



Promozione dei servizi digitali per la città di Prato

Sara Naldoni

Elena Palmisano

Sommario

Premessa	3
Considerazioni generali	3
Obiettivi	5
Destinatari	6
Format di comunicazione	7
Incontri in presenza	7
Assistenza presso punti informativi	7
Format specifici: esempi di scenari ed attività	8
Struttura e modalità di gestione	9
Personale	10
Materiali	11
Logistica e strumentazione	12
Promozione e comunicazione	12
Ipotesi di calendario delle attività	13
Schema dei costi	14
Fase A. Attivazione della struttura di gestione	14
Fase B. Realizzazione delle attività di divulgazione	16
Totale costi nel caso di durata fase A pari a 4 mesi	17
Totale costi nel caso di durata fase A pari a 6 mesi	17
Gantt delle macroattività	17

Premessa

Nell'ambito delle attività relative allo sviluppo dell'agenda digitale, il Comune di Prato intende migliorare la qualità e l'accessibilità dei propri servizi digitali, in modo da renderli più efficaci e più aderenti alle necessità dei cittadini e del territorio.

Il presente documento contiene una proposta per la progettazione ed implementazione di una serie di attività che consentano di incrementare nella cittadinanza la conoscenza delle possibilità di utilizzo dei servizi digitali forniti in primo luogo dall'Amministrazione comunale, ma in prospettiva anche da altri soggetti sul territorio, e favoriscano la partecipazione dei diversi stakeholder ai processi di coprogettazione dei servizi medesimi.

La proposta è sviluppata da PIN S.c.r.l - Polo Universitario Città di Prato, in base all'incarico a tale proposito formulato dal Servizio Informativo del Comune di Prato. Si prevede la possibilità di una collaborazione con Cispel Toscana Servizi nella fase operativa, laddove si manifesti l'esigenza di un coinvolgimento delle aziende partecipate.

Considerazioni generali

Il Comune di Prato sta sviluppando un percorso per la definizione della propria **agenda digitale**, intendendo con tale termine un insieme di azioni volte a progettare e realizzare i servizi digitali da erogare ai cittadini ed agli stakeholder sul territorio, a partire dal quadro istituzionale fornito dall'Agenda Digitale Europea e dall'Agenda Digitale Nazionale.

Nel 2018, l'Amministrazione ha svolto una azione preventiva per l'avvio di tale percorso, attraverso la somministrazione di un questionario (sia in presenza, presso punti presidiati come ad esempio gli uffici dell'Anagrafe, che online) ad un campione di utenti individuato dall'Ufficio Statistico, per valutare la conoscenza ed il livello di gradimento da parte dei cittadini di alcuni tipi di servizi digitali offerti dal Comune.

I risultati di tale azione sono riportati nel documento "[Risultati dell'indagine sull'utilizzo dei servizi online del Comune di Prato \(Anno 2018\)](#)", dove si mette in evidenza la necessità di migliorare la conoscenza dei servizi digitali da parte dei cittadini e dove si forniscono, nell'ultima parte, alcune indicazioni per il raggiungimento di detto obiettivo. In particolare, il gruppo di lavoro che ha coordinato l'indagine di cui sopra, ha evidenziato alcune azioni specifiche:

- attivare punti di assistenza all'utilizzo dei servizi online in generale, anche attraverso sportelli di contatto già esistenti, quali l'URP. Questo aspetto potrebbe collegarsi con l'organizzazione di attività di informazione/formazione rivolte alle particolari tipologie di utenti, in particolare le comunità migranti;
- aumentare la pubblicità utilizzando sia il mezzo cartaceo che altri canali quali T-Comunico, sito del Comune, articoli stampa. Distribuire il materiale pubblicitario nei punti di maggiore contatto dei cittadini/aziende;

- sensibilizzare gli uffici sulla necessità di pubblicizzare la presenza dei servizi online, usando come punti di informazione anche gli sportelli presenti all'interno dei vari servizi (anagrafe, etc.), in modo da intercettare gli utenti nel momento del bisogno;
- migliorare la capacità di ricerca e la chiarezza dell'informazione all'interno del sito del Comune: a sostegno di tale proposta ci sono molteplici segnalazioni che lamentano la difficoltà a reperire le informazioni su tale sito;
- coinvolgere gli ordini professionali e gli altri soggetti di intermediazione, in modo che trasmettano (soprattutto attraverso i loro siti) ai loro associati/utenti le informazioni sulla disponibilità dei servizi online. Ad esempio Ordine dei Notai, Ordine degli Avvocati, Tribunale, etc.;
- inserire nelle pagine web della Rete Civica la possibilità di fornire feedback immediati sul servizio.

