

Strategia per il Percorso di dialogo dell'Agenda digitale dell'Umbria per il periodo 2018-2020

Stato del documento (B01)

Storico revisioni

Versione	Emesso il	Stato rilascio	Contributori	Documento	Variazioni da versione precedente
1.0	13/12/2017	approvato con DGR n. _____ del __/__/2017	E.Belisario, A.Ciarapica, G.Gentili, L.Grassi, A.Naticchioni, S.Ercolani	Linee guida	prima stesura

1. Introduzione

L'Agenda digitale dell'Umbria - che si inserisce nel più ampio quadro delle strategie di livello europeo¹ e nazionale² - fin dal suo avvio ha mirato ad essere un “percorso partecipato e collaborativo”³ che vede il digitale non come un settore di intervento a sé stante, ma anche come il fattore abilitante l'innovazione in ogni settore, grazie al quale si sviluppano le politiche e la società dell'informazione e della conoscenza nel territorio regionale.

La strategia perseguita si fonda su documenti strategici delle politiche sull'innovazione regionale rappresentati dalla Legge regionale n. 9/2014⁴, le “*Linee guida strategiche per lo sviluppo della società dell'informazione*”⁵ ed il “*Piano digitale regionale triennale*”⁶ che si ispirano e declinano linee di indirizzo europee e nazionali.

Il percorso partecipativo dell'Agenda digitale dell'Umbria è iniziato nel 2013 (con la realizzazione di un ideario collaborativo e l'organizzazione di un evento - denominato #umbriadigitale - finalizzati alla costruzione dell'agenda regionale) ed è proseguito nel biennio 2015-2016 (con l'organizzazione di un ciclo di *focus group* e con l'evento #AdUmbria2015).

Anche il “*Piano triennale di semplificazione - agenda 2016/2018*”⁷, previsto dall'art.3 della l.r. n.8/2011, è stato definito nel 2016 attraverso un ideario collaborativo - denominato #umbriasemplice - ed un ampio percorso di partecipazione. Il Piano, proposto dalla Giunta con DGR n.306/2016 e successivamente approvato con deliberazione n.81 del 03/05/2016 dell'Assemblea legislativa della Regione Umbria.

Esaurita la fase della progettazione, sia per l'Agenda digitale che per il Piano di semplificazione, si rende necessario avviare - per tutta la fase di realizzazione degli interventi previsti (nel periodo 2018-2020) - un ulteriore percorso di dialogo, strutturato nell'ottica dell'amministrazione aperta, finalizzato alla promozione della conoscenza delle attività realizzate e al continuo miglioramento dei servizi resi all'utenza, che costituisca un vero e proprio percorso di *change management* e monitoraggio dell'attuazione dell'Agenda digitale e del Piano di semplificazione.

¹ Informazioni sull'Agenda digitale europea ed il Mercato Unico Digitale sono disponibili all'indirizzo Web https://ec.europa.eu/commission/priorities/digital-single-market_it

² I documenti “Crescita Digitale” e “Piano Nazionale Banda Ultralarga” sono disponibili all'indirizzo Web <http://www.agid.gov.it/agenda-digitale/agenda-digitale-italiana/crescita-digitale-banda-ultralarga>.

³ L'impianto complessivo dell'Agenda digitale dell'Umbria è stato definito attraverso un percorso partecipato e collaborativo, il percorso è descritto all'indirizzo Web: <http://www.regione.umbria.it/agenda-digitale> e sul blog *medium* <https://medium.com/adumbria>

⁴ La legge regionale n.9/2014 “*Norme in materia di sviluppo della società dell'informazione e riordino della filiera ICT regionale*” è disponibile a questo indirizzo Web: http://leggi.crumbria.it/mostra_atto.php?id=74401&

⁵ Le Linee guida strategiche per lo sviluppo della società dell'informazione (LGSi ex l.r. n.9/2014) sono disponibili all'indirizzo web <http://www.regione.umbria.it/agenda-digitale/linee-guida>

⁶ Il Piano digitale regionale triennale (PDRT ex l.r. n.9/2014) è disponibile all'indirizzo Web <http://www.regione.umbria.it/agenda-digitale/piano-digitale>

⁷ Il Piano triennale di semplificazione è disponibile all'indirizzo Web <http://www.umbriasemplice.regione.umbria.it>

La definizione di tale importante strategia di dialogo e confronto, con *stakeholders* interni ed esterni all'Amministrazione regionale, persegue la crescita socio economica dell'Umbria attraverso tre "chiavi per il futuro":

1. servizi disegnati intorno alle esigenze dei cittadini;
2. cambiamento tecnologico e organizzativo;
3. apertura alla collaborazione e al cambiamento.

In questo contesto, le attività di dialogo e di promozione della partecipazione sono considerate trasversali a queste tre "chiavi", per supportare e valorizzare le iniziative di sviluppo del digitale e di semplificazione promosse dalla Regione.

