

UNA NUOVA FASE PER BOLOGNA NELLA COMUNICAZIONE COI CITTADINI

Giuseppe Paruolo¹, maggio 2007

Indice

Premessa	2
Organizzazione del documento	2
1. Visione e scelte di fondo	4
2. Gli sportelli di relazione col pubblico ed i servizi "tradizionali"	7
2.1 Il nuovo sportello del cittadino	7
2.2 Il CzRM del Comune di Bologna	9
2.3 Dal "Call center" al "Contact center"	12
2.4 Servizi on-line e sportelli automatici "Dimmi!"	14
2.5 Informazioni geografiche e georeferenziate	16
2.6 Integrazione: verso lo sportello della città	17
2.7 Lo sportello Europa (EU Direct)	18
3. La nuova Iperbole	19
3.1 Iperbole 1.5: la gestione avanzata dei contenuti	20
3.2 Iperbole 2.0: l'evoluzione tecnologica	21
3.3 Iperbole 2.0: l'aspetto sociale	23
3.4 Il nuovo meccanismo di pubblicazione su Iperbole 2.0	24
4. Nuovi mezzi di comunicazione col cittadino	25
4.1 Iperbole Wireless	26
4.2 La comunicazione nell'e-care	29
4.3 Video diffusi in città	30
5. Una campagna di comunicazione per i prossimi diciotto mesi	33
6. Aspetti complementari ed approfondimenti	36
6.1 Immagine coordinata	36
6.2 Sponsorizzazioni	37
6.3 Contenuti multimediali	38
6.4 Sala Borsa	39
7. L'ufficio stampa e la comunicazione istituzionale	40
8. Servizi di stampa	41
Conclusioni	43

¹ Con il supporto dei Settori Comunicazione e Sistemi Informativi.

Premessa

Veniamo da un periodo in cui, a causa della necessità di fare fronte ad una considerevole contrazione delle risorse disponibili, si sono operati tagli importanti sui costi di comunicazione. Al di là degli sforzi comunque operati in queste condizioni, non si può negare il fatto che operando con un budget così ristretto la comunicazione abbia finito per essere considerata solo come un aspetto accessorio dei servizi erogati ai cittadini.

Invece la comunicazione è non solo in sé un servizio al cittadino, ma una forma fondamentale di "empowerment" per l'accesso ai servizi, ciò che consente la conoscenza di diritti e doveri, la prima e fondamentale forma di inclusione, il supporto ad una reale partecipazione.

L'importanza di una comunicazione diretta fra amministrazione e cittadini è resa ancora più cogente dal ruolo assunto dai media tradizionali, orientati a trasmettere ciò che fa notizia, che normalmente non coincide con ciò che è utile conoscere da parte del cittadino.

L'evoluzione tecnologica ci mette di fronte un panorama di possibilità assolutamente inedito su cui vale la pena investire anche in modo pionieristico, recuperando appieno un ruolo che a Bologna era stato riconosciuto in passato e a cui occorre tornare a dare sostanza. Questo è peraltro chiaramente espresso nel programma di mandato, che indica come obiettivo prioritario il far evolvere Bologna come una della città della comunicazione, dell'innovazione, delle opportunità tecnologiche e telematiche per i cittadini, il terzo settore, i ricercatori, le aziende.

Per questi motivi il tema non va posto banalmente nei termini di un aumento del finanziamento al Settore Comunicazione. Occorre procedere ad un ripensamento complessivo dei canali di comunicazione e sulla base di essi riprogettare il ruolo dei Settori coinvolti in termini di servizio per l'intera Amministrazione.

Peraltro vale assolutamente la pena non restringere il tema alla sola comunicazione del Comune, ma allargare l'ambito all'intero "sistema Bologna", almeno come prospettiva di medio termine. In questo il Comune è chiamato naturalmente a giocare il ruolo principale di aggregazione, di regista, ma non a giocare da solo.

Com'è ovvio il tema risorse è essenziale, e occorre anche mettere mano al portafoglio. Ma ponendosi obiettivi ambiziosi è possibile anche trovare modi per limitare la quantità delle risorse aggiuntive necessarie: ad esempio con forme di cooperazione con altre città, attraverso il finanziamento europeo di progetti, con il ripristino della capacità di influire sulle scelte della Regione, con operazioni che aprono nuovi mercati e capaci di coinvolgere le realtà economiche cointeressate, attraverso un ricorso a forme avanzate di sponsorizzazione e di fund raising.

Organizzazione del documento

Questo documento intende essere una proposta di linee guida di carattere operativo su cui, se approvate dalla Giunta, saranno chiamati a lavorare i settori comunali interessati, in primis il Settore Comunicazione e il Settore Sistemi Informativi. Il testo condensa gli elementi di conoscenza essenziali per i decisori politici, rimandando ad ulteriori documenti tecnici (peraltro in larga misura già disponibili) eventuali approfondimenti specifici. Inoltre, non è qui compresa la quantificazione delle risorse, in termini finanziari e di personale, necessarie a supportare la realizzazione dei progetti presentati, che è oggetto di uno specifico approfondimento.

Il capitolo 1 descrive gli obiettivi generali e la filosofia che informa questo documento. Punto di partenza è naturalmente il programma di mandato. Ulteriori elementi sono dati da un lato dalle nuove possibilità offerte dalla tecnologia, dall'altro dal ruolo che la nostra città gioca o può ambire a rivestire nel contesto regionale, nazionale ed internazionale.

I canali di comunicazione diretta verso i cittadini attualmente attivi sono il sistema degli sportelli di relazione col pubblico fisici e telefonici, ed il portale web Iperbole. Ed è appunto di questi canali attualmente operativi che si occupano i due successivi capitoli.

Il capitolo 2 definisce il cammino evolutivo degli sportelli di relazione con il pubblico, verso lo sportello polifunzionale capace di integrare i vari percorsi interni all'amministrazione comunale (e in prospettiva da espandere come sportello di città, andando oltre il solo Comune), l'adozione di un CzRM², il passaggio dall'attuale "call center" ad un vero "contact center" capace di seguire ogni singola richiesta proveniente dai cittadini, insieme ad uno sguardo sull'evoluzione futura di altri servizi di relazione col pubblico più o meno tradizionali. Si è preferito inserire in questo contesto anche i servizi on-line di tipo specifico, fruiti via Internet o attraverso sportelli automatici.

Il capitolo 3 invece delinea le linee di sviluppo del portale Iperbole. Si opera una distinzione fra l'evoluzione del portale attualmente in corso (Iperbole 1.5) ed un progetto di un suo completo ridisegno (Iperbole 2.0) alla luce dell'esperienza ultradecennale maturata nella nostra città, delle sperimentazioni condotte in molte altre città non solo italiane, dei nuovi strumenti software emergenti (raccolti sotto la sigla di Web 2.0). L'obiettivo è ambizioso, ed è un progetto capace di non coinvolgere solo Bologna ma anche altre realtà della nostra Regione ed altre città italiane ed europee, nella sperimentazione di una modalità innovativa di relazione coi cittadini.

Il passo successivo è quello di chiedersi quali ulteriori canali possono essere aperti nell'immediato futuro per sostanziare la relazione diretta della pubblica amministrazione coi cittadini di Bologna. Per questo il capitolo 4 è dedicato ad un esame dei nuovi canali che si intende attivare entro questo mandato. Il primo punto sono le prospettive della sperimentazione di accesso wireless effettuata nel centro città: lo scopo è di arrivare alla definizione di un modello di sostenibilità capace di finanziare lo sviluppo della rete e la sua operatività. Il secondo punto riguarda gli aspetti di comunicazione contenuti nel progetto di e-care che, cofinanziato dall'Unione Europea, ci vede impegnati a fornire ad una fetta della popolazione anziana strumenti che non solo consentiranno un'assistenza domiciliare diffusa ed efficiente, ma anche nuove modalità di relazione orizzontali (reti sociali) e fra cittadino ed amministrazione. Come terzo ed ultimo nuovo canale, viene presentato (al termine di una fase di approfondimento tecnico che è stata svolta negli ultimi 6 mesi) il progetto di diffusione capillare in città di schermi per la comunicazione ai cittadini, in luoghi pubblici, nelle strade, fino ai singoli condomini, insieme con le ipotesi di sostegno finanziario alla sua realizzazione.

L'attivazione di nuovi canali di comunicazione diretta coi cittadini non può però essere considerata esaustiva di tutto il nostro impegno. Viceversa, nelle more della costruzione delle infrastrutture citate, occorre lavorare ad un progetto di comunicazione su canali tradizionali capace di colmare le lacune tuttora presenti. Per questo il capitolo 5 illustra un progetto di comunicazione che copra i prossimi due anni e le cui caratteristiche fondamentali sono la coerenza della campagna attraverso l'unicità del messaggio di fondo, e la completezza dei contenuti da comunicare, nell'ottica del servizio ai diversi settori comunali (e possibilmente non solo comunali) impegnati nelle diverse aree di attività.

Il capitolo 6 contiene elementi progettuali di valenza trasversale, che integrano il quadro relativo alla comunicazione illustrato nei capitoli precedenti, più alcune azioni accessorie. Si tratta di strumenti per la pianificazione della comunicazione - interna ed esterna - e dell'immagine aziendale (corporate identity) che ottimizzino risorse economiche e professionali e, nello stesso

² CzRM: Citizen Relationship Management - sistema software per la gestione delle relazioni con i cittadini.

tempo, consolidino un coordinamento rigoroso ed efficace delle azioni e delle campagne informative e promozionali. Sul tema delle sponsorizzazioni occorre scegliere un approccio e tradurlo in un regolamento capace di coniugare trasparenza e rigore con una effettiva ed agile usabilità. Nella prospettiva di una crescente e diffusa disponibilità dell'accesso a banda larga, cresce di importanza la sperimentazione della produzione di contenuti multimediali, video e audio, da veicolare poi attraverso i vari canali via via disponibili. Infine, il momento di ripensamento e di nuova progettazione della futura Sala Borsa inducono ad inserire in essa una proposta che coinvolga il tema della comunicazione e della multimedialità.

La comunicazione "mediata" coi cittadini richiede un approccio diverso rispetto alla comunicazione "diretta", ma il forte investimento sulla comunicazione diretta coi cittadini non deve significare trascurare l'importanza dei media. Il capitolo 7 è relativo al rafforzamento ed al rilancio del ruolo dell'Ufficio Stampa, nell'ottica dell'autonomia che la diversità degli approcci consiglia e richiede.

Proseguendo nell'analisi di aspetti soprattutto di tipo organizzativo, nel capitolo 8 vengono proposte alcune razionalizzazioni in merito ai servizi di stampa, sia per quanto riguarda la "tipografia comunale", che per la stampa interna, fax e fotocopie.

Vale la pena infine di aggiungere che ci sono argomenti ulteriori che avrebbero potuto essere trattati, ma che non sono stati inseriti vuoi perché non direttamente attinenti al tema della comunicazione col cittadino, vuoi perché ancora in una fase preliminare di riflessione.

Fra essi: la rete Intranet IoNoi, che è anzitutto uno strumento di comunicazione interna al Comune; la proposta di creazione di un laboratorio per il software libero in collaborazione con l'Università e altri eventuali soggetti interessati e in coordinamento con i quartieri; il tema della formazione all'uso delle tecnologie, anche questo da sviluppare nel contesto di una collaborazione coi quartieri e con enti e associazioni interessati; la sperimentazione del digitale terrestre nel contesto del sistema regionale.

1. Visione e scelte di fondo

Comunicazione e partecipazione hanno bisogno di relazioni dirette e bilaterali, di informazione e di confronto, di canali pluridirezionali, di un'interlocazione costante. In questo panorama la comunicazione mediata dai mezzi di informazione mantiene la sua grande importanza, ma accanto ad essa va sviluppata la capacità di comunicare ed interagire in modo diretto coi cittadini. Questa comunicazione diretta può grandemente beneficiare delle nuove possibilità offerte dalla tecnologia.

Di più: perché la comunicazione tra i cittadini e l'Amministrazione sia possibilità reale e concreta, è necessario che l'informazione si consolidi come un «diritto esigibile». Va cioè considerata essa stessa come servizio fondamentale ai cittadini, e non come un complemento opzionale all'insieme tradizionale di servizi. Per questo è impegno concreto dell'Amministrazione favorire la creazione di un sistema integrato multicanale di informazione e comunicazione, con pari opportunità di accesso e fruizione, che è oggi strumento indispensabile per la democrazia, lo sviluppo economico, il benessere materiale e la crescita culturale dei cittadini.

L'Amministrazione deve sviluppare sempre più un sistema reticolare di informazione e di accoglienza orientato ad una forte integrazione e interdipendenza dei canali di ascolto, dialogo e comunicazione con la cittadinanza, e con una verifica costante dell'utilità delle azioni e dei servizi per gli utenti, per il sistema economico e per l'organizzazione, attraverso un costante lavoro di ascolto e di monitoraggio degli impatti sulla comunità. Un'attenzione rilevante va posta sulle nuove funzioni richieste dalla multiculturalità e multietnicità che sempre più incisivamente interessano Bologna e la sua area metropolitana. I cambiamenti demografici e sociali rendono

infatti necessario un cambiamento e uno sviluppo dell'offerta sia degli sportelli fisici, che di quelli virtuali, in modo da corrispondere a nuovi cittadini e a nuove esigenze.

Da questo punto di vista occorre considerare che un'efficace interlocuzione coi cittadini implica anche riconoscere che fasce diverse di cittadinanza richiedono diversi approcci comunicativi. In questo senso l'idea di multicanalità esce dal mero contesto tecnologico e recupera il significato originario di molteplicità di canali, per meglio comunicare con le diverse fasce della popolazione.

Ecco quindi: che accanto al contatto personale con gli uffici di relazione col pubblico matura un uso di Internet capace di adattarsi a persone di diversa cultura tecnologica; che si differenziano i servizi generali di e-government per tutti i cittadini da quelli specifici per professionisti; che vengono sfruttate le potenzialità di comunicazione della televisione digitale terrestre e mobile, e in prospettiva della IP-TV; che la connessione wireless a partire dalle zone centrali e nei luoghi pubblici favorisce la possibilità di fruizione delle informazioni, la partecipazione alla comunità ed i servizi Internet della rete civica; che il canale informativo della città viaggia in video dedicati e così raggiunge le strade, le piazze, le fermate del bus, fino all'atrio del palazzo dove mentre si aspetta l'ascensore si viene informati con le notizie del condominio, del vicinato, del quartiere, della città; che la comunicazione per la popolazione anziana viaggia su canali specifici progettati con un'interfaccia adeguata a loro ed integrata in un progetto di e-care che prolunghi la vita autonoma eventualmente supportata da un'assistenza domiciliare. E tutto questo naturalmente non in sostituzione ma in aggiunta alla necessità di supportare e migliorare il lavoro degli uffici che hanno rapporti con il pubblico rendendo più integrati, efficienti ed efficaci anche i canali tradizionali, con un processo di semplificazione e razionalizzazione delle procedure.

Ma se pensiamo lo sviluppo di molteplici canali di comunicazione come a righe orizzontali, le colonne verticali della matrice che si vuole disegnare sono rappresentate da alcuni criteri comuni, che devono informare ed essere visibilmente presenti nella progettazione e nella realizzazione dei diversi canali.

In primo luogo, la bidirezionalità: l'insieme di servizi e informazioni che fluisce dall'Amministrazione verso i cittadini deve prevedere ovunque possibile dei canali di ritorno, per consentire un'interazione. Questa potrà spaziare dalle forme più semplici di richiesta di notizie, o di valutazione rispetto ai servizi offerti, fino a forme evolute di partecipazione a scelte e percorsi messi a disposizione della cittadinanza (e-democracy, processi partecipativi on-line, e così via).

Secondo, l'apertura alle collaborazioni da parte dei cittadini. Qui non si tratta semplicemente di uno sforzo lodevole per valorizzare la presenza del volontariato, promuovere il senso di comunità, le reti associative e il no-profit. Si deve partire dalla consapevolezza che uno sforzo autarchico da parte dell'Amministrazione è comunque destinato a scontrarsi con la limitatezza delle risorse, mentre ci sono ampie energie disponibili nella società civile che, se catalizzate, possono notevolmente aumentare la quantità e la qualità di comunicazione e servizi. Se si pensa al mondo di Internet e alla cosiddetta net-community, è evidente la potenzialità di un approccio che riesca a convogliare in modo positivo i contributi potenzialmente presenti; ma il modello va esportato anche ad altri livelli. Non sorprenderà quindi trovare questo tipo di attenzione in progetti fra loro molto diversi³ come quello del nuovo portale web e del progetto di e-care.

Il terzo aspetto riguarda l'attenzione non solo all'innovazione tecnologica, ma anche alla promozione del sistema economico. Questo significa mettersi nelle condizioni di far crescere ed utilizzare le opportunità di mercato per recuperare risorse e contenere i costi delle innovazioni proposte. In questo schema, le sponsorizzazioni, il "fund raising" e i partneriati (modalità da incentivare in modo significativo) sono solo il punto di partenza rispetto al coinvolgimento possi-

³ Al di là dei progetti oggetto di questo documento, esempi sono riscontrabili anche in altre attività del Comune. Per citare un'esperienza, quella dei cittadini attivi nella campagna contro la zanzara tigre.

bile. Al tempo stesso, è però consigliabile un approccio attento non solo all'oggi ma anche alle prospettive future, evitando di sconfinare in ruoli di attore economico diretto che l'Amministrazione comunale non è opportuno detenga. La scelta è quella di agire come catalizzatori, favorendo la crescita degli aspetti economici e anche beneficiandone, ma mantenendo l'approccio più imparziale possibile.

In quarto luogo, il pensarsi come sistema città. C'è bisogno di una città che si presenti ai suoi cittadini come città e non "semplicemente" come amministrazione comunale. È chiaro che il Comune rimane centrale in questo schema, ed è peraltro l'unico attore che può mettere insieme i pezzi del sistema-città. Un cittadino fruisce di servizi sociali, culturali, sanitari, di trasporto, energetici e così via, e presta un alto livello di attenzione alla qualità del servizio, ma non è particolarmente preoccupato del fatto che il fornitore specifico sia il Comune, l'Azienda sanitaria, ATC o Hera. Per questo è preferibile una comunicazione ed una relazione col pubblico capace di abbracciare tutti i diversi aspetti, senza cadere nella genericità e mantenendo alto il livello del servizio reso. Certo non è una via sempre facile ed immediatamente realizzabile, ma è importante mantenerla almeno come prospettiva. E non va dimenticato che l'integrazione della comunicazione può rappresentare anche un modo per risparmiare risorse migliorando al tempo stesso l'efficacia comunicativa.

Infine, quinto punto, l'apertura alla collaborazione con altri enti. Anche qui, lo scopo non è soltanto quello di sviluppare progetti comuni per risparmiare risorse finanziarie, aspetto peraltro non trascurabile. Meglio progettare insieme piuttosto che accedere al "riuso" di soluzioni già studiate da altri dovendole adattare alla propria realtà. Interlocutori privilegiati da questo punto di vista sono: la Regione Emilia-Romagna, con cui il Comune di Bologna negli anni passati ha avuto una collaborazione inadeguata, e infatti la Regione ha investito parecchie risorse in progetti di cui il Comune non ha per nulla beneficiato; le città italiane con cui intratteniamo rapporti bilaterali significativi; le città del Knowledge Society Forum di Eurocities, di cui abbiamo la presidenza nel biennio 2007-2008; l'Unione Europea, i cui finanziamenti progettuali costituiscono un'occasione importante da sfruttare nei casi in cui vi ricorrono gli estremi. Su questo il Comune di Bologna ha una positiva tradizione di partecipazione a progetti multipartner cofinanziati, che è da difendere ed incrementare in modo selettivo.