A titolo di completezza, occorre anche rilevare che, contestualmente, la Rete Civica del Comune di Prato aveva avviato un'indagine conoscitiva per valutare suggerimenti da parte di cittadini in merito alla realizzazione del nuovo sito web del Comune di Prato.

Una sintesi di tale attività è riportata nel documento “[Nota di aggiornamento al piano Smart City 2018](#)” (pp. 12-13). In particolare, dall'indagine effettuata sono emerse le seguenti esigenze:

- rivedere l'architettura informativa per renderla più chiara e per ridurre la complessità;
- diversificare i percorsi di accesso per supportare diverse abilità digitali;
- ridurre il rumore informativo (togliere informazioni che non servono, evitare duplicazioni di contenuti);
- elaborare una scheda standard per descrivere un servizio, che espliciti i canali per accedere/richiedere quel servizio;
- linguaggio chiaro e comprensibile (no burocratese);
- prevedere diversi livelli di approfondimento nelle pagine, con complessità crescenti se necessario;
- supportare l'accesso a informazioni e servizi alle persone con disabilità di ogni tipo;
- strutturare i contenuti e l'interfaccia utente in modo responsive;
- cross-canalità: diversi canali di accesso (online, sportello, etc.) accedono agli stessi dati, usano termini coerenti e conoscono il percorso della persona verso il suo bisogno.

Nel complesso, dalle due attività conoscitive di cui sopra, emerge un forte interesse da parte dei cittadini verso i servizi offerti dall'amministrazione ed una notevole potenzialità per il loro miglioramento. Al contempo, però, è evidente la necessità di incrementare il livello di consapevolezza sull'esistenza e sulle funzionalità di tali servizi, anche attraverso l'implementazione di strumenti che consentano agli utenti di fornire dei suggerimenti.

Obiettivi

Le linee guida per il piano Smart City approvate dal Comune di Prato nel luglio 2017, prevedono, fra le altre, delle azioni specifiche nel settore definito “Smart Living Education”, che individua tutte quelle attività necessarie per sviluppare l’educazione di base e la formazione professionalizzante relative al paradigma della smart city. Tali attività hanno quindi l’obiettivo di favorire:

- l’inserimento effettivo ed appropriato dei diversi soggetti in spazi esperienziali condivisi, che facilitino l’approfondimento e l’apprendimento individuale per le esigenze di formazione iniziale e continua;
- la pro-attività degli utenti di sistemi “smart” e l’inserimento in percorsi socialmente partecipativi, finalizzati all’innovazione;
- l’instaurazione di connessioni sociali e intergenerazionali, socialmente inclusive e coesive, che consentano di contrastare gli effetti della continua e rapida trasformazione alimentata dell’innovazione tecnologica.

Sulla base di quanto riportato nelle considerazioni generali, le attività di cui alla presenta proposta si inquadrano quindi nel contesto sopra delineato, definendo un modello di intervento sul territorio del Comune di Prato basato su azioni informative, che possano fornire una panoramica chiara dei servizi digitali resi disponibili dall’Amministrazione ed indicazioni utili per comprendere come accedervi, utilizzarli, sfruttarli in maniera sempre più facile, veloce ed efficiente.

Le azioni proposte rispondono quindi ai seguenti obiettivi, generali e specifici, che si inquadrano nelle tematiche dell’agenda digitale del Comune di Prato:

1. Obiettivi Generali

- OG1. Far scoprire i servizi digitali, innovativi e smart
- OG2. Promuovere le competenze digitali
- OG3. Minimizzare il digital divide
- OG4. Favorire l’intergenerazionalità
- OG5. Avvicinare i servizi digitali ai soggetti svantaggiati