Delineato tale contesto, il presente documento contiene una pianificazione strategica delle attività da porre in essere per il periodo 2018-2020 al fine di raggiungere gli obiettivi innanzi descritti.

Le attività di cui si propone la realizzazione sono suddivise in tre tipologie:

1. attività di partecipazione;
2. attività di comunicazione;
3. attività di formazione.

Per ciascuna di queste attività sono individuati strumenti, destinatari e metodologia proposta. Infine, vengono individuate metodologie e metriche per la rendicontazione e il monitoraggio, rimandando ad una fase successiva la puntuale definizione degli indicatori.

La scelta degli indicatori dipenderà dal tipo di iniziative e progetti che si deciderà di mettere al centro del percorso di partecipazione e comunicazione.

Per garantire efficacia alla strategia, si ritiene opportuno che la stessa venga focalizzata su un numero limitato delle tante azioni dell'Agenda digitale dell'Umbria (tra le dieci e le quindici). Tale selezione - che dovrà essere effettuata sulla base delle priorità dell'Amministrazione - consentirà di procedere ad una valida progettazione di dettaglio delle singole attività e di evitare una dispersione che privi di forza le attività di dialogo.

2. Le attività di partecipazione

La Regione Umbria, fin dall'avvio della strategia dell'Agenda digitale regionale, ha realizzato iniziative di partecipazione, con l'obiettivo di consentire ai cittadini – e più in generale agli *stakeholders* - di contribuire al processo decisionale e all'attività programmatica dell'Amministrazione.

Esaurita la fase di progettazione e trovandosi nel pieno dell'attuazione delle azioni di digitalizzazione, si ritiene opportuno avviare un processo strutturato di discussione e di raccolta dei *feedback* sull'attuazione delle azioni, nonché di monitoraggio civico – promosso dall'alto – sulla realizzazione delle attività ritenute prioritarie.

2.1 Obiettivi

La definizione di un percorso partecipativo sull'Agenda Digitale dell'Umbria per il periodo 2018-2019 deve tenere conto di un duplice ordine di difficoltà:

- da un lato, le attività organizzate nel corso della fase di progettazione non sono state seguite da un adeguato presidio di rendicontazione e sono finora rimaste iniziative isolate;
- dall'altro, essendo esaurita la fase di pianificazione e definizione delle priorità, il margine per le attività di partecipazione pu essere limitato solo alle attività di monitoraggio (della realizzazione di interventi e dei loro impatti), nonché di raccolta dei *feedback* degli *stakeholders* sull'efficacia delle soluzioni realizzate dalla Regione.

Tenendo conto di tali vincoli, gli obiettivi della proposta di comunicazione sono:

- avviare un percorso strutturato e non episodico che consenta di mantenere la fiducia degli *stakeholders* nell'Amministrazione e nella sua attività;
- diffondere la conoscenza sui progetti prioritari dell'Agenda Digitale Regionale; - migliorare la realizzazione dei progetti prioritari, attraverso il monitoraggio.

2.2 Strumenti

Gli strumenti proposti mirano ad avviare un percorso di dialogo con rappresentanti della società civile, del mondo universitario, delle imprese e delle associazioni di tutela dei consumatori che vada oltre le mere iniziative di comunicazione.

La scelta degli strumenti, tarata sulle peculiarità della fase attuativa dei progetti, consente di avviare una relazione che potrà essere sfruttata anche per ulteriori attività e progetti.

Gli strumenti suggeriti nel presente documento sono due:

- a) il Forum dell'Agenda digitale dell'Umbria (Forum #OpenUmbria);
- b) la Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale dell'Umbria.

A. Il Forum dell'Agenda digitale dell'Umbria (Forum #OpenUmbria)

Il Forum #OpenUmbria è lo strumento di collaborazione permanente con i portatori di interesse da istituire nell'ambito del percorso, di cui deve costituire parte integrante, in omaggio ai principi dell'*open government*.

Si tratta di un *forum multistakeholder* che ha i seguenti obiettivi:

- consentire una regolare consultazione delle organizzazioni della società civile sui temi dell'Agenda digitale, migliorando la comunicazione con esse;
- aumentare il coinvolgimento dei cittadini nell'attuazione dell'Agenda digitale;
- costruire un processo di *feedback* appropriato per l'identificazione delle esigenze della società civile, per il *co-design* delle azioni in corso realizzazione, nonché per un monitoraggio partecipato dell'attuazione delle azioni.

Il Forum - che è aperto ai rappresentanti di tutte le organizzazioni della società civile impegnate sui temi del digitale, nonché delle organizzazioni di categoria e delle associazioni dei consumatori – si riunisce periodicamente secondo un calendario di attività concordato con le organizzazioni che ne fanno parte e i suoi lavori sono resi pubblici, attraverso un'area dedicata del sito dell'Agenda digitale regionale.