In questa prospettiva vanno anche modificate le abitudini linguistiche dell'Amministrazione rispetto all'utilizzo del "burocratese": gergo criptico, un misto di tecnicismi e di lessico giuridico: nuove tecnologie e accesso diretto agli archivi on-line, hanno reso ancora più evidente l'inadeguatezza di modelli espressivi che costringono i cittadini a interpretare più che a capire con semplicità e chiarezza. Vanno rimosse in questo senso le barriere all'accesso alle informazioni ed ai servizi telematici: di carattere linguistico, grafico/interattivo, «fisico», ambientale, di genere, e così via.

Le considerazioni relative all'apertura all'esterno svolte fin qui hanno un riflesso speculare anche nell'organizzazione interna, che dovrà essere tale da supportare appieno la matrice di canali e criteri che si andrà a realizzare. Per questo appare opportuno scorporare la cura della comunicazione mediata da quella relativa alla comunicazione diretta.

Nel primo caso, occorre improntare i rapporti con i media ad una corretta distinzione dei ruoli e al rispetto dell'autonomia e libertà dell'informazione; con riferimento in primo luogo alle funzioni istituzionali per garantire ai cittadini, attraverso i mezzi di comunicazione di massa, le informazioni sugli atti decisi dagli organi di governo del Comune e degli organi decentrati, per onorare anche attraverso la comunicazione esterna un'attenzione crescente agli organi del decentramento amministrativo.

Nel secondo, la gestione della comunicazione diretta dovrà vedere una riorganizzazione complessiva e capace di attraversare e coinvolgere l'intera macchina comunale. Una Redazione centrale capace di interagire con i diversi settori comunali, i quartieri e i decisori politici, racco-

gliando le informazioni e supportando la loro comunicabilità ed il costante aggiornamento. Un Centro servizi in grado di supportare tecnologicamente tutti i livelli di multicanalità necessari, e capace di agire come "service" a supporto della Redazione centrale e di interfacciarsi con gli altri fornitori di informazioni in modalità anche fortemente automatizzate, con una funzione anche di controllo e verifica dei flussi di dati nei diversi canali. E tutto questo nel quadro di una forte integrazione e sinergia fra i settori Comunicazione e Sistemi Informativi.

2. Gli sportelli di relazione col pubblico ed i servizi "tradizionali"

Prima di affrontare il tema dei canali di comunicazione innovativi, vale la pena di fare il punto della situazione sui canali che ormai si possono considerare tradizionali. Si tratta di servizi in essere spesso da molti anni, come gli Uffici di Relazione col Pubblico (URP) dei quartieri, il "call center" comunale, i servizi (anche on-line).

Le tendenze generali in atto sono: una sempre maggior integrazione, con l'obiettivo di arrivare a sportelli capaci di fornire al cittadino una risposta il più possibile completa ed esaustiva delle diverse necessità; l'esigenza di un processo di semplificazione e razionalizzazione delle procedure; la possibilità di avere degli stessi servizi sia la versione on-line che quella di sportello di relazione col pubblico. Passi avanti verso questi obiettivi sono già in corso; ulteriori elementi innovativi vengono qui proposti.

2.1 Il nuovo sportello del cittadino

Nelle linee programmatiche 2004-2009 è stata espressa la volontà di rilanciare ed innovare il ruolo dei Quartieri, valorizzando il loro ruolo come interlocutore diretto dei cittadini sia sul piano dell'informazione relativa ai servizi e alle attività dell'ente, sia sul piano dell'ascolto.

Un gruppo di lavoro costituito da dirigenti e funzionari dei Quartieri e di alcuni Settori è stato incaricato di definire un progetto con l'obiettivo di definire una soluzione organizzativa che gestisca in maniera efficace ed unitaria, per la cittadinanza, le funzioni di accoglienza, ascolto, informazione ed accesso ai servizi ed alle prestazioni erogate dall'Amministrazione Comunale e delegate ai Quartieri. Il gruppo ha elaborato una proposta, sulla base delle indicazioni ricevute; di seguito viene riportata una sintesi dei principali elementi.

Com'è: l'attuale Front-line (punto di contatto) del Quartiere con l'utenza

L'attuale linea di contatto del Quartiere nasce dall'implementazione che storicamente è stata data al progetto di riassetto dell'accesso al Quartiere nell'ottobre 2000. L'intento principale era fornire la possibilità di rivolgersi ad un unico sportello dell'Ente e non allo specifico servizio afferente, per ottenere sia le informazioni che il servizio o l'atto amministrativo, semplificando l'accesso agli stessi da parte dell'utenza.

Il primo passo organizzativo è stato l'unificazione tra Anagrafe territoriale (S.A.T= Servizi Anagrafici Territoriali) ed U.R.P. (Ufficio Relazioni col Pubblico), che consolida un front-office professionale di 2° livello, il cosiddetto Sportello del Cittadino, che oltre all'informazione provvede anche all'avvio del procedimento su richiesta del cittadino mediante, ad esempio, il rilascio della modulistica correlata e l'assistenza alla compilazione, e la ricezione dell'istanza.

Lo Sportello del Cittadino è attualmente attivo su tutti e 9 i Quartieri con 14 sedi, nasce dal progetto dell'ottobre del 2000 di unificazione degli URP di Quartiere con le Anagrafi ed il conferimento della responsabilità sulla nuova struttura ai Direttori di Quartiere.

Il progetto prevedeva per la nuova realtà organizzativa una "soglia minima" di servizi erogati che andavano a ricoprire le quattro grandi linee funzionali: ascolto, accoglienza, informazione e orientamento, accesso ai servizi erogati dal Comune di Bologna.

La funzione dell'organizzazione dell'ascolto, di segnalazione, reclami e suggerimenti dei cittadini per il successivo inoltramento all'ufficio/settore interessato è stata via via spostata sullo Sportello Sicurezza, successivamente attivato.

L'accesso ai servizi si manifesta attraverso una serie di attività procedurali inerenti prestazioni per attività produttive e assetto del territorio, servizi sociali, servizi educativi e scolastici, servizi sportivi, servizi anagrafici territoriali.

Nel corso di questo mandato amministrativo agli sportelli territoriali sono stati aggiunti gli Sportelli Lavoro (attivi in 3 sedi).

Come sarà: la metafora organizzativa dello Sportello Polifunzionale

La metafora organizzativa dello Sportello Polifunzionale è quella della rete, che connette l'insieme di informazioni diffuse e di accessi presenti a vari livelli. Si caratterizza per la centralità della relazione col cittadino, creando una linea di front-office (contatto) con piena responsabilità su tutte le fasi del ciclo di servizio: ascolto del cittadino, decodifica della richiesta e individuazione del bisogno, erogazione servizio/informazione, valutazione della soddisfazione del cittadino.

L'integrazione deve quindi essere organizzativa e funzionale e quando possibile anche fisica, tra gli attuali punti di accesso presenti sul territorio:

- ❑ Sportello del Cittadino (informazione, avvio procedimenti, servizi demografici);
- ❑ Sportello Sicurezza (funzione di raccolta di segnalazioni su fenomeni di degrado sociale, territoriale e fisico-ambientale);
- ❑ Sportello Lavoro;
- ❑ Sportello Sociale;
- ❑ eventuali sportelli per l'immigrazione, la mediazione culturale e dei conflitti e altre attività informative svolte dall'associazionismo quali ad esempio lo Sportello per la casa e le banche del tempo.

Lo Sportello Polifunzionale assumerà, come compito primario, il ruolo di interfaccia attiva dei nuovi Quartieri, divenendo la struttura che, collegando i cittadini, singoli ed associati, di un territorio, e gli organi politici dei nuovi Enti Locali territoriali, ne supporta il processo di partecipazione e dà sostanza operativa al sistema di governance democratica, anche nelle aree di competenza proprie dei nuovi Quartieri (ad es. servizi alle persone, famiglie, comunità).

Per il cittadino lo Sportello sarà Unitario e Polifunzionale. Per l'Amministrazione invece sarà un Team Multiprofessionale che garantisce l'efficacia del processo "end to end" (che inizia e termina nello stesso punto) che, nato dalla richiesta del cittadino, attraversa le funzioni specialistiche dell'Ente, ed al cittadino ritorna con la risposta richiesta, in tempi e modi convenuti come adeguati col cittadino stesso.

In questo senso il gruppo di lavoro dello Sportello Polifunzionale è l'unico responsabile del ciclo completo di transazione con il cittadino, che parte con l'accoglienza/ascolto/decodifica della domanda, passa all'elaborazione della risposta (fase in cui avviene tutta la fase istruttoria/deliberativa dei procedimenti normati), giunge alla somministrazione della risposta al cittadino e termina con la verifica del livello di soddisfazione.

Lo Sportello Polifunzionale assume inoltre come fondante il criterio di multicanalità e di virtualizzazione previsto da tutte le "buone pratiche" della Pubblica Amministrazione moderna: lo *sportello reale, con operatori fisicamente presenti, è assunto come uno dei "media" del più generale sistema che costituisce lo Sportello Polifunzionale* attraverso nuove relazioni e interazioni con gli altri canali comunicativi presenti e futuri (DTT, Sito WEB interattivo, DIMMI, Call Center/contact center, SMS, Posta Elettronica Certificata, eccetera).

È ugualmente fondamentale prevedere la figura del titolare del processo nel Direttore del Quartiere, quale presidio del funzionamento e della continua manutenzione di questo processo.

In ogni Quartiere saranno realizzati uno, o dove possibile più, Punti d'Ascolto (PdA) che integrino le funzioni di comunicazione proprie dello Sportello del Cittadino, quelle di ascolto degli Sportelli Sicurezza e quelle di supporto agli Organi ed alla Direzione.

Il Punto di Ascolto si configura quindi come il front office dell'attuale Sportello del Cittadino integrato dalle funzioni dello Sportello Sicurezza e dalla raccolta di segnalazioni, reclami e problemi manutentivi. In questa nuova organizzazione non viene comunque modificata la responsabilità in capo alle imprese affidatarie nella gestione del servizio di segnalazioni degli interventi di manutenzione, come previsto dai contratti di global service e di manutenzione.

Efficace la definizione del gruppo di lavoro che ritiene che *“L’idea cardine che permea il disegno della rete dei PdA è quella di rompere la distanza tra A.C. e cittadini, uscendo dai luoghi “istituzionali”, e riportandola in mezzo ai cittadini dove normalmente essi si ritrovano: nelle “nuove agorà” ovunque la società civile le abbia disegnate, ed agite”.*

Parallelamente è prevista la specializzazione di sportelli tematici e del relativo back office nell'ambito dello Sportello del Cittadino, focalizzato in modo particolare nella gestione delle nuove competenze in materia di assetto del territorio e attività produttive.

Il progetto prevede anche la creazione di un "polo" in cui incardinare in maniera organica le funzioni relative a cultura, sport, giovani, associazionismo, scuola ed educazione assieme alle nuove competenze sugli adolescenti.

Per l'accesso ai servizi sociali, da subito, si prevede l'attivazione dello Sportello Sociale e del Servizio Sociale territoriale.

Il gruppo di lavoro propone di mantenere l'attuale nome dello Sportello del cittadino, perché tale dicitura solo da poco è nota alla cittadinanza ed ancora, nonostante siano passati alcuni anni, non ha soppiantato la precedente definizione di URP ed Anagrafe. Ricambiare il nome creerebbe confusione e sbandamento inutili negli utenti.

Il nome di Sportello Polifunzionale rimane un utile indicatore per gli addetti ai lavori interni all'Amministrazione comunale, perché assume il significato di orientare l'organizzazione verso nuove modalità di accesso e di prestazione per i servizi comunali e non, comunque vengano gestiti. È un indicatore del cambiamento presente e futuro ed è l'inizio di un processo che durerà alcuni anni.

Tempistica

Tutto il processo ora descritto deve naturalmente avere una proiezione sul sistema informativo a supporto. In questo senso l'adozione di un CzRM appare essenziale per fornire i PdA e lo Sportello Polifunzionale dello strumento più adatto a seguire il percorso delle istanze dei cittadini.

Tra maggio 2007 e giugno 2008 si prevede l'attivazione della rete del Punto d'Ascolto (PdA).

In una seconda Fase (luglio 2008-dicembre 2009), preceduta da un'analisi complessiva sullo stato dell'arte e dell'avanzamento dei progetti relativi allo Sportello Sociale, è previsto un assetto a regime che vedrà lo Sportello del Cittadino sostituito come front-line dalla rete dei PdA, estesa in tutte le centralità delle aree di vicinato. In tal modo, i PdA, oltre ad essere diventati la struttura di contatto nell'esperienza quotidiana dei cittadini, saranno il punto di accesso a tutti i servizi regolamentati e di prenotazione per i colloqui presso gli Sportelli Specializzati per le prestazioni che necessitano di una valutazione professionale.

Il gruppo di lavoro che ha elaborato il documento ritiene utile il rafforzamento dello Sportello Sociale come un vero e proprio sistema di accesso e orientamento per tutti i servizi del welfare, un *front line* dei Servizi educativi-scolastici, del Servizio Sport, Cultura, Adolescenti e dello Sportello Lavoro.

2.2 Il CzRM del Comune di Bologna

L'aumento delle modalità di contatto fra la pubblica amministrazione e il cittadino, dovuta al diffondersi delle nuove tecnologie e alla crescente erogazione di servizi multicanale, rischia di incrementare il livello di frammentazione nel trattamento delle istanze provenienti dai cittadini. Diventa quindi di importanza strategica dotarsi di strumenti e metodologie che supportino il

trattamento dei flussi di comunicazione dal cittadino verso la pubblica amministrazione e viceversa.

L'obiettivo del progetto CzRM è quello di attivare una soluzione che supporti processi e metodologie per strutturare e collegare le informazioni e i dati relativi ai cittadini in occasione dei loro contatti con l'ente.

L'adozione della soluzione CzRM deve consentire ad esempio al Comune di seguire in maniera più efficace la gestione delle problematiche segnalate dai cittadini e di assicurare tempi di risposta migliori attraverso l'ottimizzazione e la standardizzazione della gestione dei processi risolutivi. In questa ottica è evidente l'esigenza di identificare un nuovo modello di riferimento, che dovrà innanzi tutto puntare sulla necessità di dare risposta ad ogni istanza, prevedendo di tenere traccia della risposta data utilizzando - fra le altre cose - un meccanismo di classificazione che consenta di attivare i giusti contatti e processi risolutivi.

In questo senso l'adozione del CzRM è essenziale per mettere PdA e Sportelli Polifunzionali (vedi paragrafo precedente) nelle condizioni migliori di operare, e dunque costituisce a tutti gli effetti elemento essenziale di completamento di quello specifico progetto.

Le tre precedenti letture convergono verso un obiettivo cruciale, vale a dire quello di costruire un profilo completo e continuo del cittadino in senso lato, quindi anche del nucleo familiare, della persona delegata, della attività produttiva.

Questo profilo si articolerà lungo le diverse dimensioni informative che compongono l'azione del Comune: demografica, tributaria, socio-sanitaria, scolastica, etc.; sarà poi integrato da tutti gli eventi di relazione associabili allo svolgimento dei servizi - contatti, diretti e telematici, visite a sportelli, incontri con funzionari - oppure occasionali - segnalazioni, reclami.

Su questo fondamento sarà quindi possibile dare corso ad una strategia di pro-attività della azione amministrativa, intesa sia come anticipazione dei bisogni di servizi sia come prevenzione di situazioni critiche, la cui gestione, come noto, ha costi di gran lunga maggiori.

Modalità dell'intervento

Il sistema informativo del Comune di Bologna è composto da sottosistemi verticali, tipicamente orientati alla gestione dei servizi per specifici settori o aree, e da elementi trasversali, che svolgono funzioni di carattere più generale e strumentale. Le informazioni che concorrono a dare una vista aggregata e complessiva del cittadino sono quindi distribuite in diverse basi-dati, talvolta accessibili con diverse modalità tecnologiche.

L'attivazione del nuovo sistema di CzRM del Comune di Bologna, oltre a dotare gli uffici di nuovi strumenti operazionali per la gestione della relazione con il cittadino, dovrà consentire di estrarre in modo selettivo e controllato le informazioni presenti nei diversi sistemi per poi aggregarle in un repository unico dove verranno mantenute, elaborate e messe a disposizione di una vasta gamma di possibili sfruttamenti.

Un esempio concreto può essere, già nel contesto della Iperbole 1.5 (si veda il successivo capitolo 3) la messa a disposizione del profilo per il cittadino stesso, attraverso una propria "MyPage" sul portale Iperbole, dove possa visionare e, se necessario intervenire, sulle informazioni presenti. La MyPage rappresenterà anche una modalità rapida di accesso ai servizi dispositivi di cui rimarrà contemporaneamente traccia; le informazioni derivanti da tutte le altre modalità di rapporto con il Comune saranno invece derivate dagli altri sistemi informativi.

Il Cittadino avrà così uno spazio Internet personale che lo renderà più vicino al suo Comune e dove potrà personalizzarsi alcune modalità di servizio con lo scopo di semplificare le interazioni e l'accesso ai procedimenti in modalità self-service. Una interessante ricaduta sarà anche quella

di ottimizzare l'uso della multicanalità in funzione della tipologia di servizio e delle preferenze del Cittadino.

Per tutti gli utilizzi non-Internet, dagli sportelli fisici, agli URP, ai call-center, una speciale versione della MyPage del Cittadino, opportunamente filtrata, sarà a disposizione degli operatori del Comune di Bologna che gestiscono la relazione, che in prospettiva andrà ad essere integrata nel portale Intranet "IoNoi".

In qualsiasi circostanza e su qualunque canale, ogni operatore avrà il livello più completo e aggiornato di informazioni che riguardano il suo interlocutore e l'eventuale motivo del contatto, nel rispetto della normativa sulla privacy; il Cittadino avrà quindi una sensazione di efficienza della macchina comunale e l'operatore sarà supportato nello svolgere la sua funzione informativa e operativa.

Ancora in modo concreto l'attivazione di un sistema di CzRM supporterà la realizzazione un servizio di «contact center» - una fase di sviluppo rispetto al «call center» già attivo - che gestisca in modo integrato e «trasparente» per l'utente le richieste di informazioni e servizi via telefono, sia fisso che mobile, web (voice over ip), e-mail. A questo proposito si veda il successivo paragrafo. Si ritiene che tale trasformazione consentirà, grazie anche al coordinamento con l'URP centrale, gli sportelli del cittadino dei Quartieri e altri sportelli territoriali dedicati, di migliorare la gestione delle relazioni con i cittadini.

Il sistema permetterà di tesaurizzare e «storicizzare» i contatti e i rapporti con il singolo cittadino, facendo del sistema di informazione e di comunicazione bidirezionale uno strumento proattivo di:

- ❑ distribuzione di servizi personalizzati;
- ❑ miglioramento e razionalizzazione dei back office;
- ❑ integrazione e coordinamento orizzontale della comunicazione interna a tutto beneficio dei flussi verso i diversi strumenti informativi per i cittadini;
- ❑ ascolto e partecipazione dei cittadini.

Il percorso progettuale

Sulla linea della innovazione nella Qualità dei Servizi, già intrapresa con la Relazione Previsionale e Programmatica 2006 - 2008, si attiverà un sistema completo di CzRM; il percorso di attuazione progettuale è riconducibile a 2 successive fasi.

La fase 1 prevede l'introduzione nell'Ente degli strumenti necessari alla gestione dei contatti, che come detto possono essere di diversa natura (richiesta di informazioni, segnalazioni, reclami/suggerimenti). Tale fase sarà caratterizzata oltre che dall'attivazione degli idonei supporti informatici da alcuni processi di riorganizzazione che toccheranno punti essenziali dell'ente (ad esempio l'attivazione di un servizio di Contact Center interessa il sistema degli URP/Sportelli Informativi e dei diversi sportelli specialistici).

La fase 2 si concentra invece sulla creazione del profilo del cittadino ed ha una valenza più strettamente tecnica. Può essere scomposta in almeno 3 passi successivi.

