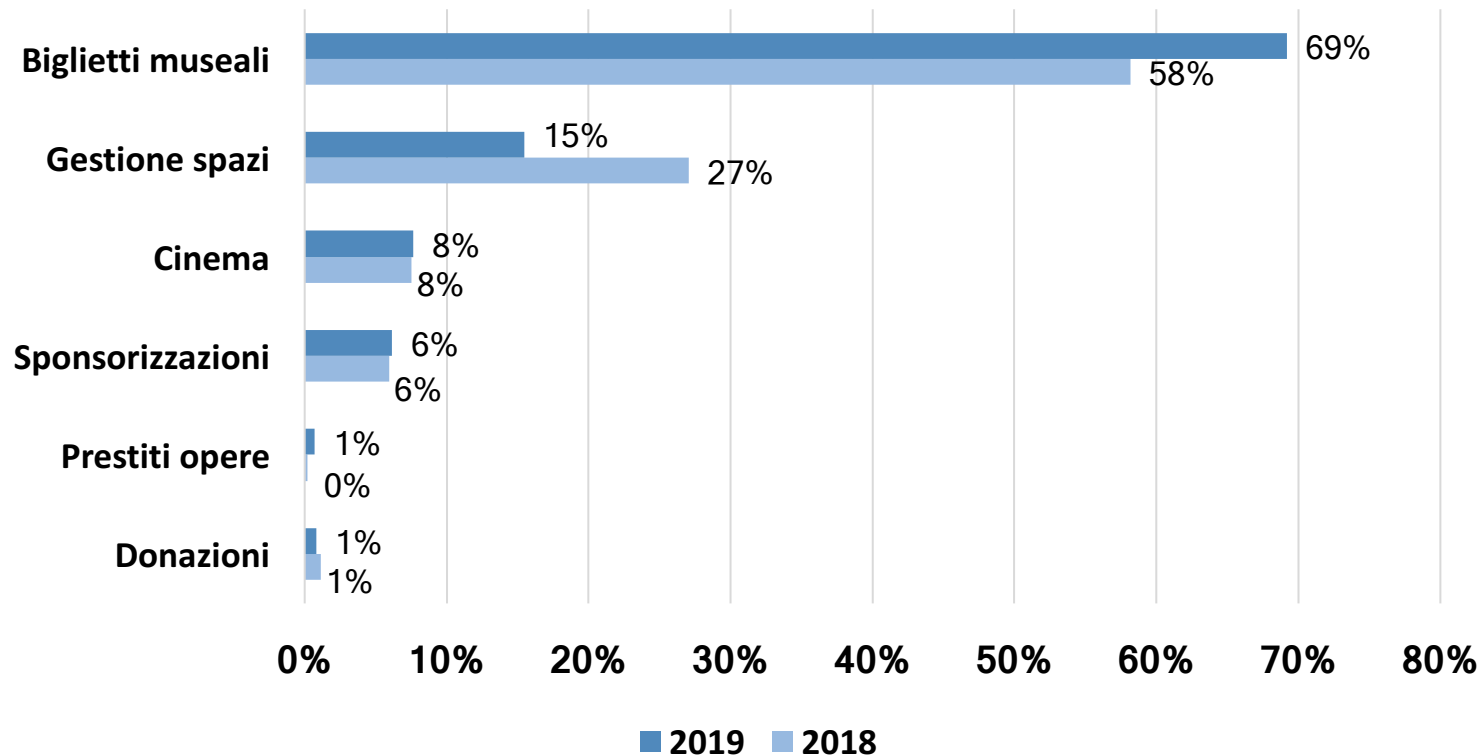
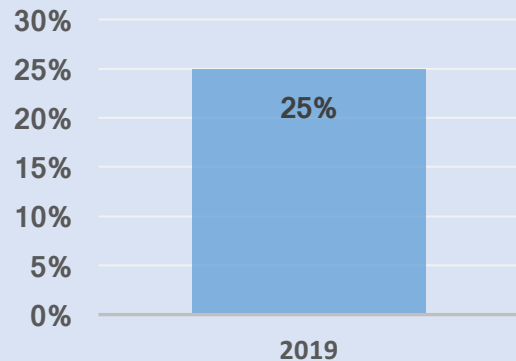