B. La Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale dell'Umbria (#AdUmbria)

La Piattaforma è una sezione del sito web dell'Agenda digitale che - oltre a ospitare tutti i documenti relativi alle attività del Forum - consentirà di monitorare l'effettivo rispetto degli impegni presi, mantenendo la più elevata trasparenza sul processo e sui risultati raggiunti (ovviamente, inizialmente con riferimento ai progetti prioritari).

Per avere la massima diffusione possibile dello stato di attuazione, i dati di monitoraggio saranno pubblicati anche in apposita "app" mobile dell'Agenda digitale dell'Umbria.

Per assicurare maggiore trasparenza e nell'ottica di garantire *accountability* all'intero processo, per ciascuna azione saranno indicati:

- a) lo stato di attuazione;

- b) i principali documenti e link;
- c) l'ufficio responsabile;
- d) i costi sostenuti.

3. Le attività di comunicazione

Il piano di dialogo abbraccia una strategia integrata che collega gli obiettivi della Regione Umbria in tema di Agenda digitale ai pubblici di riferimento, sia nel loro ruolo di destinatari sia in quello di interlocutori, e all'approccio orientato al dialogo e alla collaborazione ispirato ai principi di *open government*.

Le attività di comunicazione troveranno spazio all'interno di quelle già previste nei PO FESR e PO FSE 2014-2020 della Regione Umbria, dato che gli interventi dell'Agenda digitale dell'Umbria sono finanziati in massima parte all'interno di tali PO.

Per poter realizzare tali attività di comunicazione sono state individuate alcune parole chiave ispirate alla strategia dell'Agenda digitale dell'Umbria che forniscono il quadro logico e la linea di lettura e interpretazione delle attività da intraprendere nel periodo di riferimento:

- trasparenza e collaborazione
- innovazione e *open government*;
- semplicità e comprensibilità;
- interattività e coinvolgimento;
- partecipazione e *accountability*.

Tali parole chiave sono, in seguito, declinate nella individuazione degli obiettivi di comunicazione, nella aderenza al *target* di riferimento, nell'impostazione della strategia di comunicazione e degli strumenti da adottare.

Le parole chiave individuano anche l'impostazione delle attività di formazione e *community management*.

3.1 Obiettivi

La declinazione delle parole chiave avviene attraverso la sinergia tra i servizi proposti, la loro aderenza agli obiettivi descritti nella strategia digitale della Regione Umbria e il *target* di riferimento, che qui riassumiamo e in seguito traduciamo in obiettivi di comunicazione.

La funzione principale della comunicazione è quella di favorire gli obiettivi strategici della Regione Umbria, di seguito sintetizzati:

- la diffusione della conoscenza delle iniziative intraprese dalla Regione Umbria in tema di Agenda digitale e relative al Piano digitale triennale, favorendo in particolare il dialogo partecipativo, il dialogo con il partenariato economico-sociale sulle linee guida e il *co-design*, stimolare la co-progettazione;
- la trasparenza e la partecipazione diffusa alla elaborazione delle politiche pubbliche, la collaborazione e la co-progettazione nell'ottica dell'amministrazione aperta e la democratizzazione delle grandi basi di dati di pubblica utilità nonché lo sviluppo delle competenze connesse;
- il coinvolgimento dei cittadini e delle imprese per migliorare i servizi e gestire le risorse pubbliche, promuovendo l'innovazione e la trasparenza per rendere il governo del territorio più efficace e responsabile e innalzare la qualità della vita.

Il raggiungimento di obiettivi così ambiziosi non può prescindere da una significativa azione di coinvolgimento e messa a sistema di tutti gli attori interessati. In questo senso lo sviluppo e l'attuazione di un piano di comunicazione deve puntare ai seguenti obiettivi.

Gli obiettivi di comunicazione possono essere declinati efficacemente solo se si guarda, da un lato, in modo trasversale alla promozione del piano generale di sviluppo dell'Agenda Digitale (comunicazione funzionale), dall'altro in modo mirato allo sviluppo puntuale degli strumenti di promozione e delle piattaforme abilitanti che guidano la trasformazione digitale dell'Umbria in coerenza con il "*Piano triennale per l'informatica nella PA 2017-2019*" di cui al DPCM 31/05/2017 (comunicazione di scopo).

