



Osservatorio eGovernment 2013-14

Open government

Claudio Russo, Laura Vergani
Webinar Formez - 12 Marzo 2014

IN COLLABORAZIONE CON



AGENZIA PER L'ITALIA DIGITALE



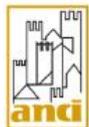
Presidenza del Consiglio dei Ministri



Tecnologia utile



Ministero per la Coesione Territoriale



Centro Interregionale per i Sistemi
informatici, geografici e statistici



UPI



ReteCamere

Progetti integrati per lo sviluppo



eContent Award Italy
premio per il miglior contenuto in formato digitale

CON IL SUPPORTO DI

PARTNER



CONSORZIO CBI
customer to business interaction



INTESA SANPAOLO



LINEA.com aem.com

Rappresentare un punto di incontro e di confronto tra tutti i soggetti pubblici e privati che vogliono contribuire al processo di ammodernamento della Pubblica Amministrazione italiana

Accompagnare l'innovazione nella PA attraverso l'individuazione ed il supporto alla diffusione ed al riuso delle migliori soluzioni organizzative, gestionali e tecnologiche

Mettere a sistema le iniziative di indagine e studio che la PA gestisce su questi temi



Presidenza del Consiglio dei Ministri



- Agenzia per l'Italia Digitale
- ANCI (Associazione Nazionale dei Comuni Italiani)
- Abi Lab - Centro di ricerca e innovazione per le banche
- eContent Award - Premio per il miglior contenuto in formato digitale
- CISIS (Centro Interregionale per i Sistemi Informatici, Geografici e Statistici)
- Dipartimento della Funzione Pubblica della Presidenza del Consiglio dei Ministri
- Ministro per la Coesione Territoriale
- Retecamere
- UPI (Unione Province d'Italia)

2010-11

2012-13

2011-12

2013-14

Ricerca

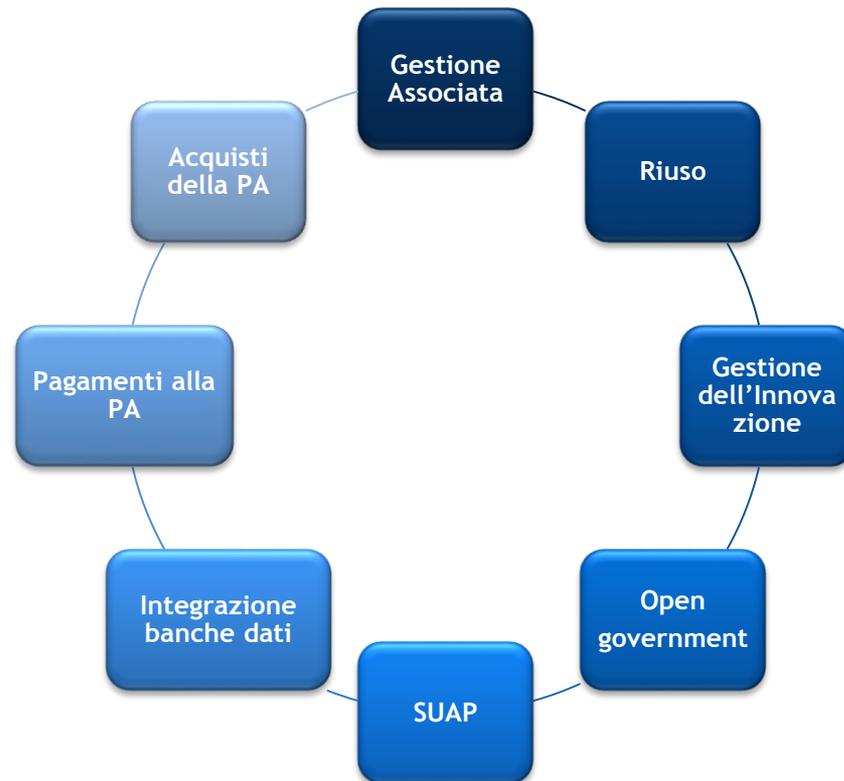
- Studi di caso
- Analisi fonti indirette
- Analisi sull'utenza
- Analisi del sentiment sul Web
- Survey alle Pubbliche Amministrazioni

Comunicazione

- Convegni
- Articoli su quotidiani e riviste specializzate
- L'account Twitter @ossegov e il sito web in costruzione
- Il premio eGovernment: i campioni del riuso, in collaborazione con SMAU Roadshow

Confronto

- Workshop a porte chiuse
- Tavoli di lavoro



- ❑ **Fotografia dell'Italia della trasparenza e della partecipazione**
- ❑ **Open government: dove e come**



□ La tempistica

- Lancio: 16 gennaio 2014
- Estrazione dati: 14 febbraio 2014

□ I destinatari

- tutti i comuni italiani, le province e le regioni
- Indirizzata ai Responsabili della comunicazione/URP

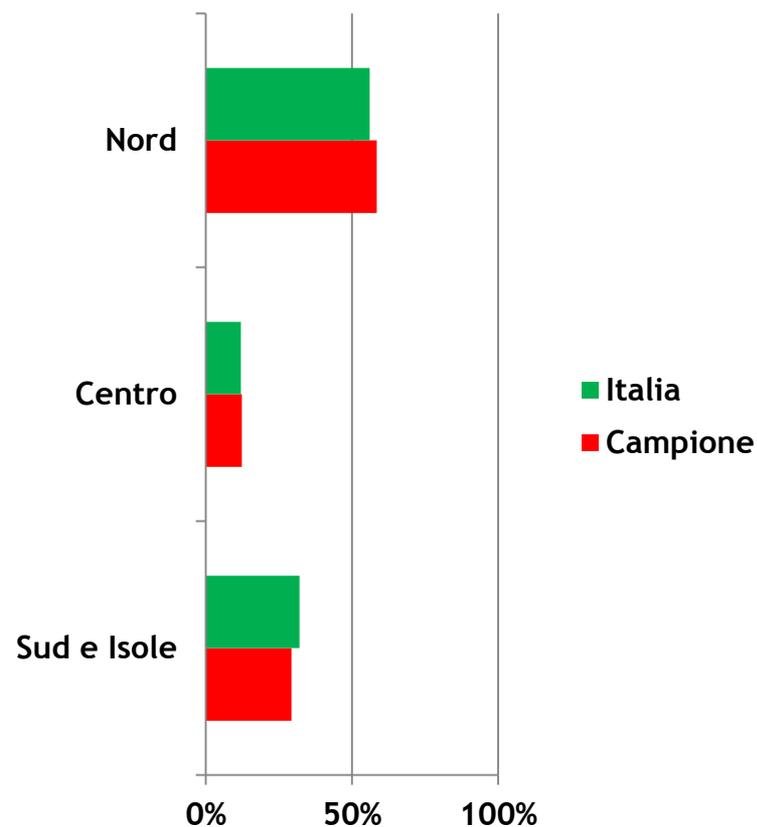
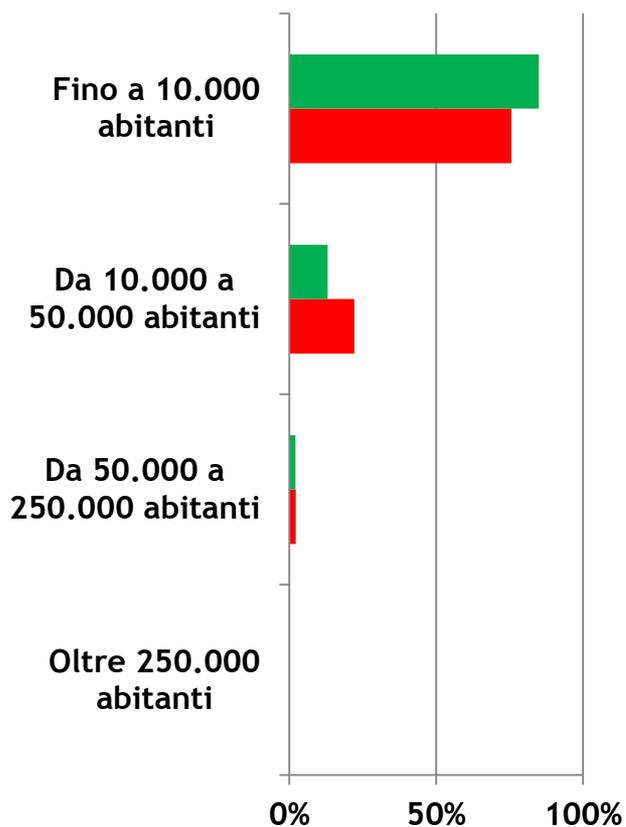
□ I rispondenti

- Alla data di estrazione ha completato il questionario un campione di 374 enti: 366 Comuni, 7 province, 1 regione



□ La composizione del campione

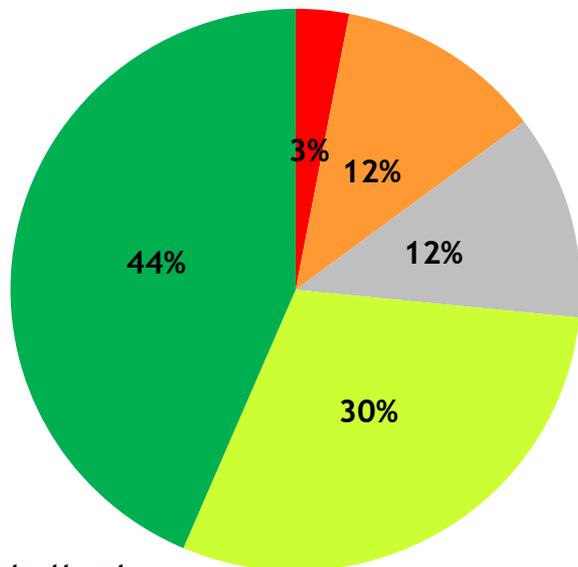
- Analizzati i dati dei 366 comuni rispondenti



□ La struttura della survey:



La struttura del sito web istituzionale e l'adeguamento al decreto Trasparenza



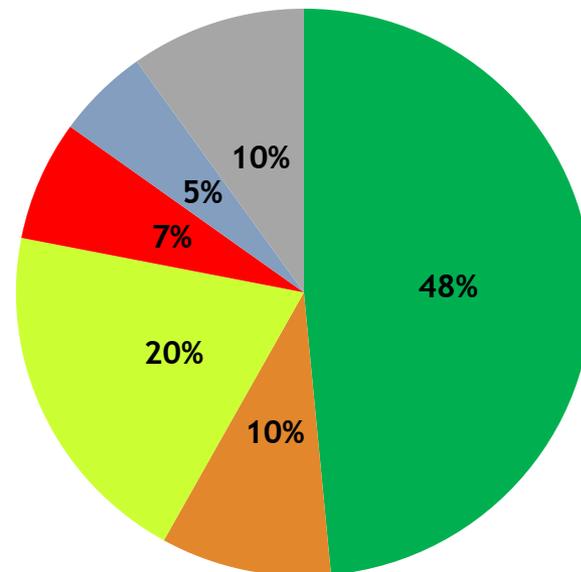
■ Non è ancora strutturato

■ Sì, in quanto è stata attivata la soluzione gratuita proposta dalla Gazzetta amministrativa

■ Sì, in quanto è stato acquistato un apposito strumento

■ Sì, in quanto è stata attivata l'apposita funzionalità messa a disposizione dalla software house

