

# Intervista di *Governance International* con il Comune di Modena



## Introduzione

Il Comune di Modena è stato impegnato negli ultimi anni nel miglioramento della comunicazione con i propri cittadini. Nel particolare, il servizio di comunicazione UnoX1 ha vinto vari premi ed è stato inserito nei casi d'eccellenza della pubblica amministrazione italiana.

UnoX1 permette di ricevere gratuitamente tramite posta elettronica o sms informazioni su temi specifici e di partecipare a sondaggi e indagini sulla qualità dei servizi. Il sistema propone vari tipi di informazioni - vita professionale; informazioni di carattere generale e tempo libero; vita amministrativa e politica; informazioni da associazioni - e sono gli utenti a scegliere gli argomenti di loro interesse e il canale preferito. Pur nascendo come sistema di informazione personalizzata, in realtà il modello relazionale di UnoX1 rappresenta un esempio di "servizio alla persona orientato al cambiamento" basato sulle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie in un'ottica di applicazione del Citizen Relationship Management (CRM) nella Pubblica Amministrazione.

## Intervista

**Tony Bovaird:** Nel nostro lavoro con gruppi di cittadini in tutta Europa, molto spesso ci sentiamo dire che molti di questi, soprattutto i più attivi, si sentono inondati di informazioni. Alla stesso tempo, vediamo come molti cittadini non siano al corrente della disponibilità di vari servizi pubblici, supporti e attività che potrebbero contribuire al miglioramento della loro qualità della vita. Per questo motivo, siamo rimasti impressionati molto favorevolmente dal vostro progetto Uno x 1, che mira a fornire informazioni in base ai bisogni espressi dagli specifici gruppi di riferimento. Potete fornirci alcune informazioni su come è stato sviluppato e quali sono i punti principali in termini di risultati conseguiti?

**Giampiero Palmieri:** Questo servizio è originale in quanto consente una grande interattività e personalizzazione: il nome deriva dal fatto che sono gli utenti che decidono quali informazioni vogliono ricevere sui vari canali disponibili. Le migliaia di iscrizioni attive dimostrano che questo approccio può funzionare. Al momento Uno x 1 è costituito da una serie di newsletter inviate per posta elettronica e si sta ampliando ad altre funzionalità, come sondaggi, forum e consulenze on line, oltre alla possibilità di mandare sms. Per esempio, sono stati effettuati sondaggi sulla percezione che i cittadini hanno dei servizi erogati dal Comune. L'elemento chiave è che in realtà Uno x 1 è un facilitatore di relazioni dirette tra le varie parti dell'amministrazione e i cittadini/utenti, e gli uffici possono sfruttare questo "patrimonio" di relazioni per migliorare la qualità dei propri servizi. Il fatto che decine di uffici si siano attivati volontariamente per attivare servizi specifici sui propri argomenti dimostra che questo modello è percorribile.

**Tony Bovaird:** Chi è stato coinvolto nello sviluppo di Uno x 1? Quali cambiamenti ha comportato la realizzazione di questo servizio?

**Claudio Forghieri:** Uno x 1 richiede una partecipazione attiva di molti dipendenti di diversi uffici, soprattutto perché l'informazione viene prodotta in modo decentrato direttamente da chi possiede le fonti e conosce gli utenti. Storicamente il Comune usava diversi canali informare i cittadini e la comunicazione era per lo più unidirezionale. Alcuni settori non erano presenti sul web e l'informazione era a volte disomogenea e difficile da reperire nella complessità dell'offerta. Uno x 1 ora ci permette di assicurare una migliore qualità e personalizzazione, e la comunicazione ha iniziato ad essere bidirezionale. Gli utenti, oltre ai normali commenti e suggerimenti volontari, ci forniscono dati che servono per condurre dei sondaggi mirati e avere maggiori feedback sui servizi. Recentemente abbiamo dato più spazio anche al mondo delle associazioni migliorando ulteriormente il senso di "partecipazione" al servizio.

**Tony Bovaird:** Quali sono i numeri di Uno x 1? Quante persone riuscite a raggiungere con questo servizio?

**Claudio Forghieri:** In termini numerici, al momento abbiamo più di 80 argomenti relativi a temi specifici e le newsletter vengono spedite con diverse periodicità – giorni, settimane o mesi. L'utente può selezionare quali informazioni vuole ricevere. Le iscrizioni sono circa 52.000 (non necessariamente provenienti da persone residenti nel Comune di Modena) e dal 2002 abbiamo prodotto decine di migliaia di diverse newsletter coinvolgendo più di 50 uffici comunali.

**Tony Bovaird:** L'idea di comunicare informazioni a seconda degli interessi e delle preferenze dei singoli utenti è senz'altro importante nella cosiddetta information age, ma implica certamente alcuni problemi. A livello di spesa, per esempio, l'impossibilità di chiudere alcuni canali fa sì che Uno x 1 comporti dei costi aggiuntivi, senza che i costi sostenuti per tenere attivi i canali più tradizionali siano abbattuti.

**Giampiero Palmieri:** Ad oggi non è pensabile utilizzare Internet come unico canale di comunicazione coi cittadini. Stiamo cercando di spostare alcuni servizi su canali meno costosi e più funzionali per l'utenza, in modo da valorizzare gli sportelli per servizi che necessitano effettivamente della presenza degli operatori. D'altro canto siamo convinti che i servizi on-line stiano migliorando l'informazione ricevuta dai cittadini, e che Uno x 1 sia in grado di agevolare l'accesso ai servizi e il miglioramento della qualità degli stessi. Si tratta quindi di un investimento che in prospettiva dovrebbe consentire di raggiungere risparmi di gestione sui sistemi più costosi –primi fra tutti gli sportelli fisici - e una migliore rispondenza alle reali esigenze dell'utenza.

