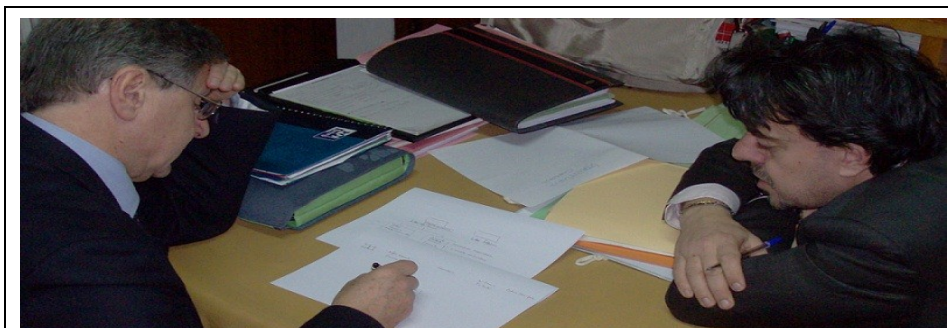




Verbale 1.a Riunione di coordinamento
Cervara di Roma, Sala del Consiglio comunale
10 dicembre 2011



Presenti. Vedi fogli firma

Il giorno 10 dicembre 2011, presso il Comune di Cervara di Roma, si è tenuto l'incontro di avvio del progetto OPEN MUSEUM che vede coinvolti i comuni di Cervara di Roma in qualità di capofila, insieme ai comuni di Agosta, Anticoli Corrado, Arsoli, Riofreddo e Roviano. Nel corso della riunione si è discusso degli argomenti di seguito indicati e si è convenuto di redigere il presente verbale per dare la possibilità ai referenti di progetto di quei comuni che erano assenti alla riunione, di poter condividere riflessioni, decisioni, impegni presi.

Argomenti

- 1. Open Museum – il progetto**
- 2. situazione adempimenti**
- 3. budget e voci di spesa**
- 4. laboratori di marketing**
- 5. referenti di progetto**
- 6. impegni presi e prossimi appuntamenti**

1. Open Museum – il progetto

Il Progetto Open Museum è stato presentato alla Regione Lazio con l'obiettivo di iniziare a reperire i primi finanziamenti per la costituzione di un'aggregazione di comuni che condividono un preciso modello organizzativo denominato "Organizzazione Territoriale" (O.T.) sull'esempio delle già avviate associazioni di comuni delle provincie di: Frosinone, Latina e Rieti (rispettivamente SER.A.F., SER.A.L. e SER.A.R.). L'O.T. è un modello organizzativo messo a fuoco da Renato Di Gregorio e ben illustrato nell'omonimo volume edito da Guerini e recentemente presentato dal Presidente dell'ANCI Lazio presso la sede di via dei Prefetti a Roma.

Il Progetto Open Museum si propone di cominciare a costruire l'Associazione dal più delicato dei suoi ambiti di intervento che è quello culturale. Da alcune analisi condotte nell'area, infatti, è ricavata l'idea abbastanza palese di enormi potenzialità dal punto di vista della presenza di un ingente patrimonio culturale da valorizzare a fronte di una scarsa:

- presenza di coordinamento e integrazione tra le strutture deputate alla sua gestione
- cultura della promozione di tali risorse e di collegamenti con altri ambiti territoriali
- utilizzazione di strumenti di marketing territoriale,
- rappresentazione dei servizi attraverso internet.

Da qui il triplice obiettivo del progetto OPEN MUSEUM presentato e finanziato dalla Regione Lazio:

i comuni, nonostante i progetti su cui sono coinvolti, non hanno strumenti né di aggregazione né di marketing territoriale. L'obiettivo del progetto è proprio quello di sostenere una politica di aggregazione interna (portale associativo) e di promozione esterna (portale di marketing territoriale) costruendo parallelamente una struttura di servizi "a rete" per l'ottimizzazione della P.A locale e una struttura esterna di



Open Museum - Servizi culturali da web

alimentazione del portale di marketing territoriale che serve a fare cultura, professionalizzare i giovani e attrarre turisti

ne consegue che il progetto Open Museum punterà su 4 aspetti:

1. costruzione del portale dell'Associazione di comuni AS.TE.R che può così includere sia i comuni dell'Unione del Medaniense che l'Unione stessa, che può aiutare a realizzare le sinergie interistituzionali di cui si lamenta la carenza e che può dare la visibilità sulla realizzazione dei progetti realizzati. Come esempio si possono visualizzare i portali web delle associazioni già costituite: (www.associazioneseraf.it; www.associazioneseral.it; www.associazioneserar.it)
2. implementazione del portale di marketing territoriale dei comuni italiani per la parte riguardante i comuni dell'Associazione AS.TE.R. Il portale avrà una triplice funzione:
 - ▲ dono dei comuni agli Enti ed agli imprenditori che volessero promuovere se stesse e le proprie attività registrandosi gratuitamente.
 - ▲ strumento di integrazione della promozione del territorio e di comunicazione dell'offerta turistico-culturale.
 - ▲ strumento "didattico" per la sensibilizzazione ed educazione della cittadinanza al tema del marketing culturale del territorio.
3. costruzione dei Laboratori di Marketing territoriale aperti ai giovani e alla popolazione locale. Il laboratorio si inserirebbe nella scia di esperienze ormai consolidate dei laboratori istituiti dai comuni delle altre associazioni;
4. costituzione della rete delle scuole per sviluppare una cultura diffusa di marketing territoriale e di sviluppo dell'accoglienza turistica.

