

---

# PIANO STRATEGICO 2021 - 2024

Crescere senza snaturarsi, sviluppando il change e il knowledge management sociale, consolidando l'organizzazione, le competenze interne e il modello di business, sempre tenendo conto delle repentine evoluzioni del mercato/contexto



FONDAZIONE  
**ACCADEMIA  
MAURIZIO  
MAGGIORA**

# 01

## Punti di forza

- Passione, competenza e varietà di provenienza professionale delle persone che operano nella Fondazione
- Distintività e unicità del perimetro
- Trasversalità della missione e delle iniziative sviluppate
- Idea, capacità di visione, esperienza e tenacia di chi la porta avanti
- Radicamento territoriale e nell'ecosistema torinese

# 02

---

## Punti di debolezza

- Struttura organizzativa numericamente insufficiente per una completa sostenibilità
- Rischio di «clonazione» di Enti già esistenti
- Contesto difficile che non sempre consente di fare quello che sarebbe utile fare
- Assenza di codifica degli argomenti trattati
- Lentezza del mercato nel recepire come valore l'offerta di servizi della Fondazione molto orientati a modelli di origine aziendale
- Dipendenza da erogazioni liberali provenienti da bandi per lo sviluppo dei progetti

# 03

## Opportunità

- Stravolgimenti provocati dalla pandemia nel sociale e nelle organizzazioni e bisogni contingenti di cambiamento e di ricostruzione
- Opportunità tipiche dei nuovi lavori e dei contesti innovativi
- Chiarezza e consapevolezza degli obiettivi e delle modalità di conseguimento da parte delle persone che operano nella Fondazione
- Focalizzazione su specifici ambiti di intervento per agevolare la proposizione, l'intelligibilità e la crescita della Fondazione
- Distintività quale vantaggio competitivo per fronteggiare eventuali minacce
- Carenza di concorrenza
- Riconoscimento come centro di eccellenza da parte delle fondazioni di erogazione, soprattutto per la crescita degli Enti del Terzo Settore
- Fondo sulla povertà educativa come valorizzazione delle risorse e delle competenze della Fondazione

# 04

## Minacce

- Stravolgimenti provocati dalla pandemia nel sociale e nelle organizzazioni (sono opportunità ma anche minacce)
- Rischio di «clonazione» di Enti già esistenti
- Centralità nello sviluppo di progettisti sociali e scarsa percezione del valore della progettazione sociale
- Repentina nascita di piccole e medie Fondazioni focalizzate su argomenti abbastanza simili anche se su differenti target
- Eccessiva focalizzazione sulla formazione al fine di tenere lontano importanti competitors come business school o Università
- Percezione del mercato come una “Bocconi del Terzo Settore”
- Necessità di importanti investimenti sia in persone sia in risorse economiche per il raggiungimento della completa sostenibilità





# 2024

---

Riconoscimento dell'Accademia  
quale **POLO DI ECCELLENZA  
SULLA GESTIONE DEL  
CAMBIAMENTO** e **AGENTE DI  
SVILUPPO** di competenza in  
contesti non formali, soprattutto,  
per i giovani con metodologie  
innovative riconosciute dal *PROFIT*  
e dal *NONPROFIT*



FONDAZIONE  
**ACCADEMIA  
MAURIZIO  
MAGGIORA**

# Linee guida di sviluppo

---

Tre parole chiave che sintetizzano gli obiettivi strategici del prossimo quadriennio: **FOCALIZZAZIONE**, **CRESCITA** e **CONSOLIDAMENTO**



## FOCALIZZAZIONE

Concentrazione degli ambiti di sviluppo su due asset strategici: change e knowledge management a impatto sociale



## CRESCITA

Sviluppo organizzativo, patrimoniale, del modello di business, dell'impatto generato e della capacità d'innovazione senza perdere la distintività



## CONSOLIDAMENTO

Consolidamento patrimoniale ed emancipazione dalla dipendenza da contributi a fondo perduto provenienti da bandi



FONDAZIONE  
ACCADEMIA  
MAURIZIO  
MAGGIORA



# Azioni strategiche

---

## FOCALIZZAZIONE



### PRIORITA' 1

- Sviluppo degli ambiti «Progressio» e «Translatio», anche in partnership con stakeholder chiave in ambiti «change e knowledge management»
- Codifica, emersione e valorizzazione degli ambiti non formali di sviluppo di competenza

### PRIORITA' 2

- Potenziamento della capacità di ibridazione anche nei modelli sviluppati
- Focalizzazione su approcci sistemici e di valore complessivo delle iniziative