■ Sì, mediante le modifiche apportare al menù di navigazione



■ No

■ Sì, ma non so indicare l'importo delle spese sostenute

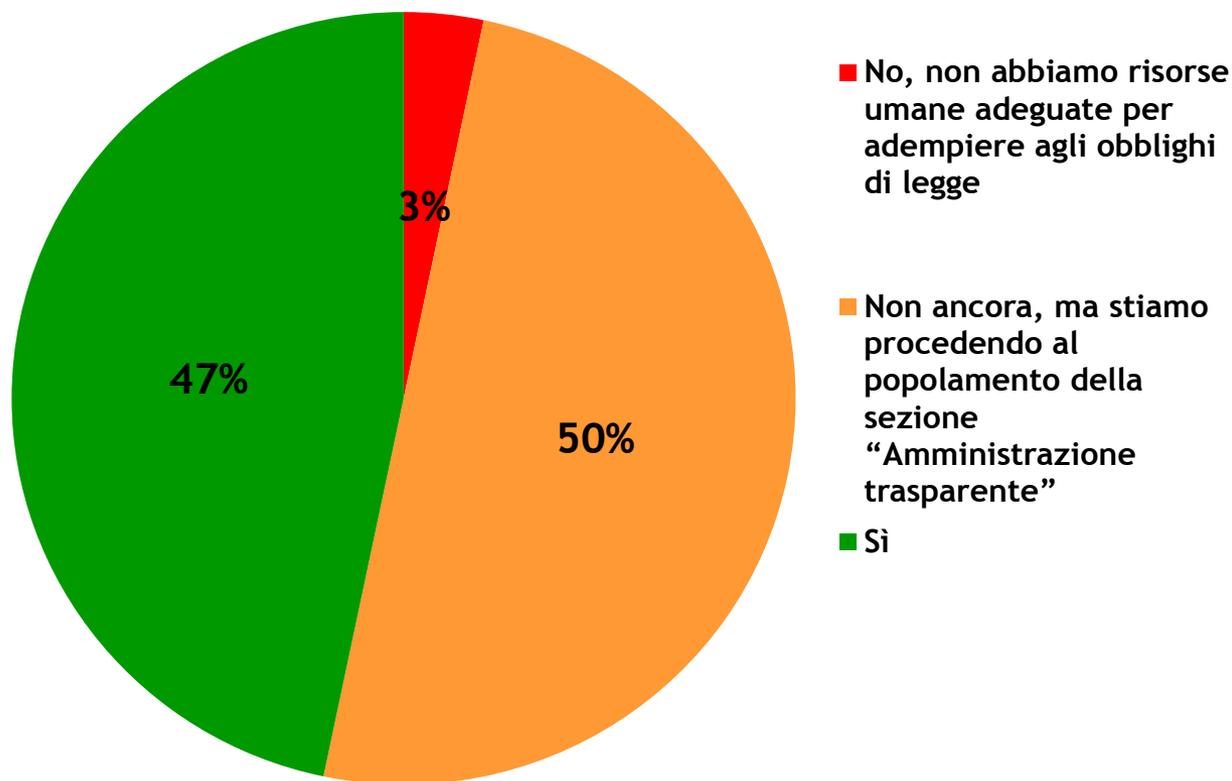
■ Sì, meno di 500,00 euro

■ Sì, oltre 1.500,00 euro

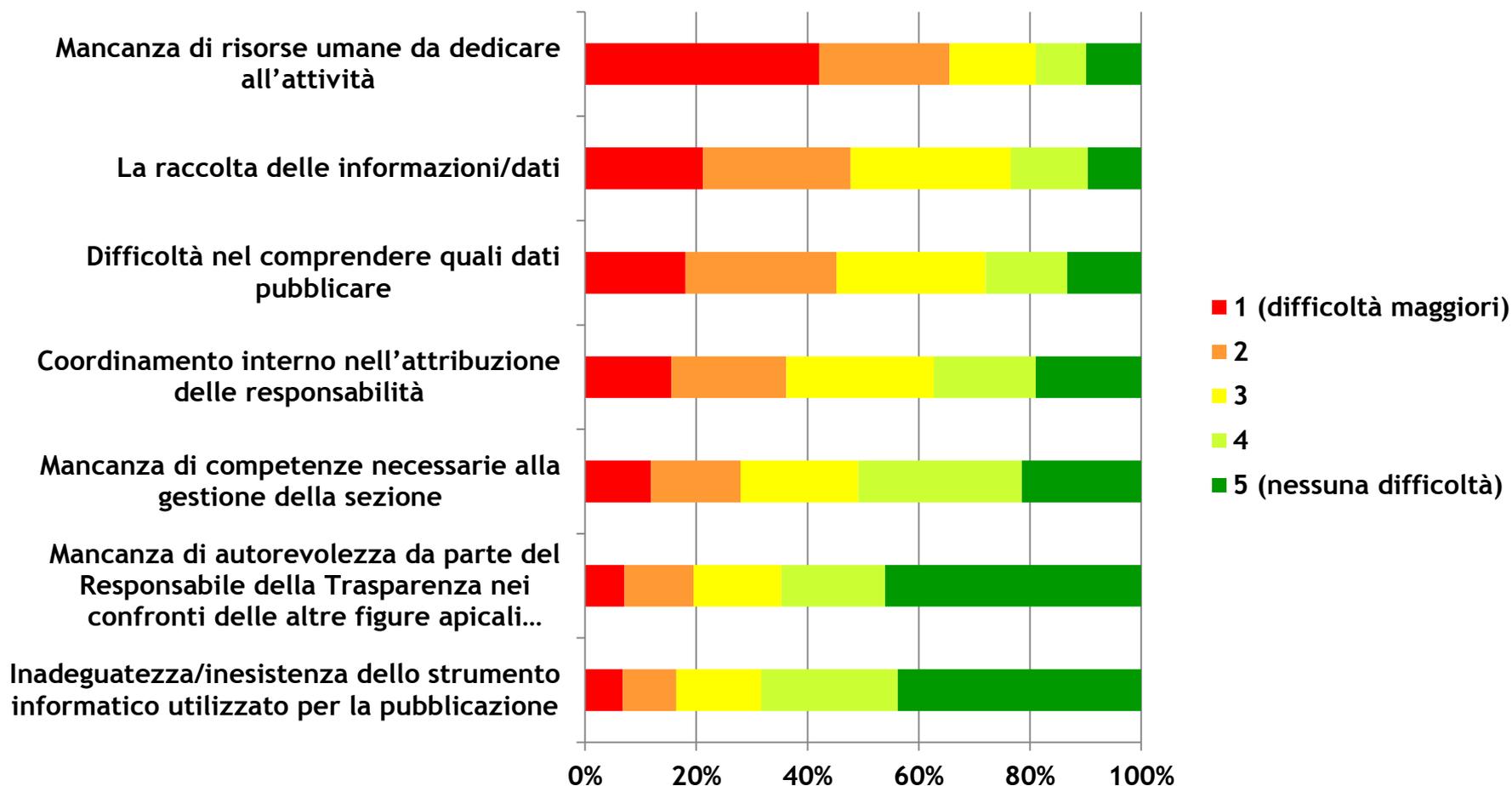
■ Sì, tra 1.001,00 e 1.500,00 euro

■ Sì, tra 501,00 e 1.000,00 euro

L'adempimento degli obblighi derivanti dall'attuazione del decreto Trasparenza (Decreto legislativo 14 marzo 2013, n. 33)

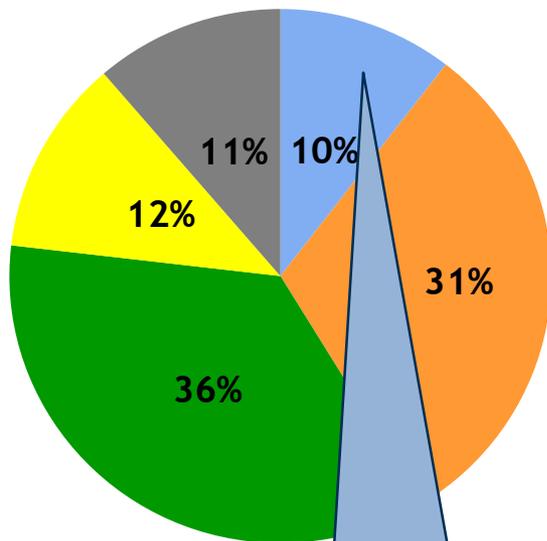


Le principali difficoltà relative all'adempimento di legge



La gestione della pubblicazione dei dati

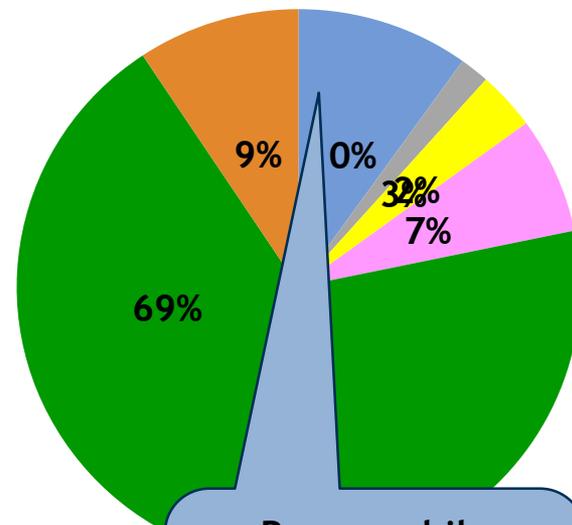
- Altro (specificare)
- Il personale appositamente dedicato
- La Segreteria Generale
- La struttura dei Sistemi Informativi
- L'Ufficio Relazioni col Pubblico (URP)



Responsabile Servizi Demografici
Responsabile Ragioneria
Polizia Locale ..

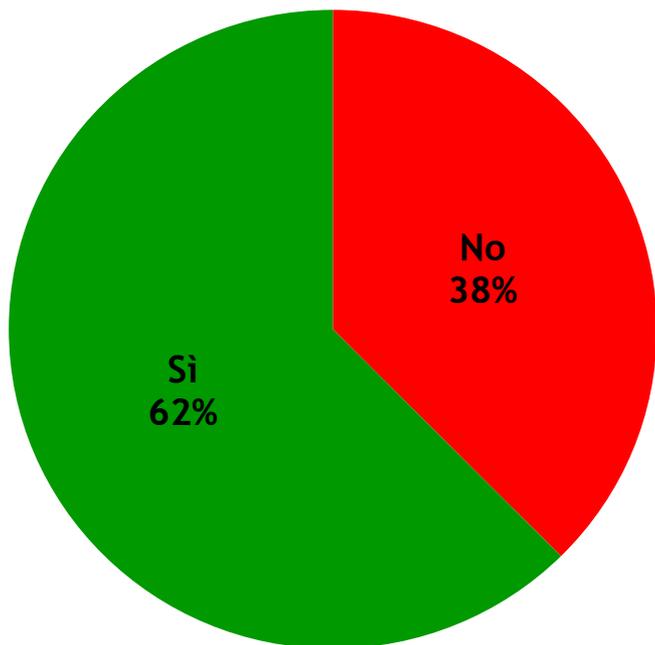
Il ruolo del Responsabile della Trasparenza

- Altro (specificare)
- Il dirigente avente in carico i Sistemi Informativi
- Il dirigente avente in carico la Comunicazione
- Il dirigente avente in carico le Risorse Umane/l'Organizzazione
- Il Segretario Generale

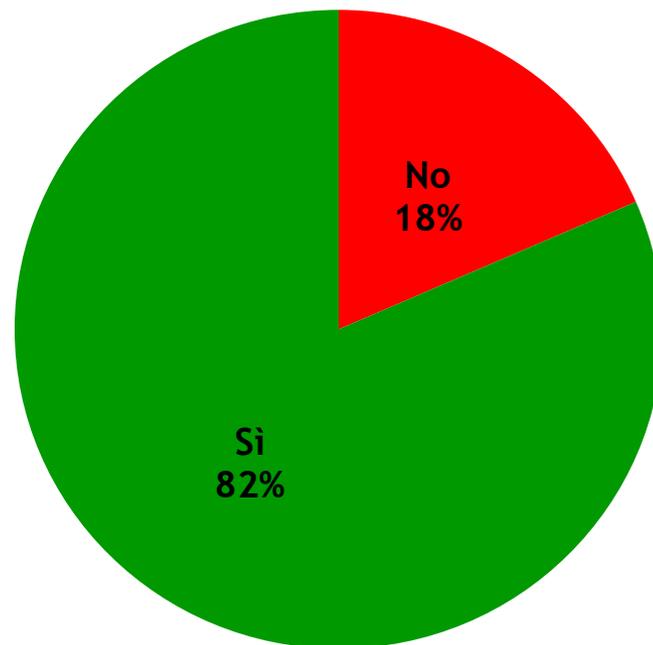


Responsabile Settore Amministrativo, Affari generali, Servizi Demografici

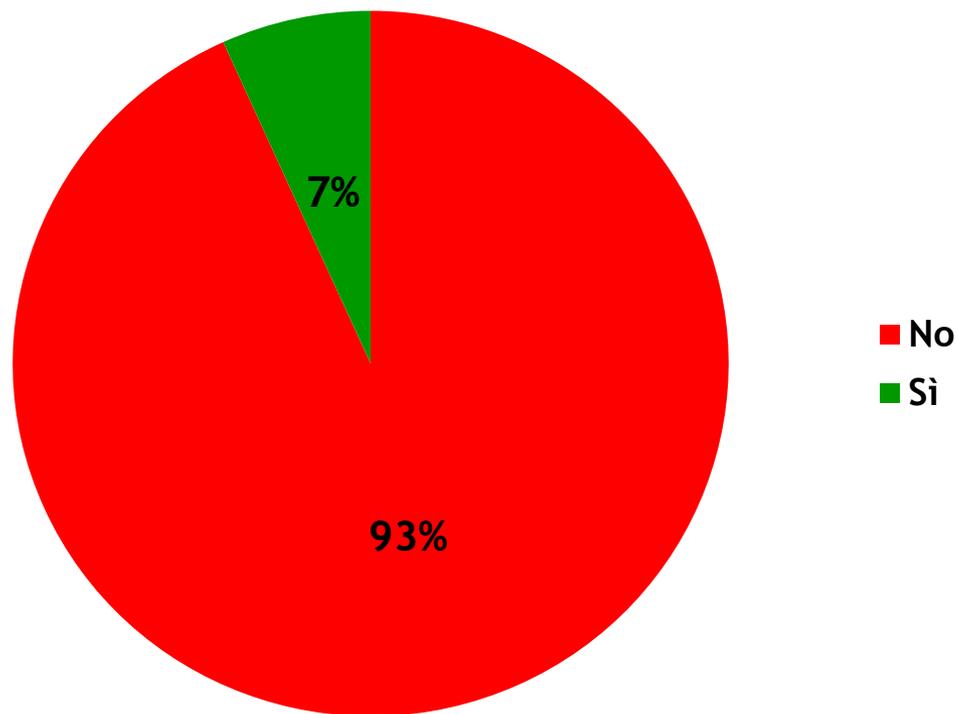
Adozione del Programma triennale per la trasparenza e l'integrità