Per la realizzazione del progetto ed il coordinamento di quanto sopra descritto, il comune di Cervara di Roma ha incaricato le società Impresa Insieme S.r.l. (per la parte di organizzazione territoriale) e Proxime S.r.l. (per la realizzazione delle tecnologie web). Ciò, sia per il fatto che sono quelle che hanno predisposto il progetto finanziato e sia per il supporto specialistico che esse già offrono alle altre tre Associazioni di comuni del Lazio.

2. Situazione adempimenti

In quanto capofila, il comune di Cervara di Roma ha presentato richiesta di finanziamento al bando di e-government 2010, raccogliendo le adesioni dei comuni di Agosta Anticoli Corrado, Arsoli, Riofreddo e Roviano.

Ricevuta la comunicazione del finanziamento, Impresa Insieme ha supportato i comuni nella redazione, raccolta e invio delle delibere che hanno stabilito l'utilizzazione del finanziamento per la realizzazione del progetto. Agosta (n°17 del 05/04/2011), Anticoli Corrado (n°16 del 16/02/2011), Arsoli (n°17 del 25/02/2011), Riofreddo n°6 del 24/02/2011) e Roviano (n°10 del 23/02/2011).

Su sollecitazione della Regione Lazio si è proceduto alla rimodulazione della scheda finanziaria cosicché il Dipartimento Istituzionale e Territorio della Regione Lazio, Direzione Attività della Presidenza, Area tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni e sistema statistico regionale, a seguito della documentazione presentata dal raggruppamento, ha inviato comunicazione di mandato di pagamento al comune capofila relativa alla prima trancia del finanziamento accordato. In conseguenza di tale comunicazione e come previsto dal bando, con la riunione verbalizzata nel presente documento, si dà avvio formale al progetto e se ne darà comunicazione alla Regione entro i termini stabiliti dal bando.

3. Budget e voci di spesa

Il progetto finanziato prevede la corresponsione delle seguenti somme per le diverse voci vincolanti nel progetto:

- Hardware: € 9.000,00
- Software: € 20.500,00
- Consulenza: € 8.850,00
- Addestramento: € 2.950,00
- Comunicazione: € 2.950,00
- Costi generali: € 5.900,00
- Cofinanziamento dei comuni € 8.850



Open Museum - Servizi culturali da web

La somma complessiva è pari a 50.000,00 € di cofinanziamento Regionale e 9.000 € di cofinanziamento dei comuni di cui 8.850,00 € coperta dal costo del lavoro del personale dei comuni impegnato a vario titolo nelle attività del progetto

Le risorse per la comunicazione saranno finalizzate alle attività di pubblicizzazione del progetto e dei suoi risultati in itinere.

Le risorse destinate al Software serviranno per realizzare:

- 1) la tecnologia del web di AS.TE.R
- 2) i contenuti del web per ognuno dei comuni del progetto
- 3) la rappresentazione servizi culturali sul web
- 4) la biblioteca on line a disposizione dei responsabili della cultura nei comuni del progetto
- 5) la licenza per l'anno 2012 per il portale di marketing territoriale per ognuno dei comuni del progetto
- 6) l'implementazione dei contenuti del portale di marketing per ognuno dei comuni del progetto

L'addestramento del personale consentirà al personale dei comuni di utilizzare i due strumenti web e le firme del loro impegno formativo copriranno il costo del cofinanziamento.

La consulenza servirà per formare i giovani che saranno coinvolti nei laboratori di Marketing territoriale.

Le risorse destinate all'hardware serviranno a realizzare le infrastrutture fisiche, ovvero ad allestire le sedi deputate ad ospitare i giovani nei laboratori di marketing del territorio attrezzandoli adeguatamente. Già nella precedente riunione tra i Sindaci del progetto, ad Aprile, si era ipotizzato di attrezzare un primo laboratorio presso il comune capofila per poi implementare la rete dei laboratori nei comuni dell'Associazione AS.TE.R. col ricorso ad altri finanziamenti che via via si potranno acquisire. Si tratterà di considerare le condizioni in essere al momento della realizzazione per valutare la migliore soluzione.

Infine la quota per le spese generali potrebbe essere utilizzata come rimborso per le spese sostenute dai giovani in formazione nei laboratori di marketing per il loro impegno nello sviluppo dei due web.

