

EDITORIALE

Smart City, ripensare l'edilizia sociale

di Francesco Chiappetta

L'interesse che l'Europa e le Amministrazioni Locali stanno dedicando al tema delle Smart City non è solo di carattere tecnologico, ovvero riguardo l'inoculazione negli ambienti urbani di elementi innovativi resi disponibili dai recenti sviluppi delle TLC e dell'IT. Smart City è, soprattutto in Italia, l'occasione di ripensare i modelli di evoluzione delle metropoli, in termini di priorità, sostenibilità e modelli di vita sociale.

Sono lontani gli Anni Settanta, quando l'edilizia sociale veniva disegnata con l'unico obiettivo di assicurare un tetto alle famiglie meno abbienti, senza tenere conto delle legittime aspettative dei cittadini in merito alla cosiddetta "vivibilità" dei luoghi: supporti alla mobilità, luoghi di aggregazione, verde pubblico, ecc. Il risultato di questa impostazione sono quartieri dormitorio senz'anima, che nel tempo sono diventati in diversi casi delle vere e



proprie "bombe sociali", che ora si fatica a disinnescare: lo Zen di Palermo, le Vele di Scampia, Corviale e Tor Bella Monaca a Roma sono gli esempi più eclatanti di una pianificazione urbana che ha guardato solo alle esigenze abitative, trascurando le esigenze sociali, ludiche e relazionali dei cittadini. Ora il concetto di Smart City, centrato sulla sostenibilità, l'ambiente e la dimensione sociale della vita cittadina mette in luce esigenze e priorità diverse, che devono essere i principali driver dell'azione pubblica. Significa porre al centro delle decisioni la persona nella sua interezza piuttosto che il basilare bisogno di alloggi. E' quanto si sta realizzando in diverse esperienze, anche a Roma, come si avrà occasione di scoprire il 26 settembre nell'evento Roma Smart City.

INDICE

EVENTI - Cucine d'Italia Experience: dal 19 al 22 settembre a Roma

EVENTI - Roma Smart City, il 26 settembre a Roma

SMART CITIES - Intervista a Carlo Infante, Presidente di Urban Experience

SOCIALE - Asilo nido in azienda agricola: un nuovo modello di sviluppo

MERCATO - BIP Mobile, il primo operatore virtuale low cost

EVENTI

Cucine d'Italia Experience: dal 19 al 22 settembre a Roma

di Anna Giannetti

È stato inaugurato il 19 settembre l'evento **Cucine d'Italia Experience**, una manifestazione dedicata a design, estetica, arte gastronomica e musica d'autore, che ha per protagonista l'eccellenza del Made in Italy. Un primato riconosciuto in tutto il mondo, che si estende dal design alla moda, dalla gastronomia all'architettura e che rappresenta la più importante ricchezza del nostro Paese.

L'iniziativa è opera del *magazine* **Cucine d'Italia**, nato dalla intuizione della imprenditrice siciliana **Silvia Famà**, che nell'anno delle cerimonie per il 150° anniversario dell'Unità d'Italia ha voluto dare il suo contributo alle celebrazioni presentando gli elementi di unitarietà del nostro Paese nell'ambito dell'alimentazione. Mostrando come, dietro l'apparente differenza nelle tradizioni locali, avviene che l'eleganza degli ambienti, l'attenzione alle produzioni tipiche, la cura nelle preparazioni gastronomiche e l'interesse verso l'arte siano elementi comuni ad ogni regione e propri di ogni cultura locale.



L'evento ha per protagonista la cucina, intesa sia come luogo fisico che come cultura del cibo. Nella prima accezione, viene dato spazio al design italiano nel realizzare cucine, forni in pietra lavica, cantine originali. Un settore in cui l'Italia è leader nel mondo, e che continua ad innovare, come sottolinea il concorso nazionale di design "*Nuove idee e visioni del paesaggio domestico*".