Con il primo passo verrebbe impostato il motore dei dati, ovvero il modello logico e fisico del database operativo che contiene:

- ❑ i Meta-Dati, ovvero il dizionario per la definizione delle entità e delle relazioni, dei processi organizzativi, delle regole di elaborazione (tecniche e funzionali);
- ❑ il Profilo del Cittadino, comprensivo della 'Situazione' proveniente dai sistemi gestionali del Comune;
- ❑ i Contatti avvenuti attraverso i diversi canali di interazione (portale, call-center, sportelli, ecc...);
- ❑ le Comunicazioni intercorse tra le parti 'Cittadino/Impresa' ed 'Ente', sia in un verso (segnalazioni, richieste di informazioni, ecc...), sia nell'altro (avvisi, notifiche, ecc...).

Il secondo passo ha invece lo scopo, dopo avere predisposto il repository, di costruire la piattaforma di integrazione del CzRM con tutti i sistemi/canali con il quale interagisce: in linea di principio ogni altro sistema informativo presente.

L'integrazione è un elemento cruciale per il successo dell'iniziativa; essa riguarda sia il livello dati - al CzRM devono confluire quelli che risiedono in numerosi altri data-base gestionali - sia il livello applicativo - i servizi del CzRM devono interoperare con numerosi altri sistemi.

Il passo finale è quello di completamento e sarà dedicata all'attivazione delle applicazioni di accesso e sfruttamento, anche qui secondo una modalità di rilascio graduale e con un piano pre-definibile di priorità. Per fare qualche esempio:

- rilasciare la "MyPage" dei cittadini sul portale Iperbole;
- fornire strumenti di gestione di campagne di comunicazione;
- fornire servizi ad-hoc ad alcuni sportelli al pubblico;
- fornire applicazioni analitiche a specifici settori e/o Dirigenti di servizi.

Tempistica

Fino ad oggi le attività si sono concentrate sulla prima fase del progetto. Le attività sono state condotte in stretta relazione fra Settore Sistemi Informativi, Settore Comunicazione e Gabinetto del Sindaco.

Inizialmente è stata condotta una ricognizione all'interno dell'Ente finalizzata a descrivere le attuali modalità (strumenti) di gestione dei contatti presso i principali punti dell'organizzazione. Sono state individuate le attuali criticità e definiti quindi i requisiti a cui dovrebbe attenersi la soluzione al fine di rispondere alle esigenze raccolte.

Questa fase di analisi è stata accompagnata dalla prototipazione di una soluzione che ha accompagnato il processo di definizione delle specifiche e che è stata sperimentata sul campo ad opera del Settore Politiche per la Sicurezza.

Gli attori per il momento interessati sono stati, oltre al Settore Politiche per la Sicurezza, il Settore Comunicazione, nelle sue componenti URP, Call Center, Iperbole, il Gabinetto del Sindaco, il Settore Polizia Municipale ed i Quartieri (partecipando attivamente al gruppo di lavoro che ha definito il documento di proposta sul progetto "Sportelli Polifunzionali").

Per quanto riguarda la tempistica dell'iniziativa, ipotizzando un avvio effettivo del progetto entro la metà del 2007, si può prevedere l'attuazione della fase 1 entro la metà del 2008 e la realizzazione della fase 2 (in termini di disponibilità di una prima versione del sistema di profilazione del cittadino) entro la fine dello stesso anno.

2.3 Dal "Call center" al "Contact center"

Il progetto di «contact center» intende migliorare, ampliare e innovare le modalità di accesso dei cittadini alle informazioni e ai servizi comunali, in un più complessivo quadro di innovazione e facilitazione delle relazioni con i cittadini. Non si tratta più di fornire semplicemente le informazioni richieste a chi telefona, ma di prendere in carico il caso dal cittadino e di seguirlo fino alla soluzione del problema proposto.

Un servizio di «contact center» rappresenta una fase di sviluppo rispetto al «call center» già attivo e può gestire in modo integrato e «trasparente» per l'utente le richieste di informazioni e servizi via telefono, sia fisso che mobile, web (voice over ip), e-mail. È una trasformazione resa possibile dall'adozione di un sistema di CzRM così come descritto nel paragrafo precedente.

Il servizio di accoglienza telefonica - «contact center» - deve svolgere:

- l'inoltro delle chiamate entranti verso la rete di fonia interna con trasferimento di chiamata;
- la risoluzione contestuale di chiamate entranti, concernenti richieste informative;
- l'inoltro delle chiamate entranti verso la rete di fonia interna (punti di secondo livello, Quartieri,);
- l'inoltro delle chiamate entranti verso aziende del Comune di Bologna o partner selezionati con conseguente chiusura del «ciclo di vita» del contatto;
- la gestione di chiamate in uscita per realizzare campagne di comunicazione, di ascolto e di monitoraggio del servizio;
- l'inoltro delle richieste (e-mail, sms, fax, ecc.) alle diverse articolazioni dell'Amministrazione, a seconda del/i destinatario/i appropriato/i.

Per la realizzazione del progetto di «contact center» sono significativi i cambiamenti da introdurre rispetto all'esistente:

- individuazione di una sede adeguata del servizio;
- l'ampliamento dei canali di ingresso (gestione della multicanalità): dal telefono come unico strumento di contatto al fax, e-mail, sms, «voice over ip»;
- estensione dell'orario di attività del servizio: 8-20 dal lunedì al sabato;
- individuazione del numero di postazioni sulla base delle chiamate giornaliere gestite attualmente dal call center e di un plausibile scenario di sviluppo, in considerazione della forte richiesta che i settori comunali segnalano nella gestione delle relazioni con i cittadini;
- possibilità di trasferimento chiamate a numeri interni all'Amministrazione (punti telefonici specialistici di «secondo livello») e esterni (da definire);
- creazione all'interno dell'Amministrazione di una rete di punti di ascolto di «secondo livello» che garantisca la gestione e risoluzione delle richieste di informazioni specialistiche inoltrate dagli operatori del «contact center»; tali postazioni dovranno essere dotate di una infrastruttura tecnologica integrata e complementare a quella del servizio principale;
- la collaborazione alla progettazione e realizzazione del sistema integrato per la gestione delle interazioni con gli utenti, il CzRM.

Rispetto a queste specifiche, una prima fase è già costituita dal trasferimento presso la sede di Cup 2000 del servizio, prima collocato in condizioni non soddisfacenti in Palazzo d'Accursio. Tale proposta, che è in corso di formalizzazione, è stata definita a seguito di una analisi che ha evidenziato l'opportunità di trasferire il servizio comunale presso il call center generale di Cup. Questa scelta consente di contenere i costi e di pervenire ad una organizzazione più efficiente e di utilizzare gli apparati Cup, senza dover affrontare spese per il rinnovo degli apparati di fonia comunali.

L'attuale situazione non consentiva infatti né di ampliare le postazioni né di sviluppare il servizio e non consentiva a Cup di operare economie di scala. Di conseguenza il costo del servizio era destinato ad aumentare senza poter intervenire con misure organizzative adeguate.

È un servizio che nel 2006 ha ricevuto 160.000 contatti, con un aumento rispetto al 2005 del 46,96%.

Compiuta questa prima fase, che viene effettuata nel 2007 a risorse sostanzialmente invariate, si rende opportuno inserire il call center nel progetto di CzRM e sviluppare le azioni, sopra citate, per arrivare ad un vero e proprio contact center.

I costi di questa trasformazione attengono al CzRM, ai costi connessi all'ampliamento dell'orario e delle postazioni (e quindi relative al contratto con Cup 2000), nonché a quelli relativi alla creazione di un cosiddetto "secondo livello" nell'organizzazione comunale, in questo caso i costi saranno relativi al personale da impiegare e alle infrastrutture tecnologiche.

Un ultimo passo sarà quello di trasformare progressivamente questo importante punto di accesso da contact center comunale a contact center della città, con il contributo dei soggetti che concorrono a formare la rete dei servizi del sistema- città (Azienda sanitaria, Hera, Atc, ecc): "un unico numero telefonico per Bologna".

2.4 Servizi on-line e sportelli automatici "Dimmi!"

Sul fronte della messa on-line di servizi in precedenza non disponibili in questa modalità, da qui a pochi mesi sarà possibile tramite Iperbole pagare le Contravvenzioni, i Servizi Comunali (Bollottini MAV), visualizzare il proprio estratto conto delle pendenze verso l'Amministrazione ed ottenere alcuni primi servizi di ambito demografico (visure e autocertificazioni precompilate).

Tali risultati sono stati raggiunti grazie alla partecipazione del Comune di Bologna, in qualità di ente realizzatore, al progetto nazionale denominato People (che ha visti coinvolti oltre 30 comuni italiani). L'adozione della soluzione People ha permesso al Comune di dotarsi innanzitutto di due componenti essenziali per la erogazione dei servizi on-line: un sistema per gestire l'autenticazione dei cittadini ed una piattaforma per gestire le operazioni di pagamento.

L'attivazione dei nuovi servizi sarà inserita nel contesto di Iperbole, andando a creare una sezione unificata 'pagamenti' che permetterà al cittadino di raggiungere facilmente i servizi suddetti ed altri servizi di pagamento già disponibili grazie alla collaborazione in essere con alcuni concessionari per le imposte (pagamento ICI, Tarsu, Cosap, Affissioni pubblicità, Tarsug).

La nuova modalità di gestione della autenticazione dei cittadini, prevede la possibilità di accedere ai servizi tramite Carta di Identità Elettronica oppure tramite credenziali che verranno rilasciate a fronte di una registrazione da effettuarsi presso l'URP centrale (in seguito sarà possibile decentrare l'attività anche presso tutti i Quartieri).

I servizi che in prima battuta prevederanno l'accesso tramite autenticazione saranno quelli demografici e la visualizzazione del proprio estratto conto. L'intenzione è quella di ricondurre gradualmente a questa unica modalità di accesso autenticato anche gli altri servizi già disponibili per i cittadini quali Tributi Web, Scuole on-line, Scrivania del professionista. In seguito andrà poi portata innanzi una attività di uniformazione logica e grafica dei diversi 'sportelli virtuali' realizzati nel corso del tempo, ridisegnando all'interno di Iperbole la sezione "Servizi on-line" (e pensando anche a nuovi percorsi di navigazione da presentare al cittadino, nel quadro dell'evoluzione del portale Iperbole di cui al successivo capitolo 3).

Fra i servizi già disponibili, ulteriori sviluppi interesseranno in particolare la cosiddetta 'Scrivania del professionista', nata con lo scopo di creare un punto di accesso unico ai servizi online esistenti e di nuova realizzazione, dello Sportello Edilizia, indipendente dalle logiche organizzative interne all'Amministrazione, facilitando e razionalizzando la comunicazione tra tecnici e Amministrazione stessa. Conclusa la fase sperimentale, si prevede nell'arco del 2007, di mettere a disposizione di tutti i professionisti che operano sul territorio del Comune di Bologna i servizi. Per facilitare l'avvicinamento a questo nuovo rapporto con la Pubblica Amministrazione verranno realizzati momenti formativi e tavoli di confronto, che permetteranno di raccogliere dei feedback grazie ai quali poter far crescere e migliorare l'offerta di servizi.

Sempre sul versante dei servizi on-line si stanno inoltre conducendo due ulteriori iniziative.

La prima è rivolta ai fornitori dell'Ente; per questi verrà attivato un servizio via web che darà la possibilità di verificare lo stato delle proprie fatture, con l'effetto di alleviare l'attività dei nostri uffici amministrativi impegnati nel fornire anche queste informazioni e permettendo al fornitore di avere una lettura più chiara degli ordinativi di pagamento emessi dal Comune.

La seconda riguarda lo Sportello Sociale: come parte del progetto di istituzione dello Sportello Sociale, nascerà all'interno di Iperbole una nuova area informativa dedicata ai servizi sociali istituzionali e alle iniziative del terzo settore. La base informativa assicurerà l'accesso alle informazioni sui servizi e opportunità esistenti sia da parte degli operatori interni che da parte di soggetti singoli o di enti/associazioni esterne.

Sul canale web è infine importante segnalare un fronte di attività che riguarda invece la generalità degli interlocutori dell'Ente (Cittadini, altri Enti, Imprese) e che fa riferimento alla prossima attivazione della Posta Elettronica Certificata (PEC) istituzionale.

Secondo le indicazioni del Codice della Amministrazione Digitale e seguendo il modello tecnico-operativo definito nell'ambito del progetto Docarea sarà possibile inviare agli uffici comunali comunicazioni tramite PEC che potranno essere, in forma manuale o automatica, sottoposte al processo di protocollazione (registrazione dei documenti).

Inizialmente il sistema sarà aperto solo agli altri Enti per consentire la cosiddetta interoperabilità delle comunicazioni all'interno della pubblica amministrazione (si pensi a tutte le comunicazioni che intercorrono con soggetti quali la AUSL, la CCIAA, i Tribunali, gli altri Comuni, ecc.).

Tale infrastruttura di comunicazione in seguito potrà essere aperta anche a cittadini e imprese, prefigurando uno scenario in cui alcuni servizi potranno essere resi disponibili con una forma di minore interattività (ad esempio dando la possibilità di scaricare un modulo, che una volta compilato e firmato digitalmente viene inviato tramite PEC all'Ente).

In stretta integrazione con i servizi web si muoverà poi il progetto di evoluzione del sistema DIMMI!". A più di dieci anni di distanza dalla sua attivazione si pone infatti il tema di un aggiornamento tecnologico del sistema, che ne consenta anche una evoluzione in termini di servizi offerti alla cittadinanza.

Per quanto riguarda i servizi, in questi anni di funzionamento, si è rivelata appropriata la scelta di puntare sui servizi di pagamento (Contravvenzioni, Bollettini MAV, ICI) e sulla certificazione anagrafica (la rete DIMMI sviluppa un volume di attività pari mediamente a quello di uno sportello fisico territoriale). Su questo versante la scelta più coerente appare pertanto quella di affiancare ai servizi attuali tutti quei servizi (informativi o transattivi) che sono già disponibili (o che saranno prossimamente disponibili) sul canale web.

In termini di collocazione dei chioschi si è valutato opportuno di mantenere gli sportelli nelle loro attuali collocazioni (sostanzialmente i centri civici), valutando eventualmente l'apertura di nuovi punti in coerenza con quanto sta pensando il progetto di Sportello Polifunzionale per una migliore copertura territoriale (in particolare si potrebbero prevedere altri 5/6 sportelli presso alcuni centri commerciali cittadini).

La soluzione applicativa sarà basata su tecnologia "browser" rafforzando il più possibile il concetto di multicanalità ("offrire servizi su chiosco, ma che puoi trovare anche su internet").

L'apertura verso le applicazione web consente di prevedere un allargamento del portafoglio servizi a tutti i servizi on-line informativi o transattivi del Comune, ma anche di altre realtà cittadine, quali le aziende di servizi (Hera, ATC, CUP2000, ...), o di altre realtà della Pubblica Amministrazione che utilizzano in canale web per erogare propri servizi (Agenzia delle Entrate, Agenzia del Territorio, INPS, ...).

Tempistica

Il progetto prevede la realizzazione della nuova soluzione applicativa e la sostituzione degli attuali sportelli entro la fine del 2007. Questa risulterà quindi la seconda generazione degli sportelli "Dimmi!".

Come ulteriore prospettiva futura si potrà in seguito considerare l'evoluzione di nuovi canali (vedi al capitolo 4) e la possibile convergenza con gli sportelli automatici.

Come detto precedentemente sono in corso le attività finalizzate all'attivazione entro pochi mesi dei servizi via web di pagamento, di ambito demografico e rivolti ai fornitori.

Entro il 2007 i servizi della 'Scrivania del professionista' saranno messi a disposizione di tutti i professionisti che operano sul territorio del Comune di Bologna e sempre entro l'anno nascerà all'interno di Iperbole una nuova area informativa dedicata ai servizi sociali istituzionali e alle iniziative del terzo settore.

Entro i primi mesi del 2008 tutti i servizi interattivi già disponibili per i cittadini verranno ricondotti, gradualmente, ad un'unica modalità di accesso autenticato. In parallelo si cercherà di promuovere lo strumento della Posta Elettronica Certificata come strumento di servizio verso i cittadini e le imprese.

Per quanto riguarda l'evoluzione del DIMMI! si stanno avviando le attività progettuali che si prevede di concludere alla fine del 2007.

2.5 Informazioni geografiche e georeferenziate

Negli ultimi anni abbiamo assistito a due fenomeni rilevanti nel mondo dei sistemi informativi geografici: da un lato l'affermarsi di standard per la presentazione di dati cartografici sul web dall'altro l'ingresso nel mondo dell'informazione cartografica delle più importanti aziende ICT al mondo. È recente, ad esempio, l'annuncio di Google di aderire allo standard GeoRss per i feed cartografici. La combinazione dei due fenomeni ha portato ad una significativa crescita di servizi online per la fruizione di mappe e informazioni georeferenziate, e a questa novità si è dato il nome di GeoWeb. Gli esperti del settore prevedono che il nuovo trend dell'evoluzione dei sistemi GIS porterà all'estensione delle logiche dei motori di ricerca attuali, verso l'inclusione di nuovi tipi di indici spaziali (R-Tree, Quad-Tree o una combinazione di questi), consultabili sia a partire dalle mappe, che dai risultati classici delle ricerche.

Questa breve premessa, per raccontare che la nascita e diffusione del GeoWeb rappresenta un'opportunità anche per le amministrazioni locali. I vantaggi si prospettano duplici. Su un fronte la possibilità di veicolare contenuti che l'amministrazione è interessata a divulgare o raccogliere, anche attraverso le mappe disponibili sul web (si veda Google mappe o Google Earth). Dall'altra nasce la possibilità, attraverso l'adesione agli standard per l'interoperabilità del GIS, di rendere disponibili le proprie mappe a soggetti terzi che vogliano arricchirle di contenuti e rendere navigabili attraverso interfacce orientate a temi specifici.

Mentre il primo percorso è relativamente semplice da realizzare in termini di tempo e risorse economiche, il secondo percorso è più impegnativo in quanto richiede un'evoluzione dell'attuale infrastruttura GIS del Comune. Le due alternative non si escludono a vicenda, possono coesistere e il loro utilizzo valutato di volta in volta in base alla materia da trattare. La logica con cui discriminare dovrà principalmente trovare un punto di mediazione tra la strategicità delle informazioni per il Comune e l'impegno necessario per la loro gestione. Esempi rappresentativi di due casistiche diverse possono essere le cartografie del Piano Strutturale Comunale e la cartografia delle risorse turistiche di Bologna.

L'orientamento del Comune nella gestione e pubblicazione delle cartografie ha privilegiato, dalla nascita del SIT ad oggi, un pubblico tecnico sia all'interno del Comune che all'esterno. In particolare verso l'esterno il target è stato quello dei professionisti del territorio, che si rivolgono allo Sportello dell'Edilizia. Tale impostazione si vede infatti riflessa nelle caratteristiche degli strumenti di consultazione delle mappe, oggi disponibili. Solo di recente ha cominciato a farsi strada l'idea di un'apertura verso un'audience meno specializzata, grazie anche agli stimoli che sono arrivati dalle novità in rete.

I primi sviluppi in questa direzione stanno riguardando il sostegno ad alcuni processi partecipati avviati dall'Amministrazione Comunale.

Per quanto riguarda il processo partecipato di adozione del nuovo PSC, è in corso la realizzazione di un'applicazione cartografica specializzata nella consultazione delle mappe del PSC e per la gestione di un forum cartografico online, che consentirà ai partecipanti di scrivere osservazioni, rispetto ai temi preordinati della discussione, e di localizzarle direttamente sul territorio. Le caratteristiche innovative di questa iniziativa risiedono nel disegno dell'interfaccia di navigazione

che si presenta essenziale e facile da usare e nell'adozione del GIS come strumento a supporto della partecipazione.