Per tale motivo abbiamo identificato tre aree di investimento comunicazionale, che corrispondono ad altrettanti obiettivi di comunicazione:

1. CREARE CONSAPEVOLEZZA E DIFFUSIONE SUL DIGITALE,

posizionare e promuovere il *brand* 'Agenda digitale Umbria' per comunicare la volontà politica dell'amministrazione regionale di favorire un metodo di governo che sia fondato sull'innovazione, la trasparenza, la partecipazione. Diffondere e far comprendere valori e opportunità offerti dai servizi digitali e dalle politiche di *open government* della Regione Umbria, allo scopo di condividere i principi chiave e gli strumenti di integrazione fra le politiche di sviluppo del territorio, dell'innovazione e della partecipazione fra gli stessi soggetti della rete (pubblici e privati);

2. RAFFORZARE IL DIALOGO E LA COLLABORAZIONE,

agevolare la partecipazione e il coinvolgimento diretto degli Enti locali nonché di cittadini e imprese interessati a promuovere politiche per lo sviluppo del territorio o che beneficino in maniera diretta delle politiche di innovazione;

3. APRIRE ALLA FIDUCIA

favorire, attraverso i meccanismi tipici della trasparenza sui dati, le informazioni e gli strumenti di conoscenza, l'*accountability* e promuovere il monitoraggio civico come stimolo alla realizzazione di una cittadinanza attiva che rafforzi l'integrazione e il dialogo.

3.2 Target

All'interno del nuovo rapporto tra PA e cittadini promosso dall'*open government*, è doveroso un approfondimento del concetto di destinatario.

Negli ultimi anni, la presenza e l'uso delle tecnologie digitali ha mutato radicalmente le modalità di diffusione delle informazioni: nell'era della trasparenza e dell'iperconnessione e dell'interattività, è sempre più difficile distinguere in maniera netta il ruolo di destinatario (*target*) e quello di interlocutore (*stakeholder*).

Nell'approccio alla strategia di comunicazione, la segmentazione del *target* nelle tre classiche macroaree segue un orientamento più legato agli stili di vita.

Le tre macro aree:

- **PA** a cui sono destinate per lo più attività di informazione e formazione. Questo target è a sua volta suddiviso in due tipologie:
- **Enti locali/Amministrazioni**, destinatari di iniziative specifiche da parte della Regione come, ad esempio, opportunità di finanziamento o di collaborazione con progetti regionali. Intesi in questo senso, sono loro indirizzate attività di community building, coinvolgimento e di informazione.
- **Dirigenti e dipendenti pubblici**, destinatari delle attività di formazione, informazione e *community building*.
- **Aziende e Professionisti** a cui sono destinate attività di informazione e approfondimento specialistico;
- **Cittadini** a cui sono destinate attività di divulgazione e *accountability*.

Tutti e tre i target rappresentano sia i destinatari principali delle azioni di comunicazione che interlocutori nella realizzazione e affermazione reputazionale delle politiche pubbliche digitali.

Metodologia

La metodologia si sviluppa lungo due direttrici: una funzionale e una di scopo.

La prima (funzionale) ha un taglio più istituzionale e un'operatività trasversale che garantirà per tutta la durata del progetto una linearità, visiva e di linguaggio, dell'azione di comunicazione istituzionale della Regione Umbria in tema di Agenda digitale e *open government* e corrisponde sostanzialmente all'Obiettivo 1 di comunicazione.

La seconda linea (di scopo) ha più un taglio operativo ed è legata, nello specifico, all'obiettivo di *'informability'* delle azioni e delle opportunità messe in campo per tutti i soggetti-target individuati e trova rispondenza negli Obiettivi 2 e 3 di comunicazione e, in particolare, nelle azioni di organizzazione eventi e *community*.

Il quadro strategico del progetto punta sulla concretezza, la verificabilità e l'affidabilità delle azioni di comunicazione e, di conseguenza, su:

- comunicazioni mirate, dirette e personalizzate che siano in grado di informare e formare (*capacity building*);
- inclusione degli *stakeholder*, perché diventino strumento di una comunicazione coordinata e, a loro volta, portatori di messaggi positivi;
- interattività e dialogicità della comunicazione tramite la comunicazione diretta, quella online e quella social.

Le linee di attività della strategia di comunicazione saranno declinate per:

- agevolare la partecipazione attiva di Enti Locali, coinvolgere le imprese umbre e il partenariato (per la parte FESR ed FSE) ;
- informare diffusamente cittadini ed imprese di iniziative intraprese dalla Regione Umbria;
- condividere, socializzare e diffondere in modo mirato opportunità, strumenti e materiale informativo specificamente prodotto;
- fornire assistenza tecnica favorendo processi di *empowerment* e *capacity building*.

3.3 Strumenti

Gli strumenti proposti mirano a comunicare agli enti locali, ai cittadini e alle imprese il percorso che si sta compiendo sul digitale, la semplificazione e sui progetti strategici, valorizzando gli esempi positivi.

La scelta degli strumenti, inoltre, ha lo scopo di dare diffusione dei risultati già ottenuti e organizzare momenti di ascolto, stimolo e raccolta dei contributi degli *stakeholder* (es. strumenti promozionali, campagne, conferenze e *workshop*, *community*) e supportare iniziative che nascono a sostegno della diffusione della cultura digitale (es. patrocinii di eventi, partecipazione a convegni, ecc).