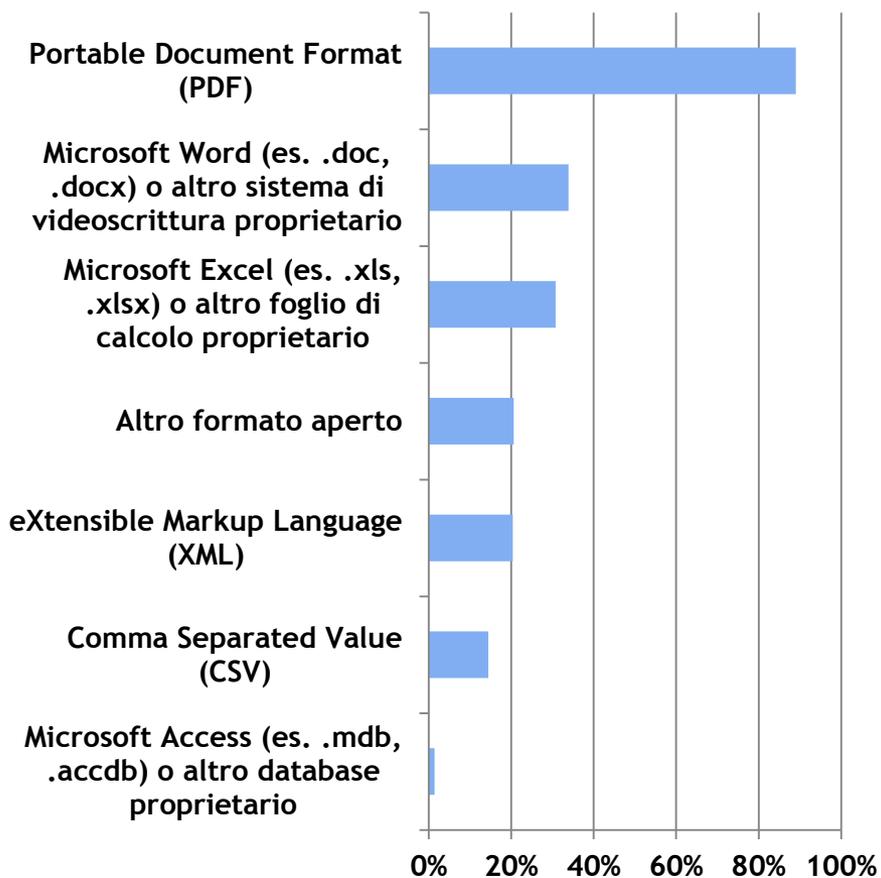
Collegamento tra Programma triennale e Piano della performance



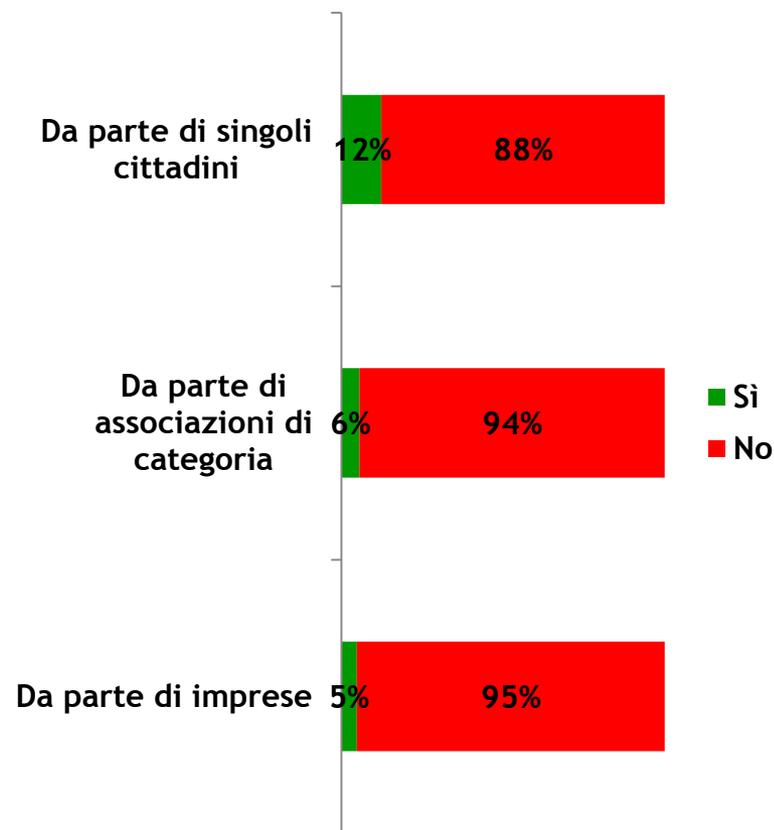
Realizzazione di “giornate della trasparenza” per la presentazione del Piano e la Relazione sulla performance agli stakeholder dell’Amministrazione



