

# Agire per l'agenda

Pisa, 12 ottobre 2014

Report di sintesi dei  
contenuti emersi dai tavoli  
di discussione



# Premessa

La cornice “pop” dell’Internet Festival è diventata lo scenario per un incontro/confronto tra soggetti istituzionali e appassionati di Internet per parlare dei temi portanti dell’Agenda Digitale, l’insieme di azioni e norme per favorire sviluppo economico, progresso sociale e innovazione utilizzando strumenti avanzati in ambito tecnologico e comunicativo.

L’evento, organizzato all’interno del suggestivo Bastione San Gallo, si è declinato come una occasione di incontro tra esperti, amministratori, blogger, professionisti, imprenditori, con l’obiettivo di mettere a confronto idee e punti di vista ma soprattutto, grazie a una modalità di lavoro strutturata e guidata da facilitatrici esperte, di imbastire tracce di lavoro operative, produrre indicazioni pratiche e lanciare proposte che possano tradursi in politiche, interventi concreti e iniziative legislative.

A questo scopo il format dell’evento ha avuto un’impronta fortemente partecipativa: gli esperti invitati non hanno seguito il classico approccio da convegno o “tavola rotonda” con interventi preparati e frontali ma sono stati chiamati a confrontarsi in modo interattivo con tutti i partecipanti nell’ambito di veri e propri tavoli di lavoro, con un approccio orientato all’ascolto attivo e all’interazione costruttiva e finalizzato a produrre, al termine della discussione,

anche indicazioni concrete.

I partecipanti all’evento si sono confrontati nell’ambito di cinque tavoli tematici che hanno lavorato in parallelo su cinque diversi temi cruciali relativi all’agenda digitale. Ai tavoli sedevano esperti e amministratori invitati dal comitato scientifico dell’IF e interessati a vario titolo ai temi in questione che avevano presentato la propria candidatura per partecipare ai workshop. Il concept dell’evento puntava infatti a mettere in connessione mondi diversi uniti dall’interesse per il tema e che, proprio in ragione della diversità di prospettiva, potessero portare un contributo utile e costruttivo al dibattito.

I tavoli di lavoro sono stati facilitati da moderatrici esperte, animati anche via web (nella stanza dedicata all’Agenda Digitale all’interno della sezione “Partecipazione” della piattaforma Open Toscana <http://open.toscana.it/web/agire-per-agenda/home>) e seguiti nel dibattito attraverso tutti i canali social.

Silvia Givone (Sociolab)

*Un ringraziamento speciale a Marco Bani, Cecilia Manzo, Francesca Mazzocchi per il preziosissimo lavoro svolto all’interno del think team per la sintesi dei commenti pervenuti dai tavoli di lavoro.*

# Tavolo #1 - Internet of (every)things

## Partecipanti:

Ernesto Belisario  
Vittorio Bugli  
Michele D'Alena  
Flavia Marzano  
Carlo Mochi Sismondi  
Maurizio Napolitano  
Dino Pedreschi  
Silvia Rigacci  
Stefania Mele  
Calogero Ravenna  
Claudio Anastasio

## Facilitatrice:

Lorenza Soldani (Sociolab)

La discussione è stata ricca di spunti grazie alla presenza di esperti del settore e di amministratori che si sono confrontati partendo da punti di vista diversi ma con l'obiettivo comune di individuare priorità ed azioni per la diffusione dell'innovazione nella Pubblica Amministrazione.

Sul tema degli Open Data si è concentrato la maggior parte del dibattito: come organizzarli, come renderli realmente utilizzabili da tutti, come favorire una cultura del dato sia all'interno della PA che all'esterno. Se, secondo la maggior parte dei partecipanti, elemento fondamentale per la diffusione di una cultura del digitale è la predisposizione di infrastrutture che garantiscano la connessione in tutto il territorio regionale, l'Assessore Bugli sottolinea l'importanza di una coresponsabilizzazione su un tema che vede più attori coinvolti.

In generale tutto il tavolo è concorde nel definire che i principali compiti della PA sono:

- Favorire la connettività;
- coinvolgere la struttura interna;
- promuovere azioni di divulgazione sui temi del digitale;
- fornire i dati disponibili e attendibili;
- favorire la correlazione con le banche dati

istituzionali;

- organizzare momenti di costruzione delle banche dati.