3.4 La comunicazione istituzionale e il supporto stampa

La comunicazione istituzionale della Regione verrà supportata sui temi dell'Agenda digitale e dell'*open government* con approfondimenti tematici e la coerenza di stile e linguaggio tipici del racconto sul digitale e sull'amministrazione aperta. A tale scopo, è affiancata l'attività di supporto stampa alle tematiche dell'Agenda digitale e dell'Open Government.

L'attività sarà perseguita attraverso gli strumenti e le azioni proprie dell'Ufficio stampa che si accrediterà come fonte istituzionale di informazioni in grado di produrre comunicati, predisporre cartelle stampa tematiche e pianificare interviste o servizi con i giornali, le radio e le televisioni e attuare altre azioni di contatto con i mezzi di comunicazione. L'attività di supporto all'Ufficio stampa regionale avrà come obiettivo quello di sviluppare (laddove necessario) e potenziare relazioni stabili con i media, con la comunità legata all'*open government* italiana e straniera e le comunità digitali, in modo da dare visibilità alle attività, informare, promuovere e mantenere, al contempo, alta la partecipazione e l'interesse dei cittadini e delle imprese intorno agli strumenti e alle opportunità offerte dall'Agenda digitale umbra.

Attività che si possono prevedere sono:

- Monitorare sulla stampa regionale e nazionale i temi relativi alle aree di interesse (*opendata, open government, e-government*).
- Realizzare un piano editoriale relativo sulla diffusione delle informazioni e delle attività afferenti l'Agenda digitale umbra, con particolare riferimento ai risultati raggiunti e agli impatti registrati.
- Supportare con l'attività di Ufficio stampa l'organizzazione e la diffusione degli eventi legati alle attività dell'Agenda digitale umbra.

Le azioni di *Media Relations* saranno attuate in costante coordinamento e raccordo con la Struttura Stampa della Regione Umbria, oltre che con le altre attività di comunicazione e con particolare attenzione verso gli strumenti Web e *social* che potranno veicolare anche i contenuti rilasciati dall'ufficio stampa.

3.5 Eventi e workshop

Rispetto agli obiettivi e al *target* si propongono specifiche tipologie di iniziative da realizzare nei prossimi 18 mesi destinati a PA, cittadini e imprese e "cicli di workshop" dedicati ai professionisti (anche tramite i rispettivi ordini).

Evento istituzionale in modalità TedX

Come prima tipologia di evento, si propone l'organizzazione di un'iniziativa sul tema delle buone prassi, volta a presentare lo stato di avanzamento del lavoro svolto dalla Regione rispetto alle iniziative di *open government* e l'applicazione dei servizi digitali nella Regione Umbria. Obiettivo dell'Evento - che potrebbe svolgersi nella stessa giornata del primo incontro del Forum - sarà quello di confrontarsi sui modelli più adatti per promuovere e sostenere le politiche di *open government* e a presentare il lavoro già svolto in tema di Agenda Digitale.

Si propone la formula del TEDX¹ rivisitato, che adotta la modalità di presentazione animata e coinvolgente, ma alterna le testimonianze di eccellenze alla presentazione dei lavori della Regione in tema di Agenda digitale.

Compatibilmente con i tempi di avvio del percorso, si potrebbe realizzare il primo evento in contemporanea con la settimana dell'amministrazione aperta 2018 (iniziativa nazionale promossa dal Ministro per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione che si terrà nel mese di febbraio 2018⁸).

Focus group

Un *Focus Group* è un gruppo di persone che ha l'obiettivo di fornire informazioni. Se rapportato direttamente all'ambito dell'Agenda Digitale dell'Umbria, queste informazioni riguarderanno, principalmente, un particolare progetto o un servizio nell'ottica della soddisfazione dell'utente² (specialmente con riferimento alle attività di *co-design* per i progetti ancora in corso di realizzazione).

Si ritiene particolarmente importante, nell'ambito delle attività di comunicazione, attivare specifici gruppi con riferimento ad alcuni dei progetti strategici regionali, in quanto:

- a) il coinvolgimento degli utenti nella progettazione dei servizi e la rilevazione della *customer satisfaction* sono obbligatori ai sensi della normativa vigente (artt. 7 e 63 Codice dell'Amministrazione Digitale);
- b) la raccolta dei *feedback* nell'ambito dei gruppi è in condizione di evitare (o comunque di prevenire) critiche pubbliche e consente di migliorare la qualità dei servizi (ad es. in materia di accessibilità e usabilità).

Ciclo di workshop

Mentre gli eventi rappresentano momenti di relazione e confronto molto utili ad agevolare lo scambio di buone pratiche ed approfondire le innovazioni legate ai servizi digitali, il ciclo di *workshop* mira a fornire approfondimenti dettagliati su specifici progetti e assistenza tecnica da parte di esperti.

Il ciclo di *workshop* proposto è declinato per due tipologie di interlocutori: uno destinato alle Amministrazioni locali, l'altro alle Imprese e ai professionisti ed è replicabile sui territori.