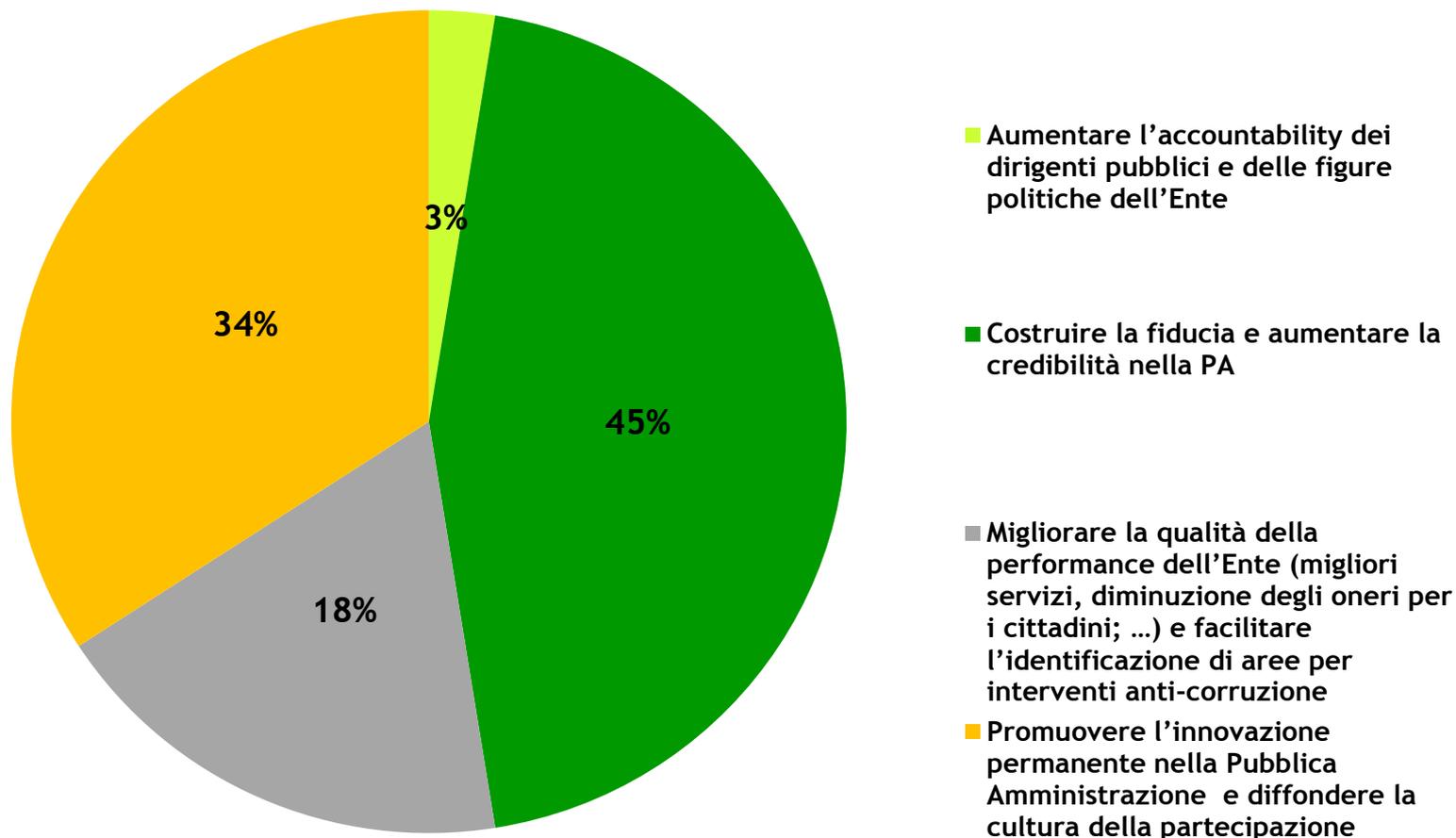
Il formato di pubblicazione dei dati



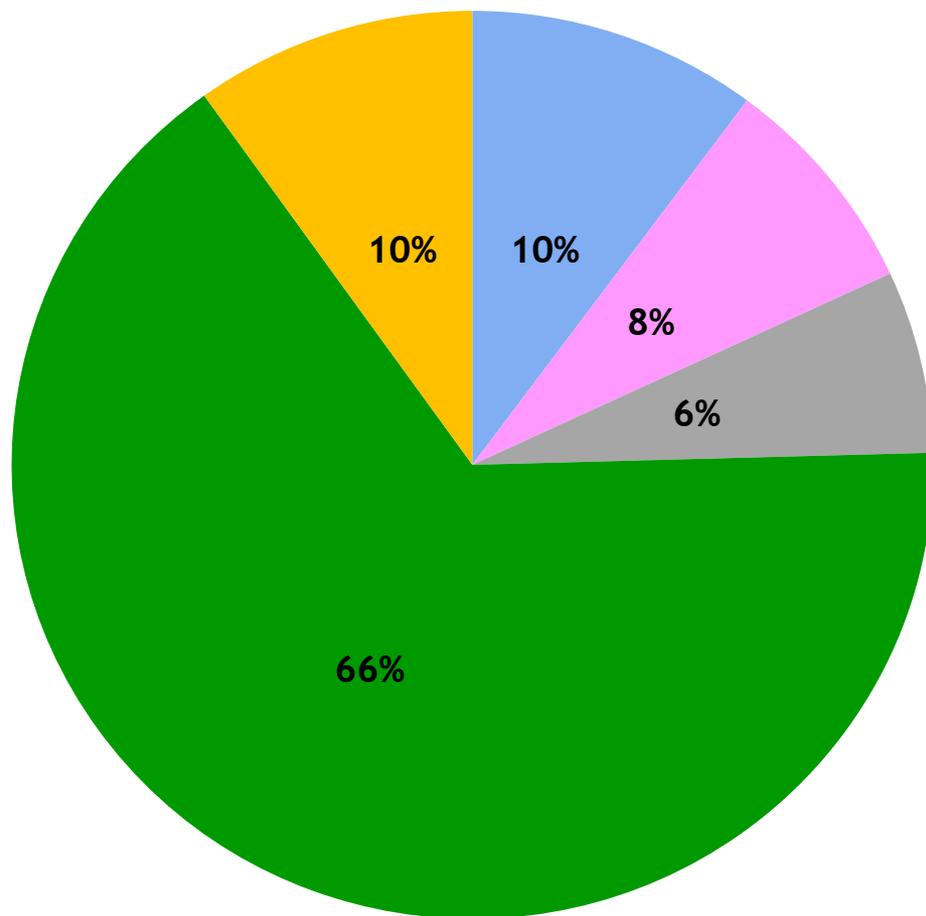
Le richieste di accesso fisico



I vantaggi per la PA derivanti dalla pubblicazione di dati aperti

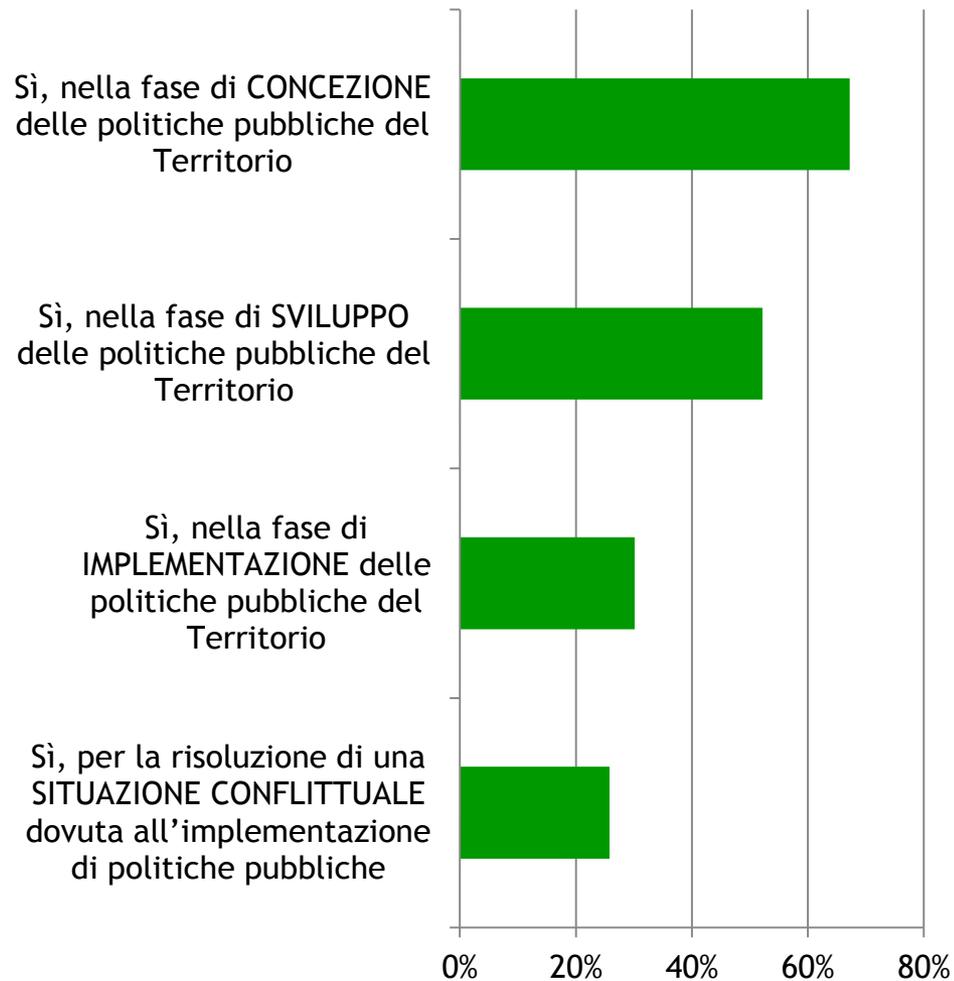
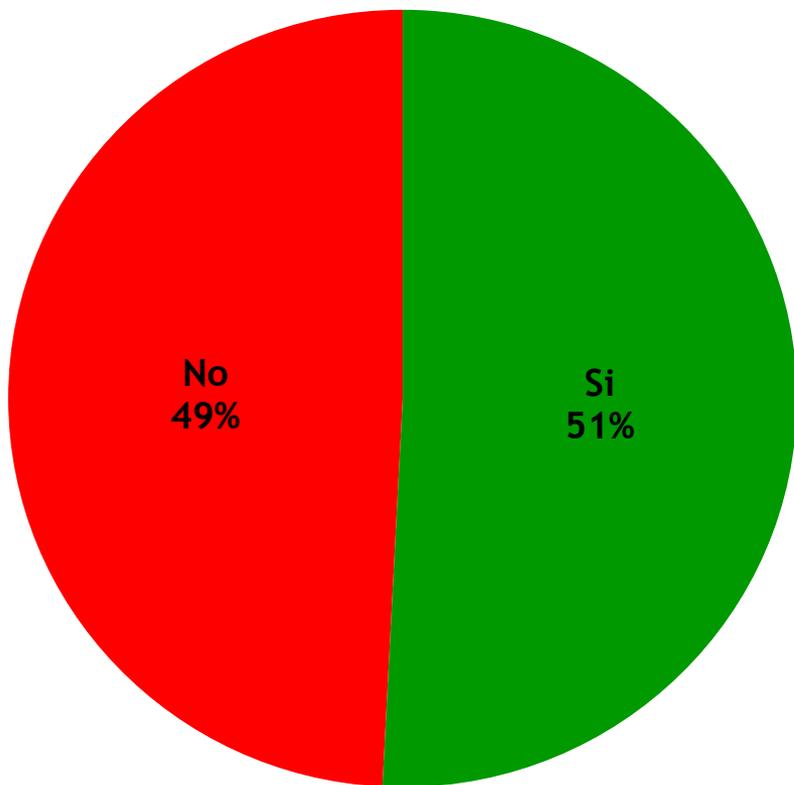


I vantaggi per il territorio derivanti dall'accesso libero ai dati pubblicati dall'Ente

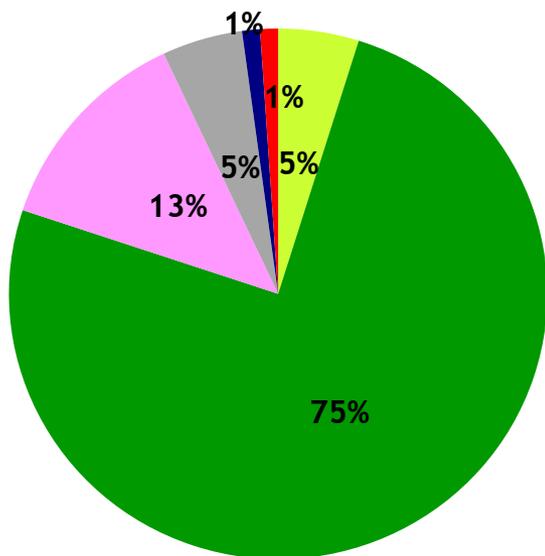


- Consente ai cittadini di verificare le azioni anti-corruzione poste in essere dall'Ente
- I dati possono essere utilizzati dalle imprese per sviluppare nuovi servizi e attività economiche
- In ottica di marketing territoriale, la pubblicazione dei dati aperti costituisce un vantaggio competitivo per i territori che possono mettere in evidenza asset e servizi erogati
- La pubblicazione dei dati così come definiti dal decreto trasparenza consente ai cittadini un maggiore controllo dell'operato dell'Ente, soprattutto in ottica di accountability
- Viene facilitato l'accesso diretto ai referenti interni dell'Ente

L'attivazione di processi partecipativi

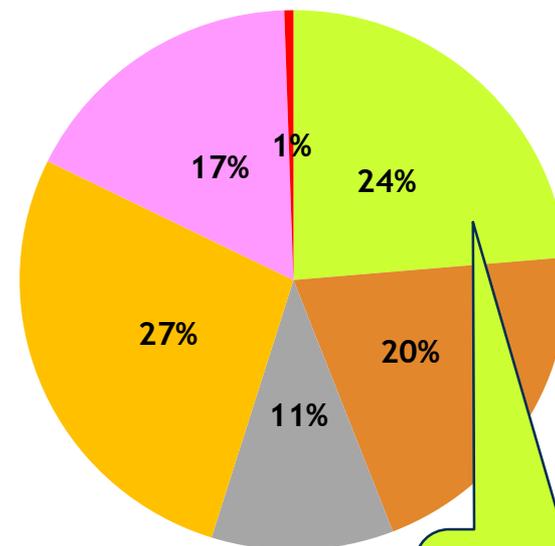


Chi attiva i processi partecipativi



- Altro soggetto
- Il Sindaco / il Presidente
- L'Assessore con la delega interessata dall'attivazione del nuovo servizio/politica pubblica
- L'Assessore con le deleghe all'innovazione
- La Direzione a cui fa capo la struttura di comunicazione dell'Ente
- La Direzione interessata dall'attivazione del nuovo servizio/politica pubblica

Chi gestisce i processi partecipativi

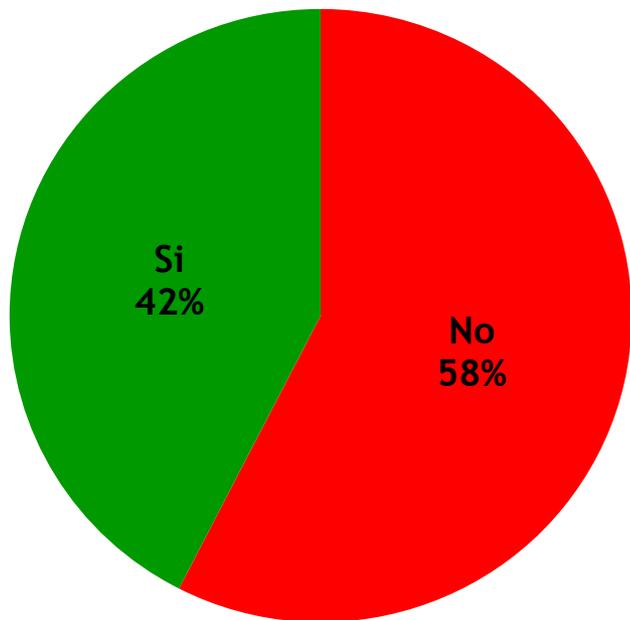


- Altro soggetto
- L'Ufficio Relazioni col Pubblico (URP)
- L'ufficio o l'unità organizzativa con delega ai Sistemi Informativi
- Un gruppo di lavoro ad hoc trasversale alle Direzioni dell'Ente, composto esclusivamente da personale interno
- Un gruppo di lavoro composto sia da personale dell'Ente sia da professionisti esterni

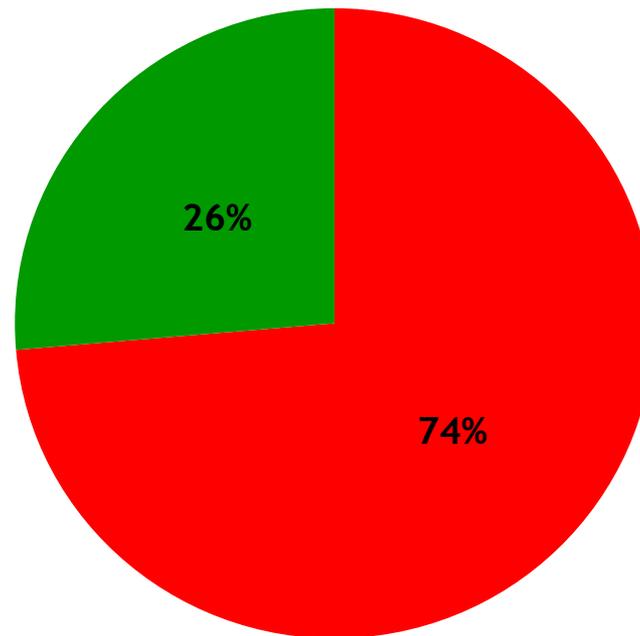
**Segreteria del Sindaco
Ufficio del Segretario Generale**

Il livello di strutturazione del processo partecipativo

Definizione degli obiettivi strategici e operativi, della durata, delle regole di partecipazione e degli strumenti da utilizzare