Rispetto ai punti evidenziati appare fondamentale un coinvolgimento sempre maggiore di tutti i soggetti che potenzialmente possano fornire e utilizzare i dati. In Italia iniziano ad essere sempre più numerose le buone pratiche ma rimangono sempre piuttosto isolate perché continua a mancare una cultura del dato. L'esperienza Toscana è considerata da tutti i partecipanti del tavolo una grande occasione di sperimentazione metodologica in cui lavorare per accrescere la cultura del dato, motivare la PA e coinvolgere il cittadino.

La forza di un progetto come questo è di mettere in condivisione esperienze e metodologie lavorando su piani e temi diversi. Una proposta emersa dal gruppo è quella di partire dalle priorità della Giunta, per ogni settore dalla PA, su cui organizzare un momento di costruzione e coprogettazione degli Open Data.

# Tavolo #1 - Internet of (every)things

“ Ogni camera di commercio, ogni biblioteca, ogni urp, etc deve poter raccogliere l'invito all'innovazione ed essere messa in grado di capire la potenzialità degli open data.”

“ Ancora sono in molti ad avere l'idea che gli open data siano dei forzieri chiusi con tante cose preziose ma sconosciute dentro.”

“ Il rischio forte è di mettere il vino buono in botti vecchie. Dobbiamo lavorare per creare *empowerment* dentro la PA e *engagement* del cittadino. ”

“ La Regione potrebbe organizzare momenti di questo tipo, tavoli di lavoro, su tematiche specifiche a cui partecipano esperti, amministratori, soggetti di varia provenienza che aiutino a organizzare il lavoro e sviluppare soluzioni.”

1

Due Livelli di intervento: uno interno alla PA, implementare le infrastrutture e la parte strumentale - la Regione in questo senso gioca un ruolo fondamentale per dettare linee guida - ogni politica deve avere un processo interno legato agli open data altro livello su cui intervenire è quello culturale; l'altro esterno alla PA, il coinvolgimento per il cittadino e la co progettazione per stabilire criteri di priorità.

2

Open data legati a esigenze/politiche/servizi: la cosa fondamentale per far partire una innovazione profonda è creare la consapevolezza di cosa ci possiamo fare.

3

Portare esempi di quello che è stato fatto in questi anni. Esempi su come monitorare l'andamento del benessere di una città. Gli esempi ci aiutano a focalizzare la questione: motivano la PA e il cittadino (singolo o impresa).

4

Partire da alcuni settori (sanità, mobilità, etc.) in cui la PA ha un data set importante. Serve un traduttore che aiuti le PA e i cittadini a capire i dati e ad utilizzarli.

5

E' necessaria una mobilitazione regionale capillare: necessario ricostruire la fiducia anche attraverso la costruzione di tavoli di co progettazione con i dipendenti della PA oltre che con i cittadini. Mettere in condivisione (tecnici e politici) esperienze e metodologie.

# Tavolo #2 - Innovazione sociale, cultura e turismo

## Partecipanti:

Davide Agazzi  
Francesca Chiocci  
Mirko Lalli  
Alessandro Minnino  
Sara Nocentini  
Giancarlo Sciascia

## Facilitatrice:

Margherita Mugnai (Sociolab)

Il gruppo ha trattato il tema del digitale per l'innovazione culturale e il turismo in maniera interconnessa, portando numerosi esempi di buone pratiche e concentrandosi su tre ambiti centrali: la preparazione al cambiamento dei territori e delle comunità, lo sviluppo di adeguate politiche coerenti e integrate e il supporto alla nascita di una cultura imprenditoriale e pubblica legata all'utilizzo del digitale per la valorizzazione del patrimonio culturale e per il rilancio del turismo.

Tra le principali **criticità** individuate: una politica culturale che investe più in conservazione che in valorizzazione; la difficoltà di sviluppare esperienze imprenditoriali nel settore culturale e superare la dimensione di "volontariato"; la quota ancora sostanzialmente residuale dell'economia del digitale in Italia (3%), rispetto ad altri paesi come l'Inghilterra (10%); la mancanza di una cultura dell'accoglienza nei territori, nelle strutture ricettive e nelle istituzioni culturali, e di una reale consapevolezza delle potenzialità del digitale per massimizzare fruizione culturale e turistica; la mancanza di politiche coerenti ed interconnesse che lavorino per obiettivi e risultati e non per settore e che coinvolgano tutti gli attori nell'adeguamento dell'offerta territoriale necessaria a "creare la destinazione".

