

# Firenze Prossima | Partecipa al futuro!

*Preventivo dettagliato per l'affidamento del servizio di progettazione, organizzazione, gestione e comunicazione del percorso partecipativo pubblico finalizzato all'elaborazione del Piano Strutturale e del Piano Operativo del Comune di Firenze*

## Indice dei contenuti

APPROCCIO E METODOLOGIA	2
EVENTI DI ASCOLTO, INFORMAZIONE E PARTECIPAZIONE	3
ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE	9
PROPOSTA ECONOMICA	14
CRONOPROGRAMMA	15
GRUPPO DI LAVORO E DIVISIONE DELLE ATTIVITÀ	17

## 1. APPROCCIO E METODOLOGIA

Per “pianificazione partecipata” si intende un percorso di discussione organizzata in riferimento ad un progetto o ad una norma di competenza della Pubblica Amministrazione - in questo caso un atto fondamentale del governo del territorio come la pianificazione territoriale - mettendo in comunicazione attori e istituzioni, al fine di ottenere una rappresentazione articolata di posizioni, interessi e bisogni.

Le attività di partecipazione di seguito dettagliate sono state progettate in coerenza con quanto previsto dalla L.R. 65/2014 “Norme per il Governo del Territorio” e in conformità con le Linee guida sui livelli partecipativi ai sensi dell’articolo 36 comma 5 della suddetta Legge e dell’articolo 27 del regolamento 4/R/2017.

In questo senso dunque si configurano come uno strumento capace di ottemperare ai livelli minimi prestazionali relativi alla partecipazione prescritti dalla legge, e al tempo stesso integrarli con una serie di attività capaci di rafforzarne l’efficacia, a partire dalle indicazioni contenute nella richiesta di preventivo.

Il percorso qui descritto è progettato per raccogliere in modo integrato contributi inerenti i due livelli della pianificazione, coinvolgere adeguatamente diversi target e integra:

- **Uno spazio di partecipazione intersettoriale interno alla pubblica amministrazione del comune e dei 5 Quartieri** appositamente progettato per valorizzare e mettere a sistema gli output dei numerosi processi di partecipazione e attivazione della città messi in campo negli ultimi anni e quelli in corso di definizione, fra cui i dati raccolti attraverso i 5 questionari di Firenze Prossima (fase di ascolto), in **dialogo con gli amministratori dei comuni contermini** per lo sviluppo di strategie di area coerenti con il Piano Strategico della Città Metropolitana.
- **Spazi di approfondimento mirati a portatori di interesse**, economici e tecnici, al fine di consolidare un legame di fiducia tra questi e gli organi politici e tecnici della città, utile a consolidare un *modus operandi collaborativo* funzionale anche a mettere le basi per processi di attivazione degli stakeholders successivi all’approvazione dei nuovi strumenti urbanistici, nonché a promuovere una partecipazione pertinente alla fase delle osservazioni che si aprirà a seguito dell’adozione.
- **Momenti di ispirazione e confronto rivolti ai portatori di interesse, all’associazionismo e alla cittadinanza attiva** in grado di declinare operativamente e territorialmente i temi a scala urbana e metropolitana proposti nel Documento Unico di Programmazione del Comune e, contestualmente, valorizzare il senso di comunità dei “rioni”.
- **Un “processo nel processo”**, l’Urban Innovation Jam, che si svolgerà in collaborazione con le scuole di design della città (IED e ISIA) e con il dipartimento DIDA dell’Università di Firenze, **per coinvolgere attivamente i giovani** studenti sulle challenge cittadine individuate negli indirizzi strategici del POC, nel Programma di Mandato e nel documento Rinasce Firenze cui fanno riferimento, e far loro elaborare soluzioni e progetti per rispondere alle sfide della “città prossima” e della Firenze del futuro.