2. Obiettivi specifici

- OS1. Avvicinare i servizi digitali ai cittadini
- OS2. Fare conoscere i servizi, promuoverli e spiegarne il funzionamento
- OS3. Promuovere gli strumenti abilitanti all’accesso ed all’utilizzo dei servizi digitali
- OS4. Avere feedback dall’utente sulla qualità dei servizi e sulla loro funzionalità
- OS5. Recepire proposte da privati cittadini o da cittadini in forme organizzate (ad es. creazione di nuovi servizi o interesse ad avere in condivisione dati utili)

È da notare che ricadute specifiche delle attività del progetto si possono avere sia nell’ambito occupazionale, favorendo la crescita di una figura professionale riconosciuta

come quella dell'animatore digitale, sia nell'ambito dell'inclusione sociale, attraverso il coinvolgimento delle numerose comunità straniere presenti a Prato, con il supporto di mediatori interculturali o linguistici.

La presente proposta riporta anche un'ipotesi di struttura gestionale per la progettazione ed esecuzione delle azioni di promozione dei servizi digitali, che possa consentire di sistematizzare l'approccio adottato, anche in previsione di una istituzione di tipo permanente.

Destinatari

La platea dei destinatari del progetto risulta naturalmente ampia e variegata, anche se per semplicità può essere sintetizzata nelle due macrocategorie di *cittadini* e *stakeholder*, posto che un medesimo soggetto può ricadere nell'una o nell'altra, a seconda del contesto in cui necessita di accedere ad un certo tipo di servizio.

Cittadini – Sono i destinatari primari dei benefici che lo sviluppo della Smart City è chiamato a determinare sulla qualità della vita nella città, con ricadute individuali in tutte le sfere della vita umana (privata, pubblica, professionale). A tale scopo è indispensabile perseguire anche la crescita di una corrispondente consapevolezza e di un ruolo proattivo e costruttivo dei cittadini nello sviluppo della smart city.

Stakeholder – Sono gli attori primari del mondo produttivo e sociale, pubblico e privato, chiamati a concorrere al sostegno, indirizzo e all'operatività dello sviluppo della smart city. È importante motivare e valorizzare lo sviluppo della loro partecipazione, tenuto conto che le necessarie soluzioni sono comunque da determinarsi proprio con gli specifici contributi costruttivi dei diversi partecipanti.

Una prima classificazione di soggetti destinatari degli interventi proposti viene riportata di seguito:

- dipendenti della pubblica amministrazione
- tecnici delle aziende di servizio pubblico
- studenti
- imprese
- anziani
- professionisti
- giornalisti
- forze dell'ordine
- associazioni
- comunità migranti
- gestori di edicole

Tale classificazione non è probabilmente esaustiva e nel corso del progetto potranno emergere ulteriori esigenze da parte di utenti specifici. Da notare la rilevanza dei soggetti

più anziani, come utenza che necessita di una particolare attenzione per ridurre lo svantaggio generazionale, che nasce anche da una “paura”, spesso piuttosto radicata, nell’uso di servizi digitali. Sarà quindi necessario adottare specifiche strategie di coinvolgimento e di fidelizzazione per questo tipo di utenza.

Format di comunicazione

Le modalità di intervento proposte sono articolate in due tipologie di base, che possono essere anche attivate in parallelo:

- incontri in presenza
- assistenza presso punti informativi

Di seguito si forniscono alcune indicazioni per ciascuna delle due tipologie, insieme ad alcune idee esemplificative di format specifici.

Incontri in presenza

Si tratta di eventi che prevedono la presenza di uno o più formatori/informatori, che coinvolgono gruppi di utenti (cittadini e/o stakeholder), anche su base omogenea, in interventi sostanzialmente di tipo frontale o misto, ad esempio nel caso di laboratori guidati. Si possono avere i seguenti tipi di intervento:

- seminari
- workshop
- incontri interattivi
- laboratori assistiti
- incontri di co-design

Si svolgono in spazi appositamente attrezzati, che vanno dalla sala conferenze con proiezione video/audio all’aula informatica con disponibilità di postazioni collegate ad Internet, comprendendo anche spazi poliedrici riconfigurabili a seconda delle esigenze.

Assistenza presso punti informativi

In questo caso si tratta di istituire delle apposite postazioni, tipo *help desk*, nei luoghi dove più facilmente si può intercettare l’utenza nel momento in cui questa abbia effettivamente necessità di accedere ai servizi forniti dall’amministrazione comunale. Gli sportelli possono essere di tipo stabile, periodico o temporaneo, con l’obiettivo di raggiungere in maniera capillare gruppi di destinatari sempre più vari .