Nel secondo significato, la cucina diventa gastronomia, da esaltare con le ricette dei più famosi cuochi, la degustazione di prodotti tipici e la giusta attenzione alla salute. In quest'ultimo ambito, è encomiabile l'intervento della Accademia Italiana della Cucina Mediterranea con la campagna "**A tavola bambini**", ispirata a "Let's move" di Michelle Obama.

Gli ospiti che nelle diverse giornate visiteranno l'evento potranno assistere a performance e spettacoli suggestivi ed interessanti di video arte, "gastropittura", "cinegustologia" e show cooking artistici con i più noti e apprezzati cuochi italiani.

Completano l'evento la mostra fotografica "**L'Italia in tavola**" curata da Alberto Manodori Sagredo, docente di Storia e tecnica della Fotografia all'Università di Roma "Tor Vergata", e le lezioni "**Bon ton: il galateo a tavola**".

La *location* scelta è Officine Farneto, una delle più riuscite opere di riconversione di fabbriche dismesse, che ha trasformato una fabbrica di ceramiche (un forno di cottura è stato conservato ed è visibile) in un elegante luogo di incontro, in cui si svolgono anche apprezzati corsi di cucina.

19-22 settembre 2012

Roma, Officine Farneto

Via dei Monti della Farnesina 77

www.cucineditalia.org

EVENTI

Roma Smart City, il 26 settembre a Roma

di Anna Giannetti

Il progetto Roma Smart City nasce come proposta aperta dall'Associazione Stati Generali dell'Innovazione, con l'obiettivo di aggregare e mettere a confronto le iniziative in corso su questo fronte, le esperienze già realizzate negli anni, e così connettere gli stakeholder principali della città metropolitana (associazioni -sociali, culturali, professionali, imprenditoriali-, professionisti, scuole, università, centri di ricerca, imprese), portandoli a condividere un approccio, un metodo di lavoro e di progettazione partecipata. Sulla base delle esperienze migliori, come quella di Genova, la roadmap fin qui ipotizzata è la creazione di un soggetto che possa diventare attore e fulcro del progetto, luogo di elaborazione, di confronto e di azione, così da essere non solo interlocutore delle istituzioni locali, ma anche punto di riferimento per proposte e attività sul territorio.

Il progetto Roma Smart City parte quindi da una concezione integrata e organica del futuro della città ed è basato su una modalità orizzontale e trasversale e non verticistica, cominciando a dare spazio di discussione informale e aperto all'ascolto a chi può rappresentare esigenze, requisiti e proporre priorità e soluzioni, ovvero contribuendo a far prendere coscienza della propria cittadinanza e del proprio ruolo di "stakeholders" a tutti i cosiddetti "city users" anche coloro, e sono tanti, che arrivano a Roma per turismo, hobbies o convegni.

L'obiettivo è di favorire una progettazione sociale e partecipata da parte di tutti i rappresentanti del territorio: amministrazioni, imprese, università, scuole, centri di ricerca, associazioni sociali e culturali ma anche gruppi creativi o legati a nuovi modelli di sostenibilità economica ed ecologica e trasformando gli utenti della città in protagonisti attivi nell'individuazione dei problemi della città e nella

gestione di nuovi strumenti operativi.

Come affermato dall'Associazione Stati Generali dell'Innovazione "[...] questo presuppone avere il coraggio di *mettere in discussione i modelli di governance* obsoleti per affermare soluzioni innovative che affrontino le tematiche cardine: la qualità della vita, il diritto al lavoro, lo sviluppo sostenibile, l'inclusione dei più deboli."

Le nuove tecnologie per essere davvero SMART "devono diventare supporto della *trasformazione degli spazi e dei tempi, per valorizzare le reti sociali e i beni relazionali, per sviluppare il capitale sociale* fornendo elementi di migliore usabilità dei sistemi della mobilità, della sicurezza, dei servizi, dell'ambiente, a partire dal principio resiliente necessario per rispondere al deficit ecologico".

La Roma Smart City è quella dove sia elevata l'*offerta culturale* e di servizi sociali e dove venga promossa la *partecipazione attiva e consapevole* grazie all'uso interattivo delle reti di comunicazione, generando sempre nuove "*reti del valore*" espresse dalla cittadinanza attiva.