- **Uno spazio digitale, dedicato al dialogo con i cittadini** che potranno contribuire interagendo con una mappa tematica, aperta alla raccolta di segnalazioni puntuali e geolocalizzate.
- **Un insieme di rappresentazioni grafiche** che accompagnano le attività di informazione e di comunicazione, con l'obiettivo di rendere visuali e più facilmente accessibili alle persone i temi e il tipo di processo.
- Accanto alle attività di partecipazione propriamente dette, sarà predisposto **un programma di informazione e comunicazione** pensato per raccontare, spiegare e tenere aggiornata la comunità sulle tappe del processo di pianificazione, con l'obiettivo di farne comprendere a pieno l'importanza.

## 2. EVENTI DI ASCOLTO, INFORMAZIONE E PARTECIPAZIONE

Le attività di partecipazione sono state organizzate in tre fasi, di seguito illustrate. Attività e azioni proposte potranno essere discusse e dettagliate con il committente in base alle indicazioni dell'Amministrazione e dell'Ufficio di Piano.

### 2.1 FASE 1 - COINVOLGERE INTERNAMENTE

Seguendo uno schema che ricalca i passaggi principali del processo di pianificazione, il percorso di partecipazione si aprirà con una **fase dedicata a costruire il Quadro Conoscitivo**, documento di fondamentale importanza sulla base del quale individuare successivamente le componenti territoriali e socio-economiche che necessitano di tutela e gli indirizzi programmatici di sviluppo coerenti con gli obiettivi contenuti nel documento di Avvio del Procedimento.

Questa fase servirà inoltre a condividere con la committenza una serie di azioni preliminari finalizzate a definire il perimetro degli attori e dei portatori di interesse che si intende coinvolgere nel percorso e i materiali tecnici già elaborati dall'Ufficio di Piano.

Per questo motivo la fase 1 del percorso sarà **rivolta agli attori interni all'amministrazione comunale, ai referenti dei Quartieri e ai rappresentanti istituzionali dei Comuni della "cintura" urbana fiorentina**, in coerenza con l'approccio intercomunale che caratterizza gran parte della programmazione e delle politiche pubbliche all'interno della Città Metropolitana: la condivisione di dati, informazioni e obiettivi all'interno dei diversi settori dell'Amministrazione, delle sue articolazioni territoriali e dei Comuni contermini diviene perciò il primo passo di una strategia volta ad aprirsi progressivamente al territorio nelle fasi successive del percorso.

Di seguito sono elencate le azioni previste.

#### 2.1.1 Istruttoria dei materiali tecnici

*Obiettivo:* definire il perimetro della partecipazione e individuarne gli elementi chiave in termini di obiettivi e questioni aperte.

*Descrizione:* raccolta di tutte le informazioni tecniche necessarie a organizzare le attività di partecipazione e la campagna di comunicazione.

*Target:* Ufficio di Piano.

*Attività:* raccolta, analisi e tematizzazione dei materiali in corso di elaborazione e dei documenti specifici prodotti nei diversi ambiti della pianificazione (aspetti urbanistici, aspetti paesaggistici, aspetti ambientali e Vas, aspetti idraulici e idrogeologici, contributi emersi attraverso l'avviso pubblico promosso dal Comune, dati raccolti attraverso i questionari dei Quartieri, etc...).

### **2.1.2 Mappatura degli attori**

*Obiettivo:* Individuazione dei portatori di interesse per un reclutamento dei partecipanti capillare e articolato.

*Descrizione:* Elaborazione di un database tematico a partire dai contatti istituzionali del Comune e dei Quartieri (associazioni datoriali e di categoria, ordini professionali, associazionismo civico etc...) implementato con la tecnica dello snowball sampling (campionamento a palla di neve) che, attraverso telefonate ed email personalizzate ad una prima selezione di attori, permette loro di indicare nomi e contatti di altri portatori di interesse rilevanti fino alla saturazione degli stakeholders da contattare.

*Attività:* raccolta dei contatti presso il Comune; integrazione dei contatti; costruzione di un database aggiornato con numeri di telefono e indirizzi mail verificati gestito secondo la normativa vigente per il rispetto della privacy.

### **2.1.3 Cabina di regia**

*Obiettivo:* Coordinare il percorso di partecipazione e comunicazione in modo coerente, inclusivo ed efficace.