3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete

 **SOSTENIBILITA'
ECONOMICA**

Incidenza ricavi da autofinanziamento

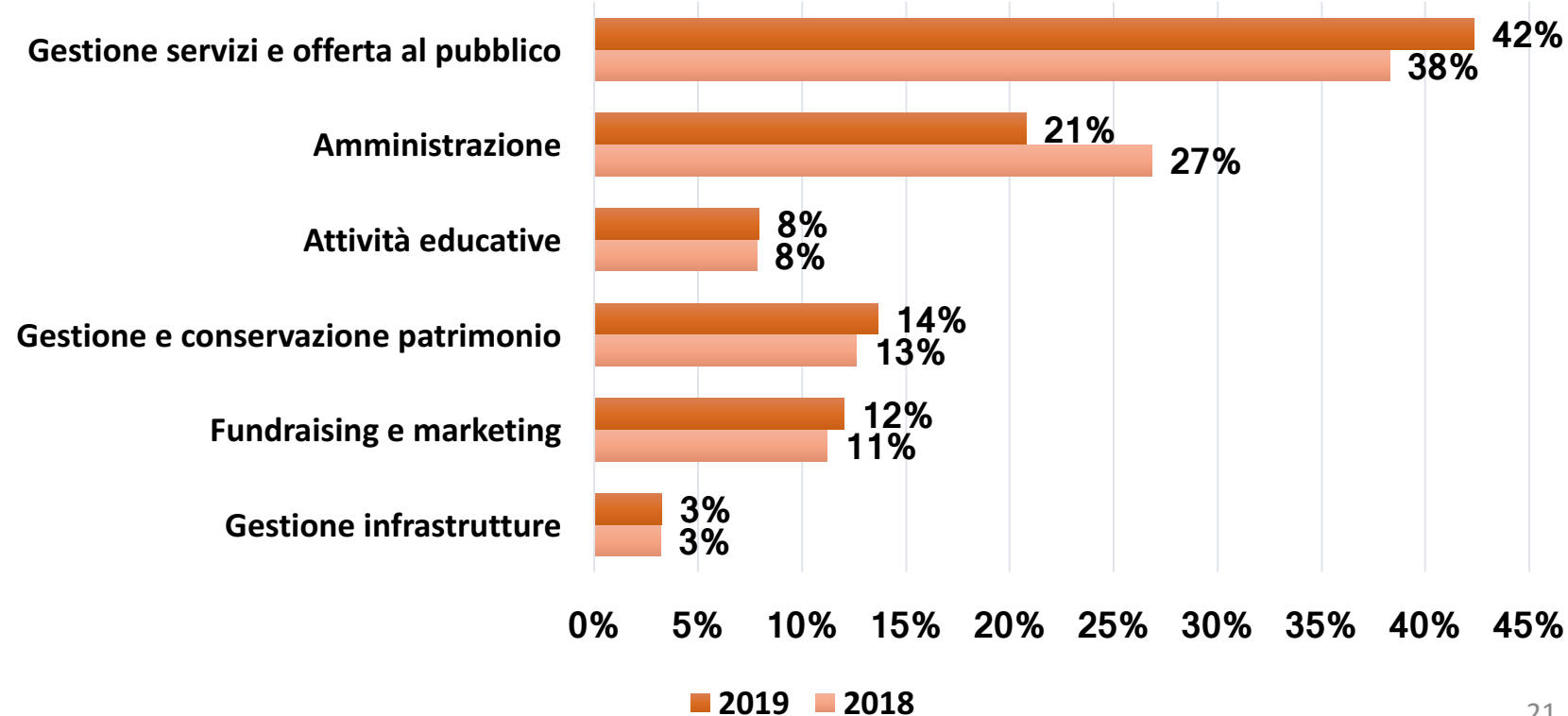
Autofinanziamento



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete

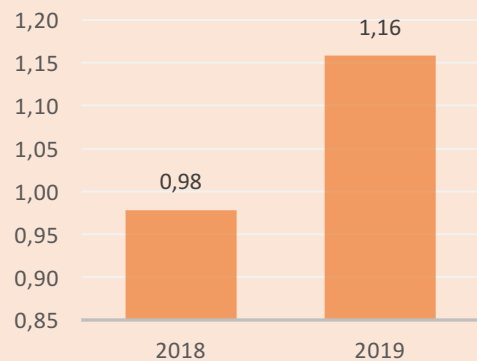


Le risorse di personale sulle attività



FTE per visitatore

FTE/10.000 visitatori



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete

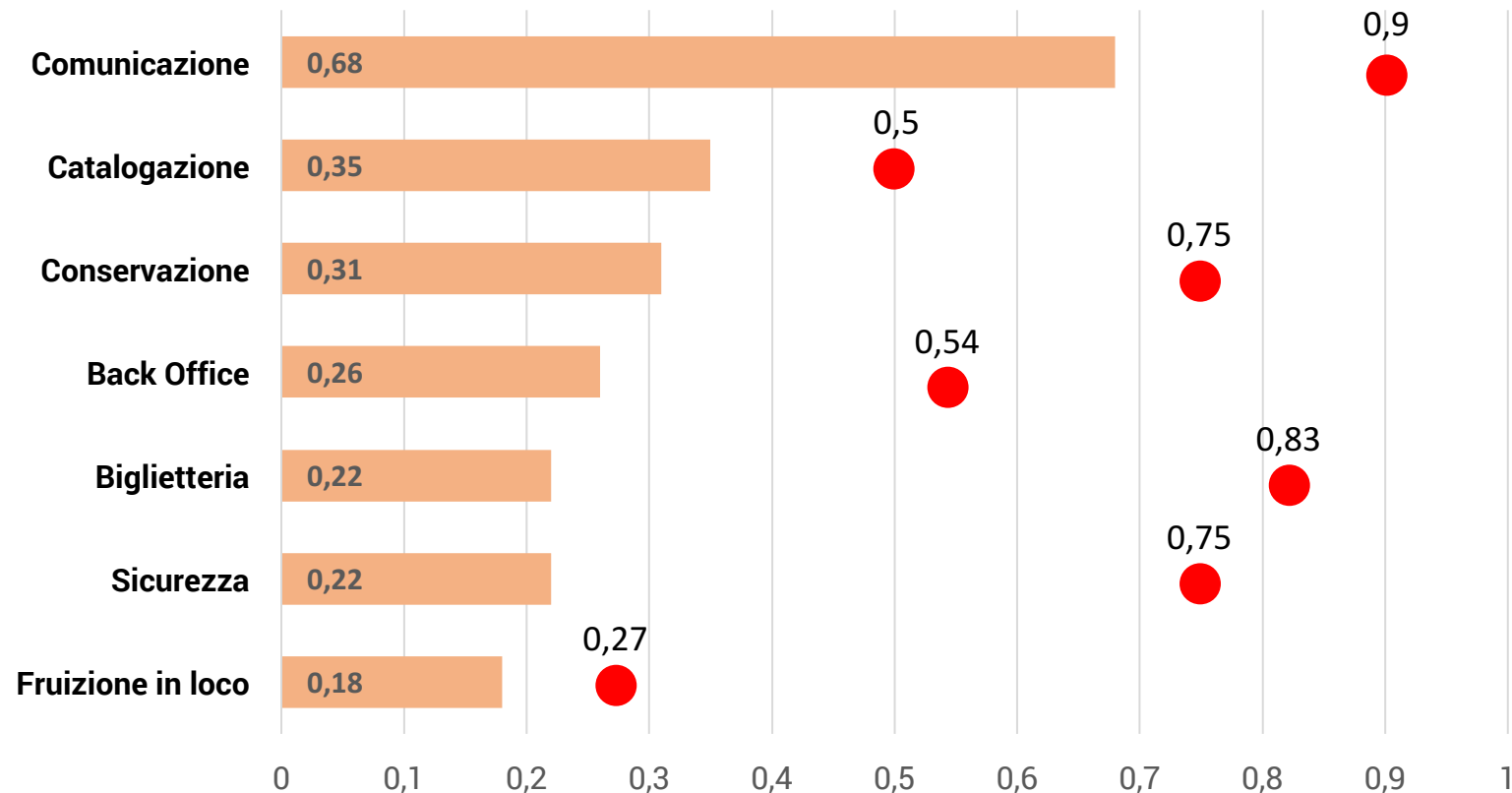
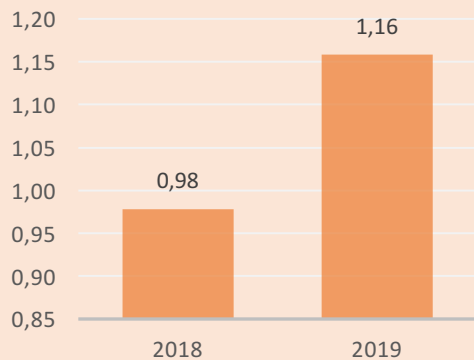