Sul fronte invece del tavolo partecipato per la collocazione delle stazioni radio base della telefonia mobile, sono state predisposte le primitive per consentire ai cittadini di visualizzare sulla carta della città sia il campo elettromagnetico previsto (campiture colorate calcolate a diverse altezze) che i risultati delle campagne di monitoraggio effettuate sul territorio. Si tratta di un supporto di conoscenza importante in un settore dove la trasparenza di informazione è essenziale per la percezione di sicurezza e di salute da parte dei cittadini. Questo tipo di servizio, sostanzialmente già pronto, sarà presentato nelle prossime settimane.

Entrambi questi casi costituiscono primi significativi esempi di apertura di informazioni geografiche ad un pubblico più vasto e non professionale. Le potenzialità sono davvero significative, se si pensa alla quantità di informazioni di interesse pubblico a disposizione del SIT (Sistema Informativo Territoriale). Per riuscire a renderle effettivamente fruibili da parte dei cittadini occorre però che il processo venga opportunamente inquadrato e sostenuto. La parte su cui occorre lavorare è investire è soprattutto l'interfaccia grafica, che come ricordato per ora appare rivolta soprattutto ai professionisti e comunque non di facile utilizzo e datata quando paragonata ad altri esempi fruibili nel mondo GeoWeb. Ma, sfruttando le ultime novità citate in premessa, è oggi possibile mettere a punto nuove modalità di fruizione e di accesso ai dati esistenti, realizzando applicazioni e servizi di potenziale grande interesse per i cittadini.

Per questo in questa fase si prevede di coinvolgere i Settori del Comune che hanno competenze a riguardo, definire con precisione gli obiettivi, effettuare un'indagine di mercato ed arrivare nel giro dei prossimi mesi a definire la natura e l'ammontare dell'investimento.

Vale la pena infine di segnalare l'opportunità di collocare anche nelle diverse zone di Bologna delle bacheche informative sulla localizzazione dei servizi in città. Sulla falsariga di quanto esiste in formato tradizionale in molte città italiane ed europee, valutando, anche alla luce di quanto verrà illustrato nel successivo capitolo 4, gli adeguamenti tecnologici più opportuni.

2.6 Integrazione: verso lo sportello della città

C'è un filo conduttore che lega tutto quanto illustrato nei paragrafi precedenti, ed è l'integrazione di filiere diverse per offrire al cittadino una interfaccia unica ed evoluta capace di accogliere le sue istanze e seguirle lungo i diversi percorsi fino al completamento della richiesta. Così lo sportello polifunzionale rappresenta un passo avanti nell'integrazione; il CzRM lo strumento software per seguire passo passo le richieste dei cittadini; il Contact Center l'evoluzione dell'esperienza del Call Center alla luce del nuovo strumento. E nel mondo on-line, al di là della proiezione del CzRM, l'evoluzione dei servizi on-line e di quelli fruibili attraverso sportelli automatici, così come la disponibilità di informazioni georeferenziate, consentono di attivare una visione centrata sul cittadino e sulle sue esigenze, e capace di ricondurre ad esso e al luogo dove abita le informazioni disperse nei vari settori e comparti che lo riguardano.

Tutto ciò rappresenta un passo avanti, ma anche una sottolineatura dell'obiettivo ultimo, e cioè la capacità di ricondurre ad una visione centrata sul cittadino la maggior parte possibile dei servizi che lo interessano. Per questo occorre adottare un'impostazione che da subito tenga conto della possibilità di estendere questo approccio anche al di là dei confini dell'organizzazione comunale, per abbracciare i settori che sono gestiti da enti o società diversi (come ad esempio la sanità, i trasporti, le multiservizi, e via discorrendo).

Al momento dunque le azioni specifiche legate a questa dichiarazione di intenti sono quelle di un'impostazione che si mantenga aperta a questo tipo di interazioni e di integrazioni, come scelta di fondo che definisce l'orizzonte dell'impegno sul segmento attuale di strada che si sta percorrendo.

2.7 Lo sportello Europa (EU Direct)

Nel quadro di una sempre minore disponibilità di risorse finanziarie, nel dicembre 2004 è stato chiuso l'Info Point Europa, a causa della impossibilità a sostenere una spesa stimata in circa 100.000 euro l'anno.

L'esperienza del Comune di Bologna nel campo dell'informazione e della promozione verso i cittadini relativamente alla dimensione europea era iniziata nel 1989 con un servizio sperimentale che si era venuto consolidando nel tempo fino all'adesione alla rete europea degli Info point. L'Info Point del Comune di Bologna aveva svolto la propria attività dalla fine del 1997 alla fine del 2004 all'interno dell'Ufficio per le relazioni con il Pubblico offrendo un servizio di informazione, consulenza e orientamento su attività, politiche, programmi, azioni e finanziamenti dell'Unione Europea.

A valle di quella chiusura e delle conseguenze negative in termine d'immagine sia locale che internazionale, la via seguita è stata quella di ricercare sinergie e collaborazioni con altri Enti.

Grazie alla bontà di questa scelta, ora questo servizio può riaprire, con un investimento per il Comune ridotto a 30 mila euro l'anno, a fronte dei 100 mila precedenti.

La Commissione Europea ha infatti approvato il progetto, presentato congiuntamente dall'Assemblea Legislativa della Regione Emilia-Romagna e dal Comune di Bologna, il che rende possibile la riapertura del punto informativo europeo all'interno dell'URP, come parte di un sistema reticolare di antenne e di punti informativi (la cui denominazione nel frattempo è stata cambiata a livello europeo da "Info Point Europa" a "EU Direct"), costantemente in contatto con la Commissione e i suoi uffici, che possa facilitare relazioni, conoscenze, partenariati e competenze spendibili - più in generale - nella progettualità europea cofinanziata.

Nella nuova situazione, la collaborazione con la Regione, regolata da un accordo di partenariato, consente di riaprire il servizio con un impegno di spesa notevolmente ridotto, in quanto la Regione si accolla le attività di back office e di approfondimento, mentre il Comune svolge un'attività di informazione di primo livello.

Finalità dell'Antenna (costituita dall'insieme dei servizi offerti da Regione e Comune) è la costante azione di sensibilizzazione sui temi dell'Europa:

- fornendo un servizio di informazione e documentazione di qualità per i cittadini emiliano romagnoli sulle politiche, l'attività, i programmi e le iniziative dell'Unione europea: l'attività principale dell'Antenna sarà rivolta ad avvicinare l'Europa ai cittadini, facendola conoscere, organizzando iniziative ed eventi, utilizzando i propri rapporti con i media per fare opera di divulgazione, impegnandosi per promuovere la partecipazione locale e regionale ai programmi comunitari;
- collaborando alla realizzazione di iniziative della Regione Emilia-Romagna e del Comune di Bologna per la promozione dell'Europa e dei diritti umani, rivolte in particolare ai giovani, alle scuole e alla società civile
- dando avvio ad attività seminariale-formativa con l'organizzazione di seminari e corsi in presenza e in e-learning: formare insegnanti, operatori della pubblica amministrazione e del mondo associativo regionale sulle politiche europee e sulle possibilità e modalità di accesso ai finanziamenti europei.

Parallelamente l'Antenna si porrà come un punto di riferimento per ascoltare le istanze e le opinioni che provengono dai cittadini, mettendo in campo azioni ed iniziative - informative e di comunicazione - che possano promuovere tale coinvolgimento.

Sedi e attrezzature

Il luogo scelto per l'Antenna Europe Direct della Regione Emilia Romagna è l'attuale sede del CDE dell'Assemblea Legislativa. Il CDE dispone di una sede autonoma di 102 mq, posta in V.le

Aldo Moro 36, a Bologna, nella zona del Fiera District. Il CDE è posto di fronte alla sede della Biblioteca e Videoteca del Consiglio regionale ad una distanza di circa 20 metri e nella stessa piazza dove hanno sede l'Assemblea Legislativa e la Giunta della Regione Emilia Romagna. L'Antenna, facendo capo al Consiglio regionale dell'Emilia Romagna, potrà disporre per la propria attività del Centro grafico e del Centro stampa del Consiglio e di tutti i servizi che il Consiglio regionale garantisce alle proprie strutture (servizio posta, manutenzione strutture e assistenza per strumentazioni varie comprese quelle informatiche, assistenza contabile da parte della ragioneria, assistenza logistica da parte del provveditorato, assistenza per la realizzazione di eventi e per l'accoglienza degli ospiti da parte del cerimoniale, oltre che assistenza dell'Ufficio personale per il personale dell'Antenna).

Il punto Antenna Europe Direct presso il Comune di Bologna sarà collocato all'interno dei locali dell'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico di Piazza Maggiore, 6. L'area accessibile al pubblico sarà arredata in maniera funzionale alle esigenze di back/front office del servizio. Sarà previsto uno spazio destinato all'esposizione di materiale informativo e di consultazione nonché per l'accesso alle banche dati. La dotazione informatica di base sarà costituita da: 2 PC in rete comunale utilizzati come postazioni di lavoro (front e back office) - 1 PC. con connessione ad Internet veloce (ADSL e fibra ottica) utilizzato come punto di informazione e di consultazione per i cittadini. Sarà disponibile anche 1 stampante, una fotocopiatrice, un fax e un apparecchio telefonico.

3. La nuova Iperbole

Il Programma di Mandato traccia un percorso di rinnovamento e di rilancio della rete civica Iperbole in relazione alla comunità degli «Iperboliani», al crescente numero di navigatori, fidelizzati e occasionali, alle iniziative di promozione della telematica civica, dei nuovi media al servizio dei cittadini e della società della conoscenza a livello locale ed alla multicanalità / crossmedialità prodotta dalla convergenza delle tecnologie digitali.

Rispetto a ciò, sono in corso di implementazione molte attività e progetti di miglioramento della versione attuale del portale (che si può indicare come Iperbole 1.0 o poco più), finalizzati ad un processo di rinnovamento strutturale ed organizzativo. Questo processo che porterà entro l'anno 2007 ad una nuova versione del portale Iperbole, denominata Iperbole 1.5, che in particolare utilizzerà uno strumento di pubblicazione dei contenuti (CMS: Content Management System).

Ma, sia pur migliorato dal punto di vista tecnico, anche così il portale Iperbole risulterà limitato rispetto alle potenzialità esistenti e gli obiettivi dichiarati. Per fare un solo esempio, il portale è e rimarrà anche nella 1.5 solo in italiano. Per dare una risposta all'altezza delle necessità e che faccia i conti con le potenzialità tecnologiche (e tenendo conto delle ristrettezze economiche), un progetto di completo ridisegno, orientato alla condivisione del sapere fra la comunità di utilizzatori, viene qui presentato indicandolo come Iperbole 2.0.

L'idea di fondo è di rivoluzionare il concetto del portale "verticale" e "piramidale" di una Pubblica Amministrazione, trasformandolo in luogo di scambio "orizzontale" di informazioni fra gli utenti, giungendo ad un concetto di "piazza virtuale", dove il sapere è condiviso in una sostanziale metafora di "Wikipedia"⁴ sulla città di Bologna e sui servizi del Comune di Bologna.

In Iperbole 2.0, contenuti informativi pubblicati dall'Amministrazione consentiranno agli utenti registrati di interagire, con commenti o contributi come approfondimenti, traduzioni di interesse pagine o contenuti multimediali a corredo, prodotti dagli utenti e opportunamente validati. In questo processo gli Iperboliani (gli utenti di Iperbole, principalmente residenti e universitari a Bologna) potranno assumere un ruolo da protagonisti, nel contesto di un meccanismo di approva-

⁴ Wikipedia (it.wikipedia.org) è l'enciclopedia libera su Internet costruita coi contributi degli utenti.

zione e di valutazione del grado di attendibilità dei redattori che verrà illustrato sommariamente nei capitoli successivi.

Per fare ciò, è necessario intervenire sull'architettura del sapere che governa il portale web, integrandola gradualmente con i nuovi strumenti denominati "Web 2.0", già ampiamente utilizzati su Internet, ed aggiungendo i meccanismi di validazione indicati. La condivisione dello sviluppo di questa proposta potrà essere costruita con Amministrazioni partner di progetti Europei e può rappresentare una chiave di concreta fattibilità e di successo del progetto.

3.1 Iperbole 1.5: la gestione avanzata dei contenuti

Per permettere una capillare gestione dei contenuti ed un rapido e puntuale reperimento delle informazioni disponibili on-line è necessario un radicale cambiamento dell'architettura del sapere che governa il portale Internet Iperbole.

L'imminente nuova versione di Iperbole abbandona l'odierna struttura a *filesystem*, con pagine statiche, in favore di un database relazionale *opensource*, sul quale si appoggia un CMS (*Content Management System*) per la pubblicazione dei contenuti, in maniera dinamica e modulare. E' il passo indispensabile per ogni futuro sviluppo del portale Iperbole.

Si tratta di un CMS orientato "agli oggetti": ogni contenuto pubblicato non è una pagina web, ma un "nucleo informativo" autonomo e integrabile nelle pagine, garantendo flessibilità, riuso e velocità di aggiornamento anche per siti complessi che si basano su diversi domini informativi.

La categorizzazione delle informazioni non avviene in maniera univoca, attraverso i classici alberi di navigazione (ad es. cultura -> luoghi di culto -> chiesa -> Santo Stefano). L'informazione è classificata "a faccette": come le diverse facce di un cubo, i diversi aspetti del medesimo nucleo informativo vengono mostrati in maniera diversa a seconda del contesto in cui l'oggetto viene collocato, mantenendo attributi specifici univoci. La chiesa di Santo Stefano, ad esempio, può essere visualizzata sì come un luogo di culto, ma anche come attrazione turistica, luogo per spettacoli teatrali o all'interno dei servizi religiosi. Inoltre può essere correlata a percorsi in città, a eventi specifici o più semplicemente al percorso della linea dell'autobus n. 13. Se poi cambiasse il numero di telefono associato alla chiesa di Santo Stefano, questo dato andrebbe aggiornato solo una volta e automaticamente il sistema lo aggiornerebbe su tutte le pagine associate a quell'informazione.

Il meccanismo di sviluppo del CMS è di tipo integrato e *opensource*: ogni nodo informativo di Iperbole condivide il medesimo strumento e ne commissiona particolari sviluppi, secondo le proprie esigenze. Ad esempio, il Settore Cultura sviluppa nel CMS una libreria multimediale condivisa, il Settore Comunicazione una scrivania virtuale, la Segreteria Generale un nuovo sistema di classificazione dei contenuti, lo Sportello Sociale una gestione dei contenuti multi-lingua. I moduli così sviluppati vengono integrati nell'unico CMS e possono essere quindi utilizzati da tutti.

Ma non cambia solo l'architettura. Il CMS permette, infatti, di gestire un "portale federale", con redazioni decentrate che pubblicano in maniera autonoma i contenuti di propria pertinenza e lasciando alla Redazione centrale il compito di validare formalmente/linguisticamente i contenuti, di mantenere la coerenza e l'integrazione generale, secondo un piano editoriale condiviso.

È prevista, infine, l'integrazione dello strumento con la base di dati comunali sulla Intranet, per trasformare il portale Intranet IONOI in un nodo del CMS della rete civica e permettere quindi una semplice condivisione delle informazioni fra i due mondi.

3.2 Iperbole 2.0: l'evoluzione tecnologica

A gennaio 2007, il 56% dei navigatori italiani, ossia più di 11 milioni di persone, ha visitato almeno una volta i siti Web 2.0 con contenuti generati dagli utenti⁵. Queste nuove tecnologie sono la naturale evoluzione già in atto sul web e sono concepite per sfruttare l'intelligenza collettiva degli utenti; mentre essi perseguono i propri interessi usufruendo del servizio, costruiscono un valore collettivo come intrinseco effetto collaterale. In questo modo il servizio migliora automaticamente con l'aumentare degli utenti.

Iperbole 2.0 ambisce quindi a sfruttare l'intelligenza collettiva degli utenti come moltiplicatore del valore delle informazioni contenute nel portale. Proprio per questo occorrerà però mettere a punto strumenti tali da consentire all'utenza di navigare nel portale senza perdere la percezione relativa alla sua posizione e all'attendibilità dei contenuti che sta consultando. Basti pensare ad alcune recenti polemiche sulla raggiungibilità di siti esterni a partire dalle pagine di Iperbole, pur nella sua rigida attuale versione, per percepire come questo tema meriti di essere affrontato con la dovuta attenzione. Lasciando questo aspetto ai paragrafi successivi, si considerino qui innanzitutto gli aspetti di tipo tecnologico.

Le tecnologie denominate Web 2.0, che renderanno concretamente realizzabile questa trasformazione di Iperbole, sono già diffusamente utilizzate nella rete Internet, anche da persone non specializzate e negli ambiti più diversi, compreso quello della Pubblica Amministrazione, anche spesso in contesti frammentari e non nel quadro di un disegno organico. Questi strumenti saranno integrati e affiancati alle altre tecnologie e modalità di navigazione più "tradizionali" già presenti su Iperbole.

I tre principali attributi della nuova Iperbole saranno: *interattiva, personalizzabile, aperta*.

- ❑ *Interattiva*: non più un'unica voce, ma un coro di voci che discutono e arricchiscono il sapere collettivo.
- ❑ *Personalizzabile*: non più un unico aspetto, ma l'aspetto più adatto alle esigenze di ogni singolo utente, sia egli un professionista o un assiduo lettore.
- ❑ *Aperta*: non più un'unica lingua, ma tutte le lingue degli utenti. Non più una sola piattaforma, ma tante applicazioni che si integrano dal mondo *opensource*.

La nuova Iperbole sarà dotata di strumenti che la renderanno un punto d'incontro tra le esigenze degli utenti e quelle dell'Amministrazione. Da un portale inteso come contenitore, si passerà ad una piattaforma aperta di servizi con la quale gli utenti potranno interagire, tramite un modello che progressivamente garantisca l'integrazione, la facilità d'uso e l'elevata interattività.

I cittadini avranno a disposizione strumenti più semplici e diretti per segnalare problemi e proporre delle soluzioni, esprimere il gradimento su proposte fatte da altri, essere sempre informati sulle iniziative in città, del Comune o del Quartiere. Inoltre potranno naturalmente continuare ad usufruire dei servizi pubblici già presenti quali il pagamento di ICI o TARSU o l'iscrizione dei figli a scuola, e di quelli che verranno attivati in futuro, come ad esempio autocertificazioni, domande di residenza o altre procedure burocratiche⁶.

Un altro aspetto dell'evoluzione di Iperbole sarà l'elevata personalizzazione: l'aspetto del portale non sarà lo stesso per tutti gli utilizzatori, ma si adatterà alle esigenze del singolo, sia esso residente a Bologna o studente universitario, frequentatore assiduo di Iperbole o lettore sporadico. Il servizio (che qui viene indicato come "La mia Iperbole") consentirà all'utente di scegliere quali blocchi visualizzare, e come disporli, in modo da avere in primo piano solo le informazioni e le

⁵ Dati di una ricerca della Nielsen/NetRating, su La Repubblica del 4 Aprile 2007.

⁶ Si tenga presente che, qui e nel seguito di questo paragrafo, i casi citati hanno sostanzialmente un valore esemplificativo e la tipologia dei servizi che andranno a costituire il portale dovrà essere essa stessa oggetto di un percorso di approfondimento specifico.

categorie che gli interessano. Sarà inoltre possibile visualizzare informazioni utili a seconda del "profilo" dell'utente. La mia Iperbole offrirà anche una homepage e alcune sezioni del portale che l'utente potrà configurare secondo le proprie esigenze. L'architetto, ad esempio, collegherà sul proprio desktop i link diretti allo Sportello Edilizia, il genitore del bambino iscritto alla refezione scolastica potrà consultare i menù della settimana, ogni cittadino potrà avere sott'occhio un cruscotto con le scadenze tributarie che lo riguardano.