*Descrizione:* Creazione di un team di lavoro interno alla Pubblica Amministrazione che collabori con i consulenti coinvolti. La Cabina di Regia seguirà il processo con continuità: sarà attivata nella fase preliminare per la condivisione e la definizione dei dettagli del percorso partecipativo e si incontrerà nelle diverse fasi per il monitoraggio delle attività implementate.

*Target:* Amministratori del Comune e dei Quartieri; referenti dell'Ufficio di Piano; referenti dell'ufficio comunicazione.

*Attività:* facilitazione e reporting di tre incontri della Cabina di Regia.

### **2.1.4 Partecipazione interna**

*Obiettivo:* Condividere obiettivi e modalità con i diversi settori della Pubblica Amministrazione coinvolti dai temi a scala urbana e metropolitana.

*Descrizione:* Creazione di un gruppo di lavoro intersettoriale all'interno della struttura comunale che segua in modo diretto le attività e sia pronto a raccogliere e sviluppare i risultati del percorso anche nelle diverse politiche urbane; organizzazione di un workshop per condividere il percorso, verificare la completezza dell'istruttoria dei materiali tecnici (2.1.1), della mappatura degli attori (2.1.2), raccogliere input per organizzare al meglio le attività di partecipazione e preparare i materiali informativi a queste connesse.

*Target:* Referenti dei diversi settori interessati (es.ambiente, mobilità, casa, servizi sociali, sviluppo economico, turismo, cultura, politiche giovanili, etc.) individuati insieme alla Cabina di Regia.

*Attività:* progettazione con la Cabina di Regia; supporto all'organizzazione; facilitazione professionale del workshop; redazione del report di sintesi.

### **2.1.5 Scenario workshop intercomunale**

*Obiettivo:* Riconoscere gli obiettivi della pianificazione che permeano i confini comunali, condividere obiettivi e strumenti e riconnetterli agli indirizzi di programmazione urbanistica di livello superiore (provinciale e regionale) e a temi, parole-chiave e programmi dell'Agenda Urbana europea e degli SDGs (Sustainable Development Goals)

*Descrizione:* Realizzazione di uno scenario workshop dedicato alla costruzione di possibili "scenari" comprensivi di opportunità e criticità.

*Target:* Amministratori e tecnici dei sei Comuni contermini (Sesto Fiorentino, Fiesole, Bagno a Ripoli, Impruneta, Scandicci, Campi Bisenzio)

*Attività:* progettazione dell'evento con la Cabina di Regia; supporto all'organizzazione; facilitazione professionale; redazione del report di sintesi.

## **2.2 FASE 2 - ASCOLTARE LA CITTÀ**

Una volta ricostruito in maniera condivisa il Quadro Conoscitivo, **il percorso si apre al territorio con l'obiettivo di lavorare alla definizione dello Statuto del Territorio e delle strategie di sviluppo:** si tratta dei due documenti che influenzeranno le politiche, non solo urbanistiche, della città per i prossimi anni. Per questo motivo è fondamentale allargare il coinvolgimento a tutti gli attori del territorio, innanzitutto ai corpi intermedi portatori di interessi specifici, in secondo luogo alla cittadinanza e alle diverse forme di civismo organizzato (dal volontariato sociale all'associazionismo ambientale, culturale o sportivo), attraverso la valorizzazione del ruolo dei Quartieri quali principale presidio territoriale della città. Questo permetterà da una parte di ricostruire il quadro delle questioni e delle sfide considerate più importanti da chi opera, lavora, frequenta o risiede sul territorio cittadino; dall'altra di costruire un'agenda urbana a partire dalla condivisione di linee di indirizzo e obiettivi che emergeranno da un confronto con esperti di livello nazionale e dall'attivazione diretta della cittadinanza. In virtù del carattere programmatico e delle implicazioni future degli indirizzi di pianificazione, in questa fase verrà dedicata particolare attenzione al coinvolgimento dei cittadini più giovani attraverso la predisposizione e sperimentazione di strumenti capaci di interagire con i linguaggi e le modalità di attivazione più diffuse all'interno di queste fasce d'età.