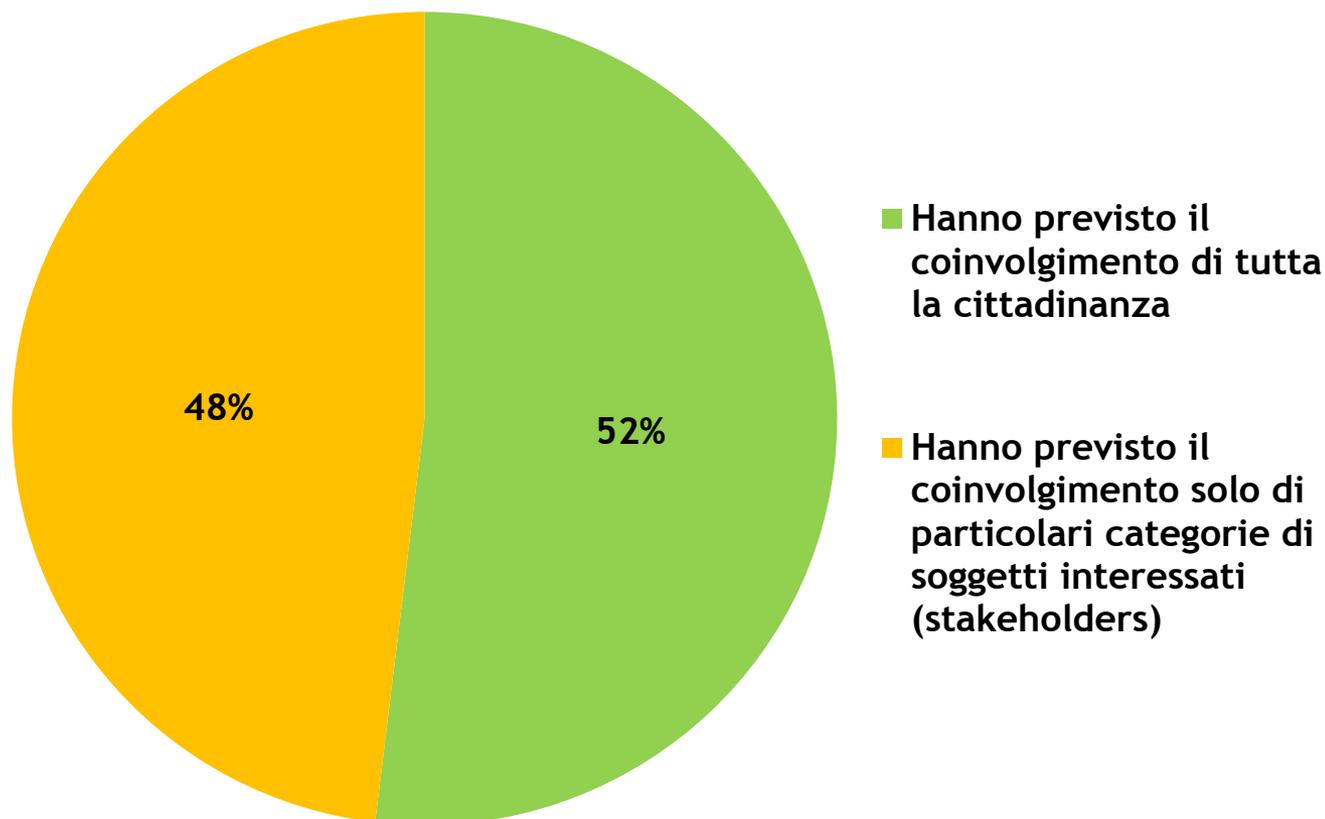


La formalizzazione in leggi e normative dell'Ente dei processi partecipativi

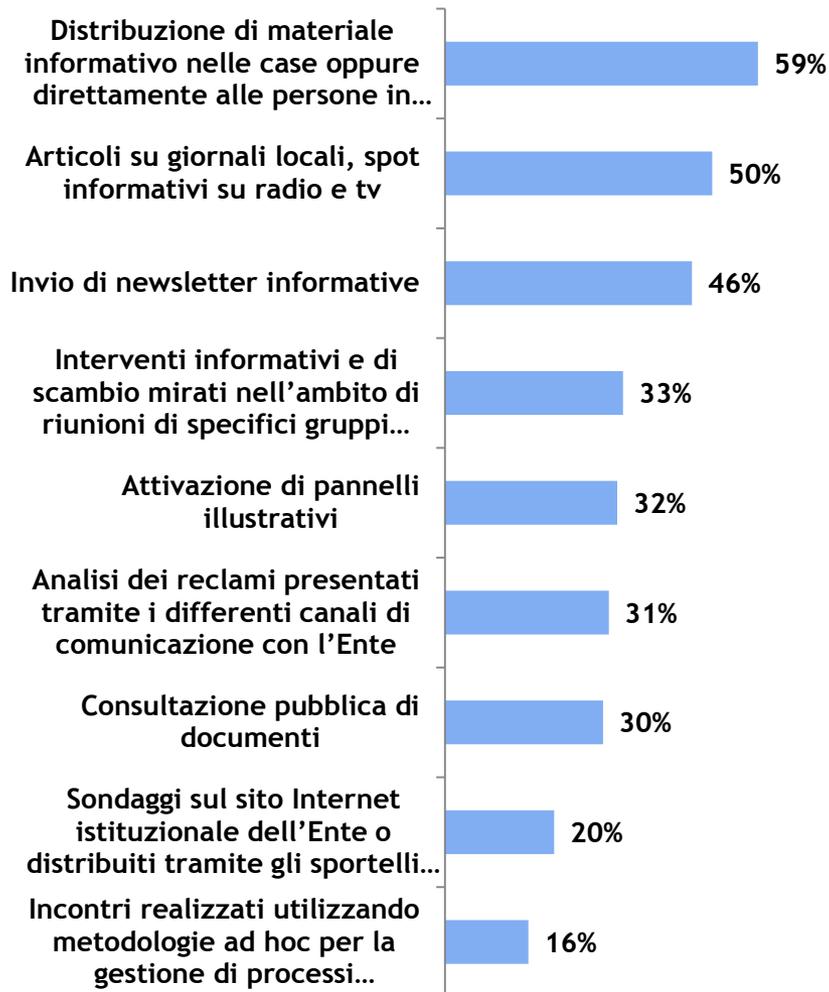


- No, si tratta di un modello il cui utilizzo viene deciso di volta in volta, a seconda della politica/servizio da implementare
- Si, i processi partecipativi sono un modello pianificato e integrato all'interno della strategia dell'Ente

Gli eventuali processi partecipativi che sono stati attivati:



Le metodologie utilizzate per svolgere le attività di ascolto, dialogo e partecipazione



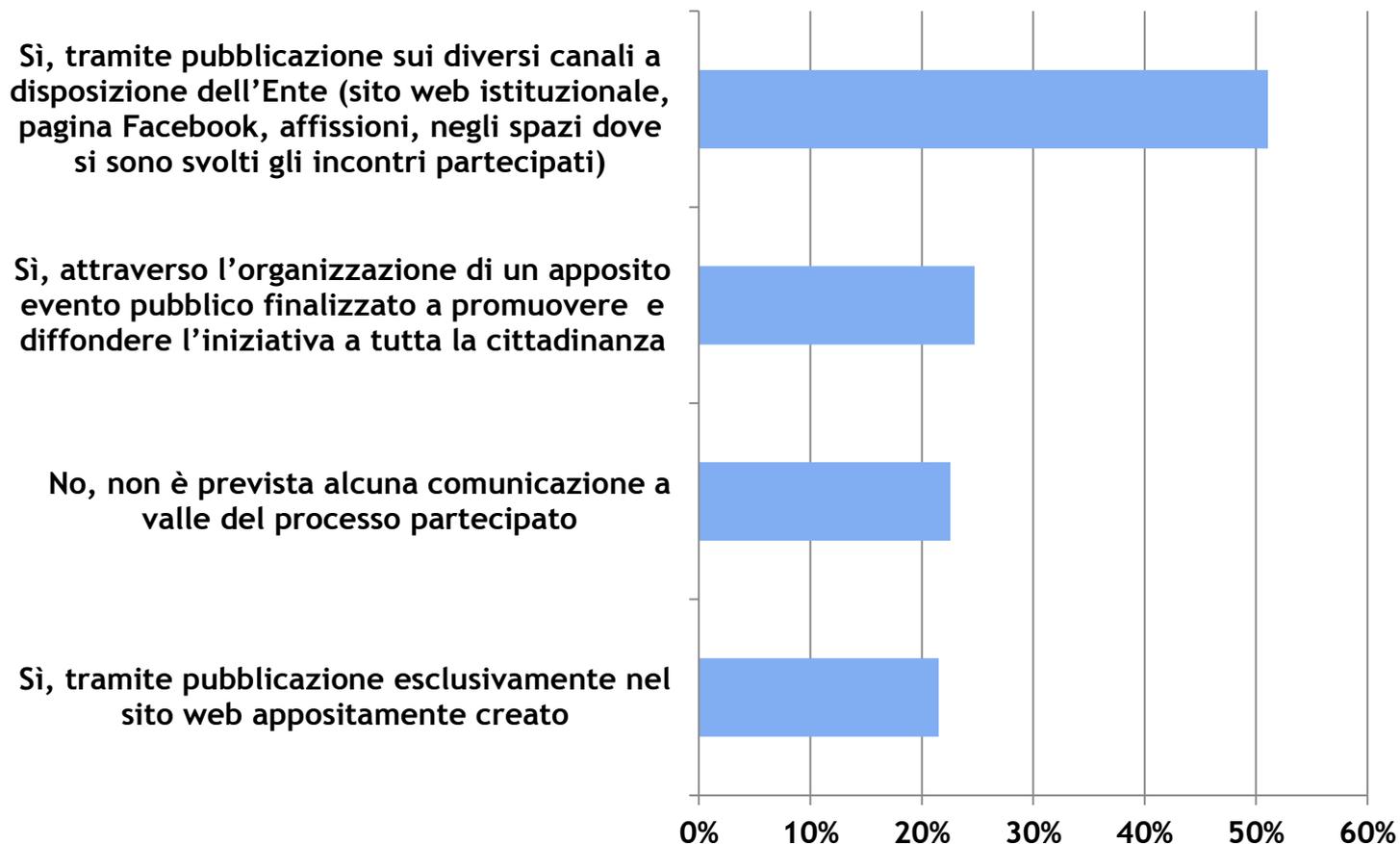
Risultano di scarso utilizzo (meno del 15%):

- Bilancio sociale/partecipato
- Utilizzo di piattaforme di consultazione permanente e di semantic analysis
- Sondaggi sui canali di social networking

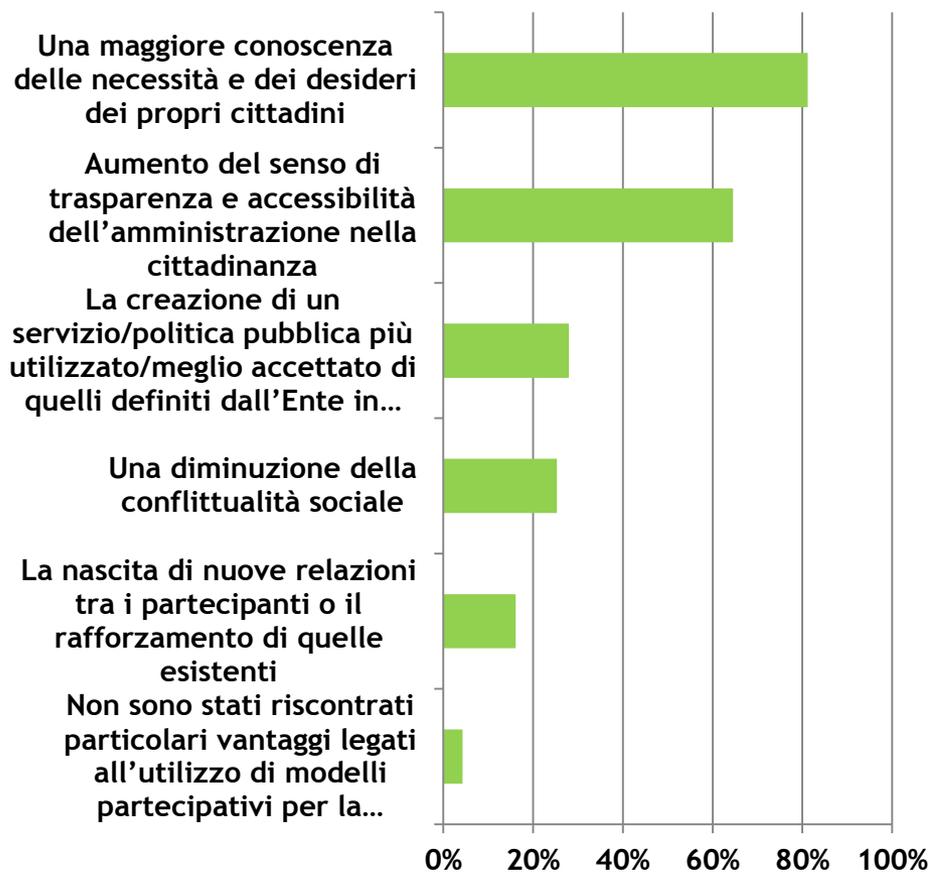
Attività che non necessitano di strumenti web 2.0 ma che portano l'amministrazione «fuori» dal perimetro del palazzo comunale, come:

- Strutture mobili (caravan, camper, container)
- Laboratori di quartiere
- Camminate di quartiere
- Attivazione di punti fisici di riferimento «ad hoc»