Il programma della giornata, che ha ottenuto il patrocinio del Comune di Roma, della Provincia di Roma e della Regione Lazio, verte su quattro sessioni parallele di open talk e brainstorming, dedicate ai temi di:

- città sostenibile e resiliente
- città open e trasparente
- città partecipata e senziante
- città connettiva e creativa

Nel pomeriggio, seguirà una sessione plenaria che vede riportare tutte le idee della mattina e la presentazione su esperienze di Smart Cities e Communities.

26 settembre 2012, ore 9.30

Roma, Parco Regionale dell'Appia Antica

www.statigeneralinnovazione.it



SMART CITIES

Intervista a Carlo Infante, Presidente di Urban Experience

di Anna Giannetti

Abbiamo intervistato, Carlo Infante, esponente di spicco della Roma Creativa, intellettuale raffinato, docente free-lance di Performing Media, autore di importanti libri sul ruolo dei nuovi media nell'educazione e nella creatività, presidente di Urban Experience e fondatore degli Stati Generali dell'Innovazione che promuove l'evento Roma Smart City.

D.: Carlo, perché un progetto Roma Smart City? Come può Roma, città monocentrica ma tentacolare, entrare a far parte di un progetto-sistema intelligente, ordinato e coerente e contribuire a diffondere culture, idee e nuovi servizi?

R.: Una città, il suo essere spazio pubblico, ha bisogno delle idee e delle competenze di chi la abita, cittadini e turisti o semplici fruitori occasionali che sono in grado d'interpretare, da diversi punti di vista, le dinamiche di una città, intesa come spazio pubblico urbano. La **città partecipata e collaborativa** che auspico è una città che sappia attivare processi attraverso cui i cittadini possano mettersi in gioco, promuovendo partecipazione e di conseguenza sviluppare particolari ambienti sociali, a partire da quelli nel web, perchè possa tradursi in collaborazione attiva e progettuale.

Il punto sostanziale è **quali forme dare alla partecipazione**, riconoscendo in primo luogo il modello **multistakeholder** che contempla la **molteplicità dei punti di vista dei vari portatori d'interesse**, sulla base di una visione e una competenza più orizzontale (quale il radicamento in un territorio) piuttosto che verticale (i professionisti e i politici). Ciò non comporta ovviamente una contraddizione tra questi diversi piani, anzi, se pensiamo ad alcuni



approcci evoluti come quelli dell'urbanistica partecipativa o dei bilanci partecipati. Una straordinaria condizione abilitante è stata data in questi ultimi anni dal web 2.0 che ha permesso di dare alla partecipazione una forma emblematica, quella connettiva, basata sul serrato scambio di comunicazione on line che ha di fatto liberato una nuova energia sociale.

E' **questa la sindrome del sistema Italia**: da una parte c'è chi lancia il cuore oltre l'ostacolo, dall'altra si perpetua un'esistenza come s'è sempre fatto. Ma **il nodo è arrivato al pettine**. Non si può più fare ciò che s'è sempre fatto: il sistema si sta estinguendo per obsolescenza.

C'è una **nettissima affermazione**, ben affilata, di Richard Buckminster Fuller che mi sostiene in questa riflessione: *“Per cambiare qualcosa, costruisci un modello nuovo che renda la realtà obsoleta”*.

Il recente piano Smart City è un'iniziativa dell'Unione Europea per promuovere una politica nel settore delle tecnologie per l'energia. Un ambito in cui sviluppare le azioni per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2020, ma il suo orizzonte temporale è esteso fino al 2050, data entro cui il piano si propone di ridurre le emissioni di gas serra fino ad un massimo del 90%, sviluppando nuove metodologie e nuove tecnologie per la produzione e l'uso di energia a basse emissioni di CO2. L'Unione Europea intende coinvolgere in

(Continua a pagina 5)

SMART CITIES

Intervista a Carlo Infante, Presidente di Urban Experience

(Continua da pagina 4)

progetti pilota fino a 25 città/aree metropolitane, impegnando risorse per circa 12 miliardi di Euro per finanziare azioni ed interventi nei settori delle Costruzioni di edifici ad alta efficienza energetica e nella Mobilità sostenibile.

