

### **Tavolo Infrastrutture e piattaforme digitali**

**Storie di innovazione del territorio:** Il Comune di Capannori ha avviato un percorso di crescita con il cittadino, “Digitale a domicilio”, con cui si offrono servizi attraverso il sito, mail, WhatsApp per segnalazioni.

**Richieste dei territori:** Il Comune di Lucca ha chiesto la definizione di un nuovo contratto TIX per poterci portare anche i servizi di posta elettronica e sito web. L'amministrazione del capoluogo e i Comuni di Massarosa e Seravezza hanno sottolineato come sarebbe molto utile se la Regione facesse da riferimento unico per avere un approccio e dei servizi condivisi e allo stesso livello. Il Comune di Porcari lamenta la mancanza di personale qualificato e dedicato, alla Regione chiede che Toscana Digitale diventi un riferimento, organizzando modalità di lavoro degli uffici, formazione al personale, redazione di linee guida, uniformità dei siti web dei Comuni, implementazione della connettività, razionalizzazione dei costi. Una struttura di riferimento costante. Il Comune di Capannori chiede riferimenti e rapporti più frequenti con la Regione, percorsi dedicati, momenti di formazione e affiancamento, vista la carenza di personale qualificato all'interno dei Comuni. L'Unione dei Comuni della Garfagnana vorrebbe un lavoro migliore per la connettività in tutti i comuni e un confronto costante con la Regione per offrire servizi migliori. Alla Regione si chiede, quindi, di partire dai territori più attivi e volenterosi per gestire al meglio i rapporti con i vari fornitori, un bollino di certificazione dei servizi e dei costi, una struttura dedicata che rappresenti un riferimento costante sulle tante tematiche legate al digitale.

### **Tavoli Open Toscana, la casa dei servizi digitali e Smart city**

**Storie di innovazione del territorio:** Il Comune di Capannori utilizza il portale J-City.Gov, integrato con SPID e PagoPA-IRIS, l'idea è dare al cittadino un'unica interfaccia, visto che ad oggi deve registrarsi in modo diverso per ogni servizio.

**Richieste dei territori:** I Comuni di Capannori e Altopascio sottolineano come sarebbe fondamentale avere anche per altri servizi un riferimento regionale come succede per i SUAP. Per la Camera di Commercio di Lucca la Toscana, con Emilia Romagna e Umbria, è in ritardo dopo la nascita del portale impresa.gov.it che ha creato difficoltà dal punto di vista tecnico e di interfaccia, servono, quindi, maggiori investimenti. La Provincia di Lucca punta a diventare la “casa dei Comuni”, il confronto con la Regione serve per capire quali servizi mettere in campo.

L'amministrazione regionale, in collaborazione con i Comuni e le aziende pubbliche della Toscana, vuole verificare quanto si sta facendo sui territori in tema di smart cities e promuovere delle linee guida per supportare e sviluppare (anche con finanziamenti) le città intelligenti, con l'obiettivo di individuare e diffondere le buone pratiche, partecipare a progetti europei, fare squadra per avere servizi sempre migliori. Per le smart city la Regione si muove su vari livelli: reti, sensori, piattaforme, servizi. Sui servizi digitali il ruolo della Regione è quello di coordinare e gestire delle piattaforme e analizzare lo stato dei servizi con l'obiettivo di potenziare il data center regionale, creare il cloud delle PA toscane, offrire servizi sempre più efficaci ai cittadini.

## **Tavolo Nuova comunicazione pubblica**

**Storie di innovazione del territorio:** La Fondazione Carnevale di Viareggio utilizza regolarmente il sito web, la app, i social (il Carnevale è presente su Facebook, Twitter, Instagram e YouTube) per informare cittadini e turisti e la chat WhatsApp per la comunicazione interna e verso i giornalisti. Un approccio alla comunicazione social iniziato nel 2011 attraverso un'agenzia esterna e poi internalizzato a partire dal 2014 con ottimi risultati (oggi conta su oltre 75mila mi piace con picco di 2 milioni di interazioni nel periodo delle sfilate viareggine e una media di contatti durante tutto l'anno di circa 200mila utenti). Il linguaggio utilizzato è un mix tra l'istituzionale e l'informale, dove non manca anche l'uso di emoticon per "alleggerire" e rendere più smart la conversazione. Altrettanto interessanti le esperienze della Camera di Commercio di Lucca, della Fondazione Giacomo Puccini e di Lucca Promos, con numerosi strumenti e account: sito web e Facebook (Camera di Commercio e Promos), sito web, Instagram, Facebook e Twitter (Fondazione Giacomo Puccini). L'attività online riguarda la promozione del territorio: ad esempio l'evento Desco (dedicato ai sapori e saperi lucchesi) viene lanciato attraverso sito web, Facebook, Pinterest e Instagram e più in generale i diversi strumenti sono utilizzati per campagne social, servizi per l'utenza e storytelling storico. Il linguaggio utilizzato è il più semplice possibile e non manca l'utilizzo di emoticon con risultati importanti soprattutto dal punto di vista delle condivisioni di contenuti da parte degli utenti. Per il coordinamento dell'attività dei diversi professionisti degli enti lucchesi viene portata avanti una collaborazione attraverso un Google Calendar per evitare sovrapposizioni degli appuntamenti per i giornalisti.

**Richieste dei territori:** AcquaPur Multiservizi, non presente sui social, ha sottolineato che Toscana Digitale fornisce spunti importanti per aprire un percorso di presenza digitale, il web e i social network rappresentano un'opportunità di sviluppo e confronto con la comunità industriale e la cittadinanza rispetto a una attività che spesso è poco raccontata e conosciuta. Sergio Talamo (Direttore Comunicazione Formez PA) ha ricordato come con gli strumenti di nuova comunicazione sia sempre più necessaria una nuova organizzazione della comunicazione della Pubblica amministrazione. Talamo ha sottolineato la necessità di una regia comune, una redazione unica che unisca funzioni, attività, professionalità con l'obiettivo di dare servizi e informazioni migliori ai

cittadini. Alla Regione è stato richiesto di incentivare percorsi di approfondimento, scambio di buone pratiche e formazione per far crescere la PA sui nuovi strumenti di comunicazione.