Ad esempio, si può pensare alle seguenti collocazioni:

- Sportelli Anagrafe del Comune
- Sportelli URP
- Sportelli Servizio Immigrazione

- Officina Giovani
- Biblioteca Lazzerini
- Camera di Commercio
- Ordini Professionali
- Circoli ricreativi
- Farmacie
- Edicole
- Tabaccherie
- ERP

Il personale presente all'help desk potrà informare direttamente gli utenti sulle possibilità alternative di accesso online ai servizi del Comune di Prato ed illustrarle in loco. A tale scopo, l'help desk dovrà quindi essere attrezzato con pc/tablet ed accesso ad Internet, oltre che disporre di materiale informativo da distribuire agli utenti.

Format specifici: esempi di scenari ed attività

Un caffè digitale

Destinatari: cittadini generici, principalmente giovani e studenti.

Descrizione: si prevede l'organizzazione di incontri focalizzati su temi specifici caratterizzati da brevi presentazioni, realizzate da relatori particolarmente rilevanti per l'innovatività di prodotti e soluzioni digitali ideate in ambito digitale (start up, professionisti, politici, professori, esperti), caratterizzate da un linguaggio informale, con la possibilità di creare interazioni dirette, approfondendo di volta in volta un tema specifico. Il principale luogo deputato alla realizzazione di tali eventi possono essere ad esempio le biblioteche, in particolare la Biblioteca Lazzerini ma anche quelle delle Circoscrizioni, i circoli, come ad esempio il Circolo Curiel, o altri luoghi dove si riuniscano tipologie differenziate di utenti..

“Smart City Tour”

Destinatari: studenti delle scuole primarie, secondarie e delle università di Prato.

Descrizione: si prevede l'organizzazione di un tour guidato per le vie di Prato alla scoperta delle soluzioni tecnologiche e digitali più innovative adottate in città (colonnine di ricarica elettrica, fontanelli pubblici, pannelli fotovoltaici, ecc). Durante il tragitto, verrà evidenziato come queste soluzioni prevedano l'utilizzo e la gestione dei dati e come questi siano fondamentali per la creazione e gestione di servizi digitali utili ai diversi target di cittadini. È possibile prevedere la visita anche ad una “sala di controllo” (ad esempio quella dell'acquedotto industriale o della Polizia Municipale) per vedere attraverso quali strumenti e tecnologie siano gestiti i servizi pubblici. Il progetto ha l'obiettivo di informare gli studenti su come sia utilizzata la tecnologia digitale a Prato, su quali siano i servizi digitali innovativi più in città, introdurre i ragazzi all'utilizzo degli strumenti attraverso cui tali servizi sono realizzati (piattaforme on line, siti internet, applicazioni per smart phone ecc..) e cercare di trasformare gli studenti stessi in vettori di conoscenza e diffusione dei servizi

presso le loro famiglie e le loro comunità (ad esempio con giochi, questionari, giochi online grazie ai quali coinvolgere i parenti e gli amici).

“Smart Pharmacy”

Destinatari: utenti delle farmacie pratesi.

Descrizione: si prevede la realizzazione di un Punto Informativo temporaneo presso le diverse farmacie pratesi aderenti. La realizzazione di un Punto Informativo presso presidi disposti in maniera capillare sul territorio, come appunto le farmacie, permette di entrare in contatto con una platea di utenti molto diversi e di cittadini altrimenti difficilmente intercettabili e coinvolgibili sui temi del digitale, come ad esempio gli anziani. Il Punto Informativo temporaneo permette di promuovere tutti i servizi digitali utili con particolare attenzione a quelli legati alla sanità e al welfare (ad esempio servizi per la salute e Fascicolo Sanitario Elettronico di Regione Toscana), o quelli legati ad un modo salubre e sostenibile di vivere la propria città.

