

Smarter Italy

Valorizzazione dei beni culturali

Sessione II - 10 ottobre 2023

ing Mauro Draoli, Agenzia per l'Italia Digitale

Indice

1. Caratteristiche dell'appalto
2. La Spesa pubblica italiana in acquisti analoghi
3. I protagonisti: chi ha a cuore la valorizzazione del bene culturale
4. Il digitale per la soluzione della sfida
5. Il percorso dell'appalto

1. Caratteristiche dell'appalto

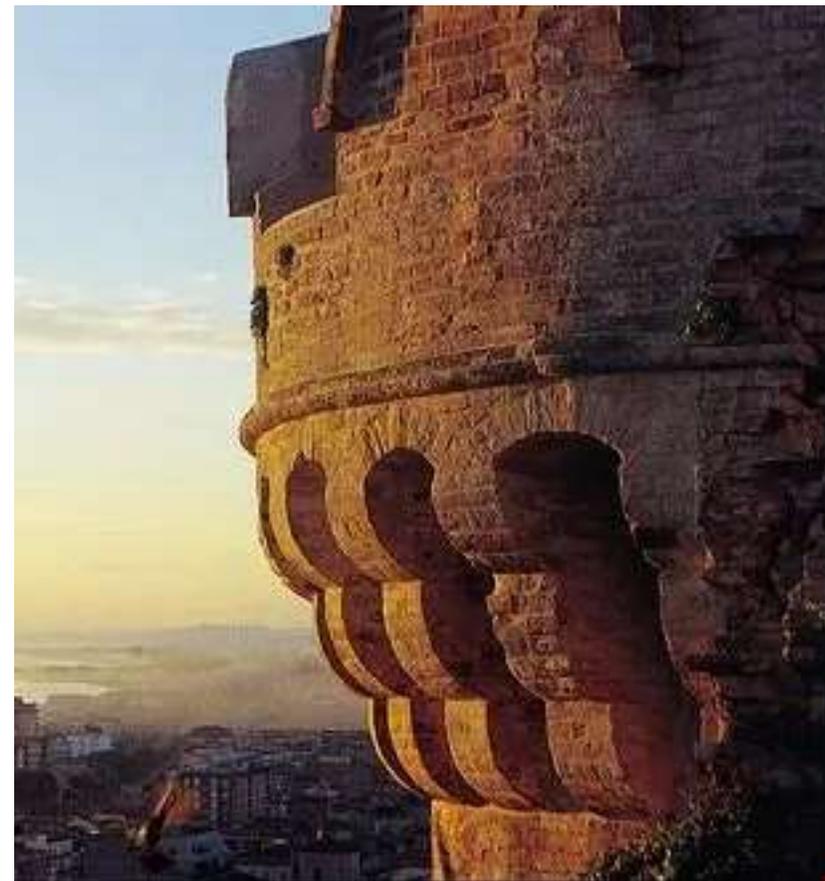
1. L'oggetto della sfida

Appalto di innovazione per la realizzazione di programmi per la ricerca e lo sviluppo di

modelli, soluzioni e strumenti innovativi finalizzati alla crescita sociale ed economica delle comunità del territorio attraverso la valorizzazione dei beni culturali

Caratteristiche dell'appalto

- Ad oggetto prevalente servizi di ricerca e sviluppo
- Multiaggiudicatario (più di un vincitore)
- Multifase (ciascuna fase ha un contratto esecutivo)
- A selezione progressiva degli aggiudicatari



Fonti e letture consigliate

- [Appaltinnovativi.gov.it](https://appaltinnovativi.gov.it): raccolta di appalti di innovazione con caratteristiche analoghe a quella in oggetto
- [Smarteritaly.appaltinnovativi.gov.it](https://smarteritaly.appaltinnovativi.gov.it): informazioni sul programma Smarter Italy
- [Piano esecutivo](#) di Smarter Italy
- [COM 799/2007](#) "Appalti pre-commerciali: promuovere l'innovazione per garantire servizi pubblici sostenibili e di elevata qualità in Europa"
- Orientamenti in materia di appalti per l'innovazione [C\(2021\) 432](#)
- [EAFIP](#): European Assistance for Innovation procurement
- 2020 Dpcm 22/12/2022 Piano triennale per l'informatica nella PA 2022-24, Capitolo 7 «Le leve per l'innovazione»

2. Definizione del bisogno

Emergenza dei problemi e delle opportunità

La **metodologia del «sarebbe bello se...»**, fase di brainstorming allo scopo di completare la frase: «sarebbe bello se...» → approccio «top-down»

La **metodologia della «costruzione dei casi d'uso»**, che consiste nella individuazione di scenari applicativi reali del contesto in cui si inquadra la sfida → approccio «bottom-up»



I soggetti che meglio riescono a descrivere i problemi e le inefficienze sono coloro che li vivono quotidianamente

Chi ha a cuore la valorizzazione del bene culturale?