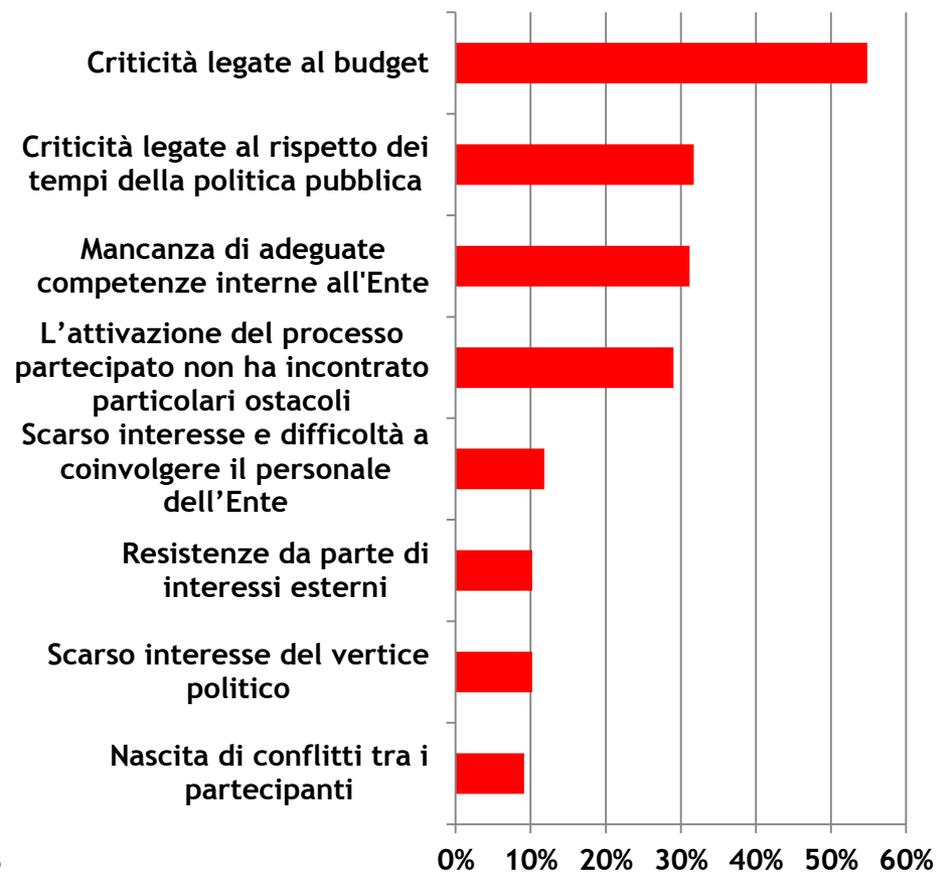
Il riscontro al territorio delle attività svolte e della realizzazione della politica pubblica oggetto del processo partecipativo, a conclusione del processo



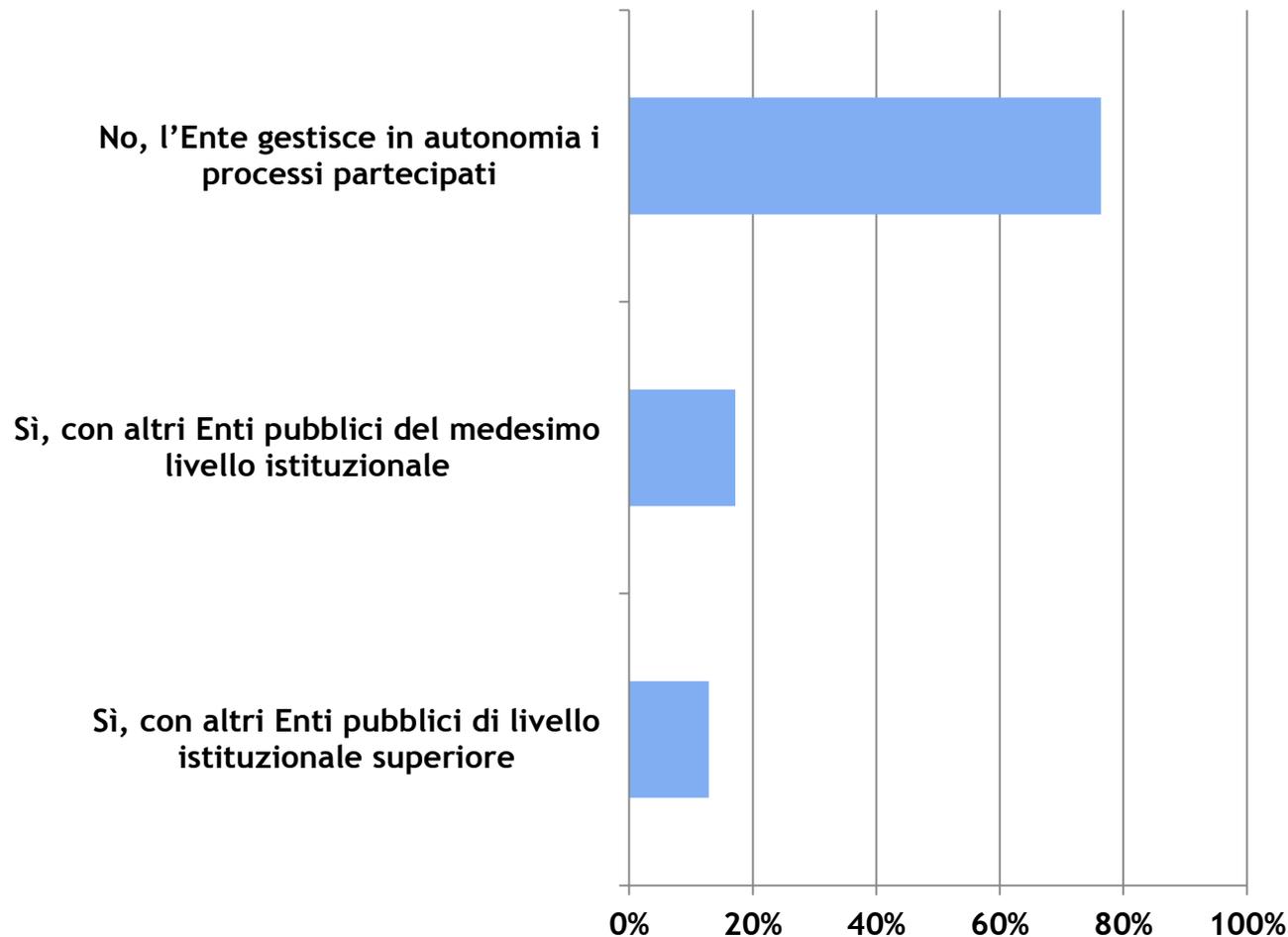
I principali vantaggi derivanti dall'attivazione di un processo partecipativo



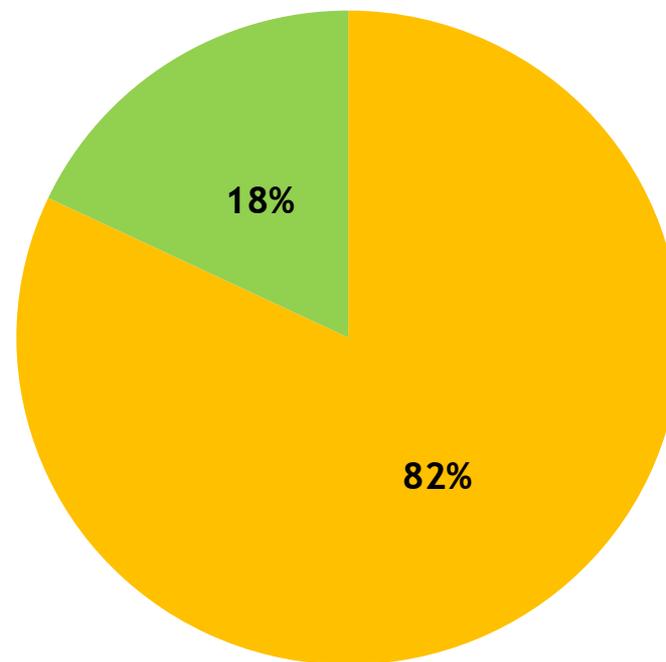
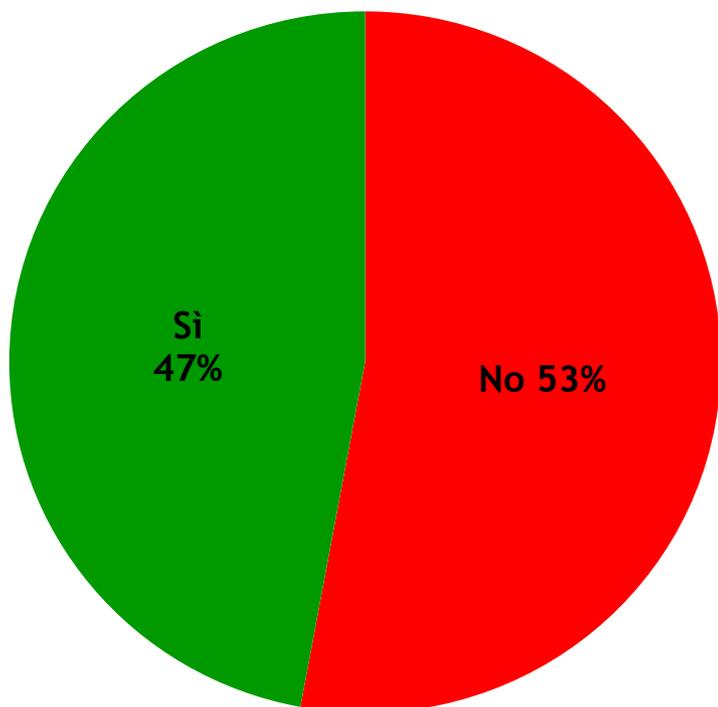
I principali ostacoli nell'attivazione di processi partecipativi



La collaborazione con altri soggetti pubblici nella realizzazione dei processi partecipativi

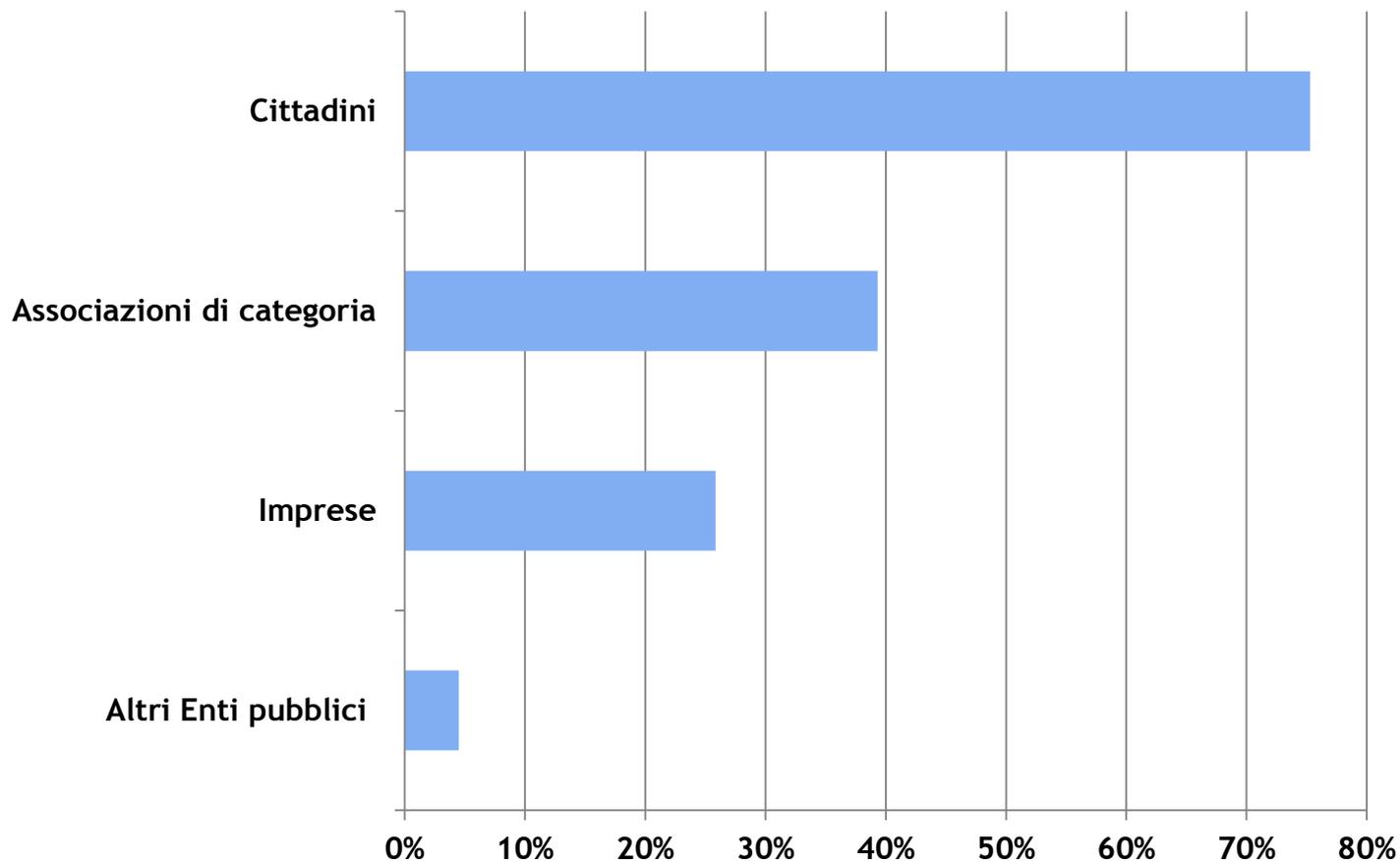


L'utilizzo del contributo diretto della collettività per l'erogazione di un servizio (Crowdsourcing)