“Orto digitale”

Destinatari: studenti ed anziani

Descrizione: si prevede di incrementare le occasioni d'incontro e scambio di conoscenze tra diverse generazioni, ottimizzando i rispettivi patrimoni conoscitivi e creando occasioni di integrazione e relazione sociale. Nello specifico, si prevede la realizzazione di incontri tra studenti delle scuole pratesi e persone anziane, grazie ai quali i primi possano promuovere i servizi digitali utili selezionati insieme a docenti e possano supportare le persone anziane durante il loro primo utilizzo, i secondi possano insegnare agli studenti alcune buone pratiche utili (la gestione di un orto, ma anche le ricette tipiche locali, l'arte della tessitura ecc). Un possibile output è ad esempio una piattaforma sulla quale condividere “come si fa un orto”, un progetto integrato che coniughi conoscenze digitali ed antichi saperi.

Struttura e modalità di gestione

L'attivazione e la gestione delle attività sopra delineate, richiede la presenza di una struttura di coordinamento ed organizzativa che sia capace, da un lato, di raccordare il contesto delle attività con il quadro più complessivo dell'Agenda Digitale e della Smart City e, dall'altro, di sviluppare le diverse iniziative formative in forma concreta, avvalendosi anche del supporto di diversi soggetti sul territorio.

Come già riportato in precedenza, i servizi digitali a cui si fa riferimento sono in primo luogo quelli gestiti dall'amministrazione comunale, ma in linea generale si potrà fare riferimento anche a quelli erogati da altri soggetti sul territorio pratese (ad esempio le società partecipate). Tali soggetti potranno quindi contribuire sia tramite la realizzazione di specifiche attività informative, sia tramite la partecipazione ai costi di gestione della struttura organizzativa, nella misura in cui questa risponda a loro definite esigenze di comunicazione e diffusione dei propri servizi digitali.

Di seguito si riporta un'ipotesi sulla costituzione di detta struttura, con particolare attenzione alle diverse funzioni operative ed organizzative. Tale struttura si interfacerà naturalmente con gli Uffici del Comune di Prato, per quanto riguarda il coordinamento con le tematiche dell'Agenda Digitale e della Smart City.

Personale

1. Struttura organizzativa

Si prevede la presenza di una struttura organizzativa di coordinamento, che operi in sinergia con l'Amministrazione comunale, in grado di gestire le seguenti attività:

- coordinare le diverse attività ed i diversi soggetti coinvolti, mantenendo i rapporti con i gestori dei singoli servizi digitali d'interesse;
- attivare una Redazione continua, ossia un "Board Organizzativo" (che potrebbe corrispondere anche all'attivazione di un SLL sulla Smart Communication), a cui partecipano i referenti dei principali soggetti che forniscono servizi digitali di interesse pubblico, che si riunisce con cadenza stabilita e ha le seguenti funzioni: condividere in maniera esaustiva i contenuti digitali che si vogliono promuovere, aggiornarli (ad esempio per la creazione di nuove app), creare uno strumento in remoto per la condivisione del materiale informativo, creare sinergie per una comunicazione più efficiente in città;
- mettere a sistema le informazioni necessarie da veicolare ed il loro aggiornamento;
- individuare i soggetti che dovranno svolgere sul campo le attività di promozione dei servizi digitali ("disseminatori", vedi sotto);
- individuare i soggetti preposti alla formazione dei disseminatori (vedi sotto);
- individuare i diversi canali di informazione e disseminazione sulle attività di promozione messe a calendario;
- definire il calendario delle attività;
- selezionare contenuti da veicolare per ciascun evento/attività;
- pianificare la formazione dei soggetti che fanno disseminazione;
- valutare l'efficacia degli interventi realizzati.

2. Struttura operativa:

Tale struttura è preposta alla gestione organizzativa delle varie attività, in modo che possano essere dispiegate sul territorio secondo il calendario prestabilito, nel modo più efficace possibile. Le attività previste sono quindi le seguenti:

- organizzare la logistica degli eventi e gestire la relativa segreteria (contattare i partecipanti, assicurare i supporti tecnici per le attività, ecc.);
- coordinare la comunicazione degli eventi in calendario, sia in fase di promozione che di disseminazione dei risultati, sui diversi canali informativi individuati;
- preparare il materiale grafico per la promozione delle attività in calendario;

- tenere i contatti con i soggetti incaricati di svolgere le attività di promozione dei servizi sul territorio (disseminatori) e con i formatori di detti soggetti (vedi sotto).