- **Soggetti pubblici:** aziende di promozione, assessorati, musei, luoghi della cultura...
- **Terzo settore:** associazioni culturali, pro-loco...
- **Privato profit:** albergatori, ristoratori, altre attività economiche...
-



Chi ha a cuore lo sviluppo della comunità attorno al bene culturale?

- **La comunità:** collettività i cui membri condividono un'area territoriale come base di operazioni per le attività quotidiane
- **Dimensioni target della comunità:** a partire da alcune centinaia di persone
- Nella comunità si **riconoscono soggetti giuridici (privati, pubblici)** che ne possono rappresentare gli interessi comuni



Cosa significa restituire valore alle comunità

- Incrementare i flussi di turisti e visitatori
- Creare nuova imprenditoria: punti commerciali, DMO/DMC (*Destination Management Organization*), ristorazione, accoglienza, trasporti...
- Creare posti di lavoro
- Contrastare lo spopolamento dei territori
- Creare spazi di coesione sociale
- Favorire la coesione sociale
-

... riferimento alla presentazione prof.ssa Antonella Poce, 20/09/2023

3. Il digitale può offrire soluzioni alla sfida?

I consigli di una intelligenza artificiale

Il rappresentante della comunità Target afferma:

«Sono un abitante della città Target. E' molto bella e vorrei che la mia città fosse più visitata»

La Intelligenza artificiale risponde:

«È meraviglioso sentire che desideri promuovere il turismo nella tua città TARGET. Ecco alcune idee su come potresti contribuire a rendere TARGET più attraente per i visitatori:

1. Promuovere le attrazioni locali
2. Collaborare con le autorità locali
3. Sviluppare itinerari turistici
4. Coinvolgere la comunità locale
5. Organizzare eventi culturali
6. Creare pacchetti turistici
7. Sviluppare una strategia di marketing online
8. Collaborare con agenzie turistiche locali
9. Migliorare i servizi turistici

Ricevere feedback: Ricorda che promuovere il turismo richiede tempo e sforzo, ma con dedizione e collaborazione, è possibile attirare più visitatori nella tua città e farla conoscere a livello nazionale e internazionale.»

4. Il percorso dell'appalto

Il confronto pubblico (ott. 2023)

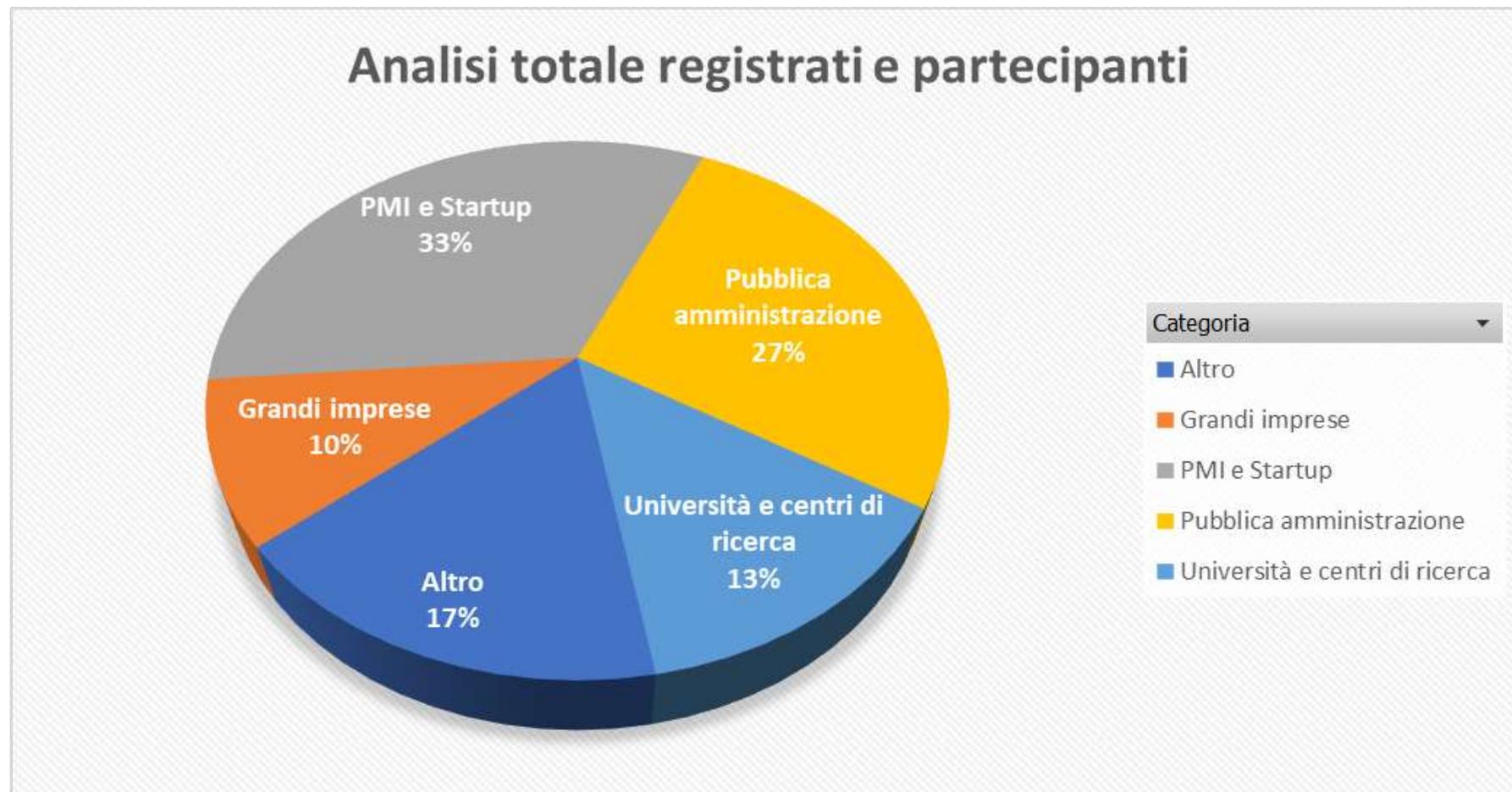
- Emersione di casi concreti
- Ingaggio degli utenti/beneficiari delle nuove soluzioni: le comunità, i territori, le amministrazioni
- Sintesi del fabbisogno «comune»