Infine, per rafforzare il processo di traduzione tecnica dei contenuti emersi dalla partecipazione del territorio e al tempo stesso renderlo di facile applicazione, si prevedono momenti di coinvolgimento specifico degli ordini professionali, che saranno chiamati a confrontarsi con l'Ufficio di Piano.

### **2.2.1 Focus group con i corpi intermedi**

*Obiettivo:* raccogliere spunti relativi a tematiche avvertite come particolarmente importanti ai fini della pianificazione urbanistica.

*Descrizione:* organizzazione di un focus group riservato ai portavoce del sistema economico, produttivo e del lavoro. Collocandosi all'inizio della seconda fase del percorso, il focus avrà la duplice funzione di raccogliere da un lato spunti relativi a tematiche avvertite come particolarmente importanti; dall'altro a definire gli elementi caratterizzanti il patrimonio territoriale, premessa alla successiva fase di coinvolgimento negli indirizzi di pianificazione. I risultati del focus saranno analizzati e tematizzati per individuare, da un lato, le opinioni maggiormente condivise e, dall'altro, le posizioni confliggenti o divisive.

*Target:* Associazioni di categoria e sindacati.

*Attività:* progettazione della traccia del focus group; organizzazione logistica e supporto alla segreteria organizzativa; facilitazione professionale; redazione del report di sintesi.

### **2.2.2 Eventi di ispirazione e confronto tematici**

*Obiettivo:* Permettere che ciascuno dei Quartieri diventi portavoce di uno dei temi a scala urbana e metropolitana individuati nel DUP e costruire così altrettanti luoghi di confronto e elaborazione delle strategie a partire dai bisogni locali e dalle esperienze e risorse territoriali.

*Descrizione:* Organizzazione di un ciclo di eventi pubblici "5 temi per 5 quartieri". Ciascun evento tematico, che avrà luogo in uno spazio identitario del quartiere e/o evocativo per il tema prescelto, si svilupperà secondo uno stesso format: l'incontro, della durata di mezza giornata, si aprirà con un evento di ispirazione/visione a cura di un esperto del tema concordato con il Committente e proseguirà nell'ambito di tavoli di lavoro facilitati nei quali i partecipanti, divisi per categoria o sottotema, si confronteranno per elaborare proposte strategiche partendo da una base conoscitiva uniforme (vedi 3.2.2).

*Target:* enti competenti, portatori di interesse, associazionismo, cittadinanza.

*Attività:* progettazione dell'evento con la Cabina di Regia; supporto all'individuazione degli esperti ispiratori; organizzazione logistica e supporto alla segreteria organizzativa; facilitazione professionale; redazione del report di sintesi.

### **2.2.3 Mappatura partecipativa**

*Obiettivo:* Raccogliere contributi puntuali da parte dei cittadini per implementare il quadro conoscitivo e individuare gli elementi caratterizzanti lo Statuto del Territorio.

*Descrizione:* Creazione di una mappa interattiva digitale, uno spazio di crowdmapping consente di inserire indicazioni puntuali e georeferenziate, corredate da testi e immagini. Per promuovere questo strumento di partecipazione online, che sarà aperto per tutta la durata del processo, si prevede di attivare, contestualmente agli incontri di ispirazione e confronto organizzati nei Quartieri (2.2.2) una postazione interattiva, collocata idealmente in spazi aperti e pubblici di pertinenza ai luoghi in cui saranno organizzati gli eventi, in cui i facilitatori addetti, attraverso il ricorso a tecniche ispirate all'outreach, coinvolgeranno i cittadini (partecipanti agli incontri ma anche passanti e "curiosi") per illustrare lo strumento digitale e raccogliere indicazioni da inserire.

*Target:* cittadini.

*Attività:* progettazione, implementazione e animazione della mappa interattiva; promozione della stessa tramite i canali web e social; organizzazione di una postazione interattiva per la fruizione

facilitata della mappa in occasione degli eventi nei 5 Quartieri; facilitazione della postazione interattiva; analisi finale del materiale raccolto attraverso la mappa.