Gli iperboliani avranno inoltre la possibilità di ricevere sul proprio pc (ma anche su altri dispositivi collegabili a Internet come palmare, cellulare o altro) informazioni sempre aggiornate e personalizzate tramite i *feed RSS*, una tecnologia che consente all'utente di "abbonarsi" alle pagine di suo interesse, ricevendo un avviso ogni volta che vengono modificate. Nel caso di Iperbole questo servizio potrà essere sfruttato dall'utente per tenersi sempre aggiornato sulle iniziative del Comune o del Quartiere, bandi di concorso, gare di appalto, modifiche al portale, news su viabilità e altro. Il Comune di Padova ha avviato una esperienza in questo campo.

La multimedialità sarà una ulteriore caratteristica della nuova Iperbole: vi saranno spazi dedicati a contenuti audio, video e immagini di eventi. Ad esempio potranno esserci conferenze, matrimoni, sedute del Consiglio Comunale. Servizi simili sono stati realizzati dai Comuni di Napoli e Ferrara (podcasting delle sedute del Consiglio Comunale), e dal Comune di Torino (podcasting di un notiziario comunale). Oppure si potranno predisporre contenuti specifici per sfruttare questo mezzo di comunicazione, per esempio con il podcast di un messaggio di cinque minuti del Sindaco cambiato con frequenza settimanale. La multimedialità sarà connessa ad ogni "nucleo informativo", grazie ad una struttura dei dati di tipo XML e la possibilità di reperire i contenuti anche su altri siti specializzati, come i video da YouTube, le immagini Flickr e così via. Così per i comunicati stampa, che appariranno sia nella forma tradizionale, sia come unità ipertestuali e multimediali.

I *weblog* (detti più comunemente *blog*) sono delle pagine personali sotto forma di un diario, tramite i quali chiunque è in grado di esporre i propri contenuti, dotandoli anche di veste grafica accattivante, senza nessuna conoscenza tecnica particolare.

In Iperbole 2.0 potrebbero essere ospitati i blog dei rappresentanti dell'Amministrazione (Sindaco, Assessori, Consiglieri, etc.), che potranno utilizzare questo canale per informare i cittadini o anche per dialogare con loro su temi specifici, o blog di uffici comunali che tengono una relazione con fasce di pubblico specifico.

I *forum* sono degli spazi di discussione e di scambio di opinioni, in cui gli utenti scrivono dei messaggi, ai quali potranno seguire diverse risposte di altri utenti. Alcuni sono già presenti sulla rete civica Iperbole, ma uno dei rischi di questi forum "classici" è quello della dispersione delle idee e delle opinioni secondo una logica casuale. Uno schema che potrà essere applicato ai forum di Iperbole 2.0 è il cosiddetto "*metodo Delphi*", metodo di indagine sociologica già utilizzato nelle consultazioni di massa, che facilita il confronto tra gli utenti attraverso una discussione delimitata nel tempo e strutturata in tre fasi (brainstorming, approfondimento, conclusioni), intervallata da sondaggi, per arrivare a proposte e risultati condivisi.

Uno degli strumenti di personalizzazione di Iperbole saranno i *clippings*, ovvero un carrello ad accesso rapido degli articoli preferiti. L'utente può "aggiungere al carrello" i contenuti che preferisce, per poi leggerli successivamente in maniera diretta, senza dover ripetere il percorso per giungere all'articolo⁷.

La maggioranza dei contenuti potrà essere inoltre *georeferenziata*: ad ogni luogo menzionato su Iperbole, sarà associata la posizione geografica esatta, e sarà visualizzata una mappa che ne indica il punto preciso. In questo modo saranno meglio localizzabili gli uffici comunali e di quartiere, luoghi di interesse turistico e pratico (fermate bus, parcheggi), nonché i luoghi di eventi e

⁷ Un esempio interessante di questo servizio è nel sito dell'Herald Tribune International: www.iht.com.

manifestazioni pubblicati sul portale. Questo servizio si potrebbe realizzare sia in 2D, ad esempio integrando il celebre GoogleMaps, sia in 3D come in "Bologna in 3D". Si veda il paragrafo 2.5 per approfondimenti di questo tema.

Per facilitare la ricerca di informazioni da parte degli utenti, e per snellire il lavoro agli uffici comunali, Iperbole sarà integrata con un albero di *FAQ* (Frequently Asked Questions), ovvero delle risposte a domande poste frequentemente, costruito in modo aperto e con meccanismi di validazione dei contributi, nonché della possibilità di generazione automatica delle risposte.

Infine, nell'ottica di facilitare la ricerca di informazioni e contenuti del sito, sarà affiancato al classico motore di ricerca sintattico (che ricerca l'occorrenza delle parole inserite in tutte le pagine del sito), un *motore di ricerca semantico*, che sarà in grado di rispondere a domande poste in linguaggio di tutti i giorni (esempio: *come iscrivo mio figlio a scuola?*), attraverso tecniche avanzate di elaborazione del linguaggio naturale. Un esempio di questa tecnologia è il progetto Europeo HANDS⁸, a cui ha partecipato anche il Comune di Bologna.

3.3 Iperbole 2.0: l'aspetto sociale

Al di là degli aspetti tecnologici legati al Web 2.0, la vera rivoluzione della nuova Iperbole coinciderà con l'abbandono di una architettura tradizionale "monolitica", verso una condivisione "sociale" dei contenuti. Parafrasando ciò che Wikipedia ha rappresentato per le enciclopedie tradizionali, nella nuova Iperbole la voce istituzionale dell'Amministrazione conviverà con i contributi dei cittadini, in un sito "meticcio" e condiviso, dove l'informazione ufficiale risulta integrata, seppure ben distinguibile, con quella proveniente dai cittadini.

È una sfida impegnativa e assai innovativa, con pochi termini di paragone fra le Pubbliche Amministrazioni. Si tratta di un'apertura forte, che richiede un ripensamento della funzione e dell'utilizzo del sito di una Pubblica Amministrazione, ma che se ben attuata, può portare ad una ricchezza impagabile nei contenuti.

La bontà di questa scelta può essere motivata con una lettura dell'evoluzione in atto nel mondo di Internet, e col valore sociale di una partecipazione ed una condivisione portate al punto più alto possibile nel contesto della rete. Ma se le motivazioni ideali dovessero risultare poco convincenti, è opportuno valutare anche il tema dell'incontro delle esigenze con quello delle risorse. Si consideri semplicemente l'esempio della lingua: attualmente Iperbole è solo in italiano, e già questo individua una carenza importante rispetto alle esigenze di una comunità multilingue. È evidente che disporre una traduzione anche solo di una parte dei contenuti in alcune altre lingue, considerando la necessità degli aggiornamenti, avrebbe costi difficilmente sostenibili. Se poi si tiene conto che una politica di inclusione dovrebbe portare a considerare non solo inglese e francese, ma anche filippino o rumeno, solo per citare alcuni esempi, si capisce come in una gestione tradizionale questi siano temi semplicemente improponibili.

Ma allargando l'approccio ad una condivisione sociale dei contenuti, improvvisamente l'impossibile diventa praticabile: Iperbole 2.0, una volta a regime, sarà a tutti gli effetti una "wikIperbole". Essa permetterà la condivisione dei contenuti, dando voce agli utenti sui temi di interesse o nella propria lingua madre⁹. Infatti la comunità degli utenti ad arricchire di contenuti le pagine informative istituzionali, secondo un meccanismo di pubblicazione illustrato al capitolo successivo.

Resterà attivo e ben distinguibile il nucleo informativo attuale, alimentato dalle fonti redazionali comunali, ma esso potrà essere integrato dal contributo dei cittadini, dalle loro segnalazioni

⁸ Il progetto Hands: www.hands-online.org

⁹ Vale la pena di sottolineare che la traduzione dei contenuti in altre lingue costituisce non solo un tema di grande rilevanza in sé, ma anche un modo di esemplificare i concetti proposti, che sono applicabili a diversi altri casi.

o anche da intere traduzioni delle pagine nella loro lingua madre. Nulla impedirà, infatti, la costruzione "dal basso" di intere sezioni del portale in versione multilingua, grazie alle traduzioni che potranno fornire volontariamente gli stessi iperboliani, tramite la nuova piattaforma che renderà tecnicamente possibile questo tipo di collaborazione.

Gli strumenti del "Web 2.0" illustrati in precedenza saranno di supporto a questa evoluzione, specializzando alcune funzioni, come la traduzione "on demand" di singole parole, utile per cittadini che non padroneggiano completamente la Lingua italiana, o una traduzione audio delle pagine per non vedenti.

La nuova Iperbole, insomma, sarà in grado di aggregare una comunità di utenti che, incentivati dalla facilità con cui potranno trovare o fornire informazioni dialogando gli uni con gli altri, alimenteranno un meccanismo di reciproco sostegno ed arricchimento, supportando automaticamente i punti redazionali comunali nel popolamento dei contenuti del sito.

Iperbole 2.0 rappresenterebbe un laboratorio in continuo sviluppo, dove l'utente può scegliere il grado di attendibilità delle informazioni che lo interessano, avendo sempre chiara la paternità delle stesse, e dove può sperimentare nuovi strumenti di interazione, con la possibilità di indicare in tempo reale il livello di gradimento.

I concetti di "sito istituzionale" e di "rete civica" *tout court* in questo scenario troverebbero mutuo sostegno e allo stesso tempo manterrebbero una chiara distinzione, in un panorama dove le comunità degli utenti bolognesi funzionerebbe da "motore" dell'informazione e della cooperazione in città.

Come ricordato in precedenza, ampliare l'orizzonte significa però considerare, accanto ai grandi vantaggi ricordati, anche il problema dell'attendibilità, paternità, validità dei contenuti. Navigare in un sito Iperbole partecipato per un utente pakistano presenterà il grande vantaggio di trovare contenuti nella propria lingua madre: ma chi garantisce l'attendibilità delle informazioni trovate? È quindi essenziale che l'apertura venga gestita contestualmente alla disponibilità di strumenti e di un'organizzazione capace di dare una risposta adeguata a questa domanda. Siccome non è pensabile che un tema di questa portata sia demandato solo ad una procedura organizzativa tradizionale, che sarebbe di per sé onerosissima, servirà un approccio che faccia leva anche sulla modalità "sociale". Questa è appunto la caratteristica di quanto illustrato nel paragrafo successivo, che descrive gli elementi di base del meccanismo proposto per la valutazione del grado di attendibilità dei redattori.

Un progetto con queste caratteristiche propone tematiche innovative e condivisibili sia a livello nazionale che internazionale. Da un lato lo strumento di CMS che permette la pubblicazione dei contenuti, il meccanismo di valutazione del grado di attendibilità dei redattori e la struttura del sito conterrebbero aspetti tecnologici ed organizzativi condivisibili e finanziabili a livello europeo. Dall'altro lato, i contenuti stessi potrebbero essere condivisi anche a livello transnazionale. Traduzioni o validazioni delle stesse potrebbero provenire da altre reti di città, che condividono lo stesso approccio, così come la medesima struttura dell'informazione. Un primo, preliminare sondaggio condotto all'interno del Knowledge Society Forum di Eurocities, di cui Bologna detiene la presidenza, ha mostrato un significativo livello di interesse in merito alla possibile collaborazione su un progetto di questo genere da parte di altre importanti città europee.

3.4 Il nuovo meccanismo di pubblicazione su Iperbole 2.0

Per garantire la paternità e la correttezza di commenti, delle informazioni o delle traduzioni pubblicati dagli utenti, va previsto un "sistema di approvazione" che si incrocia con un "sistema di feedback" fra gli utenti, ed una struttura del portale che indica costantemente con grande chiarezza e trasparenza le informazioni relative a paternità, attendibilità, aggiornamento del contenuto che si sta consultando. Lo schema di massima di questo sistema di approvazione può essere riassunto nel modo seguente.

- ❑ Solo gli utenti registrati possono contribuire alle pagine istituzionali redatte dai punti redazionali del Comune di Bologna. Essi vengono segnalati come "redattori". Quando il redattore contribuisce ad una informazione istituzionale (con integrazioni, traduzioni, segnalazioni, immagini, video, etc.) la pagina generata viene segnalata inizialmente come inattendibile, fino all'approvazione da parte di un altro utente autorizzato e non può essere approvata dall'autore stesso.
- ❑ Verranno previsti meccanismi di attribuzioni del valore di attendibilità, nonché automatismi nella raccolta dei riscontri provenienti dai lettori, che potranno portare ad azioni diverse a seconda degli autori dei contributi, con cautele maggiori per i meno attendibili e percorsi semplificati invece per quelli che hanno dato buona prova di sé.
- ❑ In caso di approvazione, le pagine vengono segnalate come attendibili, sebbene restino chiaramente diversificate da quelle istituzionali provenienti dai punti redazionali comunali (tramite bollino, colore, sottotitolo o altro effetto grafico) e mantengono chiaramente espressa la paternità di redattore e editore.
- ❑ Inoltre, le pagine aggiunte o le traduzioni, dovranno riportare la dipendenza da altre informazioni (ad esempio la pagina italiana che viene tradotta), in modo che in caso di aggiornamento delle informazioni a monte, venga immediatamente segnalata il potenziale venire meno della caratteristica di aggiornamento della pagina in questione.

Va da sé che il meccanismo qui delineato costituisce la base di partenza per una riflessione ed un affinamento che è opportuno avvengano in un contesto ampio di confronto, nel quale i metodi e gli strumenti messi a punto possano essere condivisi da una comunità **anche** più ampia di quella bolognese. I temi da affrontare in modo efficace riguardano sia gli aspetti legali rispetto alla responsabilità delle informazioni pubblicate, sia i meccanismi per l'esercizio della responsabilità di natura formale ma anche di natura politica, nel caso di contenuti che possano prestarsi a controversie di qualsiasi natura.

Sono temi da risolvere se si vuole conseguire l'obiettivo di costituire l'avanguardia di un nuovo modo di interpretare la comunicazione delle città su Internet, capace di sfruttare i benefici dell'approccio sociale ma anche attrezzata per apprezzarne i grandi benefici ma anche per evitare ogni tipo di confusione o ambiguità.

4. Nuovi mezzi di comunicazione col cittadino

Dopo aver illustrato le prospettive dei canali più tradizionali come gli sportelli di relazione col pubblico e il canale on-line sia dal punto di vista dei servizi che del portale web, in questo capitolo si mettono a fuoco tre canali innovativi per la comunicazione coi cittadini. Si tratta di tre filoni caratterizzati da gradi di maturazione differenti ma su cui comunque l'Amministrazione è in grado di conseguire risultati di assoluta rilevanza entro i termini del mandato.

La rete Iperbole Wireless è ormai una sperimentazione avviata. Si tratta di definirne un modello di sostenibilità finanziaria e di avviare lo sviluppo delle applicazioni che la possano riempire di sostanza per gli utilizzatori. Si tratta dell'ipotesi più matura dal punto di vista tecnologico, ma al tempo stesso la sua concreta usabilità dal punto di vista della comunicazione col cittadino dovrà in qualche misura attendere la diffusione di dispositivi tecnologici in grado di sfruttare questa nuova opportunità.

La sperimentazione tecnologica per l'assistenza domiciliare (e-care) contenuta nel progetto OIdes contiene una parte rilevante di comunicazione con le persone anziane e bisognose di essere seguite ed aiutate. Per questo in questo ambito se ne richiamano le caratteristiche rilevanti dal punto di vista della comunicazione col cittadino. Si tratta di un progetto che nel 2008 dovrebbe iniziare a garantire una vera operatività.

Infine, il progetto di una larga diffusione di video in città, fino ai singoli condomini, come canale di comunicazione diretta coi cittadini, costituisce un elemento completamente innovativo. Si tratta di un'ipotesi già validata tecnicamente nei mesi scorsi che ora si propone di sperimentare sia dal punto di vista tecnologico che da quello della sostenibilità finanziaria, per giungere rapidamente ad un piano di installazione di massa nella città.

4.1 Iperbole Wireless

In un futuro di Internet "senza fili", con dispositivi sempre più economici, palmari sempre più piccoli e potenti e tecnologie in continua evoluzione, si sta modificando l'immagine del navigatore seduto sulla scrivania dello studio davanti al computer.

Nel 2007 lo studente naviga con il portale in piazza, il manager con il palmare in aeroporto o in treno e il turista con il cellulare in albergo.

In quest'ottica il comune di Bologna ha realizzato tre diversi progetti basati su tecnologia WiFi, distinguendosi come prima città italiana a fornire gratuitamente ai propri cittadini la possibilità di navigare sfruttando la tecnologia wireless, proponendosi come esempio per numerose altre realtà che intendono investire nel campo delle reti senza fili.

Si tratta ora di muoversi fondamentalmente in due direzioni: da un lato definendo, sperimentando ed applicando un modello di sostenibilità che consenta di pianificare l'espansione della copertura e di individuare le risorse su cui basarsi per realizzarla; dall'altro, poiché naturalmente l'utilizzo di tali infrastrutture può essere sfruttato per offrire altri importanti servizi oltre a quello di base della navigazione, per incentivare lo sviluppo di applicazioni capaci di sfruttare al meglio le potenzialità di questa tecnologia.

Realizzazioni e sperimentazioni attive

Già da alcuni anni è attivo l'hot spot presso l'URP di Piazza Maggiore. L'area di copertura è limitata a un raggio di circa 150 metri intorno alla sede dell'URP e al primo piano di Palazzo d'Accursio, il servizio è fruibile da chiunque si registri presso lo sportello.

L'Hot Spot, sia per la limitata area di copertura, che per le sue peculiarità tecnologiche, è indicato per fornire copertura in punti nevralgici della vita cittadina come ad esempio le biblioteche

che intendano offrire un servizio di navigazione Internet ed i luoghi per il servizio al pubblico, come gli uffici istituzionali in cui il cittadino è spesso costretto a tempi di attesa (e su cui è possibile immaginare interessanti applicazioni).

Il secondo progetto WiFi che dovrebbe avere inizio tra breve è quello della Manifattura delle Arti. L'infrastruttura offrirà copertura al cortile interno della biblioteca della cineteca, a via Azzogardino e al parco adiacente.

Lo scopo della sperimentazione è di offrire un nuovo punto di navigazione a studenti e cittadini, sperimentare l'utilizzo della videosorveglianza, di applicazioni legate alla geolocalizzazione e di nuove apparecchiature WiFi.

Ma naturalmente il progetto più rilevante è quello di Iperbole Wireless: nonostante la sua natura sperimentale, è ormai diventata una realtà concreta per il comune di Bologna, ed esempio per altre città italiane ed europee. Iperbole Wireless, con 14 nodi e 37 antenne, è ormai una realtà consolidata, il cui bacino di utenza aumenta di mese in mese (circa 2500 utenti attuali, 200 accessi al giorno della durata media di 45 minuti).

Potenzialità applicative

Le proposte per sfruttare l'infrastruttura e non limitarne l'utilizzo alla sola navigazione possono essere indirizzate a tre diverse fasce di utenza: il Comune, il turista, il cittadino.

Applicazioni di potenziale interesse per il Comune sono:

- ❑ Video sorveglianza WiFi: rispetto alla video sorveglianza tradizionale ha il vantaggio di un minor costo di installazione e di una maggior flessibilità di posizionamento, dal momento che le telecamere possono essere spostate con una spesa relativamente ridotta, necessitando solo di una sorgente di corrente e non di un cablaggio di rete. Inoltre, possono essere integrate da dispositivi in dotazione ad operatori presenti sul territorio che permettono di vedere quanto ripreso in mobilità e in tempo reale.
- ❑ La rete fornisce un'infrastruttura in grado di gestire l'aggiornamento e l'invio dei contenuti sui pannelli multimediali distribuiti sul territorio (nelle piazze, sulle pensiline degli autobus, sugli autobus stessi, info mobilità, condomini, graffiti virtuali etc.)
- ❑ Monitoraggio delle code: negli uffici pubblici, per permettere al cittadino di allontanarsi e non perdere il proprio turno. Il collegamento alla rete wireless permetterebbe infatti di poter controllare l'avanzamento della coda tramite un sistema dedicato o anche solo con una semplice webcam. Inoltre ci sarebbe la navigazione offerta al cittadino, sia come intrattenimento durante la sosta forzata all'interno degli uffici, sia come mezzo per sfruttare professionalmente il tempo speso in coda. Questa è un'applicazione valida anche solo con la disponibilità di un hotspot.
- ❑ Sperimentazione di progetti VoIP. E' infatti possibile utilizzare la rete per servizi di fonia tramite il protocollo Wireless Voice Over IP (wVoIP). Utilizzando appositi smart phone è possibile telefonare utilizzando la rete wireless.
- ❑ L'allargamento della copertura a Sala Borsa, combinando cultura e tecnologie in un polo moderno con una struttura multimediale e interattiva. Questo tema viene affrontato in un paragrafo specifico.
- ❑ L'integrazione della rete con progetti simili presenti in altre città europee, permettendo ai cittadini di tutte le città coinvolte nel progetto di accedere alle diversi reti comunali con le stesse credenziali.