¹ La tipologia dell'evento e le modalità organizzative è descritta all'indirizzo web: <https://www.ted.com> ⁸
www.open.gov.it/saa

² Questa impostazione differenzia i Focus Group di questa proposta da quelli già attivati dalla Regione in sede di progettazione del percorso dell'Agenda digitale regionale
<http://www.villaumbra.gov.it/corso/focus-group-sulle-5missioni-dellagenda-digitale-d.html>

La formula del *workshop* è pensata come una sessione d'aula in cui si affrontano temi/progetti strategici dell'Agenda digitale, a margine della quale i destinatari potranno, all'interno di una sessione di Q&A, confrontarsi con gli esperti chiamati dalla regione a dare assistenza tecnica.

Verranno inoltre rilasciati materiali didattici anche multimediali (*learning object, podcast, etc*) Nell'organizzazione degli eventi si terrà conto dei seguenti parametri di organizzazione:

- Presentazione della Strategia digitale dell'Umbria e delle politiche di Agenda digitale e *open government*;
- Approfondimento delle attività delle amministrazioni che stanno lavorando sullo sviluppo dei servizi digitali e che attuano politiche di innovazione, partecipazione e *open government*;
- Promuovere l'uso dei servizi già realizzati e disponibili.
- Consentire ai potenziali attuatori/destinatari di incontrarsi, fare rete e favorire la collaborazione.

Rispetto alle PAL, si prevedono incontri e focalizzati su come i progetti regionali aiutino le amministrazioni a rispettare scadenze e obiettivi della normativa in materia di digitalizzazione.

Riguardo ai professionisti, nel corso dei *workshop* potranno essere presentate, ad esempio, le politiche regionali e i servizi collegati al pubblico "specializzato", le modalità di relazione tra imprese e amministrazione per l'abilitazione dei servizi digitali e per l'apertura dei dati.

Naturalmente, le modalità e i destinatari dei singoli *workshop* potranno essere puntualmente definiti solo all'esito dell'individuazione dei progetti oggetto del presente percorso.

Evento partecipato - Hackathon

In fase avanzata del percorso, si potrà proporre una tipologia di evento da svilupparsi nell'arco di un *week end*, articolato in diversi momenti di presentazione, aggregazione e *networking*, condivisione e partecipazione e promozione.

L'idea parafrasa l'organizzazione di un festival classico declinandolo secondo le caratteristiche dell'*Hackathon*³, il meeting tipico del mondo "hacker", in cui tradizionalmente gli esperti di informatica si riuniscono per una sessione di programmazione informatica collaborativa.

A differenza del *contest* che mira a coinvolgere la cittadinanza e professionisti nella creazione di valore aggiunto con la proposta di un prodotto o di una funzionalità in più, l'*hackathon* così pensato è destinato a delle comunità specifiche di addetti ai lavori (che

³ Si cita come esempio l'hackathon organizzato dal Team per la trasformazione digitale per la comunità dei *developers*, disponibile all'indirizzo web <https://hack.developers.italia.it/>

possono essere *developers*, *designers* ma anche esperti di partecipazione, esperti legali), oppure potrà essere pensato per territori/servizi specifici. I professionisti appartenenti alla comunità verranno chiamati a sviluppare soluzioni innovative su progetti strategici specifici. Nel corso dell'evento si chiederà ai "concorrenti" di sviluppare e produrre su specifiche tematiche dei progetti di sviluppo dal principio alla fine, anche con prototipi che fungano da esempio, valorizzando quanto già fatto dall'Amministrazione Regionale (ad esempio, riutilizzando gli *open data* pubblicati). Alla fine dell'*hackathon* ci sarà la premiazione, previa valutazione dei progetti da parte di una giuria di esperti.

La premiazione pu avvenire sia in denaro che in agevolazioni, oppure l'Amministrazione si pu impegnare ad adottare il progetto sviluppato e a realizzarlo.

La linea direttrice dell'evento è la destrutturazione: l'evento va pensato sia come momento di presentazione tradizionale che come momento di *brainstorming* per far nascere nuove idee e stimolare la partecipazione attiva del pubblico nell'avvio del nuovo metodo partecipato di *governance*.

3.6 Web&Social

Sito web

Questa linea di attività si sostanzia nell'adeguamento del sito web alle linee guida di *design* dell'Agenzia per l'Italia Digitale pensate per le amministrazioni locali. Il *design* di servizi è fondamentale per attuare le politiche di trasformazione digitale che, invece, sono proprie della programmazione regionale in tema di digitalizzazione di servizi e processi.

Oltre alle indicazioni di infoarchitettura, visual design e content curation delle Linee guida di *service design* (reperibili su designers.italia.it) la progettazione *by design* del sito deve mettere il cittadino al centro della progettazione, consentendogli di ottenere facilmente e rapidamente ciò di cui ha bisogno, applicando anche il principio dell' *once-only*, evitando che i cittadini debbano fornire le stesse informazioni più di una volta.