3. Disseminatori

Si prevede la presenza di personale opportunamente formato, che gestisca le diverse attività previste in calendario, in qualità di oratori in workshop o seminari, di facilitatori nel caso di laboratori assistito di attività di co-design, di guide nel caso di help desk. Tali soggetti hanno dunque il compito di promuovere i servizi digitali dell'amministrazione e di spiegarne le modalità di accesso ed utilizzo. Dovranno quindi padroneggiare i vari contenuti e tenersi aggiornati sui vari servizi disponibili. Dovranno inoltre gestire i diversi eventi, modificando il linguaggio e le modalità di comunicazione in aderenza al target di riferimento ed alla tipologia di attività.

I soggetti in questione potranno avere diversa provenienza:

- professionisti
- associazioni
- partecipanti a progetti formativi, quali ad esempio: servizio civile, profilo professionale Regione Toscana, etc.

Da notare che i disseminatori potranno non essere sempre gli stessi, oltre a non avere necessariamente competenze specialistiche per la divulgazione, per cui ci saranno specifiche esigenze da considerare per il loro "addestramento", che sarà svolto da appositi formatori (vedi sotto).

4. Formatori

In virtù di quanto detto al punto precedente, si ritiene dunque fondamentale anche integrare nella struttura operativa alcuni soggetti in grado di formare periodicamente i disseminatori, per suggerire loro il linguaggio più adatto ed il metodo di comunicazione più efficace, in riferimento alla diversa tipologia di eventi previsti nel calendario.

Materiali

Per la promozione delle attività di informazione sui servizi digitali sarà necessario provvedere alla realizzazione di materiale divulgativo, adatto ai diversi contesti. Si cercherà di ridurre il più possibile l'utilizzo di materiale cartaceo per evitare sprechi e si potrà far ricorso anche ad idee creative che utilizzino ad esempio materiali riciclati.

In ogni caso, si prevede di realizzare i seguenti prodotti:

- brochures informative personalizzate per i diversi target,
- roll up per le postazioni temporanee,
- presentazioni audio/video da mandare in continuo sugli schermi informativi del Comune di Prato,
- pillole informative da veicolare tramite i canali social.

Logistica e strumentazione

Per lo svolgimento delle attività informative e divulgative, sarà necessario disporre di luoghi appositamente attrezzati, a seconda della diversa tipologia di eventi: frontali (es. seminari), di tipo collaborativo (es. laboratori), punto informativo (help desk).

Eventi frontali

- sala con posti a sedere
- videoproiettore
- schermo
- impianto audio
- postazione relatore con pc collegato ad Internet

Eventi collaborativi

- spazio ricombinabile con tavoli (8-10 persone per tavolo)
- aula con pc collegati ad Internet
- videoproiettore
- schermo
- impianto audio
- postazione master

Punti informativi

- tablet
- connessione wifi
- postazione con seduta

Promozione e comunicazione

Per garantire l'efficacia del progetto, è necessario attivare dei canali per la promozione delle diverse attività, in modo da garantire una sufficiente visibilità ed assicurare la partecipazione degli utenti. Si dovranno quindi attivare diversi canali informativi e strumenti di coinvolgimento, capaci di suscitare l'interesse di cittadini e stakeholder. In particolare, si dovrà pensare a:

- sito internet dedicato
- social network dedicati
- canali di comunicazione dei soggetti aderenti da mettere a sistema
- premi e contest

Nel caso dei **premi e contest**, si potrà pensare a nuove iniziative che usano anche strumenti esistenti, quali ad esempio le app messe a disposizione dall'amministrazione o dalle utilities. Di seguito due possibili esempi:

1. attività con le scuole, dove si mettono in palio dei premi per le classi che utilizzano la app di Alia per fare raccolta differenziata;
2. bonus per viaggi in autobus per chi utilizza le app per la mobilità sostenibile.

Ipotesi di calendario delle attività

A titolo indicativo, si riporta di seguito una bozza di **calendario delle possibili attività su base annua**, per dare un'idea di come queste potrebbero essere distribuite.

In linea generale, si immagina di organizzare almeno un paio di eventi al mese, alternando i diversi format e rivolgendosi alle diverse tipologie di utenti individuati. Nel caso delle scuole, ad esempio, si può pensare di aprire preventivamente una manifestazione di interesse per selezionare il numero di classi adeguato al numero di interventi pianificati.