Il turista ad oggi può accedere solo al servizio offerto dall'Hot Spot. In un'ottica di allargamento della rete Wifi al centro storico, si potrebbe estendere il servizio anche ai non residenti nel comune di Bologna, offrendo al turista due tipi di accesso alle rete:

- ❑ senza autenticazione per offrire una serie di servizi e informazioni. Esse potrebbero essere sia informazioni statiche (informazioni generali sulla città, eventi in città, trasporti pubblici, alberghi, ristoranti, musei etc.) che informazioni dinamiche, in cui tramite sistemi di geolocalizzazione si potrebbe offrire la disponibilità di un navigatore, un tour guidato della città, informazioni sul monumento o il luogo che si sta visitando, e così via;
- ❑ con autenticazione per avere accesso alla navigazione web. Su questo punto si può pensare ad operazioni di "gemellaggio informatico" con altri luoghi, in primis le altre città coinvolte nel Knowledge Society Forum (Telecities) di Eurocities. Condividendo gli elementi fondamentali dell'autenticazione, il turista che accede da una città "gemellata" potrà navigare con il proprio identificativo senza nemmeno doversi registrare a Bologna. E analogamente, un bolognese che si reca in una città "gemellata" potrà accedere alla locale rete wireless con il proprio identificativo di Iperbole.

Per il cittadino e lo studente, oltre alla possibilità di base della navigazione e al citato esempio del monitoraggio delle code, potrebbe essere interessante la creazione di una community di utenti wireless. L'idea prevede la creazione di una vera e propria comunità virtuale di utenti legati dalla fruizione dello stesso servizio: un punto di aggregazione e condivisione per gli utenti di un medesimo strumento. Inoltre, vale la pena di sottolineare l'opportunità di progettare e realizzare contenuti specifici per il portale wireless insieme con i partner, e in particolare con l'Università degli Studi.

Sviluppi e sostenibilità

I progetti sviluppati nel centro storico e alla Manifattura delle arti, nonostante rimangano separati a livello architettuale, infrastrutturale e progettuale, fanno riferimento alla stessa base dati utenti, e presentano lo stesso SSID (il nome identificativo della rete visualizzato dall'utente

prima della connessione). In questo modo l'utilizzo di una o l'altra infrastruttura risulta trasparente all'utente finale. Nel corso del 2008 verrà integrato anche il servizio Hot Spot.

Ma il tema fondamentale che si vuole affrontare attiene al modello di sostenibilità economica. Si tratta di promuovere e definire un supporto di mercato che consenta di uscire dall'impasse delle due alternative immediatamente possibili, entrambi insoddisfacenti. La prima sarebbe quella di attendere che sia il mercato a promuovere la copertura wireless, che è insoddisfacente perché si tratta di mettersi in un'attesa indefinita di una crescita che poi comunque seguirebbe le opportunità economiche senza un disegno di potenziali pari opportunità per i cittadini. La seconda è quella invece di finanziare direttamente l'infrastruttura, col problema di dover spiegare ai cittadini l'utilizzo di un capitale ingente su un tema non direttamente messo in capo alla pubblica amministrazione, ed il rischio che ciò sia considerato aiuto di stato e pertanto impugnato di fronte alle autorità nazionali e comunitarie.

L'idea di fondo quindi è di agire come promotore di un servizio che però definisca un modello di sostenibilità e di utilizzarlo, prima sperimentalmente e poi in modalità di esercizio, per poter mantenere attivo il servizio, ed estenderlo gradualmente al resto della città.

In questo modello, verrà selezionato un partner commerciale, che individueremo come GNA (Gestore della Navigazione Aperta). All'interno dell'area di copertura sarà possibile per utenti appartenenti alla rete civica Iperbole (ed eventualmente altri utenti di altre reti, di passaggio per Bologna) e per utenti dell'Università di Bologna navigare gratuitamente su Internet. La navigazione sarà libera su siti di web-mail e sui siti a carattere pubblico. Il GNA potrà definire delle modalità pubblicitarie (adware) per sostenere finanziariamente la navigazione libera. Inoltre, intendiamo sperimentare una modalità in cui anche siti a carattere commerciale possano essere resi raggiungibili dal GNA (es. alberghi, prenotazioni, intrattenimento, pubblicazioni, etc.) mediante appositi accordi commerciali. L'importante è che venga definito in modo trasparente e deontologicamente corretto (anche con un processo partecipato che coinvolga la comunità della rete) la modalità con cui poter filtrare un insieme di siti a carattere commerciale su un criterio di sponsorizzazione gestito dal GNA. Pertanto, il GNA sarà presumibilmente un ente privato fornitore di spazi pubblicitari, vincitore di uno specifico bando comunale.

Questo modello di servizio risulterebbe altamente innovativo, poiché proporrebbe una navigazione libera su siti e servizi pubblici e sui siti commerciali resi disponibili dall'intermediazione del GNA. Più ampia risulterà l'offerta commerciale e più ampia e ricca risulterà la navigazione libera, e sarà possibile utilizzare gli introiti per ampliare la rete wireless e sostenerne l'operatività.

L'infrastruttura di rete consentirà inoltre di ospitare servizi aggiuntivi a pagamento da parte dell'utente (ad esempio un accesso pieno ad alta velocità e a pagamento alla rete Internet), che potranno garantire eventuali ulteriori possibilità per il sostegno economico dell'infrastruttura.

A garanzia del GNA non potranno essere previsti servizi a pagamento in cui a pagare non sia l'utente ma l'operatore del servizio; a garanzia degli altri operatori, l'infrastruttura sarà in linea di massima disponibile a tutti gli operatori che vogliano aggiungere servizi a pagamento su di essa. Naturalmente anche il ricavato dell'affitto o della percentuale sull'utilizzo garantita dai servizi a pagamento, andrà a sostenere l'espansione e l'operatività della rete wireless.

Come si può apprezzare, l'obiettivo finale della sperimentazione è la produzione di un modello di sostenibilità economica del progetto a lungo termine, che consenta un sempre più ampio accesso alle risorse di Internet per i cittadini, sostenuto da una vasta offerta commerciale di servizi.

Da un punto di vista tecnologico, al di là della rete Iperbole Wireless realizzata in WiFi, si valuterà la possibilità di intraprendere anche una sperimentazione WiMax, con una particolare attenzione volta al tema della diminuzione del digital divide, dell'integrazione delle reti wireless presenti sul territorio e della sinergia con gli altri progetti presentati in questo stesso capitolo nei paragrafi successivi.

4.2 La comunicazione nell'e-care

Che la tecnologia possa rappresentare l'elemento decisivo per la sostenibilità di un sistema di assistenza capillare e diffuso, sia sociale che sanitario, è un'affermazione che ancora attende di essere pienamente dimostrata. Nessuno discute che ciò potrà accadere, ma al tempo stesso non si può dire che le sperimentazioni condotte finora abbiano già individuato quel giusto mix di elementi in grado di affrontare in modo convincente alcune questioni chiave: la prima di esse attiene alla semplicità o complessità delle soluzioni; la seconda sta nel costo e della conseguente scalabilità della soluzione; la terza ed ultima sta nell'impatto organizzativo di questi ausili di tipo tecnologico sui nostri servizi sanitari e sociali.

Il progetto Oldes si propone di dare una soluzione a queste questioni chiave. Frutto della riflessione sviluppata nei primi anni di mandato, è stato promosso dal Comune di Bologna nel 2006, sottoposto da un ampio e qualificato consorzio, ed ha ottenuto un cofinanziamento dall'Unione Europea per complessivi 2,5 milioni di euro. Il progetto è ufficialmente partito all'inizio del 2007 ed ha una durata di tre anni. Si tralasciano qui altri aspetti, pur importanti, per concentrarsi sugli aspetti relativi alla comunicazione.

Ci si propone di dotare gli anziani e le persone fragili con qualche problema di autosufficienza, collegato ad un nodo tecnologico per nulla appariscente (che è in realtà un computer a basso costo con capacità di aggiornamento in automatico da remoto) di un nuovo strumento di comunicazione, che assomiglierà molto ad un oggetto familiare e poco invasivo come la radio. Una radio con un palinsesto molto speciale, vicino agli interessi di quei cittadini ed alla loro rete di relazioni, con un ampio coinvolgimento del volontariato.

Per raccontarlo con un esempio, l'anziano che ha l'abitudine di andare al circolo per parlare di calcio con gli amici e non riesce più ad andarci di persona perché è freddo e non se la sente di uscire, potrà sintonizzarsi con la trasmissione dei suoi amici del circolo e parlare con loro stando a casa; e così via con la parrocchia, l'associazione, il centro sociale, la rete degli amici. Perché la radio potrà ospitare trasmissioni anche per numeri piccoli di persone, consentirà di intervenire e non solo di ascoltare, e durante le conversazioni ci sarà modo di segnalare anche i bisogni, le esigenze, i problemi.

Dal punto di vista sociale, vogliamo mettere a punto uno strumento che rafforzi le reti di relazioni che in modo naturale legano i cittadini fra loro, e al tempo stesso che si faccia forte di contributi volontari per stendere una rete capace di raccogliere segnalazioni di esigenze e bisogni. Così, operatori volontari che potranno avere la provenienza più varia (da quella di associazioni strutturate, fino al pensionato che semplicemente vuole dare una mano) potranno essere gli animatori di queste "trasmissioni" e fare da filtro rispetto alle esigenze che vengono loro manifestate: alcune potranno essere risolte direttamente nella rete di relazione, altre potranno essere soddisfatte con una sorta di incrocio della domanda e dell'offerta del volontariato, alcune infine dovranno essere portate all'attenzione degli operatori professionali del call center centrale, o dei servizi sanitari, o di quelli sociali. Naturalmente si tratta di trovare il giusto punto di equilibrio fra le diverse funzioni e fra automatismi e intervento degli operatori, ma questo è appunto uno degli obiettivi della sperimentazione che si accinge a partire.

Rilevanza per la comunicazione coi cittadini

Le considerazioni svolte mostrano come il dispositivo di comunicazione sia pensato a tutto tondo come strumento per sostenere le reti di relazioni sociali già presenti nella società. Ma è del tutto evidente che si tratterà di un canale di comunicazione che potrà essere utilizzato anche per fornire informazioni ed in generale per comunicare con i cittadini anziani e fragili oggetto dello sviluppo di questo nuovo canale.

Così, la preparazione di contenuti multimediali su cui comunque il Comune è chiamato ad investire, potranno trovare un'ulteriore modalità di fruizione. Non tutti i cittadini sono in grado di

accedere ad Internet con la necessaria dimestichezza, ed è chiaro che il tema si pone in misura anche maggiore se ci si concentra su anziani e persone fragili. In questo modo, si potranno proporre loro contenuti e servizi di informazione attraverso un canale sviluppando appositamente per consentire una facilità di utilizzo.

4.3 Video diffusi in città

L'idea di base è quella di sfruttare la moderna tecnologia video per rendere il cittadino partecipe del processo decisionale comunale, per avvicinare la popolazione alla municipalità, per diminuire il gap comunicativo tra la cittadinanza e le istituzioni in una realtà nuova in cui il Comune accompagna il cittadino nella sua quotidianità. In quest'ottica, non è più la persona che cerca l'informazione, ma la pubblica amministrazione che cerca il cittadino, fornendogli le informazioni e gli strumenti per poter vivere e fruire a pieno la propria città.

Il cuore del progetto punta all'introduzione di una comunicazione video nei luoghi della città frequentati quotidianamente dai cittadini, arrivando a considerare l'introduzione fino nei condomini¹⁰, nell'ottica di avvicinarsi più possibile all'utente finale. Lo schermo trasmetterà informazioni utili provenienti da una molteplicità di canali, da quelle di interesse per il luogo in cui lo schermo è installato, al quartiere, al Comune, accomunati tutti dalla rilevanza informativa per quel specifico territorio. L'informazione seguirà il cittadino durante la sua giornata in città, accompagnandolo alla fermata dell'autobus, in autobus, in piazza, nelle bacheche informative, nei luoghi pubblici in cui sosta durante la giornata (AUSL, biblioteche, uffici comunali, università, farmacie, etc.) e anche in quelli privati in cui si reca nei momenti di svago (fuori dal cinema, in fila al ristorante, davanti all'edicola, in palestra, etc.). Il tutto non per costituire una presenza invadente, ma una compagnia utile, discreta e costante. In questo modo la persona ha sempre la municipalità e la città al proprio fianco, per ricevere informazioni di pubblica utilità, servizi e notizie sempre aggiornate grazie alla rete telematica che sta alle base dell'architettura del servizio.

Dal punto di vista tecnologico si tratta di un notevolissimo salto in avanti, reso possibile dall'evoluzione delle moderne tecnologie. Se finora il tema è stato quello di avere un numero molto ridotto di chioschi telematici specializzati nella fornitura di specifici servizi, domani la situazione sarà quella di una presenza capillare di canali di comunicazione diffusi in tutta la città e che possono potenzialmente arrivare fino al livello del condominio. Una presenza così ampia è il presupposto per l'applicazione su vasta scala della georeferenziazione della comunicazione.

Le informazioni visualizzate saranno infatti profilate diversamente a seconda del luogo in cui si trova il cittadino, sia su base geografica, al fine di offrire informazioni relative all'area in cui si trova l'utente, sia in base alla tipologia del luogo in cui si trova (pubblico, privato, erogatore di servizi, luogo di svago o di cultura).

Le informazioni spazieranno da quelle utili come le notizie locali sul traffico o sulla lotta alla zanzara tigre a quelle culturali sugli eventi in programmazione, dalle notizie sulle attività del Comune per la città a vere e proprie notizie di cronaca, politica, sport e così via. L'amministratore di condominio comunicherà ai condomini la data della riunione di condominio, il teatro fornirà informazioni sugli spettacoli, il cinema proporrà un giroscopio telematico, il quartiere segnalerà un incontro pubblico per discutere dell'installazione di un antenna per la telefonia mobile in una certa zona, l'Università metterà a disposizione dello studente una bacheca elettronica per i piccoli annunci (contribuendo così al superamento del degrado costituito dalle distese di foglietti attaccati ai muri nella zona universitaria), l'ATC una mappa della rete di trasporto urbano, il Comune valorizzerà alcuni luoghi particolarmente significativi (come ad esempio la bacheca presente nella piazzetta dell'Orologio contigua a Piazza Maggiore) e così via.

¹⁰ Rispondendo peraltro in modo moderno e tecnologicamente evoluto ad una esigenza di comunicazione avvertita anche a livello di condominio, e di trasparenza sulla responsabilità dell'amministratore nella gestione del condominio.

La personalizzazione, la profilazione, la varietà delle informazioni, la molteplicità dei servizi, l'informazione mirata secondo una logica sia spaziale che temporale, renderanno possibile l'erogazione di un servizio sempre nuovo, dinamico e di interesse. Vale peraltro la pena di sottolineare come il Comune disponga già di un'ampia base di dati di informazioni georeferenziate, e questo potrà rappresentare il canale di elezione per valorizzarle e massimizzarne l'utilità per il cittadino.

Merita una particolare sottolineatura il fatto che questo progetto faccia parte di una politica di e-inclusion, che ha l'obiettivo di dare a tutti le stesse opportunità di accesso alle risorse digitali, anche a quelle fasce di popolazione (come gli anziani o le persone a ridotta scolarizzazione informatica) che sono poco propense verso l'utilizzo delle nuove tecnologie quali Internet, cellulari, palmari ed altre. In quest'ottica, l'utilizzo di monitor che visualizzano a rotazione le informazioni presenta il vantaggio della facilità d'uso e della fruibilità da parte di tutti del servizio, durante l'intero arco della giornata.

Naturalmente il tema della sostenibilità di un progetto di questo genere non è di poca rilevanza. Innanzitutto occorrerà valutare il livello di capillarità che sarà possibile prevedere. Se si arrivasse a livello dei condomini, per fare qualche cifra, nella città di Bologna ci sono oltre 12 mila condomini con oltre quattro appartamenti. Chiaramente il coinvolgimento del condominio potrebbe avvenire, oltre che a valle di uno studio di fattibilità finanziario, sulla base di una adesione volontaria. Inoltre appare opportuno per la sostenibilità economica di questo specifico progetto cercare di sfruttare la possibilità di veicolare informazioni pubblicitarie geograficamente referenziate, piuttosto che chiedere contributi economici ai proprietari dei luoghi dove gli schermi verranno installati.

L'idea è quindi quella di avere, nel quadro delle informazioni trasmesse dallo schermo, anche un'area relativa all'informazione pubblicitaria, che costituisca la base per il sostegno economico dell'iniziativa. In quest'area potrebbe passare la pubblicità del detersivo o dell'autovettura che si vede già in TV, ma anche quella del panettiere o della profumeria all'angolo: esercizi commerciali che non si possono permettere di pensare ad una pubblicità sui media di massa, e che al massimo finora hanno potuto fare il volantino da mettere nelle buchette della zona, potranno accedere ad un canale in cui potranno segnalare ad esempio l'offerta della settimana ai soli abitanti della propria zona di influenza. Si tratta di un significativo passo avanti anche per il tessuto economico, oltre che una possibilità di copertura finanziaria. E quindi vale la pena privilegiare specificamente questo tipo di informazione pubblicitaria, per connotare dal punto di vista sociale non solo il servizio informativo garantito dagli schermi, ma anche la loro modalità di sostegno finanziario.

Struttura del servizio

Un elemento fondante del sistema sarà la Redazione (non specifica per questo tipo di servizio, ma unica e centrale rispetto anche agli altri servizi, come verrà richiamato nel seguito), che si occuperà di produrre contenuti da distribuire ai terminali, nonché di curare e integrare quelli prodotti da altre fonti quali altri settori del Comune, quartieri, altri enti o associazioni, e in generale avrà la responsabilità rispetto ai contenuti da veicolare.

In questo modo si verranno a creare vari livelli di informazione, mirati alla creazione di una stratificazione che si fa sempre più sottile e specifica, partendo dalla generalità del comune e passando alla specificità del quartiere per poi arrivare alla peculiarità dei luoghi in cui gli schermi verranno diffusi. La molteplicità delle fonti garantirà una distribuzione decentrata delle informazioni, garantendo al cittadino informazioni sia di carattere generale sulla città, che notizie specifiche relative al proprio ambito quotidiano.

La Redazione dovrà anche effettuare una funzione di supervisione su tutte le informazioni in cui i fornitori avranno un accesso diretto al sistema di pubblicazione delle notizie (ad esempio il referente del centro commerciale, oppure il singolo amministratore di condominio).

A valle della Redazione, dovrà essere collocato un Centro Servizi che rappresenterà una delle parti più importanti del sistema, sia dal punto di vista tecnico che gestionale, integrando le diverse funzioni necessarie per il funzionamento del servizio:

- ❑ gestione dei rapporti con la Redazione;
- ❑ gestione dei rapporti con l'infrastruttura di distribuzione;
- ❑ gestione dei rapporti con gli utenti finali (help desk);
- ❑ gestione dei rapporti con i fornitori di contenuti pubblicitari;
- ❑ progettazione e sviluppo di applicazioni in grado di soddisfare le esigenze del servizio.