L'intento è quindi quello di trasformare le aree urbane in un ambiente accogliente per i cittadini e per le imprese, ottimizzando la dotazione infrastrutturale degli ambienti urbani. Allo stesso tempo è però evidente che un'intelligenza delle città non può prescindere da un'intelligenza dei suoi cittadini, un valore che va sollecitato, promosso attraverso processi di partecipazione e valorizzazione del capitale culturale, ambientale e sociale delle città.

In questo senso si sta combinando accanto al concetto di Smart City quello di Smart Community, inteso come condizione abilitante di cittadinanza attiva. Ma la partecipazione va convogliata, ha bisogno di forme perché possa incidere negli orientamenti della *governance* pubblica.

Una direzione su cui porre attenzione è, in tal senso, verso quella creatività digitale che alcuni giovani autori multimediali stanno esprimendo con progetti di comunicazione pubblica interattiva rivolti alla dinamizzazione della partecipazione attraverso i social media. Come quelli selezionati recente-

mente a Rio de Janeiro per il concorso **Living Labs Global Award 2012**, tra cui spicca #SMART un progetto italiano di un mio studente, Pasquale "paco" Direse.

Il Progetto #SMART è una piattaforma cross-mediale che combina un'applicazione mobile con degli urban screen, schermi urbani interattivi disseminati nella città. Gli schermi rileveranno automaticamente l'attività dei social media e i flussi di notizie prodotti dai cittadini attivi che useranno, in particolar modo su twitter, con delle hashtag predefinite (chi scriverà #SMART, ad esempio, vedrà il suo tweet raccolto automaticamente dal sistema). Un sistema software open source valorizzerà così le interazioni degli utenti e le andrà ad elaborare in una visual poetry di particolare impatto visivo. Questi *urban screen* rifletteranno così il tessuto connettivo delle informazioni e del *citizen journalism* prodotto nella città, inserendolo in una sorta di visionaria mappa georeferenziata.

L'installazione avrà un'ulteriore valenza interattiva attraverso delle web cam che permetteranno ai passanti d'interagire con il proprio corpo sulle parole orbitanti nello schermo: gli urban user potranno così diventare i content manager delle informazioni raccolte dal sistema di performing media. Il progetto #SMART realizza di fatto dei graffiti digitali dinamici e interattivi, prodotti dagli utenti e una volta visualizzati sullo schermo giocati, agiti attraverso una soluzione d'interaction design, ludica e partecipativa.



SOCIALE

Asilo nido in azienda agricola: un nuovo modello di sviluppo

di Federica Chiappetta

La sostenibilità economica delle imprese agricole medio piccole, così importanti per mantenere intatto il tessuto sociale della qualità di vita di un territorio, non può essere oggi assicurata esclusivamente dalla attività di coltivazione e vendita dei prodotti della terra. Nel tempo, molti agricoltori hanno diversificato la loro offerta proponendosi come agriturismi, ovvero erogando servizi di ristorazione e ricettività alberghiera, che stanno avendo un crescente successo tra i consumatori.

Alcuni operatori si sono attrezzati quali fattorie didattiche per consentire ai giovanissimi la scoperta del mondo agricolo e delle fonti primarie della loro alimentazione; altri hanno realizzato fattorie solidali in cui sono inseriti nel lavoro dei campi anche soggetti con disabilità, che riescono a svolgere semplici operazioni migliorando la loro vita e la stima di se stessi.

Le istituzioni guardano oggi con interesse all'evoluzione del mondo rurale e alle sinergie che si possono creare con gli operatori del settore. In particolare, la Regione Marche è antesignana di una inedita iniziativa che coinvolge alcune aziende agricole, denominata Agrinido di qualità, rivolta ai bambini di età compresa tra uno e tre anni. Il format è stato ideato dalla Fondazione Chiaravalle-Montessori (ricordiamo che Maira Montessori era nata a Chiaravalle) è realizzato in partnership dalla Regione Marche e dal Comune di Chiaravalle. Esso consiste in un modello educativo innovativo, che si declina in due versioni, una più tradizionale è un'altra ispirata ad una pedagogia montessoriana.