# Azioni strategiche

---

## CRESCITA



### PRIORITA' 1

- Sviluppo della struttura organizzativa con collaboratori più che con volontari
- Maggiore investimento nella capacità di ricerca applicata
- Potenziamento del ruolo di «ponte» con il mondo del lavoro per i giovani (sistemi di orientamento e di accelerazione per l'inserimento lavorativo)

### PRIORITA' 2

- Apertura a sfide e competenze nuove in ambiti manageriali di alto livello (es. finanza d'impatto e tecnologia per il nonprofit)
- Sviluppo e valorizzazione di figure manageriali sociali anche per le aziende (valore fondamentale in chiave ESG)

# Azioni strategiche

---

## CONSOLIDAMENTO



### PRIORITA' 1

- Prototipazione orientata allo sviluppo di prodotti e di servizi «vendibili» anche attraverso spin off
- Investimento in un modello di fundraising incentrato su partnership con aziende corporate e/o fondazioni e istituzioni di erogazione
- Potenziamento della comunicazione e maggiore valorizzazione della distintività e dell'impatto generato

### PRIORITA' 2

- Aumento delle performance e maggiore efficientamento dei processi di produzione dei risultati (time to market)



FONDAZIONE  
ACCADEMIA  
MAURIZIO  
MAGGIORA



# Piano operativo annuale

Guida non solo il tempo  
ma anche le priorità di  
ciascuna linea di  
sviluppo

2021

2022

2023

2024

## FOCALIZZAZIONE

- Sviluppo degli ambiti «Progressio» e «Translatio», anche in partnership con stakeholder chiave in ambiti «change e knowledge management»
- Codifica, emersione e valorizzazione degli ambiti non formali di sviluppo di competenza
  - Potenziamento della capacità di ibridazione anche nei modelli sviluppati
  - Focalizzazione su approcci sistemici e di valore complessivo delle iniziative

## CRESCITA

- Maggiore investimento nella capacità di ricerca applicata
  - Sviluppo della struttura organizzativa con collaboratori più che con volontari
  - Potenziamento del ruolo di «ponte» con il mondo del lavoro per i giovani (sistemi di orientamento e di accelerazione per l'inserimento lavorativo)
    - Sviluppo e valorizzazione di figure manageriali sociali anche per le aziende (valore fondamentale in chiave ESG)
    - Apertura a sfide e competenze nuove in ambiti manageriali di alto livello (es. finanza d'impatto e tecnologia per il nonprofit)

## CONSOLIDAMENTO

- Prototipazione orientata allo sviluppo di prodotti e di servizi «vendibili» anche attraverso spin off
  - Investimento in un modello di fundrasing incentrato su partnership con aziende corporate e/o fondazioni e istituzioni di erogazione
- Potenziamento della comunicazione e maggiore valorizzazione della distintività e dell'impatto generato
  - Aumento delle performance e maggiore efficientamento dei processi di produzione dei risultati (time to market)





# Modello di monitoraggio

---



## DEFINIZIONE DI SPECIFICI KPI

Identificazione di specifici KPI di monitoraggio del Piano



## DASHBOARD DI MONITORAGGIO

Sviluppo di una dashboard semestrale accessibile a tutti i componenti del Comitato all'interno della quale monitorare i KPI

# 01

---

## KPI quantitativi

*(ipotesi di  
massima)*

- Giovani ed Enti che hanno fruito dei servizi della Fondazione (caratteristiche e tipologie)
- Volontari, esperti e collaboratori attivati (competenze e estrazione professionale)
- Ampiezza e caratteristiche della rete di stakeholder attivati
- Idee diventate progetti, progetti finanziati e sperimentati/sviluppati
- Indicatori di successo dei progetti sviluppati
- Fundraising attuato e ottenuto

# 02

---

## KPI d'impatto e di rilevanza

(ipotesi di  
massima)

- Ecosistemi lavorativi, nicchie di lavoro e inserimento professionale determinati dalla Fondazione
- Indicatori di placement, tracciando le evoluzioni biografiche dei giovani attivi in Fondazione e/o che partecipano ad un'attività
- Specifici outcomes (es. storie di carriera giovanile)
- Livello di gradimento e di coinvolgimento degli stakeholder
- Percezione della rilevanza che gli stakeholder danno della qualità del lavoro della Fondazione (es. coinvolgimento delle persone, inclusione e motivazione)



# Riferimenti

---

Marcello Bogetti (Presidente)

 [marcello.bogetti@unito.it](mailto:marcello.bogetti@unito.it)

Antonia Crispino (Staff Accademia)

 [a.crispino@accademiamm.it](mailto:a.crispino@accademiamm.it)