La proposta è dunque quella di progettare e realizzare la Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale secondo la logica del *service by design* e inserirlo come prodotto di un percorso di digitalizzazione più ampio che ha una ricaduta diretta sulla soddisfazione del cittadino.

Social media strategy

Si propongono, inoltre, una serie di azioni ricomprese nell'ambito del *social media management*.

Nella sostanza la proposta abbraccia una presenza sui *social* fortemente orientata agli obiettivi e agli strumenti del Piano (modulata in base alla realizzazione di proposte quali

eventi, *workshop*, *community building*, etc) e pensata per creare e mantenere una relazione attiva e interattiva con i *target* di riferimento.

Tale impostazione ha ricadute non solo sulla scelta del *social media*, ma anche e soprattutto sul linguaggio da utilizzare. I *social network* sono destinati alla creazione di relazioni di lungo termine, capaci di promuovere l'attività istituzionale, fornire *feedback* alla stessa, consolidare un'identità e una relazione positiva con la cittadinanza. La comunicazione e la produzione di contenuti saranno diversificate per sito Web, Facebook, Twitter, etc, ma tra loro complementari in modo da diffondere il messaggio in maniera capillare e perfettamente integrata, dando sostanza, resistenza e longevità alla presenza online.

Il *social network* è un'opportunità di dialogo e confronto con il proprio *target*, oltre ad essere il mezzo più potente di disseminazione di politiche e iniziative.

In questa strategia, i *social media* non sono considerati come semplici canali. Rappresentano degli spazi di relazione che permettono sia la socializzazione del contenuto che la trasformazione dei messaggi. I social scelti e di seguito descritti, saranno complementari e integrati con le modalità di comunicazione tradizionali (Web, stampa, *digital PR*) e coerenti con le scelte strategiche della comunicazione integrata dell'Agenda Digitale dell'Umbria. Dal punto di vista di gestione di canali social si propone una diversificazione di linguaggio e di frequenza di aggiornamento tra Facebook e Twitter.

Mentre da una parte la comunicazione social dell'Agenda Digitale accompagna la narrazione della realizzazione dei programmi e dei progetti, dall'altra rafforza il brand istituzionale, crea e consolida una rete di narrazione insieme alle PAL, alimenta - sui social - il dialogo con i cittadini, utilizzandoli come strumento di engagement, *community empowerment* e di ascolto dei bisogni rispetto alle attività e ai progetti dell'Agenda digitale.

L'attività di comunicazione si sostanzierà nella promozione e nel racconto - pensati per diversi target - dell'attuazione dell'Agenda Digitale. L'ingaggio e l'interlocuzione saranno il valore aggiunto al racconto: in particolare, sulla pagina Facebook e l'account Twitter, con contenuti appositamente pensati, come ad esempio la creazione di un racconto semplificato delle attività istituzionali e la diffusione di contenuti divulgativi.

Sviluppo di nuovi social

Si propone l'utilizzo anche di LinkedIn per arrivare alle comunità professionali destinatarie dei *workshop* e attive su alcuni settori dell'agenda digitale, Medium per il racconto dei progetti e delle iniziative legate all'Agenda Digitale, e Instagram per avviare il racconto attraverso immagini e infografiche del percorso intrapreso.

3.7 Community

Una delle principali novità di questa proposta di comunicazione è la metodologia di gestione del rapporto con le *community* di riferimento.

La creazione di una *community* (differente dal concetto complessivo della CN-Umbria⁴) si sviluppa lungo due direttrici di intervento: la prima scaturisce dalla volontà della Regione Umbria di implementare una politica di *open government* sulla strategia di Agenda digitale, l'altra dalla sempre più frequente domanda di partecipazione e collaborazione.

Si ritiene che, in presenza del Forum di cui al paragrafo 1, la *community* debba essere costituita dagli addetti ai lavori delle differenti amministrazioni regionali, identificati nei responsabili per la transizione digitale (figura resa obbligatoria dell'art. 17 del Codice dell'Amministrazione Digitale).

All'interno della *community*, che avrà un luogo *online* di ritrovo, si andranno ad individuare *influencer* e *knowledge owners* con i quali si andrà a costruire un dialogo diretto al fine di acquisire *feedback* tecnici e monitorare il *sentiment* dei partecipanti.

Attraverso un processo di *community mapping* si procederà all'individuazione e all'utilizzo dei canali più adatti a stimolare la partecipazione.

4. Le attività di formazione

Ad integrazione delle attività previste sopra, si prevede la realizzazione di percorsi integrati destinati ai dipendenti pubblici a cura della Scuola Umbra di Amministrazione Pubblica.

I percorsi integrati potranno alternare momenti in presenza e momenti *online*.

La formazione *online* potrà essere organizzata attraverso un ciclo di *webinar* volti ad approfondire le tematiche riguardanti i progetti strategici della Regione Umbria.