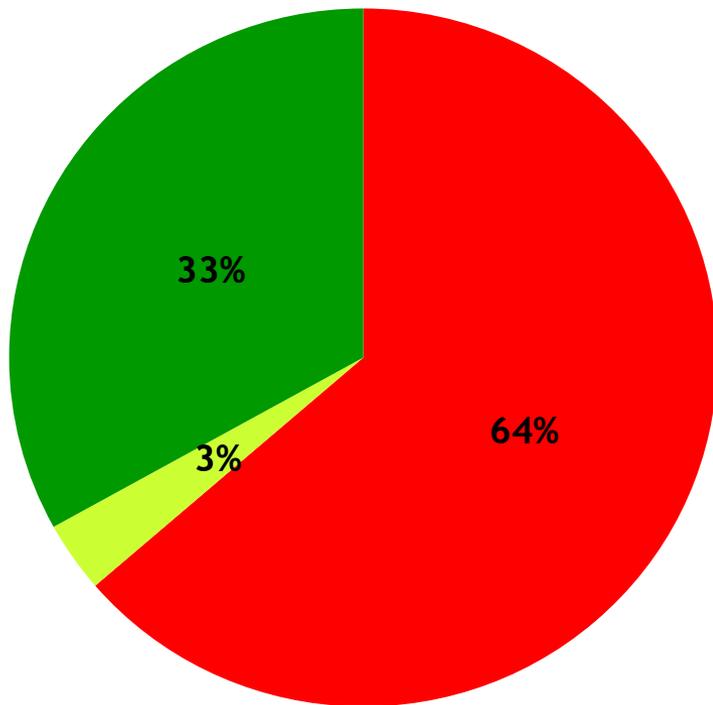


- Sì, iniziative di crowdsourcing che richiedono una partecipazione **ATTIVA** degli utenti del traffico, di infrazioni del codice della strada, ecc.)
- Sì, iniziative di crowdsourcing che richiedono la partecipazione **PASSIVA** degli utenti

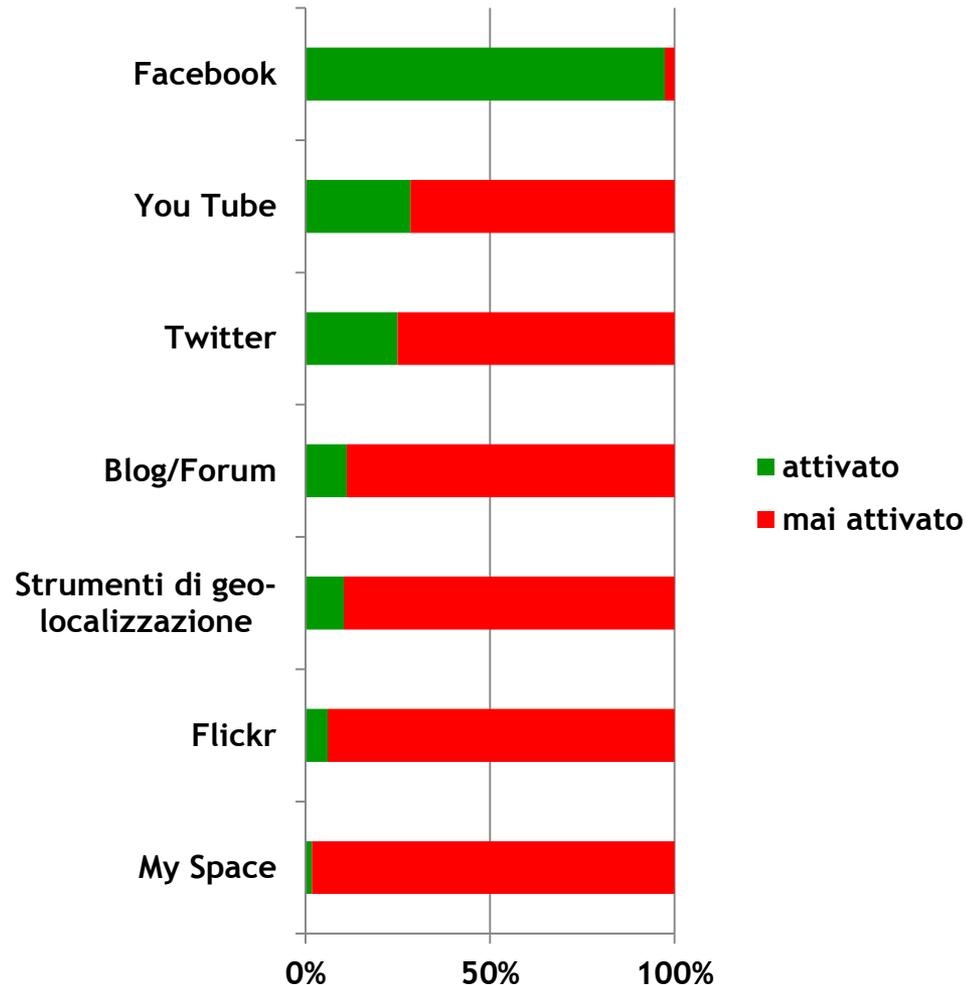
Quale tipologia di stakeholder viene coinvolta nel progetto di crowdsourcing



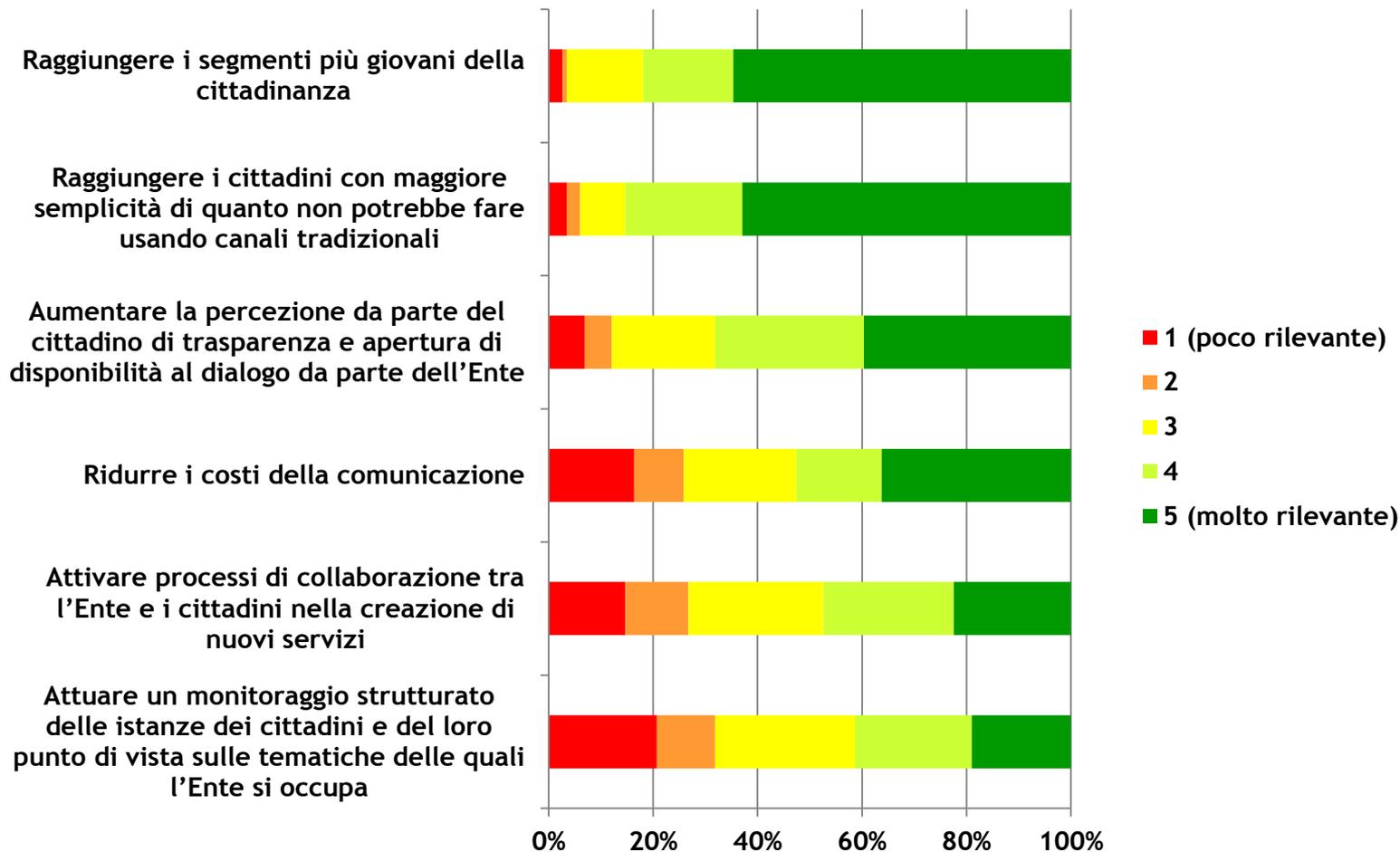
Gli strumenti social utilizzati dall'Amministrazione



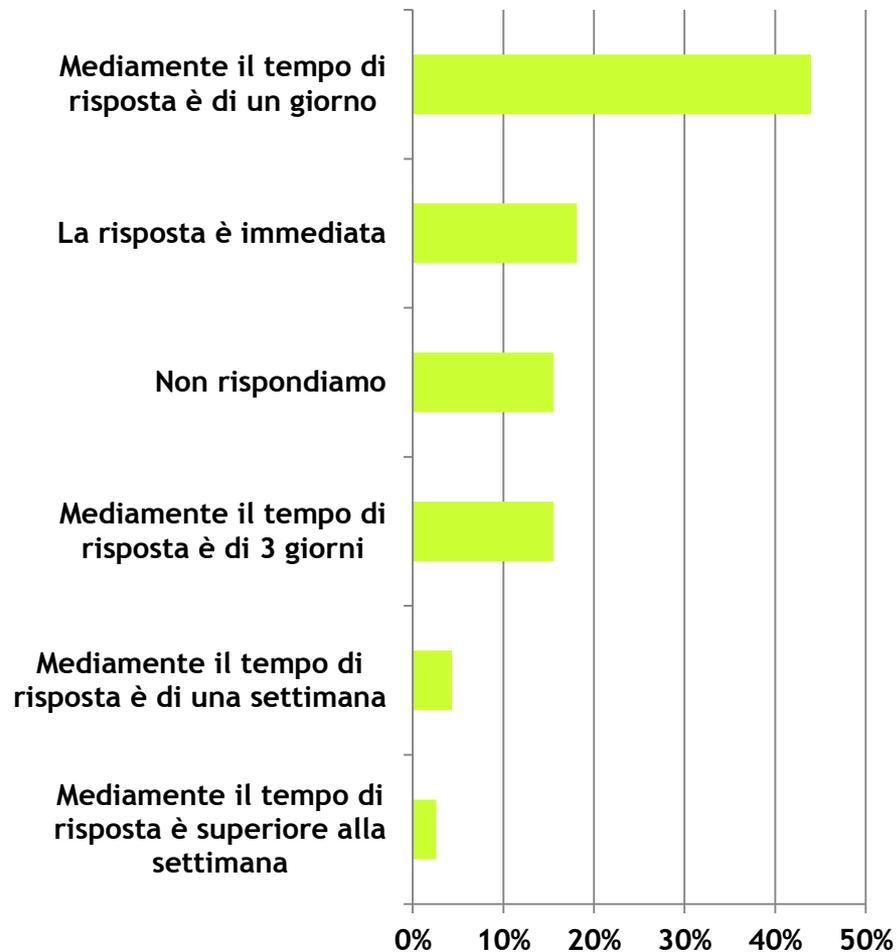
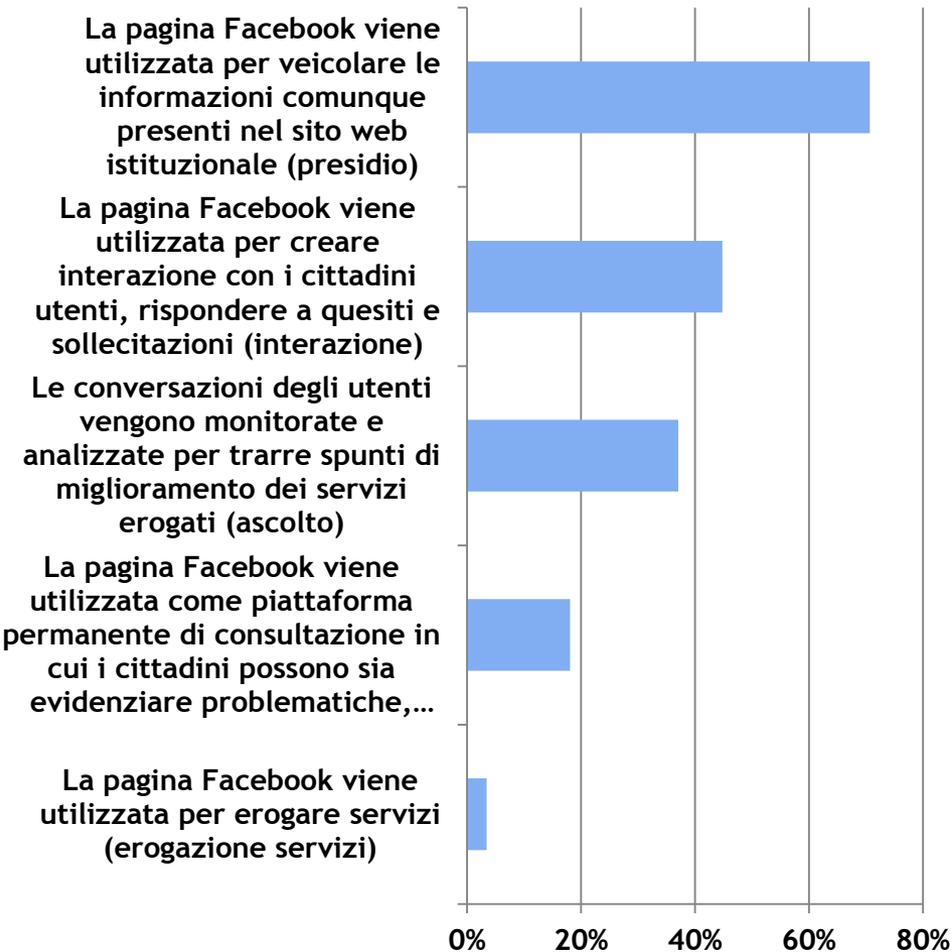
- Non utilizza alcun social media
- Utilizza almeno un social media, ma non Facebook
- Utilizza i social media, tra cui Facebook