**Tony Bovaird:** L'utilizzo del web può essere limitato sia dalla tecnologia disponibile che dalle conoscenze informatiche possedute dagli utenti e dalla loro abitudine ad usare Internet. Qual'è la vostra esperienza?

**Giampiero Palmieri:** Abbiamo installato una rete di Public Internet Access Point presso polisportive e circoli per anziani, dietro loro specifica richiesta in seguito a un nostro bando.

Abbiamo attivato numerosi free access point Wi Fi in piazze e parchi cittadini.

In futuro speriamo che la banda larga, il maggior uso di Internet (a casa, ma anche nelle biblioteche), di cellulari etc. faciliti l'utilizzo di canali "non tradizionali". A livello di formazione, l'amministrazione ha proposto in questi anni molteplici azio-

ni di alfabetizzazione informatica, in particolare realizzando o finanziando attività mirate a specifici target. Il problema infatti oggi non è più tanto imparare a usare il computer e Internet quanto comprenderne le reali potenzialità in relazione ai propri interessi e bisogni.

**Tony Bovaird:** Quali sono i passi futuri per questo progetto?

**Claudio Forghieri:** Con la Rete Civica, inizialmente ci eravamo focalizzati sulla diffusione di informazioni, sfruttando le potenzialità della rete per creare il principale “deposito” in informazioni dell’amministrazione. Successivamente abbiamo capito l’importanza del legame biunivoco che deve esistere tra Comune e cittadini per il miglioramento dei servizi, attivando molteplici sistemi di “ascolto” sui diversi canali di relazione usati dall’ente e valorizzando il patrimonio di relazioni “uno ad uno” per realizzare sondaggi e ricerche. Da Gennaio 2005 abbiamo iniziato a coinvolgere maggiormente anche le associazioni, come CAI, Arcigay, Legambiente, etc., in modo da potenziare la comunicazione esistente tra queste e la popolazione e creare in futuro le condizioni per nuove azioni di partecipazione attiva attraverso i canali telematici.. Il progetto generale e’ quello che va sotto il nome di e-democracy a fianco del quale si integrano tutte le nostre azioni tese al Citizen Relationship Management.

In realtà oggi stiamo lavorando molto sullo sviluppo di ulteriori canali di comunicazione interattiva con i cittadini, seguendo una filosofia che potrebbe essere riassunta con queste parole: “Parlare ai cittadini laddove essi si incontrano e sono disposti ad ascoltare”.

In sostanza, invece di pretendere che siano i cittadini a raggiungere i nostri canali (siti web, sportelli, contact center, ecc.) stiamo sviluppando una presenza organica e integrata su numerosi social network. Dal 2009 abbiamo una presenza costante su Facebook, YouTube e Twitter.

I risultati sono molto interessanti, in particolare per quanto riguarda le potenzialità di interazione offerte da Facebook. La pagina della “Città di Modena” conta a febbraio 2010 quasi 5000 fan, e ogni mese l’amministrazione riceve su questo canale diverse centinaia di commenti alle proprie iniziative. In particolare è utile sottolineare l’uso continuativo della multimedialità che viene fatto per la gestione di questo tipo di canali. I contenuti multimediali sono in grado di stimolare una reattività immediata ed emozionale che avvicina i cittadini alla comunicazione istituzionale dell’ente, abitua a “far sentire la propria voce”, creando le condizioni migliori per la penetrazione anche dei messaggi più legati alla promozione dei servizi e di comportamenti virtuosi.

L’uso della multimedialità, in particolare di produzioni video, e i canali dei social network, si integrano così pienamente con il sistema di relazioni avviato con Unox1, confermando il grande vantaggio che può avere un’amministrazione quando cura la profilazione dei propri utenti alla ricerca della personalizzazione dei servizi.

*Governance International ringrazia Giampiero Palmieri e Claudio Forghieri per questa intervista.*

## Riferimenti bibliografici

1. Valentina Mele and Claudio Forghieri (2002), The Modena e-network for strengthening local governance and citizen participation, in: Tony Bovaird, Elke Löffler and Salvador Parrado Díez (eds.), *Developing Local Governance Networks in Europe*, Baden-Baden, Nomos Publishers, pp. 165-181 (out of print)
2. <http://www.buoniesempi.it/scheda.asp?protocollo=1594> (3) <http://www.comune.modena.it/home2002/filodiretto.shtml>
3. Claudio Forghieri, Valentina Mele (2005), *Gestire i rapporti con i cittadini: comunicazione, multicanalità e citizen relationship management nella pubblica amministrazione*, Maggioli Editore.

## Biografie

### **Giampiero Palmieri**

Si è laureato in Scienze Politiche all'Università di Firenze ed ha conseguito la specializzazione in Diritto Amministrativo e Scienza dell'Amministrazione all'Università di Bologna. Ha iniziato la propria esperienza di dirigente nel 1983 al Comune di Carpi, per proseguirla poi, dal 1988, al Comune di Modena, dove tuttora svolge la propria attività. Dopo essersi occupato fra l'altro di servizi educativi, di personale, di acquisti e sistemi informativi, è ora dirigente del settore cultura, turismo, marketing e politiche giovanili.

### **Claudio Forghieri**

Laureato in Storia contemporanea all'Università di Bologna, si occupa di progettazione e management nel campo della comunicazione. Dal 1995 coordina "MoNet", la Rete Civica del Comune di Modena. È il direttore scientifico della rivista "E-Gov – Informatica ed Enti Locali" di Maggioli Editore.