Le risorse digitali – il livello di digitalizzazione per attività

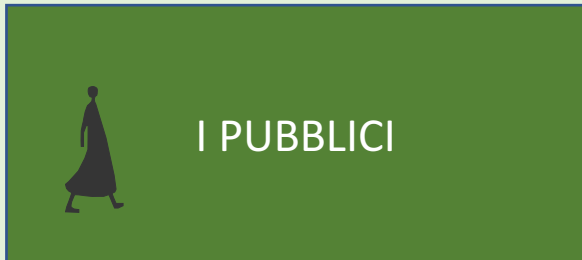
Dato di FBM in rosso (arancione media musei italiani)

FTE per visitatore

FTE/10.000 visitatori



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete



Percezione esperienza di visita

Percezione esperienza

83% - 94%

Esperienza
positiva

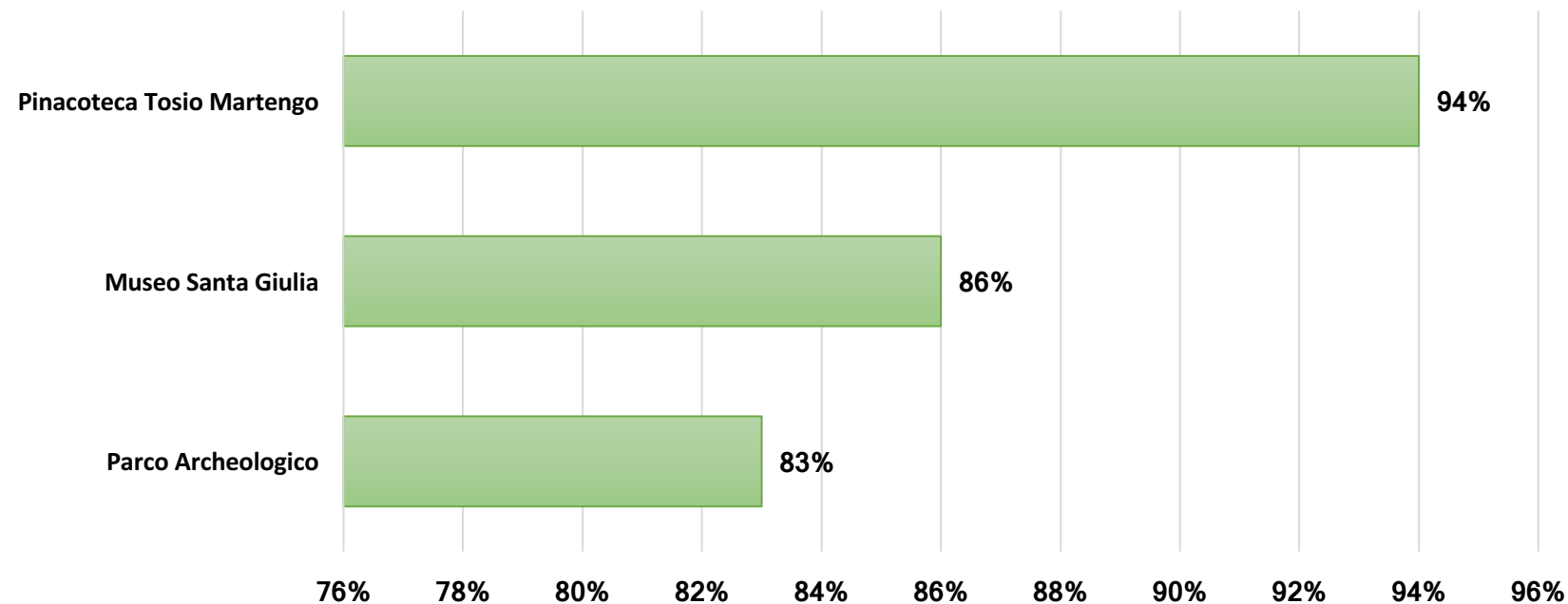


Età : + 50

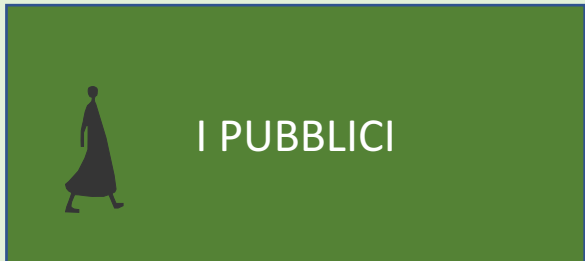
Titolo studio: Laurea

Provenienza: Brescia

% polarità positiva



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete



Percezione qualità servizi offerti