Gli obiettivi perseguiti dall'Amministrazione con l'attivazione della pagina Facebook



Il livello di presenza attuato dall'Ente sulla pagina Facebook



PA

Benefici

- immagine
- assunzione di responsabilità per attivare il cambiamento

Gap da colmare

- culturali e di comunicazione

IMPRESE

Benefici

- favorire l'incontro tra Pubblico e Privato
- generare business e nuove opportunità

Gap da colmare

- di comunicazione

- ❑ Fotografia dell'Italia della trasparenza e della partecipazione
- ❑ **Open government: dove e come**



Da una survey sulle modalità di comunicazione istituzionale da parte degli EE.LL.

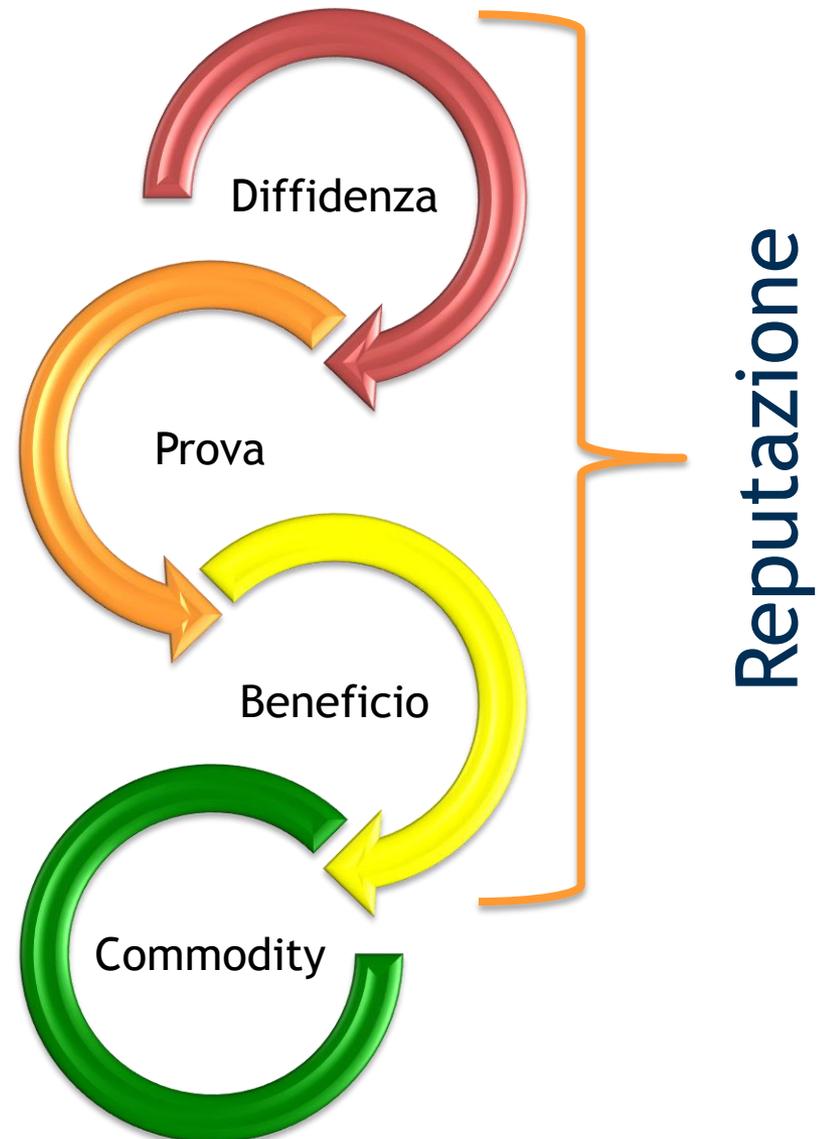
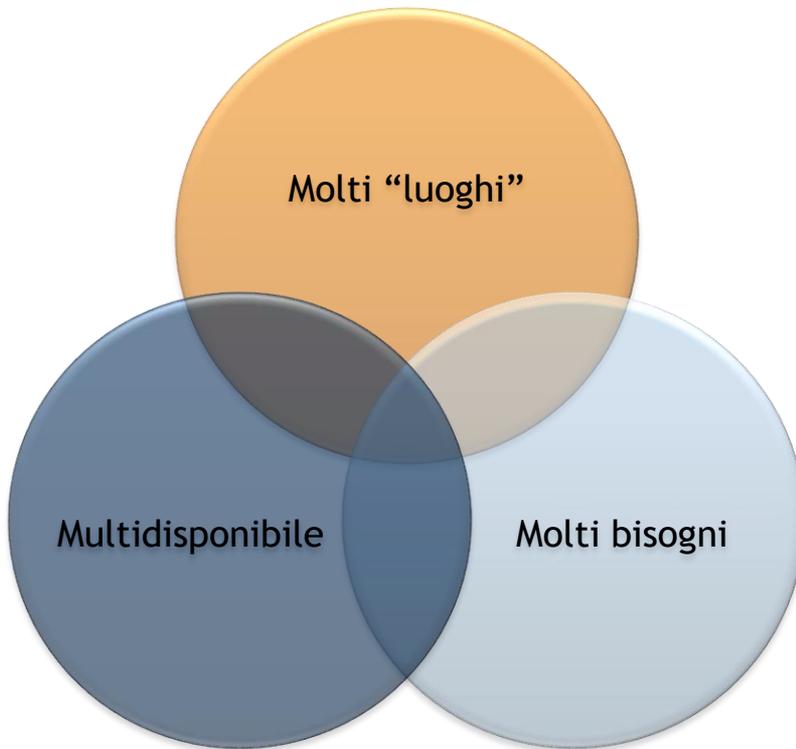
- ❑ Emerge un **approccio prevalentemente indifferenziato** da parte degli Enti nella comunicazione dei servizi di eGovernment in termini di:
 - Obiettivi
 - Target
 - Leve e tipologie di media utilizzati

- ❑ Occorre un **approccio contingente e integrato** per cui, a seconda delle tipologie di contesti, di servizi e di bisogni, corrispondano diverse leve, canali, attori da coinvolgere nel processo di comunicazione.



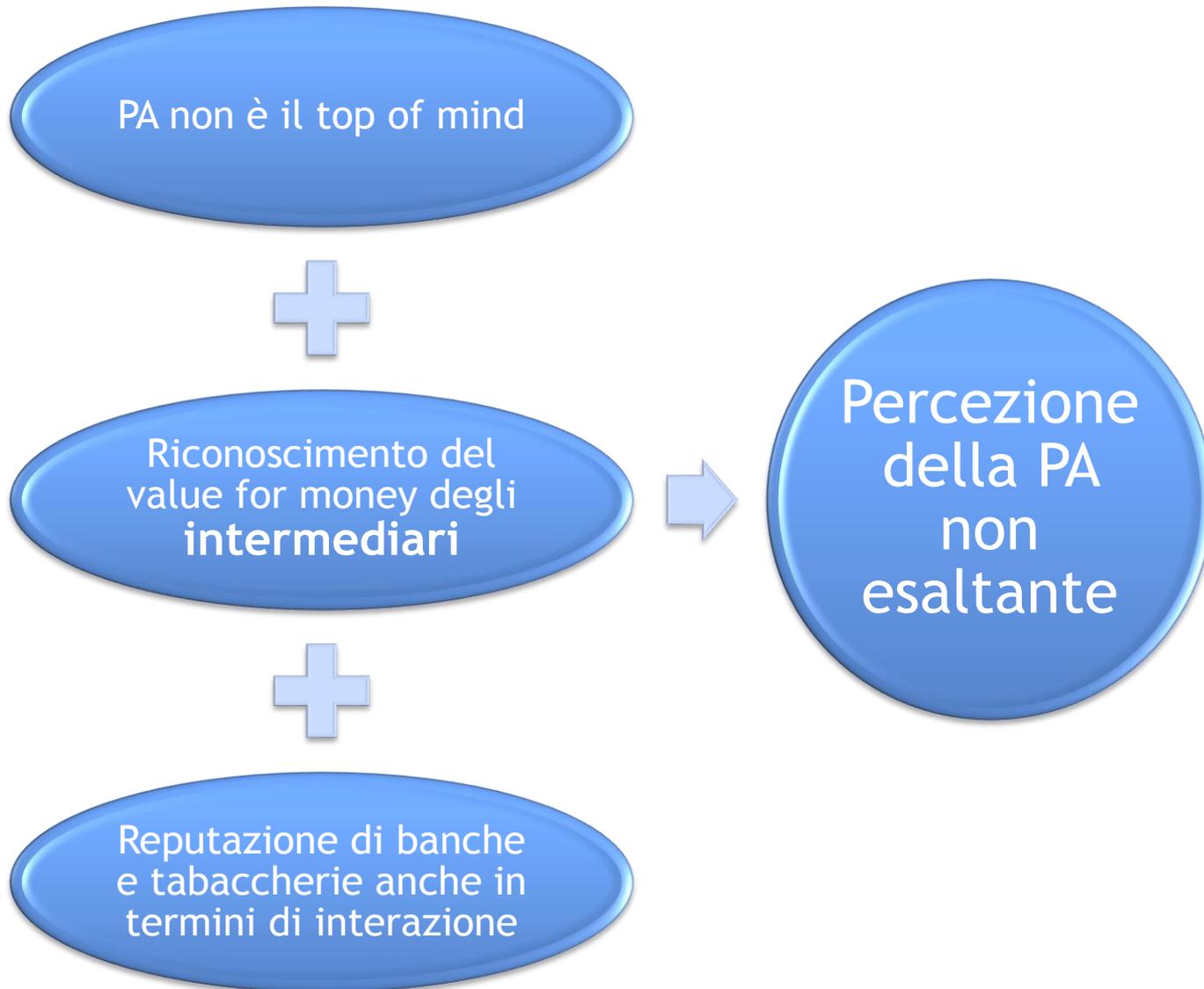
Multicanalità

Cosa significa
multicanalità per
cittadini e imprese?



Alcune considerazioni emerse

Il ruolo degli intermediari



5 messaggi-chiave

1. Multicanalità è una esigenza

- Non è questione di se, ma di come potenziarla

2. I bisogni degli utenti sono diversi e variabili

- Sviluppare la capacità di ascolto

3. Le socio-demografiche tramontano come variabile di segmentazione

- Non ragioniamo per stereotipi

4. E' questione di percezioni, non di "verità"

- Monitorare la soddisfazione e la reputazione

5. Il beneficio crea anche reputazione

- Multicanalità come canale di aumento della soddisfazione

Ampliare i canali e gli spazi di partecipazione e il coinvolgimento attivo degli attori...

...per aumentare la soddisfazione e la coerenza dei servizi erogati della PA, ai reali bisogni di cittadini e imprese





Osservatorio eGovernment 2013-14

Grazie per l'attenzione!

Claudio Russo, Laura Vergani
Webinar Formez - 12 Marzo 2014

IN COLLABORAZIONE CON



AGENZIA PER L'ITALIA DIGITALE



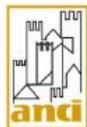
Presidenza del Consiglio dei Ministri



Tecnologia utile



Ministero per la Coesione Territoriale



Centro Interregionale per i Sistemi
informatici, geografici e statistici



UPI



Progetti integrati per lo sviluppo



eContent Award Italy
premio per il miglior contenuto in formato digitale

CON IL SUPPORTO DI PARTNER



CONSORZIO CBI
customer to business interaction



INTESA SANPAOLO



LINEA.com aem.com