Tra le notevoli **opportunità** individuate: l'alto ritorno sugli investimenti in banda larga e turismo; la presenza in Italia di una economia della cultura sviluppata e la crescita del turismo culturale nello spostamento di flussi; i contenuti divenuti ormai tra i driver principali per influenzare nuovi viaggiatori culturali e la presenza in Italia di una messe di dati da aggregare, mettere in rete e condividere; la coesistenza nel nostro paese di tanti degli elementi necessari a creare destinazioni culturali e turistiche che rispondano alle esigenze del nuovo viaggiatore

"esperienziale" in cerca di qualità della vita, cultura e occasioni di scambio con il contesto locale (prova di questo sono il successo di piattaforme come AirBnB e di progetti come le mappe "Act like a local".)

Operativamente, dal tavolo emerge la necessità di progettare **politiche coerenti e orientate ai risultati per rendere ergonomico il territorio**. A monte degli open data, è necessario cioè che le istituzioni mettano a disposizione infrastrutture e investimenti coerenti sui territori, che creino una **cultura dell'accoglienza**, rendano fruibili i precorsi e le traiettorie, combinando in tempo reale servizi digitali e non (tra gli esempi citati: il progetto *Nextour* della Regione Toscana per creare modelli di gestione di destinazioni turistiche; l'opuscolo "*Do you speak turiste*" diffuso dalla Camera di Commercio di Parigi per sensibilizzare le strutture alberghiere rispetto alle diverse categorie di turisti).

Altrettanto importante appare fissare alcuni **standard di presenza online per istituzioni culturali e strutture ricettive**: la creazione di una destinazione è legata molto anche alla capacità di reperire informazioni (molte delle prenotazioni mancate degli hotel sono legate al fatto che le strutture non hanno un sito mobile). E' divenuto imperativo aiutare gli operatori del settore a capire come sono cambiati gli standard digitali e supportarli nel loro processo di adeguamento. Il divario insomma non è solo infrastrutturale, ma anche culturale e accanto agli investimenti in banda larga, che rimane una priorità, è necessario accrescere la consapevolezza degli operatori e una cultura dell'accoglienza attraverso interventi di sensibilizzazione e formazione.

# Tavolo #2 - Innovazione sociale, cultura e turismo

“ Usare open data, social e aggregatori di contenuti per le istituzioni culturali, in maniera funzionale a massimizzare la socializzazione del bene e la sua comunicazione, è un obiettivo pubblico prima che di profitto. ”

“ Per poter beneficiare al massimo delle soluzioni tecniche e tecnologiche nel settore culturale e turistico, la politica deve lavorare in maniera coerente e per obiettivi, non per alleanze. ”

“ Open data: creiamo un Archivio della Bellezza. Una immensa banca dati di turismo e cultura accessibile a tutti da utilizzare in maniera libera. Supererebbe in un colpo solo tutti i problemi legati alla periferia delle destinazioni turistiche e delle istituzioni culturali. ”

1

Open data per la cultura: costruire digital library regionali, archivi della bellezza e banche dati condivise con contenuti digitali di qualità che permettano la diffusione di cultura attraverso un accesso semplice e immediato al patrimonio.

2

Aprire le istituzioni culturali all'esperienza social. Un router aperto in ogni museo affiancato all'invito ai visitatori a commentare l'esperienza museale sui social; l'utilizzo sistematico di soluzioni "a costo zero" come l'hashtag per aggregare i messaggi e la comunità attorno all'istituzione culturale.

3

Creare imprese creative e culturali che attraverso il digitale rispondono ai nuovi bisogni: sostenere lo sviluppo e l'accelerazione di imprese nel settore della cultura e del turismo che sviluppino nuove forme di fruizione e nuove forme di produzione, creando spazi di innovazione e sostenibilità economica del settore. Ad esempio, il Bando Innovazione culturale della Fondazione Cariplo

4

Colmare il *cultural divide* attraverso la formazione degli addetti ai lavori rispetto alle potenzialità del digitale per la comunicazione e la massimizzazione della fruizione e attraverso l'immissione di nuove generazioni di nativi digitali nelle strutture e nelle istituzioni.