La produzione di materiali correlati ai *webinar* (presentazioni e interventi singoli) e agli incontri in presenza rappresentano un bacino di materiale multimediale e di approfondimento, che sarà utile all'acquisizione di competenze e potrà anche, in parte, essere diffuso attraverso il Web e i *social*.

La formazione verterà sui temi giuridici, organizzativi e normativi collegati alle azioni prioritarie. L'organizzazione del percorso tematico e del calendario dei momenti di apprendimento verrà concordata con i referenti di progetto e della Scuola Umbra di Amministrazione Pubblica.

⁴ Community Network regionale (CN-Umbria) <http://www.regione.umbria.it/agenda-digitale/community>

5. Il monitoraggio e la rendicontazione

Le attività oggetto del presente documento verranno rendicontate, con cadenza bimestrale, attraverso *report* relativi che conterranno parametri di valutazione relativi a:

1. un panoramica a livello gestionale delle attività portate avanti dal progetto nel periodo considerato;
2. una descrizione dei progressi fatti verso gli obiettivi dichiarati e i risultati attesi, esplicitando le attività/azioni realizzate, i punti di forza raggiunti e le criticità rilevate;
3. con riferimento a determinate attività, l'efficacia delle attività, la diffusione e la fruizione dei contenuti *online*, l'engagement prodotto dai *social*, le attività di *community building*;
4. l'identificazione degli eventuali problemi incontrati e delle possibili soluzioni.

Di seguito, si forniscono alcune indicazioni relative alle metodologie di analisi degli impatti delle attività, facendo presente che la scelta degli indicatori dipenderà dalla tipologia di azioni prioritarie che verranno scelte.

Report attività di partecipazione

Il report conterrà la rendicontazione delle attività effettuate dal Forum (riunioni in presenza e online) e le statistiche di accesso e di utilizzo della Piattaforma.

Le iniziative di partecipazione saranno profittevoli se consentiranno:

- a) di mantenere attivi i soggetti aderenti al Forum fin dal suo avvio (e di aggregarne di nuovi);
- b) di accrescere il numero delle interazioni rispetto a quelle avute nella fase di progettazione dell'Agenda Digitale dell'Umbria.

Report attività di comunicazione istituzionale, promozione ed eventi

Il report conterrà la rendicontazione delle tipologie di comunicati stampa e redazionali, approfondimenti e infografiche, il numero di eventi supportati.

Rispetto agli eventi le metriche di monitoraggio e rendicontazione riguarderanno il numero di partecipanti, il livello di *engagement*, la diffusione e la promozione degli stessi e i risultati ottenuti in termini di diffusione della conoscenza delle iniziative dell'Agenda Digitale dell'Umbria (ad es. aumento del livello di utilizzo in caso di servizi *online*).

Report Community

Il report conterrà metriche di analisi e monitoraggio quantitative e qualitative, definite in numero incontri, numero di iscritti/effettivi partecipanti alla community, livello di adesione delle Amministrazioni locali e subregionali alle azioni prioritarie dell'Agenda Digitale dell'Umbria.

Report Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale e Social

Per la valutazione delle attività collegate a piattaforma e *social media* saranno presi in considerazione i seguenti parametri di valutazione:

Piattaforma dell'Agenda digitale

- Numero e comportamento dei visitatori;
- Statistiche delle visite i tempi di permanenza sulle pagine;
- Tipologia dei contenuti più visitati;
- Analisi (quantitativa e qualitativa) dei commenti ai contenuti pubblicati .

Social dell'Agenda digitale

- Numero e comportamento degli utenti;
- Analisi (quantitativa e qualitativa) delle condivisioni e dei commenti ai contenuti pubblicati;
- Analisi della diffusione delle informazioni da parte di *fan* e *followers*.

Indice

Stato del documento (B01)	1
Storico revisioni	1
1. Introduzione	2
2. Le attività di partecipazione	4
2.1 Obiettivi	4
2.2 Strumenti	4
A. Il Forum dell'Agenda digitale dell'Umbria (Forum #OpenUmbria)	5
B. La Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale dell'Umbria (#AdUmbria)	5
3. Le attività di comunicazione	6
3.1 Obiettivi	6
3.2 Target	8
Metodologia	8
3.3 Strumenti	9
3.4 La comunicazione istituzionale e il supporto stampa	9
3.5 Eventi e workshop	10
Evento istituzionale in modalità TedX	10
Focus group	11
Ciclo di workshop	11
Evento partecipato - Hackathon	12
3.6 Web&Social	13
Sito web	13
Social media strategy	13
Sviluppo di nuovi social	14
3.7 Community	14
4. Le attività di formazione	15
5. Il monitoraggio e la rendicontazione	15
Report attività di partecipazione	16
Report attività di comunicazione istituzionale, promozione ed eventi	16
Report Community	16
Report Piattaforma di monitoraggio dell'Agenda digitale e Social	17