Mese 1	Evento 1.1	Evento inaugurazione dell'Agenda Digital Centre
	Evento 1.2	"Smart tour" scuola primaria
Mese 2	Evento 2.1	Punto informativo temporaneo presso URP
	Evento 2.2	Workshop competenze digitali PA
Mese 3	Evento 3.1	Punto informativo temporaneo edicole
	Evento 3.2	Evento co-design servizi digitali in Biblioteca Lazzerini
Mese 4	Evento 4.1	"Smart tour" scuola secondaria
	Evento 4.2	Workshop competenze digitali Utilites
Mese 5	Evento 5.1	Punto informativo temporaneo farmacie
	Evento 5.2	Seminario con Ordini professionali
Mese 6	Evento 6.1	Punto informativo temporaneo presso Officina Giovani
	Evento 6.2	Workshop competenze digitali con anziani
Mese 7	Evento 7.1	"Smart tour" università

	<i>Evento 7.2</i>	<i>Punto informativo temporaneo presso Ufficio Anagrafe</i>
<i>Mese 8</i>	<i>Evento 8.1</i>	<i>Punto informativo temporaneo presso Servizi Immigrazione</i>
	<i>Evento 8.2</i>	<i>Workshop competenze digitali con imprese</i>
<i>Mese 9</i>	<i>Evento 9.1</i>	<i>Seminario promozione uso servizi digitali e utilizzo dati con Uffici comunali</i>
	<i>Evento 9.2</i>	<i>Un caffè digitale: conversazioni in Biblioteca</i>
<i>Mese 10</i>	<i>Evento 10.1</i>	<i>Punto informativo temporaneo presso tabaccherie</i>
	<i>Evento 10.2</i>	<i>Seminario promozione uso servizi digitali e utilizzo dati con Forze Ordine</i>
<i>Mese 11</i>	<i>Evento 11.1</i>	<i>Punto informativo temporaneo presso circoli ricreativi</i>
	<i>Evento 11.2</i>	<i>Un caffè digitale: conversazioni in Biblioteca</i>
<i>Mese 12</i>	<i>Evento 12.1</i>	<i>Punto informativo temporaneo presso Camera di Commercio</i>
	<i>Evento 12.2</i>	<i>Seminario promozione uso servizi digitali e utilizzo dati con Ordine Giornalisti</i>

Schema dei costi

Di seguito si riporta un'ipotesi di massima dei **costi per un anno di attività**, che tiene conto dei seguenti aspetti:

- A. costi per l'attivazione della struttura di gestione
- B. costi per la realizzazione delle attività

Fase A. Attivazione della struttura di gestione

Si ipotizza per semplicità logistica di appoggiare la struttura di gestione ad un'entità già esistente, come ad esempio il PIN s.c.r.l. - Polo Universitario Città di Prato. In tal modo si può contare già su una infrastruttura di riferimento, sia dal punto di vista dei locali (es. aule per la formazione dei disseminatori), che delle infrastrutture tecnologiche (es. connessione ad Internet, aule informatiche, ecc.).

Per “attivazione” si intende lo start up dell’insieme della struttura e dei contenuti di avvio delle attività:

1. organizzazione ed avvio della struttura, con reclutamento del personale necessario;
2. ricerca e mappatura dei servizi da promuovere, tipologie di destinatari, format di comunicazione: si attiverà un tavolo con i diversi fornitori di servizi digitali, da utilizzare nella fase di mappatura e di aggiornamento, ma anche, eventualmente, nella fase di selezione dei servizi più interessanti da promuovere.

Nota: il tavolo con i fornitori di servizi digitali può avere anche la forma di uno Smart Living Lab (format di riferimento adottato nel piano di sviluppo della Smart City) ed operare come **redazione continua** per la comunicazione e l’aggiornamento sui servizi digitali

La durata della fase di start up varia dai quattro ai sei mesi, a seconda delle modalità con cui si esegue la fase di selezione dei servizi:

1. **durata 4 mesi** - mappatura attraverso riunioni e strumenti condivisi di raccolta informazioni (es. foglio excel) e selezione dei servizi condotta direttamente dai referenti della struttura organizzativa;
2. **durata 6 mesi** - mappatura attraverso riunioni e strumenti condivisi di raccolta informazioni (es. foglio excel) e selezione dei servizi condotta in modo partecipato all’interno del tavolo/SLL.