5

Valorizzare e rendere sostenibili le piattaforme digitali esistenti: a partire da quelle sviluppare con finanziamenti MIUR per facilitare la comunicazione tra cittadini e istituzioni, questi strumenti hanno un potenziale enorme di costruzioni di reti e comunità che potrebbe essere messo al servizio della valorizzazione culturale e turistica

# Tavolo #3 - Istruzione, ricerca e competenze digitali

## Partecipanti:

Dianora Bardi  
Matteo Bianchini  
Maria Luisa Chiofalo  
Leonardo Croatto  
Emanuele Dattoli  
Annibale D'Elia  
Domenico Laforenza  
Stefano Quintarelli  
Aurora Rapalino  
Donatella Solda  
Emma Pietrafesa

## Facilitatrice:

Giulia Maraviglia(Sociolab)

Il gruppo è risultato composito e la discussione è stata molto ricca grazie all'altrettanto ricca esperienza sul campo dei partecipanti, alcuni referenti di esperienze digitali sperimentali nel campo della scuola, della formazione e della ricerca, altri impegnati quotidianamente nelle classi.

Un concetto ha rappresentato il *leitmotiv* dell'intera discussione: l'arretratezza digitale della scuola trova le sue cause non solo nell'inadeguatezza della dotazione infrastrutturale e tecnologica, ma anche e soprattutto in un modello didattico troppo rigido.

In tal senso i partecipanti hanno sottolineato **la necessità di un reale cambiamento della didattica attraverso l'applicazione del modello della *didattica per competenze*** - laboratorietà, apprendimento personalizzato, scuola aperta e interattiva con la città - che, per adesso rimane nella maggior parte dei casi un insieme di indicazioni date dal MIUR sulla carta ma che non riescono ad essere calate nella pratica.

Le difficoltà di attuazione sarebbero legate principalmente a due ordini di motivi: da un lato un cambiamento radicale del progetto educativo deve essere necessariamente condiviso con i genitori in primis e con la comunità tutta (ed attualmente manca un luogo/momento istituzionale che permetta una reale condivisione); dall'altro la didattica per competenze, dal punto di vista dell'insegnante, è resa molto difficile dal fatto che le aree concettuali non sono definite in modo

chiaro e che gli attuali contenuti delle aree disciplinari dovrebbero essere ridotti per rendere fattibile la sperimentazione delle linee guida con le ore a disposizione e la numerosità delle classi con cui nella pratica si ha a che fare (una riduzione che, nel caso della scuola secondaria superiore, determinerebbe anche la necessità di rivedere l'esame di stato).

Le risorse economiche, dunque, non dovrebbero essere utilizzate solo per implementare la dotazione infrastrutturale e la strumentazione tecnologica ma anche per ampliare gli orizzonti della didattica in modo che l'utilizzo di strumenti digitali divenga parte integrante di questa.

L'applicazione di un nuovo modello didattico inciderà sostanzialmente anche sull'*empowerment* digitale dei docenti che comprenderanno l'utilità delle competenze digitali nel lavoro quotidiano con la classe.

In stretta conseguenza con il primo concetto, dalla discussione emerge la necessità di **dare spazio all'apprendimento informale e a modalità di coproduzione della conoscenza** sia per gli studenti sia per il corpo docente.

In tal senso il MIUR, secondo i partecipanti, dovrebbe aprire gli orizzonti della formazione, dando possibilità alle scuole di scegliere le esperienze formative per gli insegnanti più interessanti tra quelle proposte dal territorio, anche in termini di *cooperative learning*.

# Tavolo #3 - Istruzione, ricerca e competenze digitali

“ La competenza digitale diventa automatica quando il docente capisce a cosa serve nella didattica ”

“ Gli studenti devono essere messi nella condizione di fare le cose ancor prima di saperle fare, perché nel rischio dell'apprendimento c'è la radice dell'innovazione. ”

“ Competenze digitali: non è usare strumenti nuovi per fare cose vecchi. Ma significa costruire strumenti nuovi. ”

1

Elaborazione di linee guida da parte del MIUR per l'applicazione della normativa già esistente sulla nuova didattica basata sulle competenze, sul contesto e sulla relazione educativa (e la conseguente revisione del sistema di valutazioni).

2

Promozione di pratiche formative e didattiche per la co-costruzione delle conoscenze e il *learning by doing*.

3

Istituzione di un luogo istituzionale di ricerca e formazione dentro la scuola (non su base volontaria).