Il Centro Servizi dovrà quindi garantire la diversificazione dei canali di accesso alla distribuzione del servizio differenziandoli in base alla fonte da cui proviene l'informazione. Ad esempio, mettere a disposizione degli amministratori strumenti adeguati per la gestione dei contenuti relativi al proprio condominio.

Diversi soggetti provvederanno a creare informazioni e contenuti verso il Centro Servizi, che si occuperà di smistarli nei vari monitor della città, a seconda della pertinenza delle informazioni e del luogo di installazione del monitor.

I dispositivi locali (monitor) avranno conoscenza della loro localizzazione geografica, che sarà impostata in fase di installazione, oppure determinata attraverso un ricevitore GPS/Galileo e in questo modo si potranno trasmettere due tipi di contenuti:

- ❑ informazioni di interesse generale da trasmettere a tutti i cittadini indistintamente, quali informazioni sul traffico, su eventi, manifestazioni, servizi comunali, informazioni sulla salvaguardia della salute come zanzara tigre, temperature troppo elevate, pubblicità generiche, ecc.
- ❑ informazioni di interesse specifico, da trasmettere ai cittadini in base al punto in cui viene erogato il servizio (per esempio nei quartieri, all'università, o nei singoli condomini), quali interruzioni alla viabilità locale, eventi e manifestazioni di quartiere, pulizia strade, raccolta rifiuti, servizi commerciali della zona, ecc.

Il contenuto verrà trasmesso in modalità carosello, cioè ripetuto periodicamente, al fine di consentire agli utenti di fruire del servizio durante l'intero arco della giornata. La frequenza del carosello dovrà essere tale da consentire agli utenti di visionare l'intero insieme di informazioni, senza dover sostare per un tempo eccessivo di fronte al monitor.

Ciò si presta a differenti scenari di visualizzazione delle informazioni: ad esempio parte dello spazio su monitor può essere utilizzato per informazioni particolarmente importanti da mantenere fisse, mentre un'altra parte può essere utilizzata in modalità carosello, per informazioni meno importanti.

Si possono prevedere inoltre banner pubblicitari fissi, oppure fasce informative scorrevoli (come quelle usate in aeroporti, autobus, ecc.).

Relativamente all'infrastruttura di comunicazione, alcuni mesi fa è stata commissionata un'analisi tecnico economica ad un'agenzia esterna, che ha recentemente consegnato il risultato del proprio lavoro. L'analisi ha passato in rassegna le diverse possibili tecnologie wireless in grado di supportare il servizio di distribuzione dell'informazione (Bluetooth, ZigBee, WiFi, GPRS, UMTS, WiMAX, DVB-H e DVB-T). Per ognuna di queste tecnologie sono stati presi in considerazione i costi di installazione e manutenzione, le capacità trasmissive, i limiti tecnologici e fisici, rapportati alle peculiarità del servizio da implementare (l'elevato numero di terminali da raggiungere e l'estensione dell'area da coprire).

In base a questi parametri la tecnologia più consona è risultata essere il DVB-T poiché presenta diversi vantaggi. È infatti possibile affittare capacità trasmissiva dalle emittenti televisive locali abbattendo i costi di installazione e manutenzione dell'infrastruttura di distribuzione, almeno per la soluzione a regime. Inoltre il DVB-T garantisce una copertura capillare ed omogenea su tutto il territorio, ed offre una capacità di banda sufficiente all'invio delle informazioni necessarie. A meno che non vi siano già in zona le condizioni per una copertura di tipo Internet, in particolare in modalità wireless, nel qual caso è sufficiente connettere lo schermo alla rete per consentire la distribuzione delle informazioni.

In ogni caso il progetto è maturo per passare ad una sperimentazione effettiva sul campo.

Al di là della realizzazione di quanto finora descritto, si potranno in futuro considerare ulteriori evoluzioni. Una di esse, in particolare, riguarda la possibilità di un'interazione dei cittadini con il sistema, attraverso un canale di ritorno, oppure ipotizzando scenari di distribuzione più capillari, quali la trasmissione a dispositivi e terminali personali mobili dei cittadini (per esempio tramite tecnologie DVB-H, GPRS, UMTS, Bluetooth o RFID).

Tempistica

Il progetto a questo punto non presenta particolari ostacoli tecnologici, essendo le tecnologie già esistenti sufficienti a permettere la messa in funzione del servizio, mentre dal punto di vista logistico ed organizzativo costituisce certamente una sfida. In ogni caso è ragionevole pensare alla realizzazione in tempi relativamente brevi, suddividendola in fasi successive.

La prima fase del progetto, che prevedeva uno studio preliminare di fattibilità è già stata portata a termine grazie all'analisi tecnico-economica commissionata e già effettuata.

Per quanto riguarda il possibile introito dal canale pubblicitario, per ora si dispone solo di stime ufficiose e approssimative, che però indicano che esiste la concreta possibilità di arrivare rapidamente ad un rientro dall'investimento iniziale e successivamente ad un'operatività non in perdita. Ecco perché, pur sottolineando l'opportunità di procedere con i piedi di piombo, avviare una sperimentazione in questo senso può rappresentare un progetto di grande interesse per l'Amministrazione, e non solo dal punto di vista comunicativo.

La seconda fase pertanto consiste nella realizzazione di un progetto pilota su una zona della città durante il quale sarà possibile effettuare una prima valutazione della metodologia di ripartizione dei costi e dei proventi, verificando l'interesse da parte di attori privati sull'informazione e sulla nuova tipologia dell'informazione pubblicitaria. Inoltre si arriverà a definire il livello di capillarità delle installazioni, ed il tipo di luoghi su cui procedere nella diffusione del servizio, arrivando a valutare il livello condominiale. Si ritiene di portare a termine questa sperimentazione entro la fine del 2008. Nelle more della sperimentazione tecnica, e in base a quanto verificato, si indirà un bando per identificare i partner commerciali con cui sviluppare il progetto. Risorse potrebbero quindi venire dall'individuazione dei partner commerciali.

La terza e conclusiva fase sarà quella dell'installazione generalizzata su tutta la città. Se la sperimentazione di cui alla seconda fase avrà successo, si potrà pensare di completare la copertura a livello cittadino entro la fine del 2010.

5. Una campagna di comunicazione per i prossimi diciotto mesi

La definizione di uno scenario ampio in cui collocare l'evoluzione dei canali di comunicazione diretta non può fare dimenticare la necessità e l'urgenza di attivare da subito un piano di comunicazione diretta di tipo tradizionale: per colmare una lacuna, corrispondere ad una esigenza non rimandabile e molto sentita, e per attivare da subito una nuova modalità di lavoro già pensata in funzione delle innovazioni previste ma capace da subito di provare la propria efficacia su una campagna comunicativa condotta su canali tradizionali.

Il tema è quindi la realizzazione di una campagna di comunicazione integrata con obiettivi e messaggi che fanno riferimento a una temporalità di un anno e mezzo (la seconda metà del 2007 e tutto il 2008) e potenzialmente pluriennale.

Si tratterà di una iniziativa concepita in modo unitario, dunque con una linea grafica unica ed uno slogan in grado da fare da "fil rouge" per tutta la durata della campagna. Così come unica

dev'essere l'analisi delle finalità, dei destinatari, dei tempi, delle risorse e degli indicatori di impatto, da individuare e governare in modo da garantire risultati soddisfacenti.

Al tempo stesso la campagna sarà «segmentata» in diversi momenti informativi e in una serie di azioni, con i contenuti e i messaggi che dovranno essere il risultato di una ricerca ed un'elaborazione estesa a diversi soggetti e settori dell'Amministrazione.

Di più: poiché la campagna integrata di cui si parla si inserisce all'interno della più ampia strategia di comunicazione che è oggetto di questo documento, è opportuno che sia pensata innanzitutto come iniziativa dell'Amministrazione comunale, ma al tempo stesso strutturata in modo tale da poter essere condivisa "politicamente" e strategicamente con altri attori potenzialmente interessati a promuovere la città come sistema (Università, società partecipate, ecc.). Dopodiché il Comune promuove la campagna, impostata come un'attività di marketing urbano coordinato, e la offre come canale di comunicazione alla pluralità dei soggetti citati, aggregando chi deciderà di aggregarsi.

Pur non trascurando per il futuro l'opportunità di pensare ad una comunicazione mirata a qualificare la città al di fuori del territorio bolognese, in questo caso la campagna è rivolta alla comunità locale, alle sue attese e ai suoi bisogni. Su questo obiettivo andrà scelto il messaggio/slogan "ombrello" e approntato il contenitore delle singole azioni comunicative sui temi/servizi che verranno scelti dalla Giunta.

La campagna, per evitare «dissonanza cognitiva» e quindi possibile rifiuto totale o parziale della comunicazione da parte del destinatario, deve ovviamente coniugare in modo armonico anche l'immagine istituzionale (corporate identity) e la strategia accreditata dell'Amministrazione (di cui si parla in un successivo paragrafo) con elementi di richiamo nel lay out

Il Programma di Mandato, le RPP, i piani di attività 2007 e 2008, il bilancio e il bilancio sociale sono i principali documenti politico-amministrativi di riferimento da cui vanno tratti gli «oggetti» da comunicare e promuovere, sui quali ciascun Assessore riterrà opportuno intervenire nell'ambito della campagna. Servizi, progetti attività - una volta scelti dagli Assessori - andranno a formare un elenco unitario da approvarsi da parte della Giunta.

In particolare, si propone di selezionare servizi e attività nell'ambito dei seguenti temi chiave: mobilità, ridisegno della città, salute e sicurezza (qualità della vita), servizi, diritti e pari opportunità, promozione del senso civico.

Servizi, attività e progetti scelti per la campagna di comunicazione andranno adeguatamente supportati da dati, progetti, numeri, tempi di realizzazione verificabili/tangibili da parte dei cittadini ecc. in modo dinamico, creativo e accessibile al grande pubblico.

Possibili obiettivi della campagna di comunicazione sono:

- ❑ promuovere una migliore e più documentata informazione sulle azioni concrete - attuali e progettate - dell'Amministrazione;
- ❑ rendere più visibile alla comunità il lavoro svolto e in corso di svolgimento;
- ❑ mettere in evidenza le ricadute positive per la città e i cittadini;
- ❑ indurre «comportamenti virtuosi», individualmente e socialmente corretti e responsabili nei cittadini, negli ambiti di intervento interessati;
- ❑ coinvolgere cittadini e società civile nella gestione e nella realizzazione dei servizi e delle iniziative messe in campo.

Come quadro generale di riferimento per la progettazione della campagna saranno delineati per sommi capi gli elementi sociali, culturali, civici, economici fondamentali/distintivi del contesto bolognese e della comunità, e sarà evidenziato come le scelte politico-amministrative, rispettate dagli «oggetti» prescelti per la campagna di comunicazione integrata, siano intese a modificare in meglio la qualità della vita, lo sviluppo economico e sociale, l'esercizio della cittadinanza, la propensione all'innovazione, i «numeri» del benessere dei cittadini.

L'opportunità di integrare i messaggi dell'Amministrazione con quelli afferenti a settori gestiti da altri enti e società va ben oltre il tema, pur interessante, della condivisione delle risorse finanziarie. Per fare solo un esempio, che a Bologna si muoia meno di infarto (la mortalità degli infarti è calata dal 17% al 12% grazie al collegamento informatico fra le ambulanze e gli ospedali) è una buona notizia per la città, i cui meriti vanno divisi fra le aziende sanitarie, la Regione da cui dipendono, e però vanno anche al Comune, che gioca un ruolo importante nelle scelte di politica sanitaria. Per questo vale la pena di cercare di tenere il quadro più ampio possibile, pensando al sistema-città.

Peraltro, ciascuna azione comunicativa della campagna integrata - riferita a un tema/argomento specifico - può «in potenza» disporre di risorse e moltiplicatori di immagine, attraverso azioni di marketing congiunto con altri soggetti interessati da individuarsi. Inoltre, l'opportunità di eventuali sponsorizzazioni e la loro tipologia va valutata e decisa in relazione ai messaggi delle azioni comunicative, in modo da disporre di ulteriori risorse che però rafforzino l'impatto generale senza comprometterlo.

Qualche riferimento a città italiane ed europee, assimilabili per dimensioni e caratteristiche, possono dare forza - anche in un'ottica di benchmarking - alla comunicazione ed evitare il pericolo di autocelebrazione localistica. Inoltre - per puntualizzare a monte punti di forza e punti di debolezza delle scelte - l'analisi SWOT¹¹, declinata su servizi e attività, costituirà un utile strumento operativo in modo da governare il processo di comunicazione e la relativa pianificazione.

Verranno scelti opportunamente i tempi per le fasi - e per la scansione dei diversi momenti di ogni singola fase - da associare agli interventi pianificati, in modo da definire il «ritmo» della comunicazione. Quello dei tempi, infatti, è un aspetto che è esso stesso «comunicazione»; va quindi particolarmente curato e gestito utilizzando criteri come maggiore o minore intensità, momenti di «silenzio», e così via.

I target «naturali» principali - che saranno raffinati e specificati secondo profili specifici dipendenti dalla tipologia dei servizi/progetti/delle attività oggetto della campagna integrata e dei messaggi che si intendono veicolare - possono essere:

- cittadini in generale;
- associazioni economiche e di categoria;
- professionisti;
- imprese;
- popolazione anziana;
- giovani;
- società civile organizzata;
- fasce deboli.

Una nota conclusiva su una opportunità tecnologica su cui vale la pena di fare una verifica: particolarmente innovativa e promettente per una comunicazione di grande impatto e incisività sembra essere la tecnologia (magink display technologies) dei «billboards a inchiostro digitale» per esterni (digital outdoor) già utilizzata in diversi contesti urbani al livello internazionale, soprattutto da aziende; le pubbliche amministrazioni potrebbero trarne grande vantaggio comunicativo, cambiando e animando, nel contempo, il paesaggio urbano.

Una campagna "in motion" che preveda anche l'utilizzo di questo strumento così flessibile (in partnership con altri che potrebbero condividere, dalle partecipate all'Università) sarebbe davvero diversa e innovativa.

Tempistica

¹¹ SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (punti di forza e di debolezza, opportunità e rischi).

Entro l'estate verranno messe a punto le caratteristiche della campagna, selezionando le aree di interesse per la campagna ed indicando per ciascuna area i servizi, le attività e i progetti da comunicare. Dopodichè verrà predisposto nel dettaglio il bando di gara ed il capitolato, ed al massimo a settembre 2007 verrà effettuata la selezione della/e agenzia/e.

Nel corso dell'anno e mezzo che abbraccia la seconda metà del 2007 e tutto il 2008, verranno effettuate 8/10 uscite. Per stimare i costi occorre considerare voci quali: creatività complessiva, esecutivi per i diversi canali, stampa dei diversi oggetti cartacei, distribuzione, affissione, produzione di materiali multimediali per diversi canali, spot radiofonici.

Vale infine la pena di sottolineare come sia necessario anche un rafforzamento della funzione della Redazione, destinata comunque a giocare un ruolo guida nella pluralità dei progetti presentati in questo documento.

6. Aspetti complementari ed approfondimenti

Ad integrare il quadro nei capitoli precedenti, alcune ulteriori specificazioni.

La prima riguarda gli strumenti per la pianificazione della comunicazione - interna ed esterna - e dell'immagine aziendale (corporate identity), che ottimizzino risorse economiche e professionali e, nello stesso tempo, consolidino un coordinamento rigoroso ed efficace delle azioni e delle campagne informative e promozionali.

Il secondo tema è quello delle sponsorizzazioni, dove occorre scegliere un approccio e tradurlo in un regolamento capace di coniugare trasparenza e rigore con una effettiva ed agile usabilità.

Inoltre, in terzo luogo, nella prospettiva di una crescente e diffusa disponibilità dell'accesso a banda larga, cresce di importanza la sperimentazione del digitale terrestre nel contesto del sistema regionale, come pure è utile prevedere una sperimentazione della produzione di contenuti multimediali, video e audio, da veicolare poi attraverso i vari canali via via disponibili.

Infine, quarto ed ultimo tema, il momento di ripensamento e di nuova progettazione della futura Sala Borsa inducono ad inserire in essa una proposta che coinvolga il tema della comunicazione e della multimedialità.

6.1 Immagine coordinata

A complemento delle iniziative di rilancio della comunicazione coi cittadini, va adeguata anche l'immagine visiva dell'amministrazione per costruire progressivamente uno strumento di identificazione e di orientamento che sia facilmente riconoscibile: un modo coordinato di proporsi in tutti i canali di comunicazione del Comune.

Per costruire e rafforzare l'immagine istituzionale coordinata sono state avviate una serie di attività che possono essere ricondotte a due insiemi con obiettivi complementari:

1. Regolamento di utilizzo dell'emblema e del marchio e disciplinare tecnico per l'applicazione corretta delle linee guida formali:

- ❑ la normalizzazione nella riproduzione interna ed esterna dell'emblema e marchio (logotipo) del Comune di Bologna che dovrà trovare la sua formalizzazione in un Regolamento applicativo;
- ❑ la redazione di una proposta di «disciplinare tecnico» (linee guida formali) per l'immagine coordinata, la cui applicazione intende garantire una corretta visibilità all'identità del Comune di Bologna con la definizione di un sistema standardizzato per l'utilizzo dell'emblema e del marchio (logotipo), valutandone in modo appropriato e coordinato: Forma, Colore, Posizione, Dimensione in relazione ai diversi supporti comunicativi utilizzati (carta intestata, modulistica, biglietti da visita, buste, ecc.).

2. Progetto di adozione di una identità visiva relativa ad elementi grafici distintivi nella comunicazione pubblica di eventi:

- la proposta di parametri grafici specifici da applicare ad ogni supporto e in tutte le manifestazioni comunicative per evidenziare il ruolo del Comune, rafforzandone l'espressione coordinata e l'identità, oggi molto spesso "trascurata" e scarsamente percepibile;
- un «sistema di riferimento grafico leggero» (un campo quadrato di colore rosso Bologna, collocato in alto a sinistra di ogni supporto, iscrive il simbolo del comune di Bologna) per eventi comunicativi diversi ed eterogenei, una sorta di «contenitore» / cornice identitaria all'interno della quale ricondurre le multiformi iniziative messe in campo.

L'adozione delle due pratiche sopra delineate consente di mettere ordine - non solo formale - alla maggior parte delle attività di comunicazione interne ed esterne dell'Amministrazione.

Predisponendo un «ambiente» espressivo - estetico - coerente sia per le campagne di comunicazione che per il «piano di comunicazione» annuale di cui l'Amministrazione si vorrà dotare, si rendono i singoli obiettivi/messaggi e le scelte più immediatamente riconoscibili come voce proveniente da una precisa fonte consolidata, affidabile nella propria immagine istituzionale, coordinata nelle volontà di dialogo con l'esterno (campagne) e ordinata nella propria identità visiva. Tutte le azioni di comunicazione cooperano in questo modo alla strategia generale.

Occorrerà definire un piano per la progressiva adozione della nuova identità visiva nell'ambito di tutti i canali di comunicazione, ed organizzare un'attività di formazione per orientare gli operatori comunali sull'importanza dell'immagine coordinata.

6.2 Sponsorizzazioni

La necessità di fare i conti con sempre maggiori ristrettezze di bilancio, unita alla ferma volontà di mantenere elevati gli standard dei servizi resi, conduce a valutare l'opportunità di contratti di sponsorizzazione come forma di finanziamento di alcune attività dell'Amministrazione comunale, nonché attività di collaborazione commerciale (a finanziare progetti innovativi anche in termini di mercato, come quelli descritti nel capitolo 4), ed in generale un moderno fund-raising.