Evento del 20 settembre 2023

Presentazione della sfida sulla valorizzazione dei beni culturali

**Sessione 20 settembre:
oltre 400 partecipanti**

Circa 250 registrati nella
sessione del 10 ottobre



La consultazione di mercato (dic. 23)

- Confronto pubblico con il mercato della innovazione
- L'ingaggio dei fornitori di soluzioni: Industria, Ricerca, Startup, Terzo settore
- Obiettivo: Scelta della procedura di appalto e definizione dei documenti di gara

Affidamento ed esecuzione

- Pubblicazione: gennaio 2024
- Aggiudicazione: giugno 2024
- Durata esecuzione: 18-24 mesi
- Primi risultati attesi: primavera 2025
- Termine: entro giugno 2026

Fase di ricerca industriale

I «Fornitori» completano le conoscenze e capacità per sviluppare i nuovi prodotti, processi o servizi (e.g. «la Soluzione»), anche attraverso il confronto con le «Comunità utenti/beneficiarie»

La ricerca industriale comprende la creazione di componenti di sistemi complessi,
la costruzione di **prototipi in ambiente di laboratorio** o di **simulazione** se ciò è necessario ai fini della ricerca e della convalida delle tecnologie.

Fase di sviluppo sperimentale

I «Fornitori» costruiscono prototipi, fanno dimostrazioni, **realizzano i prodotti pilota**, fanno test e convalida, effettuate in un ambiente che riproduce **le condizioni operative reali** laddove l'obiettivo primario è l'apporto di **ulteriori miglioramenti** a prodotti, processi e servizi che non sono sostanzialmente definitivi

Condizioni operative reali → Utenti reali in casi reali

Dopo l'appalto: l'adozione di servizi di nuova generazione per la promozione del turismo nei borghi, nelle periferie, nelle zone rurali

Acquirenti pubblici

- Ministero Beni culturali e sue articolazioni periferiche
- I luoghi della cultura
- Archivi e biblioteche
- Enti di promozione turistica

Spesa pubblica

- Oltre 700M€/anno, con picco di 1.000M€ nel 2022
- 70% in spesa conservativa, 30% in spesa «innovativa»
- **Spesa «innovabile» stimata in 120M€/anno (media su 5 anni)**

5. Soggetti ospitanti e utenti pilota

Soggetti ospitanti, comunità pilota, utenti sperimentali

Soggetto («comunità») ospitante:

soggetto pubblico che mette a disposizione un **contesto operativo** per la sperimentazione delle soluzioni elaborate in risposta al bando

Il programma Smarter Italy prevede un «budget» a ristoro dei costi vivi (circa 100k€ complessivi)

Soggetti ospitanti, comunità pilota, utenti sperimentali

Comunità pilota, utenti sperimentali

Comunità del territorio e utenti dei prodotti o servizi prototipali non appena diventano disponibili, quindi prima che gli stessi diventino noti o ampiamente distribuiti. Contribuiscono alla «messa a punto» delle Soluzioni

Modelli di ingaggio delle comunità

- A. Modello «Soggetto ospitante»: la comunità mette a disposizione un contesto fisico, in un rapporto tra AgID e la comunità
- B. Modello «Comunità pilota»: la comunità sperimenta la Soluzione in contesto controllato. Modalità di ingaggio da definire
- C. Modello «Utente sperimentale»: la comunità fa un uso volontaristico della Soluzione. Modalità di ingaggio, per adesione
- D. Modello «Produttore»: la comunità è parte di un raggruppamento fornitore. Modalità di ingaggio: rapporto privatistico con il Fornitore

I soggetti ospitanti: elenco ad oggi



- 11 Città 5G
- 12 Borghi del Futuro
- 5 Regioni del SUD

Per comunicare con noi:
appaltinnovativi@agid.gov.it