

Farsi capire nella smart city



Il marketing dei servizi per la cittadinanza. Grazie al web, ai social network e alle tecnologie innovative, Urbano Creativo si propone come consulente di comunicazione, aiutando le imprese e la PA a gestire meglio i loro progetti

L'abbattimento di barriere e distanze legato alla diffusione della comunicazione ubiqua e istantanea del web ha davvero svuotato di senso l'antica professione del geografo? Emanuela Donetti non la pensa affatto così. Geografa, studiosa dell'impatto dell'urbanistica sui paesaggi delle città, la fondatrice di Urbano Creativo (www.urbanocreativo.it), non solo è convinta che ci sia sempre più bisogno di una lettura approfondita del mondo che ci circonda e dei luoghi in cui ci muoviamo, naturali o artificiali che siano. Ma anche sul piano della comunicazione ritiene che ci sono ancora tantissime cose da dire, soprattutto quando si tratta di prendere coscienza, come cittadini, delle decisioni, degli interventi, dei nuovi servizi realizzati soprattutto dalle pubbliche amministrazioni e dalle imprese rivolte alla collettività.

«La nostra esperienza nasce dopo una prima opportunità che si era venuta a creare nel 2006 attraverso il concorso Start Cup, bandito dalla Regione Lombardia» – racconta Emanuela Donetti. «Io ho studiato da geografa e avevo iniziato a lavorare come giornalista economica. La mia socia, Micaela Terzi, proveniva dal ramo comunicazione dello IED di Milano ed era diventata cronista. Insieme, ci siamo immaginate la città come possibile piattaforma per le nostre professioni, partendo dalla scoperta che nelle città esisteva un gap tra cittadinanza e amministrazioni pubbliche e che queste ultime spesso faticavano a fare in modo che un progetto, anche il più bello

sulla carta, fosse capito e amato dagli abitanti». Come un bambino, un progetto cresce meglio se viene amato e compreso e questa è in un certo senso la missione di Urbano Creativo: gettare un ponte di comprensione tra realizzatori e fruitori, non solo nell'ambito dei progetti di natura urbanistica, dei pubblici servizi in primo luogo e in parte nelle relazioni tra consumatori e mercato. I servizi sono a vocazione pubblica e vengono erogati a clienti, organizzazioni pubbliche o private, che a loro volta si interfacciano con un certo numero di persone. Promotori immobiliari che si pongono il problema della sostenibilità energetica o ambientale delle aree edificate. Comuni alle prese con i piani di mobilità. Aziende di trasporto locali che devono riformulare la loro cartellonistica o la cartografia. Ospedali che promuovono sul territorio nuovi servizi e dotazioni. A tutti questi soggetti Urbano Creativo si affianca per dare inizialmente consulenza strategica, o consigliando i punti da inserire nei business plan; e intervenendo poi con soluzioni ad hoc, non limitandosi necessariamente agli aspetti comunicativi, ma implementando attività e servizi concreti. «Nel quadro di una collaborazione con un'azienda sanitaria locale – per esempio – possiamo organizzare un sistema di punti di raccolta e disseminazione delle informazioni, consentendo ai pazienti di rivolgersi direttamente alle sedi dei comuni, senza essere costretti a recarsi ogni volta in un ospedale, riducendo tempistiche e flussi».

Lo sguardo rivolto al futuro – Il lavoro di Emanuela e Micaela ha per definizione un occhio rivolto al futuro, al cambiamento, alla trasformazione. Cose che paradossalmente vengono a mancare, o sono percepite con sospetto, per colpa di una cattiva comunicazione. «Puoi progettare il parco più bello del mondo, ma se lo costruisci dove non serve, resterà deserto. Il punto è che sempre più spesso il cittadino si oppone a tutto quello che viene dalla politica, il sentimento "nimby", "not in my back yard" è sempre più forte. Il fatto è che dicendo sempre di no, rischiamo di perdere le possibilità

di vivere un cambiamento positivo, ci neghiamo anche le opportunità di avere un futuro migliore». Proprio per questa naturale apertura verso il nuovo, Urbano Creativo è una realtà immersa nelle nuove tecnologie. «L'esigenza del cliente PA è stabilire nuovi punti di contatto e stimolare un dialogo in grado di favorire il varo di un progetto, abbattendo in pratica le barriere tra amministratori e amministrati. E ci siamo presto rese conto che era indispensabile operare con tutti gli strumenti tecnologici possibili» – spiega Emanuela Donetti. «La tecnologia distrae, “gamifica”, gli spazi virtuali della rete diventano una seconda piazza, dove tutti possono alleggerirsi delle loro preoccupazioni». Insomma, una camera di compensazione ideale per discutere, imparare, esprimere e fugare i propri sospetti. La capacità di trovare una soluzione davvero “multimediale” alla gestione dell'antico rapporto tra cittadini e PA ha portato alla scoperta di un mondo di strumenti inaspettati, che secondo la co-fondatrice di Urbano Creativo hanno consentito alla giovane, ma ormai esperta società comasca di concepire diversi nuovi progetti.

Idea vincente – Anche se la partecipazione a quella prima Start Cup non si tradusse in una vittoria, il Politecnico di Milano rimase colpito dall'approccio interdisciplinare delle due comunicatrici e offrì loro di proseguire la loro esperienza all'interno dell'incubatore di impresa della stessa università tecnologica. «È stato un periodo bellissimo perché potevamo lavorare insieme ad altre start-up, integrandole nei nostri progetti ed estendendo le nostre competenze». Come naturale conseguenza del principio per cui la città è smart se lo sono i suoi abitanti, nel momento della sua fondazione Urbano Creativo, una decina di collaboratori in tutto, ha optato per una sede più periferica, inserita in un paesaggio molto più rilassante, in un contesto più raccolto. La sede del resto mette solo a disposizione un preciso spazio di riferimento, il lavoro si svolge in piena mobilità, in interconnessione con una clientela molto più estesa. Con il tempo e l'accumularsi delle esperienze, la piccola società ha

avviato anche una propria strategia di comunicazione e formazione. Nasce così il portale informativo www.urbanocreativonews.it, un sito continuamente aggiornato, concepito come un vero e proprio osservatorio sulle smart city e i loro servizi, con una ricca sezione video piena di interviste e animazioni sui temi della sostenibilità, dell'ecocompatibilità e dell'economia della condivisione, la cosiddetta "sharing society". Quest'anno dovrebbe partire un consorzio tra Urbano Creativo e tre altre imprese per l'offerta di servizi di assessment qualitativo dei servizi al cittadino, con l'idea di offrire agli amministratori locali strumenti di valutazione che aiutino a prendere decisioni più mirate. Tre anni fa, Urbano Creativo ha anche contribuito a dar vita a una società spin-off (Mobirev), che si occupa di soluzioni per la pianificazione e la bigliettistica dei viaggi multimodali. Il lavoro non manca per un'imprenditrice della comunicazione che crede molto nelle tecnologie abilitanti della società della partecipazione. Una società che ha ancora bisogno di molti ponti.

[Andrea Lawendel](#)