4

Istituzione di un luogo/momento di condivisione e comunicazione tra famiglia, scuola e città

5

Adeguamento infrastrutturale in base al sistema “Banda larga + accesso ad un data center già esistente + *Bring on your device*” (quest'ultimo deve essere inteso come principio generale di sostenibilità, senza però inficiare sull'inclusività, quindi le istituzioni devono fornire la strumentazione a chi non ne ha a disposizione)



# Tavolo #4 - Imprese e strategie digitali

## Partecipanti:

Diego Ciulli  
Jacopo Ficarra  
Cristiano Magi  
Stefania Milo  
Alessandra Santacroce  
Guido Scorza  
Chiara Spinelli

## Facilitatrice:

Barbara Imbergamo (Sociolab)

I partecipanti si sono confrontati appassionatamente sul tema delle imprese e dell'Agenda digitale proponendo punti di vista tra loro coerenti e omogenei e portando come valore aggiunto alla discussione la numerosità di punti di vista e di esempi ed esemplificazioni delle loro opinioni.

**Il tema culturale:** la resistenza a considerare la rete un fattore di sviluppo economico, non solo possibile ma indispensabile, è riconosciuto come un elemento che connota profondamente la cultura italiana a tutti i livelli. I partecipanti si sono soffermati a lungo sulla non conoscenza o, addirittura, sospetto che gli italiani hanno verso la rete: siano essi titolari di piccole imprese, funzionari impiegati della pubblica amministrazione, insegnanti, studenti, è troppo poco diffusa una cultura corretta sul digitale. I partecipanti ritengono che questo tema vada affrontato sia con vere e proprie azioni formative che andrebbero svolte a più livelli e verso target diversi sia attraverso l'invio di messaggi culturali positivi attraverso i canali di comunicazione tradizionali (giornali e tv).

Questo ultimo punto viene considerato difficile perché proprio questi canali tradizionali vedono la rete come fortemente competitiva.

**Le norme:** tutti i presenti concordano sul fatto che in questo ambito le norme complicano e ostacolano lo sviluppo e che sarebbe importante evitare di creare nuove norme e nuovi standard.

Sarebbe importante, inoltre, avere certezza delle regole perché regole incerte, variabili e poco durature ostacolano la progettualità e gli investimenti.

Una serie di introduzioni in questo senso complicano la vita alle imprese: l'iscrizione al Mepa, le password che devono ancora essere ottenute con un passaggio cartaceo. Sarebbe

indispensabile che i vari enti dialogassero tra loro e convenissero su uno standard per tutti.

**I brevetti:** il tema dei brevetti è considerato fondamentale perché si rileva che in Italia si brevetta troppo poco e che questo è un rischio concreto per il futuro perché si rischia che le aziende debbano ricorrere all'acquisto di brevetti esteri per poter lavorare.

Sarebbe necessario un accompagnamento alle imprese perché riconoscano l'importanza del brevetto e vengano seguite nell'iter.

**Le imprese/le reti/ le generazioni:** il tessuto imprenditoriale italiano è per la gran parte costituito da imprese di piccola e piccolissima dimensione. Queste sono quelle che fanno più fatica a innovarsi e a trovare tempo e risorse per investire in nuovi ambiti. Alcune sperimentazioni hanno mostrato che è più facile che le imprese si accorgano del valore del digitale se lo provano concretamente. Sia Ibm che Google hanno sperimentato nuove modalità per portare le piccole imprese a sperimentare: l'una creando sinergie tra piccoli e grandi imprese e l'altra attraverso il programma dei "digitalizzatori" che invia giovani competenti nel digitale nelle imprese con delle borse lavoro.

Creare sinergie tra i vari programmi come Garanzia giovani, il servizio civile nazionale, l'alternanza scuola lavoro, consentirebbe di portare giovani dentro il mercato del lavoro ma anche di innovare le imprese. Per farlo sarebbe necessario da un canto alleggerire le regole che impediscono di sperimentare forme di inserimento in azienda e dall'altro mettere a disposizione dei piccoli imprenditori, magari anche attraverso le associazioni di categoria e gli enti locali, delle figure che potremmo definire di e-leader che trasferiscano competenze alle imprese.

*Una pillola: è più importante investire in formazione che in infrastrutture o in nuovi standard.*

# Tavolo #4 - Imprese e strategie digitali

“ L’agenda digitale non è un tema a parte rispetto allo sviluppo economico: è sviluppo economico ed un percorso di trasformazione che serve al paese. ”

“ Il made in italy fa +12% online. Non solo perché aumenta l'export, ma perché l'acquisto e la ricerca si spostano online (anche di prodotti già conosciuti) ”

- 1 Per superare il problema culturale è necessario investire in formazione - per piccole imprese, PA e scuola – prima ancora che in nuovi standard o in infrastrutture.
- 2 Comunicare messaggi positivi, cambiare la narrazione su questo tema attraverso i vecchi canali di comunicazione (televisione e giornali).
- 3 Accompagnamento per i brevetti perché in Italia si brevetta poco.
- 4 Semplificazione delle norme, nessuna nuova norma, nessuna norma regionale, non inventare nuovi standard.
- 5 Sperimentazioni di ricambio generazionale e sperimentare e-leader di “area” per portare il digitale nelle piccole aziende.