Percezione esperienza

83% - 94%

Esperienza
positiva

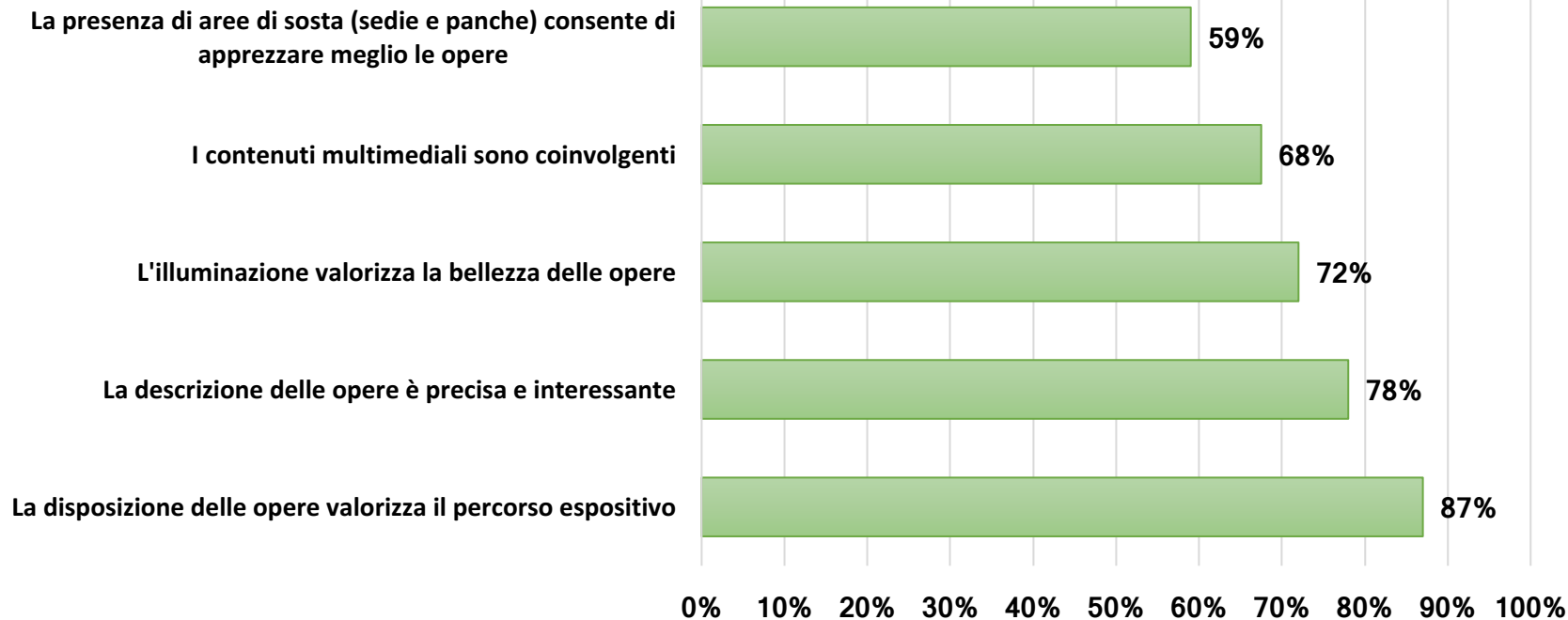


Età : + 50

Titolo studio: Laurea

Provenienza: Brescia

% risposte in accordo



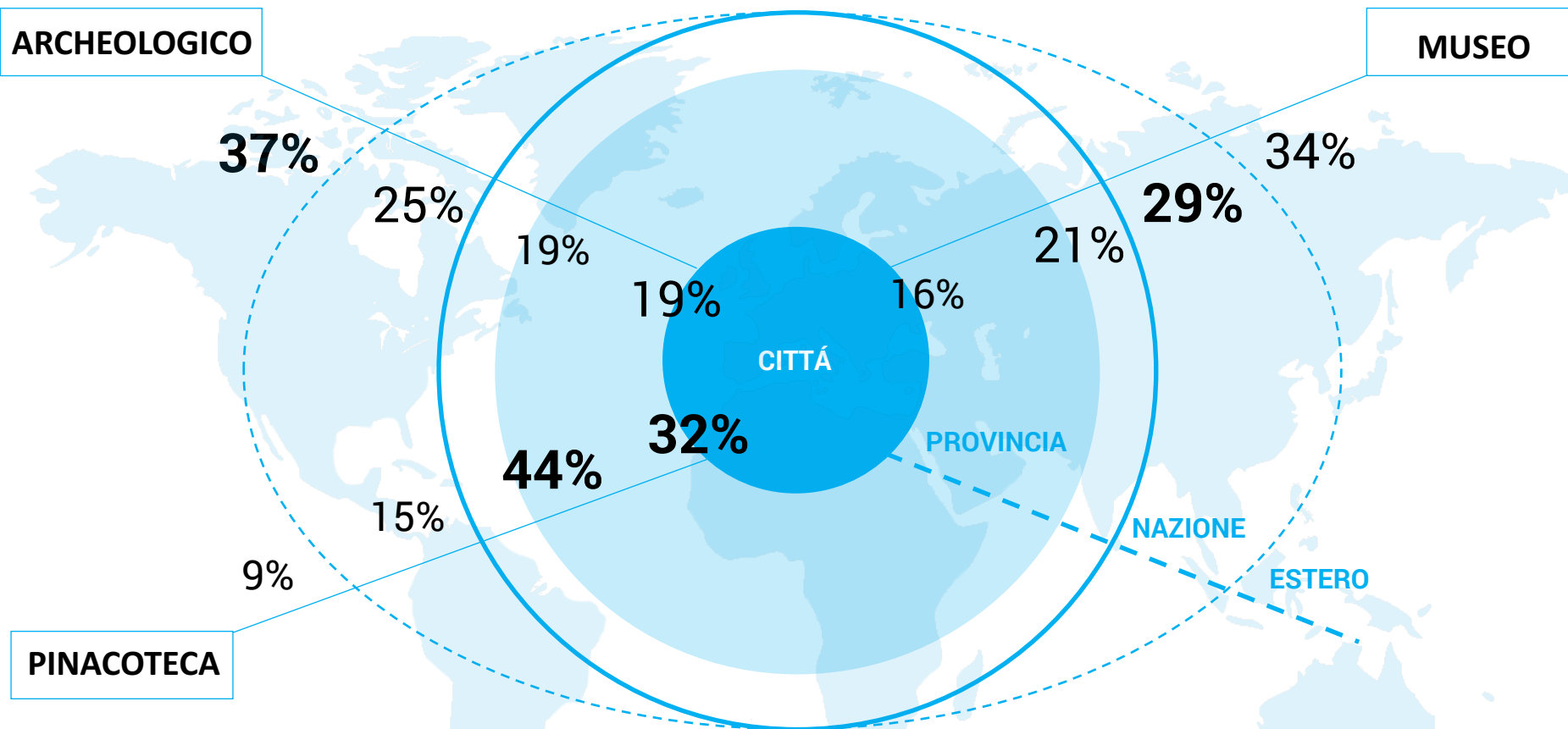
3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete



LO SVILUPPO

L'ampiezza della rete di utenti

La rete



3. Un cruscotto di monitoraggio dell'azione di rete



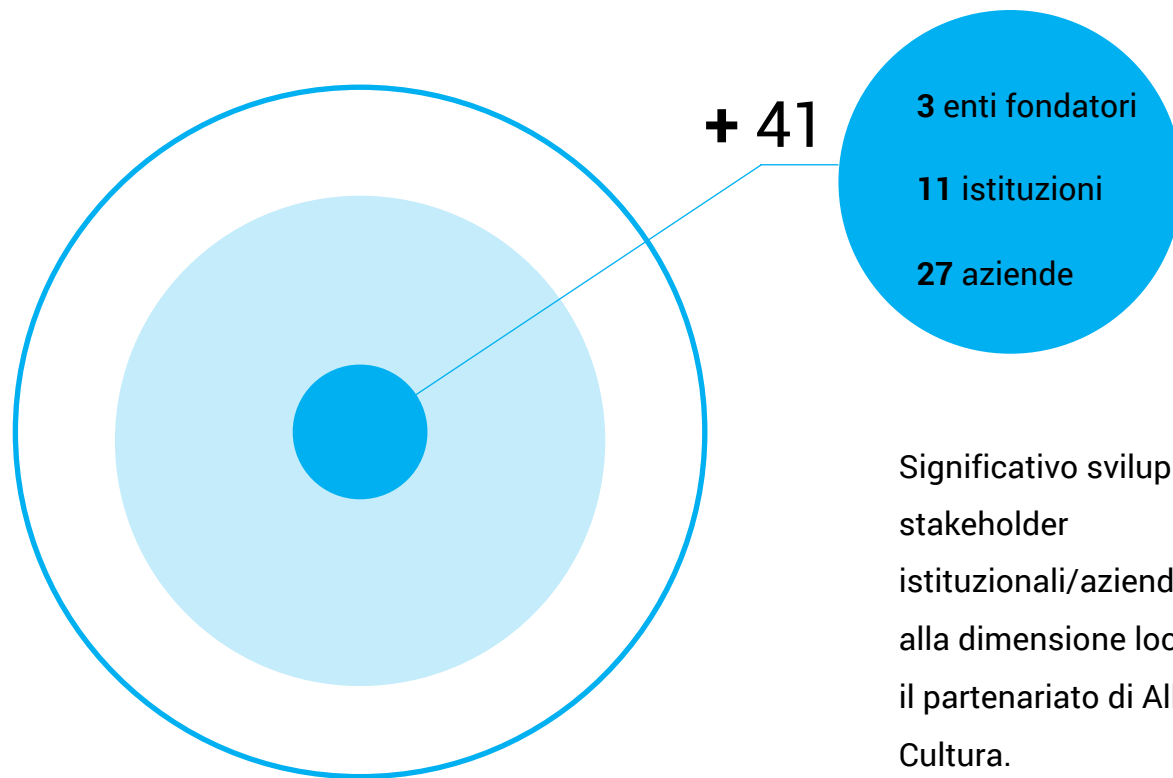
LO SVILUPPO

L'ampiezza della rete di stakeholder istituzionali

La rete



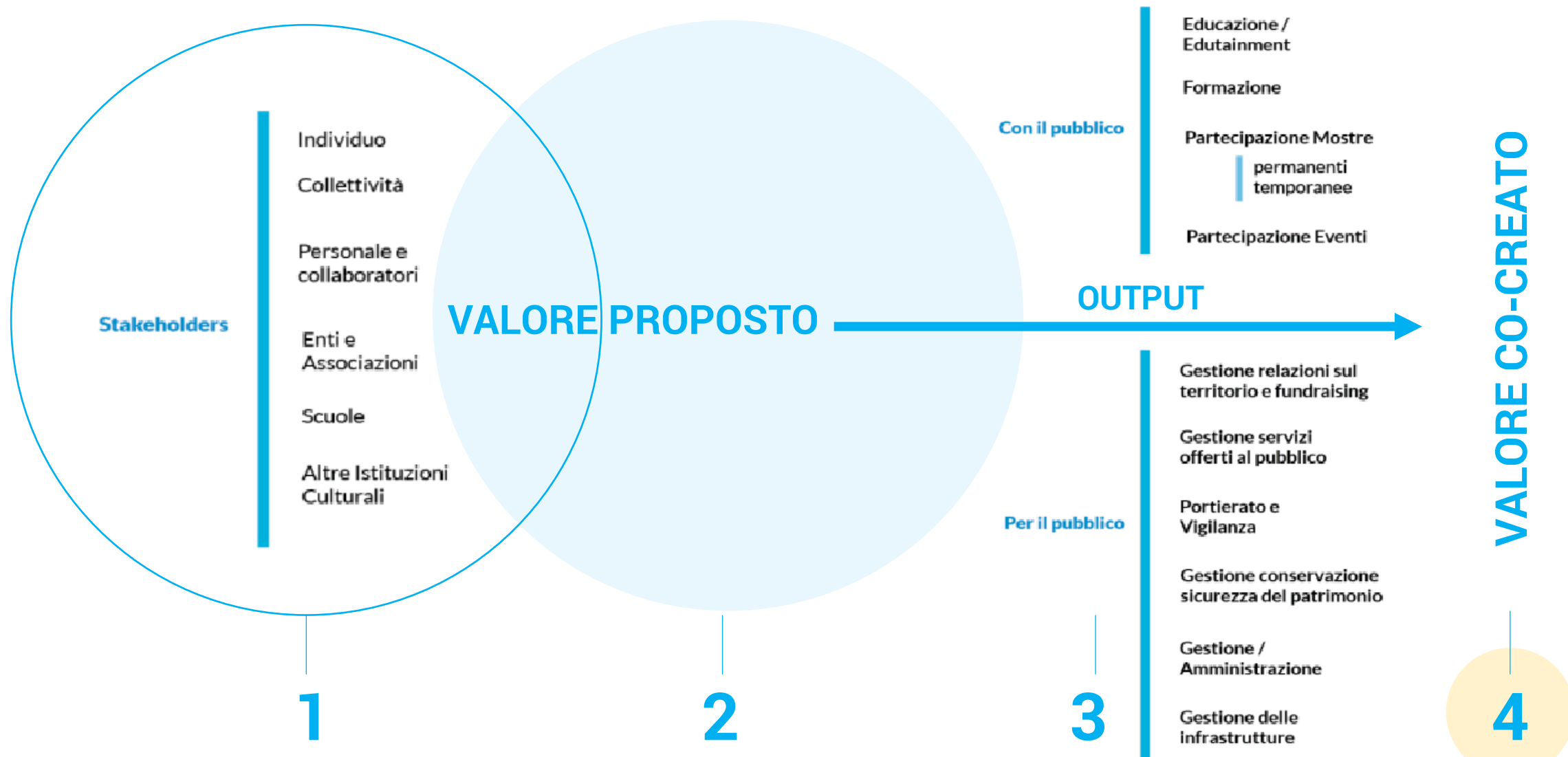
- Città e Provincia
- Regione
- Nazionale



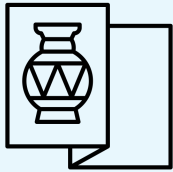
Significativo sviluppo della rete di stakeholder istituzionali/aziendali, connessi alla dimensione locale, attraverso il partenariato di Alleanza per la Cultura.

Un modello di gestione relazionale outcome-based

La mappatura del valore co-creato



4. La mappatura del valore co-creato



**Valore co-creato
in relazione con FBM**

Valore culturale

Valore educativo

Valore sociale

Valore identitario

Valore economico

**Dinamica della
co-creazione di valore**

Completamento

Amplificazione

Consolidamento

Diversificazione

Conclusioni

L'importanza della relazione è emersa a tre livelli:

- sviluppo del **legame con il territorio**
- **integrazione di valori** sociali, educativi e identitari attraverso sinergie tra settori di diversa natura;
- **sostenibilità** di medio e lungo periodo



POLITECNICO
MILANO 1863

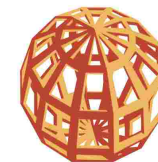
Grazie.

FONDAZIONE
MUSEI BRESCIA

Fondazione
CARIPLO



COMUNE DI
BRESCIA



FEDERCULTURE