Nelle tabelle sotto è riportata una sintesi dei costi ipotizzati, sia nel caso di durata pari a 4 mesi, che nel caso di durata pari a 6 mesi.

Durata 4 mesi

Voce costo	Costo unitario (senza IVA)	Costo totale (senza IVA)
<i>2 senior part-time per 4 mesi (struttura organizzativa)</i>	<i>2 x 1.500,00 euro/mese</i>	<i>3.000,00 x 4 = 12.000,00 euro</i>
<i>1 iunior part-time per 4 mesi (struttura operativa)</i>	<i>1.000,00 euro/mese</i>	<i>1.000,00 x 4 = 4.000,00 euro</i>
<i>1 comunicatore part-time per 4 mesi (sito web, grafica, canali social)</i>	<i>1.000,00 euro/mese</i>	<i>1.000,00 x 4 = 4.000,00 euro</i>
<i>Spese di consumo</i>	● brochure ● roll up ● pillole video ● tablet	<i>4.000,00 euro</i>
TOTALE A1		24.000,00 euro

Durata 6 mesi

Voce costo	Costo unitario (senza IVA)	Costo totale (senza IVA)
2 senior part-time per 6 mesi (struttura organizzativa)	2 x 1.500,00 euro/mese	3.000,00 x 6 = 18.000,00 euro
1 iunior part-time per 6 mesi (struttura operativa)	1.000,00 euro/mese	1.000,00 x 6 = 6.000,00 euro
1 comunicatore part-time per 6 mesi (sito web, grafica, canali social)	1.000,00 euro/mese	1.000,00 x 6 = 6.000,00 euro
Spese di consumo	• brochure • roll up • pillole video • tablet	4.000,00 euro
TOTALE A2		34.000,00 euro

Fase B. Realizzazione delle attività di divulgazione

I costi in questa fase si riferiscono sostanzialmente alle seguenti attività, **per un anno**:

1. definizione e messa a punto del calendario
2. formazione dei disseminatori
3. preparazione del materiale informativo per le attività di divulgazione
4. svolgimento delle varie attività di divulgazione, secondo quanto stabilito in calendario
5. valutazione dei risultati

Voce costo	Costo unitario (senza IVA)	Costo totale annuo (senza IVA)
2 senior per la gestione organizzativa ordinaria	2 x 500 euro/mese	1.000 x 12 = 12.000,00 euro
2 iunior part-time (1 per segreteria operativa e 1 per comunicazione)	2 x 1.000,00 euro/mese	2.000,00 x 12 = 24.000,00 euro
2 disseminatori part-time ¹	2 x 1.000,00 euro/mese	2.000,00 x 12 = 24.000,00 euro
1 formatore per i disseminatori	500 euro/intervento (4 ore)	4 x 500 = 2.000,00 euro

¹ Il costo di questa voce può essere anche ridotto laddove siano disponibili persone contrattualizzate in altro modo o gestite da altri soggetti (es. tirocini scolastici, servizio civile, etc.).

TOTALE B		62.000,00 euro
-----------------	--	-----------------------

Totale costi nel caso di durata fase A pari a 4 mesi

TOTALE A1+B		86.000,00 euro
Costi gestione amministrativa e spese generali	12,95% di (A1+B)	11.140,00 euro
TOTALE		97.140,00 euro
TOTALE CON IVA		118.510,80 euro

Totale costi nel caso di durata fase A pari a 6 mesi

TOTALE A2+B		96.000,00 euro
Costi gestione amministrativa e spese generali	12,80% di (A2+B)	12.290,00 euro
TOTALE		108.290,00 euro
TOTALE CON IVA		132.113,80 euro

Gantt delle macroattività

Nel Gantt di seguito riportato si è adottato un criterio cautelativo, indicando per la fase A una durata di sei mesi e prevedendo per la fase B un'estensione a 14 mesi (a parità di costi), con eventuale sovrapposizione delle due.

	M1-M2	M3-M4	M5-M6	M7-M8	M9-M10	M11-M12	M13-M14	M15-M16	M17-M18
Fase A									
Fase B									

Prato, 15 Dicembre 2019



PIN

POLO
UNIVERSITARIO
CITTÀ DI PRATO

SERVIZI DIDATTICI
E SCIENTIFICI
PER L'UNIVERSITÀ
DI FIRENZE