La prima esperienza pilota è iniziata nel gennaio 2012, e in pochi mesi il suo successo ha consentito di realizzare una rete denominata "Agrinido di qualità" che coinvolge aziende agricole di diversi co-



muni (Pievebovigliana, San Ginesio, Fermo, Tavullia, Gagliole).

La Regione Marche, usufruendo dei Fondi europei, ha finanziato l'adeguamento delle strutture agricole, i costi di gestione e i corsi di formazione in Agricoltura sociale per i coltivatori. Ottenendo un duplice risultato: diversificare le fonti di reddito dell'impresa agricola e proporre una diversa modalità di servizi per l'infanzia. Ma non solo, poiché nella politica agricola regionale il programma Rurale sociale sarà esteso ad altre tipologie di intervento, come ha esposto l'assessore all'Agricoltura Paolo Petrini:

"La Regione Marche prosegue nell'impegno per la valorizzazione dell'impresa rurale come fornitrice di servizi sociali e di welfare locale non solo in favore dell'infanzia. Proseguiremo, infatti, con progetti per la residenza degli anziani, per il trattamento di disabilità e per altre situazioni di disagio, estendendo così quel ruolo sociale dell'azienda agricola che intendiamo sempre più incentivare".

L'azienda agricola diventa il centro di un progetto sociale, che viene di volta in volta personalizzato sulle esigenze degli utenti (anziani, disabili, ecc).

Una *best practice* che ci si augura sia adottata in altre Regioni, poiché l'agricoltura sociale è uno strumento non solo di diversificazione economica per le imprese del settore, ma soprattutto uno strumento di cultura del territorio e del cibo che può essere di aiuto per mantenere vive le tradizioni locali e per trasmettere alle nuove generazioni una educazione al rispetto della natura e alla sana alimentazione, a contrasto dei dannosi modelli di consumo globalizzati.

MERCATO

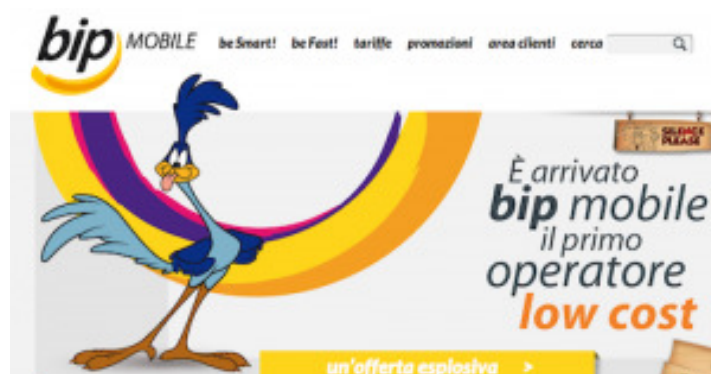
BIP Mobile, il primo operatore virtuale low cost

di Francesca Vespignani

Il 20 settembre debutta sul mercato italiano un nuovo operatore telefonico virtuale (utilizza la rete radiomobile di H3G), che si presenta come “*il primo operatore low cost*”, vantando tariffe ampiamente inferiori alla concorrenza. Fondata da un italiano (Fabrizio Bona) e con sede a Roma, si è ispirata alla francese Free.

La sua entrata in scena è stata affiancata dalla diffusione di notizie in merito a presunte attività di boicottaggio commerciale da parte dei leader di mercato, descrivendo una loro altrettanto presunta apprensione per un concorrente così aggressivo.

A prima vista, la promozione 3x3 (3 cent al minuto per le telefonate e 3 cent di ricarica per ogni sms ricevuto) sembra un'ottima offerta, ma il consuma-



tore che si sente attratto dall'offerta deve compiere una valutazione molto più completa. Infatti, solo in questo modo può rendersi conto delle peculiarità della *new entry* nel settore mobile.