4. Laboratori di marketing

Il laboratorio è una struttura che è costituita da tre parti:

1. un locale abbastanza grande da contenere una decina di postazioni che consentono di lavorare in internet mediante una connessione Wi-Fi. (**Wi-Fi** indica la tecnica e i relativi dispositivi che consentono a terminali di utenza di [collegarsi](#) tra loro attraverso una [rete locale](#) in maniera [wireless](#) ([WLAN](#)) basandosi sulle specifiche dello [standard IEEE 802.11](#). A sua volta la rete locale così ottenuta può essere interallacciata alla rete [Internet](#) tramite un [router](#) ed usufruire di tutti i servizi di [connettività](#) offerti da un [ISP](#).)
2. una serie di portali web e alcuni software ad essi collegati da implementare (il portale web dell'Associazione, il portale web di marketing territoriale, il software dei servizi culturali, il SUAP, ecc.);
3. un gruppo di giovani residenti sul territorio comunale e capaci di utilizzare tutta la strumentazione telematica disponibile nel laboratorio, ma soprattutto capaci e motivati a gestire i contenuti, i processi e la relazione con i funzionari dei comuni e con i cittadini. Questo sarà il risultato di un'azione rivolta ai giovani, costituita da un programma articolato composto da:
 - ▲ promozione dell'iniziativa: azioni di comunicazione formale (avvisi, locandine) e sostanziale (incontri, passaparola)
 - ▲ selezione dei candidati potenziali: bando pubblico con l'indicazione dei requisiti richiesti ed una giornata di assessment per tutti i candidati in cui ai vantaggi ed alle opportunità si propongano gli impegni e le responsabilità così da scegliere quanti realmente motivati ed interessati;
 - ▲ formazione: programma della durata di due mesi che consente ai giovani di acquisire un metodo per affrontare il tema del marketing territoriale e usare i portali web in essere, ma per poi affrontare qualsivoglia problema di innovazione si presenti loro.
 - ▲ Orientamento: aiuto ai giovani ad orientarsi nei riguardi della vita, dello studio e del lavoro e a sviluppare dentro di sé il necessario empowerment per scelte di vita coraggiose.

I laboratori sono aperti in prima istanza ai giovani che si preparano al ruolo. Loro tramite, essi sono aperti agli altri giovani, alle imprese, alle donne, agli anziani e a tutta la popolazione



Open Museum - Servizi culturali da web

Gli obiettivi di fondo della rete dei laboratori di marketing territoriale sono:

1. creare un gruppo di persone giovani che possa fare da volano ad un processo di acculturamento della comunità e da supporto ai cambiamenti indotti dalla necessità di sviluppare un marketing territoriale interattivo diffuso e al fine di usare strumenti innovativi di comunicazione che viaggiano via internet;
2. individuare giovani del territorio con buone potenzialità e profonde motivazioni che sappiano bilanciare la desiderabilità di fare qualcosa per il proprio territorio con la necessità di una propria personale accresciuta professionalizzazione. Ciò rende possibile l'inserimento di tali giovani nei progetti promossi dall'Associazione e la creazione, in prospettiva, di una schiera di persone pronte ad entrare in politica, negli organismi di sostegno allo sviluppo, nelle imprese e negli enti locali, per diventare "classe dirigente" del proprio territorio.
3. sviluppare una diffusa cultura di marketing territoriale all'interno della comunità locale e difenderla dal rischio di "digital divide".

I laboratori possono in prospettiva tradursi in associazioni giovanili locali che fanno della loro attività motivo di lavoro e motivo di sostegno allo sviluppo locale. La rete dei laboratori può, in prospettiva, costituire la struttura di base ramificata e radicata sui territori con la finalità di aumentare la vivibilità per tutti gli esseri viventi che vi risiedono.

Con il finanziamento si conta di allestire il primo laboratorio in un locale già reso disponibile dal comune di Cervara.

Qualunque Comune avesse già locali disponibili e dotati delle dotazioni infrastrutturali di base può attivare il proprio laboratorio di marketing territoriale.

5. Referenti di progetto

A seguito delle indicazioni ricevute viene specificata la tabella aggiornata dei referenti.

Comune	Atto deliberativo	Referente politico	Referente tecnico
Cervara di Roma	N° 10 del 15/02/2011	Vicesindaco Claudio Nocente	Resp. AA.GG Giuseppe Arcangeli
Agosta	N° 17 del 05/04/2011	---	Sig.ra Maria Letizia Panimolle
Anticoli Corrado	N° 16 del 16/02/2011	Ass.re Francesca Splendori	Geom. Pier Luigi Falconi
Arsoli	N° 17 del 25/02/2011	Ass.re Cultura Roberta Napoleoni	Ing. Giuseppe Zaccariello
Riofreddo	N° 06 del 24/02/2011	Ass.re Gabriele Alessandri	Geom. Marco Calderari
Roviano	N° 10 del 23/02/2011	Ass.re Claudia Cappelli	Geom. Vittorio Meddi

6. impegni presi e prossimi appuntamenti

Per il giorno martedì 24 gennaio 2012 è indetta una nuova riunione di carattere operativa con i referenti del progetto da tenersi presso il Comune di Arsoli.