# Tavolo #5 - DEMOCRAZIA DIGITALE

## Partecipanti:

Paolo Chiappini  
Luca De Biase  
Fabio Chiusi  
Damien Lanfrey  
Sergio Maistrello  
Fabio Malagnino  
Michele Vianello  
Franco Accordino

## Facilitatrice:

Maria Fabbri (Sociolab)

I partecipanti si sono confrontati a ritmi serrati, proponendo molti spunti di riflessione e analisi frutto dell'ampia esperienza di studio e di ricerca sul tema. Il lavoro del tavolo ha fatto emergere priorità di intervento, identificate in alcuni casi in forma di azioni specifiche, in altri in indirizzi di livello più strategico. Data la complessità dell'argomento e delle definizioni, sono state innanzitutto condivise alcune posizioni: "non confondere il web con la democrazia" e valorizzare un approccio science-based. In generale, è poi stata sottolineata la necessità di un investimento su più fronti:

- bidirezionalità del processo, a partire dalla scelta degli strumenti. Se infatti il superamento del dialogo autoreferenziale è il primo obiettivo dell'agenda, questo deve innanzitutto tenere conto delle innovazioni di sistema, per cui "mai più consultazioni via mail!".
- Diritto all'accesso, che comporta la necessità di ripensare in termini digitali anche il modello di welfare attualmente esistente e ancora strettamente legato all'analogico, tenendo conto che "l'infosfera dominata da internet mette in discussione ogni giorno diritti fondamentali (riservatezza, privacy, espressione)".
- Diritti costituzionali che le innovazioni nei sistemi di decisioni pongono e che richiedono adeguati programmi politici.

La discussione si è poi focalizzata sulle misure relative a due questioni, proposte come una sorta di "capitoli" dell'agenda.

### **Primo capitolo: migliorare il processo**

È emersa la necessità di costruire un sistema di misurazione degli esiti democratici delle esperienze di democrazia digitale, integrando la valutazione della partecipazione online in termini sia di numero di persone (metriche quantitative) che di pluralità di istanze e di tipo di engagement - quanti? chi? e come partecipano? (metriche qualitative) - con la concreta valutazione degli esiti dei percorsi: "cosa quindi succede alla fine del processo, perché posso avere la migliore piattaforma del mondo e altissima partecipazione ma se poi sugli esiti finisco in un imbuto è inutile!"

### **Secondo capitolo: lavorare per un "im-patto partecipativo"**

In cerca di bidirezionalità del processo, le misure dovrebbero agire su due fronti strettamente connessi: la redazione di una carta per "l'apertura dei governi su tutti i livelli" e il concreto monitoraggio gli effetti. Da una parte, creare una sorta di codice di condotta; dall'altra implementare un sistema che consenta di seguire gli effetti della decisione pubblica.

# Tavolo #5 - DEMOCRAZIA DIGITALE

“ I governi fanno partire processi su cose che interessano a loro ma bisogna leggere la domanda: andiamo a cercarla meglio e a raccoglierla, senza aspettare la politica! ”

“ Cosa quindi succede alla fine del processo? perché posso avere la migliore piattaforma del mondo e altissima partecipazione ma se poi sugli esiti finisco in un imbuto è inutile! ”

- 1 Stabilire un sistema di premialità e incentivi per chi fa innovazione all'interno della Pubblica Amministrazione.
- 2 Creare un *office for public engagement* che coordini il personale delle Pubbliche Amministrazioni nei processi partecipativi.
- 3 Fare lavoro di *community organising* alla base dei processi, verificando la presenza di *influencers* della domanda, per favorire engagement, partendo da esperienze di successo della PA ma anche creando *occasions for democracy*.
- 4 Sostenere l'educazione sul tema in termini di educazione civica
- 5 Costruire un sistema di misurazione degli esiti democratici, integrando la valutazione della partecipazione online, in termini di numero di persone come di pluralità di istanze e di tipo di engagement, con quella degli esiti