BIP Mobile è probabilmente un'ottima occasione per il traffico voce e ciò può essere interessante per gli utilizzatori “tradizionali” della telefonia cellulare, ma è un mercato in declino, così come sono in declino i cellulari stessi, soppiantati largamente dagli smartphone.

Oggi il business del settore si muove dal traffico
(Continua a pagina 8)

	TIM 12 Vodafone 12 Wind 12	Bip MOBILE “3X3”	Risparmio
Chiamate* Tariffe aggiornate 01/08/2012	12 cent/minuto	3 cent/minuto verso tutti	-75%
Ricarica in regalo**	NO	3 cent ricarica per ogni sms ricevuto	+100%

* Tariffa base verso tutti dei piani: TIM 12, Wind 12 e Vodafone 12, in assenza di opzioni o altre opzioni a pagamento attive
Scatto alla risposta: 16 centesimi per TIM e bip MOBILE, 18 centesimi per Vodafone e Wind.

**Tranne SMS ricevuti da rete 3 Italia

	TIM International*	Vodafone MyCountry*	Wind Call Your Country*	bip International
Costo mensile	0€	6€ ogni tre mesi	1€	0€
Costo di attivazione	5€	5€	9€	0€

* Le tariffe sono relative ai piani base degli operatori, in assenza di promozioni attive
Tariffe aggiornate al 01/08/2012

MERCATO

BIP Mobile, il primo operatore virtuale low cost

(Continua da pagina 7)

voce al traffico dati, dalle telefonate ed sms alla consultazione di internet: posta elettronica, social network, app di vario genere, giochi on line, siti web in versione ottimizzata per gli smartphone. Gli utenti, specialmente i più giovani, "consumano" traffico dati per informarsi, giocare, dialogare su Facebook. Non fanno lunghe chiamate (e quindi lo sconto sui minuti di conversazione incide poco sui bilanci), di cui comunque pagano lo scatto alla risposta ad un costo analogo agli altri operatori.

Se si osservano le tariffe offerte per la navigazione sul web, esse sono in linea con gli altri operatori: 2 euro a settimana sia su pc/tablet che su smartphone. Ma offrono un volume di traffico più basso (500 mb per i pc/tablet e 300 per gli smartphone), che fa scattare più facilmente un costo a consumo non indifferente, pari

a 1 euro al giorno per ogni ulteriori 50 mb.

L'azienda, che si presenta al pubblico con un sito web estremamente vivace e colorato, e con un testimonial amato da bambini ed adolescenti (un noto personaggio dei Looney Toons), punta chiaramente sul pubblico più giovane. Che utilizza il telefonino in prevalenza per attività estranee alle chiamate: scaricare musica, postare foto, aggiornare il proprio profilo Facebook, twittare. Molteplici attività che rapidamente consumano il plafond di traffico, erodendo, con prelievi giornalieri, il credito residuo delle carte prepagate, la forma di uso preferita dai giovani.

L'azienda si è posta l'obiettivo di avere entro un anno un milione di clienti, quintuplicandoli nell'arco di quattro anni; il break-even è stato determinato intorno ai 700.000 clienti.



SENTIERI DIGITALI

Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 - Roma
Tel. 06 5195 6778
Fax 06 5193 250

Iscrizione Tribunale di Roma
n. 538 del 4 dicembre 2007

Direttore responsabile

Francesco Chiappetta
f.chiappetta@sentieridigitali.it

Vice direttore esecutivo

Marilena Giordano
m.giordano@sentieridigitali.it

Redazione

Andrea Chiappetta
a.chiappetta@sentieridigitali.it
Anna Giannetti
a.giannetti@sentieridigitali.it

Collaboratori in questo numero:
Federica Chiappetta
Francesca Vespignani

Per la pubblicità, scrivere a:
promo@sentieridigitali.it

Editore

SI-IES Istituto Europeo Servizi Srl
Via Elio Lampridio Cerva 87/A
00143 Roma



Associato
All'Unione Stampa Periodica Italiana
(USPI)