Ferme restando naturalmente la subordinazione al perseguimento di interessi pubblici, e l'esclusione di conflitti di interesse fra attività pubblica e privata, il ricorso a queste forme di finanziamento rende possibile un'ottimizzazione delle spese, e la realizzazione di progetti, interventi, opere che non potrebbero altrimenti trovare copertura finanziaria.

Sponsor possono essere soggetti pubblici o privati, e la sponsorizzazione finalizzata alla tutela del patrimonio artistico e culturale, alla realizzazione di servizi e progetti a carattere innovativo e sperimentale nell'ambito della comunicazione, delle tecnologie, al miglioramento della qualità del verde e dell'arredo urbano, alla realizzazione di iniziative a carattere sociale e culturale.

In un quadro in cui anche la promozione imprenditoriale è profondamente cambiata e le aziende guardano con favore alla realizzazione di interventi di sponsorizzazione che valorizzino la loro partecipazione a determinate iniziative, creando e diffondendo un'immagine positiva dello sponsor legato a specifici progetti, arrivando a rappresentare per le aziende una vera e propria nuova forma di comunicazione, le sponsorizzazioni nella PA possono quindi essere una soluzione possibile, in un quadro di minore disponibilità di risorse, per il perseguimento di una finalità istituzionale. Associare la propria immagine, marchio e/o prodotto ad un'iniziativa promossa dall'amministrazione pubblica, consente di raggiungere un ampio pubblico o semplicemente di valorizzare la propria immagine di soggetto attento a tematiche di interesse generale.

La disciplina specifica di tali contratti sarà oggetto di uno apposito regolamento in via di perfezionamento tecnico che ne determinerà l'ambito di applicazione, le modalità e i limiti, gli aspetti giuridici, contrattuali e amministrativi, e che rappresenterà il quadro di riferimento or-

ganizzativo, al fine della tutela del rilevante interesse pubblico, in assenza di una definizione normativa generale. Le linee guida del regolamento in questione sono descritte qui di seguito.

La sponsorizzazione può consistere in finanziamenti in denaro, nell'erogazione di servizi, nella messa a disposizione di beni o nell'esecuzione di lavori, in cambio della possibilità di pubblicizzare il proprio marchio, la propria attività, o di distribuire prodotti o erogare servizi a titolo promozionale.

Essa può avere luogo su proposta dell'amministrazione comunale, in analogia rispetto a quanto fanno molte altre amministrazioni, attraverso un avviso pubblico contenente le indicazioni delle attività, progetti o iniziative per le quali si intende ricorrere alla sponsorizzazione, l'importo minimo richiesto e i criteri per la valutazione delle proposte.

L'amministrazione può altresì recepire offerte spontanee di potenziali sponsor, quando non vi siano dubbi circa il loro valore e il rilevante interesse pubblico. Al di sotto di un importo stabilito, infine, è possibile la trattativa diretta con lo sponsor.

Si sta valutando anche la fattibilità di una soluzione, che, se possibile, risulterebbe senz'altro preferibile, in cui l'avviso pubblico sia rivolto alla generica manifestazione di interesse circa la partecipazione ad iniziative di sponsorizzazione, con l'indicazione dei settori o degli ambiti cui ci si intende rivolgere, in modo da avere in anticipo un quadro di soggetti potenzialmente interessati. Si potrebbe a questo fine applicare l'art. 67 del regolamento sui contratti relativo agli accordi quadro.

6.3 Contenuti multimediali

Come è evidente i progetti su Iperbole, sui video diffusi in città ed altri aspetti trattati in questo documento, richiedono un adeguamento delle funzioni redazionali in relazione alla multicanalità e alla poliformità dei contenuti. Pertanto, in una strategia comunicativa e distributiva di servizi integrata e coerente, vanno prese in considerazione le condizioni produttive di fattibilità dello specifico multimediale.

Per semplificare pragmaticamente un tema complesso - che ha a che fare con la dinamicità delle espressioni creative e tecnologiche - si possono schematizzare, come di seguito, le tipologie dei contenuti:

- 1) quelli totalmente testuali;
- 2) quelli parzialmente testuali con inserti grafici e fotografici (web, wob attuale, schermo presso urp...);
- 3) quelli audio;
- 4) quelli visivi, statici e dinamici (video streaming, schermi, chioschi, ip-tv, digitale terrestre, wob evoluto...).

Per quanto riguarda i punti 1 e 2 le professionalità presenti e i processi produttivi attualmente praticati nell'ambito della redazione web in Hera e della redazione centrale multicanale sono sufficientemente adeguati. È necessario "solo" un potenziamento numerico ed un «rafforzamento/sostegno» formativo costante.

Per quanto riguarda i punti 3 e il 4 vanno invece pensate azioni ad hoc - anche in partenariato, ad esempio con Università, Cineca o altri partner , per:

- formare specificamente le professionalità presenti;
- dotarsi delle infrastrutture produttive necessarie;
- mettere a punto formati «originali» dato che vi sono poche esperienze di riferimento, tutte sperimentali, in particolare televisivi;

- immaginare un modello di sostenibilità anche ricorrendo ad inserzioni pubblicitarie e sponsorizzazioni.

6.4 Sala Borsa

Nelle more delle linee guida già definite dalla Giunta per la riorganizzazione di Sala Borsa, l'idea è quella di utilizzare gli spazi in modo innovativo, dinamico e ad impatto comunicativo per i cittadini/ospiti della città in modo da veicolare strategie, messaggi, servizi e progetti dell'Amministrazione, con particolare riferimento alla creatività, alla società dell'informazione e della conoscenza, all'idea di città per il futuro.

Prima di tutto si segnala che nell'ambito del servizio sperimentale Iperbole Wireless è già prevista la copertura della «piazza» in modo da moltiplicare le postazioni pubbliche Iperbole indoor. La copertura wireless consente di pensare anche a soluzioni che hanno nella tecnologia e nella comunicazione sociale innovativa un punto di forza.

Per quanto riguarda gli eventi che sarà possibile organizzare all'interno del contenitore, vale la pena di verificare la possibilità di installare (oltre a schermi di dimensioni normali) un maxi-schermo sia all'interno che all'esterno (previe le necessarie autorizzazioni) per la trasmissione in diretta streaming (o anche in differita) o per collegarsi al sistema di comunicazione video che verrà installato in città.

Una possibilità ulteriore è quella di ospitare in Sala Borsa una «casa-laboratorio» delle idee e delle pratiche delle associazioni (sul modello delle «maison des associations» francesi e delle «communities house» anglosassoni): marketing, servizi, progetti, comunicazione. In questo modo la rete civica Iperbole diventa anche «fisica» e «rende visibile/reale» la comunità degli aderenti (social networking non solo on line, come previsto nel progetto di Iperbole 2.0, ma anche nella piazza coperta!). Questo attraverso la progettazione e la produzione digitale (e lo scambio) di contenuti «aperti» e di programmi/piattaforme per il portale Iperbole (per esempio potrebbe trovare collocazione lì il laboratorio sul software libero assieme alle comunità open source e all'Università), e la progettazione e la produzione «materiale» visibile/tangibile per la città (e lo scambio) di sapere sociale che si fa oggetto e servizio concreto e distribuibile.

Con l'occasione si potrebbe pensare di promuovere l'«associazione degli utenti della rete Iperbole» (wired e wireless) sia singoli che collettivi, una sorta di «knowledge society process» a livello locale.

Una ulteriore opportunità può essere rappresentata da eventi, servizi e iniziative realizzati e promossi (anche ad hoc) dal Comune e dagli stakeholders locali (pubblici e privati) per l'innovazione a tutti i livelli: sociale, culturale, civile e tecnologico; la creazione di una sorta di «vetrina» delle capacità della società bolognese, del mondo accademico e della ricerca e delle imprese del digitale/multimediale di plasmare ed immaginare presente e futuro prossimo.

Per entrambe le possibilità appena citate, si potrebbe pensare alla progettazione / installazione di ambienti di interscambio informativo, di comunicazione, di partecipazione, di creazione di contenuti testuali e multimediali, utilizzando le tecnologie per la «seamless communication» e quelle del web partecipativo (sia tagging testuale che sulle mappe) per costruire momenti sociali e civici in uno spazio fruito collettivamente.

Infine, Sala Borsa può essere il luogo per la presentazione/promozione/comunicazione delle priorità in termini di valori-guida, iniziative e programmi dell'Amministrazione in forma dinamica, creativa e accessibile al grande pubblico, e non «propagandistica». In forma espositiva (da articolarsi secondo un piano preciso) si potrebbe predisporre una sorta di «piano di comunicazione permanente ed evolutivo» che ripropone, in forma non tecnico-specialistica, ma fortemente divulgativa contenuti, scenari, processi e metodi (innovativi, tecnologici, «tradizionali» - on

line e off line -) delle trasformazioni e dei processi partecipativi ad esse correlati (forum, laboratori...).

7. L'ufficio stampa e la comunicazione istituzionale

Il rilancio e il rafforzamento dei canali di comunicazione diretta multicanale con i cittadini, oggetto dei precedenti capitoli, configura uno scenario nuovo nell'ambito del quale si iscrive l'esigenza di rafforzare - nel contempo - il supporto alla comunicazione istituzionale mediata dagli organi di informazione.

L'opportunità di separare le due funzioni - come d'altra parte previsto dalla normativa (legge 150/2000) - non significa che le funzioni di comunicazione diretta/bidirezionale verso la comunità e quella verso il sistema dei media non debbano essere svolte in modo sinergico e coordinato, pur nella diversità e nella specificità degli obiettivi e dei linguaggi, che deve comunque restare evidente soprattutto ai pubblici di riferimento.

In particolare, è fondamentale che la redazione centrale multicanale che produce contenuti per il portale (Internet Iperbole, ma anche intranet IoNoi) - assieme ai punti redazionali distribuiti all'interno dell'Amministrazione - si coordini in modo stabile, integrato e quotidiano con i redattori dei comunicati stampa istituzionali, per la parte del flusso informativo che riguarda soprattutto la parte dinamica del portale, quella delle news in home page.

Questa attività di integrazione dei canali a valle, dove utile e produttiva in base al progetto editoriale, è facilitata dalla possibilità - a breve - di usare per la pubblicazione dei comunicati stampa la stessa piattaforma di cms (content management system) al servizio del portale istituzionale.

Riconosciute dunque tutte le potenziali sinergie e gli interscambi che vanno attivati fra la redazione centrale multicanale (canali diretti) da un lato e l'Ufficio Stampa dall'altro, è opportuno che le due strutture siano fra loro indipendenti.

Per il rilancio dell'Ufficio Stampa occorre quindi individuare:

1. Una guida professionalmente autorevole

L'Ufficio Stampa deve essere diretto da un coordinatore che assume la qualifica di Capo Ufficio Stampa, il quale presidia i collegamenti con gli organi di informazione, assicurando trasparenza, chiarezza e tempestività delle comunicazioni da fornire nelle materie di interesse dell'Amministrazione e caratterizzando l'Ufficio Stampa come struttura di servizio a tutta l'Amministrazione.

Il Capo Ufficio Stampa garantisce che i rapporti con i media siano improntati ad una corretta distinzione dei ruoli e al rispetto dell'autonomia e libertà dell'informazione; con riferimento in primo luogo alle funzioni istituzionali per garantire ai cittadini, attraverso i mezzi di comunicazione di massa, le informazioni sugli atti decisi dagli organi di governo del Comune e dagli organi decentrati (Legge 150/2000 - Articolo 9, comma 3). Per svolgere con efficacia tali compiti è fondamentale godere della fiducia dell'organo di vertice e dell'esecutivo dell'Amministrazione, avere esperienza consolidata nel settore, conoscenza del sistema dei media (locali e nazionali), rapporti di riconoscimento professionale da parte dei «colleghi» giornalisti e autorevolezza sia all'interno dell'Amministrazione che all'esterno (direzioni degli organi di informazione, partner, altre pubbliche amministrazioni, ecc.).

2. Una maggiore presenza di giornalisti/pubblicisti

Per svolgere con continuità e affidabilità i compiti sotto sinteticamente elencati è necessario dotare l'Ufficio Stampa di due giornalisti/pubblicisti che possano coadiuvare qualitativamente e quantitativamente lo staff esistente nello svolgimento di:

- Rapporti con i media a livello locale e nazionale
- Convocazione e organizzazione delle conferenze stampa: preparazione della press list; predisposizione della cartella stampa in collaborazione con le articolazioni dell'Amministrazione che promuovono la conferenza; allestimento e cura della sala stampa; monitoraggio degli impatti sui media;
- Redazione delle note per la stampa, sia per gli eventi diretti alla stampa generalista, sia per quelli indirizzati alla stampa di settore
- Realizzazione e mantenimento di mailing list riferite agli organi di informazione locale, nazionale e dei principali diversi ambiti amministrativi
- Redazione dei comunicati stampa
- Presenza in Consiglio comunale e in altre occasioni istituzionali per la successiva eventuale redazione di note/comunicati
- Gestione della sala stampa e degli spazi riservati ai giornalisti
- Tenuta archivio quotidiani e stampa periodica in abbonamento
- Relazione con le principali agenzie di informazione
- Rassegna stampa quotidiana

3. Il miglioramento del supporto logistico per i giornalisti, oggi inadeguato

Gli attuali spazi a disposizione dei giornalisti sono completamente inadeguati (possono utilizzare un paio di postazioni nella sala stampa e in un locale di passaggio, poco funzionale), va individuato uno spazio ad uso esclusivo ed idoneo, dove possano lavorare.

È assai positiva la attuale messa a disposizione dei collegamenti gratuiti in modalità WiFi a seguito della copertura Iperbole Wireless di gran parte del primo piano, ma è opportuno completarla con l'allestimento di una sala riservata ai giornalisti, con la messa a disposizione di attrezzature adeguate.

8. Servizi di stampa

La collocazione del Settore Comunicazione in funzione di staff, dunque a servizio del sistema comunale per quanto riguarda le esigenze di comunicazione, è un segno importante nella giusta direzione. Insieme a ciò, occorre mantenere uno stretto coordinamento col Settore Sistemi Informativi perché è evidente che la gran parte delle questioni inerenti la comunicazione hanno un risvolto di tipo tecnologico. Ma vi sono ulteriori funzioni, al momento afferenti ad altri Settori, su cui è opportuno aprire una riflessione. Come esempio vale la pena di citare la produzione di stampe su carta, che sia nel caso della tipografia comunale che dell'approvvigionamento di fotocopiatrici fanno capo attualmente al Settore Acquisti.

Tipografia Comunale

Per quanto riguarda la tipografia comunale, il principio di base seguito è stato quello che una centralizzazione del contratto relativo alla stampa di materiali su carta avrebbe portato a diversi benefici:

- ❑ contenimento dei costi, data la grande quantità di lavori assegnati attraverso un'unica gara;
- ❑ controllo centralizzato della qualità dei materiali e del rispetto dell'immagine coordinata;
- ❑ snellimento delle procedure in capo ai diversi Settori per effettuare gli ordini;
- ❑ fornitura centrale di servizi di supporto (ad esempio per la cura grafica).

Sebbene tutte queste premesse siano del tutto condivisibili, all'atto pratico sono stati riscontrati diversi problemi, sostanzialmente riconducibili ad una mancanza di competenza specifica e di

conoscenza delle esigenze degli altri settori comunali sotto questo specifico punto di vista da parte del Settore Acquisti.

Dopo un anno di operatività faticosa, e dopo numerosi aggiustamenti di tiro che hanno portato ad un miglioramento della situazione, c'è oggi anche il riconoscimento che è opportuno che la responsabilità della cura grafica e dell'immagine coordinata debbano passare in capo al Settore Comunicazione. Ma si ritiene che un ripensamento più complessivo sia giustificato.

Stampe e fotocopie

Vale la pena che il Comune di Bologna adotti nuovi dispositivi di stampa al fine di ottenere l'ottimizzazione dei processi di stampa e un conseguente risparmio economico.

Si propone quindi, alla prima scadenza utile a procedere in questo senso, la sostituzione dei dispositivi di stampa locali con nuove stampanti «multifunzione» in grado di offrire funzioni di:

- stampa;
- copia digitale;
- ricezione ed invio fax;
- scansione con funzioni di «scan to e-mail», «scan to file», «scan to USB».

Adottando stampanti multifunzione sarà possibile eliminare scanner, fotocopiatrici, fax e i relativi costi di gestione e manutenzione. Effettuando un'analisi accurata al fine di individuare le esigenze dei diversi settori, le aree di più facile accesso e la giusta mole di lavoro a cui saranno soggetti i dispositivi, sarà possibile distribuire le stampanti in modo da ottimizzare il più possibile il numero dei dispositivi da acquistare. Tramite specifiche funzioni (generalmente definite «print and hold») è possibile inoltrare la stampa di un documento abbinando ad esso un codice segreto e temporaneo. Il file inviato verrà realmente prodotto solo quando l'utente inserirà nello schermo della stampante il codice precedentemente impostato. Grazie a questa opzione sarà possibile eliminare anche tutte le stampanti personali assegnate a coloro che hanno necessità di stampare documenti riservati.

Diminuendo il numero dei dispositivi e la varietà di marche e modelli, si ottimizzerà la gestione dei materiali di consumo ottenendo prezzi più vantaggiosi ed una semplificata gestione operativa. Impostando di default per tutti gli utenti standard le opzioni «Fronte/Retro» e «bianco e nero» sarà possibile risparmiare un notevole quantitativo di carta (fino al 50%) e di toner. Naturalmente solo alcuni utenti avranno la possibilità di modificare tali impostazioni. Inoltre sarà necessario adottare un sistema di analisi relativo all'utilizzo dei dispositivi effettuato da parte degli utenti. Sarà così possibile tracciare quanto viene prodotto in stampa dall'utenza, produrre analisi in merito alla tipologia di utilizzo dei singoli dispositivi e fornire le adeguate indicazioni per correggere il comportamento di eventuali utenti che non usufruiscono al meglio delle potenzialità tecniche a disposizione sulle apparecchiature.

Si adotterà un sistema di Management remoto in grado di configurare centralmente ciascun dispositivo ed implementare un monitoraggio continuo e remoto delle condizioni d'esercizio, consentendo un'efficace azione preventiva ed un conseguente aumento di produttività globale.

Verranno adottati dispositivi che supportino sistemi di indirizzamento dei lavori di stampa. I documenti inviati dagli utenti verranno inoltrati dal server alle stampanti in base alle caratteristiche del documento stesso, secondo opportune policy preventivamente impostate (come per esempio il numero delle pagine, la localizzazione del dispositivo, il tipo di stampa (colori o B/N), il malfunzionamento di un dispositivo). In questo modo per ogni tipologia di stampa verrà utilizzato il dispositivo più idoneo, evitando sprechi di tempo e di materiale di consumo.

Il print routing, oltre a controllare la gestione e lo smistamento delle code, offrirà all'utente la possibilità di stampare anche su un dispositivo lontano (es: non invio a un collega un documento originale, ma gli faccio arrivare la stampa sulla stampante a lui più vicina). Oppure, trovandomi in un ufficio lontano dalla mia postazione di lavoro, mando in stampa un documento con l'opzione «print and hold» sul dispositivo più vicino al mio ufficio.

Conclusioni

Rispetto a quanto realizzato sul fronte comunicativo negli anni scorsi, in cui non si è andati oltre (nella migliore delle ipotesi) il mantenimento dei livelli di servizio cui i cittadini bolognesi si sono abituati nel corso degli anni, oggi ci sono le premesse sia progettuali che tecnologiche per effettuare un concreto salto di qualità, ed aprire una nuova stagione in cui il Comune di Bologna tornerebbe a posizionarsi all'avanguardia rispetto a questo tema di importanza cruciale.

Si tratta ora dunque di assumere decisioni ed impegni conseguenti all'importanza che si ritiene di associare ai temi della comunicazione coi cittadini e al loro coinvolgimento in esperienze mature e sperimentazioni avanzate di costruzione del senso di cittadinanza attraverso canali comunicativi effettivamente bidirezionali e a disposizione di tutti.