#### 2.2.4 Urban Innovation Jam

*Obiettivo:* Stimolare la partecipazione della fascia di cittadini dai 18 ai 30 anni attraverso una iniziativa tutta digitale di crowdsourcing di idee creative.

*Descrizione:* Raccolta di idee e progettualità sviluppate dai giovani, in risposta alle sfide della Firenze del futuro. Temi possibili sui quali costruire le sfide, che saranno identificate di concerto con la Direzione Urbanistica: mobilità sostenibile, unconventional urban furniture, la città delle donne (vd Mozione N. 2020/00180), città policentrica.

*Target:* Ragazzi e ragazze frequentanti le scuole di Architettura e Design di Firenze (Unifi DIDA, ISIA, IED).

*Attività:* Definizione del regolamento del contest; apertura di uno spazio digitale *ad hoc*, all'interno del sito web, per l'application dei progetti; collezione e archivio dei progetti inviati; condivisione dei progetti attraverso articoli web, social network (Instagram, Facebook) e lo stesso sito web; selezione dei progetti migliori da parte di una giuria popolare e di una giuria di esperti (componenti della Cabina di Regia) per essere esposti nella mostra finale.

#### 2.2.5 Coinvolgimento degli ordini professionali

*Obiettivo:* dedicare agli ordini professionali uno spazio ad hoc per riflettere su opportunità e criticità legate alle soluzioni strategiche individuate mediante il percorso partecipativo e raccogliere contributi tecnici per la semplificazione dei Piani e delle loro applicazioni "materiali".

*Descrizione:* organizzazione di un momento di confronto tra diversi saperi esperti che sappia tradurre in indirizzi tecnici i contributi emersi dalle precedenti attività di partecipazione, e al tempo stesso creare un'occasione di partecipazione e condivisione degli obiettivi strategici individuati dall'Amministrazione Comunale.

*Target:* ordini professionali.

*Attività:* progettazione dell'evento con la Cabina di Regia; organizzazione logistica e supporto alla segreteria organizzativa; facilitazione professionale; redazione del report di sintesi.

### 2.3 FASE 3 - VISIONE D'INSIEME

La terza fase del percorso ha come obiettivo quello di **riconduurre ad unità i contenuti emersi dalle diverse attività di partecipazione e dai differenti attori coinvolti**. Si tratta di un passaggio importante del percorso, che permetterà anche a quanti non avranno preso parte ai diversi appuntamenti intermedi di potersi confrontare con una visione unitaria di città e di territorio, e al tempo stesso di accedere a tutte le informazioni più importanti relative ai contenuti dei due strumenti di pianificazione. Attraverso il ricorso a strumenti e linguaggi di immediata comprensione si offrirà alla cittadinanza un'opportunità immersiva all'interno della "Firenze Prossima" che le diverse fasi del percorso hanno contribuito a disegnare. Un momento di **restituzione pubblica aperto a tutta la cittadinanza** permetterà di approfondire i contenuti emersi dalle diverse fasi di partecipazione e gli indirizzi che l'Ufficio di Piano intende far propri



nella redazione dei due Piani che saranno sottoposti all'adozione e alla successiva approvazione da parte del consiglio comunale: a questo scopo sarà realizzato un **documento di sintesi di facile accesso**, che verrà messo a disposizione della cittadinanza e dei diversi operatori mediante i canali istituzionali (URP, Quartieri, sito internet, ecc).

### 2.3.1 Sintesi

*Obiettivo:* sintetizzare quanto emerso dalla partecipazione in modo che, da un lato, sia fruibile dall'Ufficio di Piano e dall'Amministrazione e, dall'altro, permetta di restituire alla città uno scenario condiviso e leggibile.

*Descrizione:* redazione di un report il cui indice sarà concordato con la Garante Comunale, che costituirà la base per lo sviluppo delle azioni successive (2.3.2 e 2.3.3).

*Target:* Cabina di Regia

*Attività:* analisi, tematizzazione e report dei contenuti emersi dal percorso

### 2.3.2 Mostra finale interattiva

*Obiettivo:* Raccontare i risultati del processo partecipativo attraverso una serie di installazioni, coinvolgendo i cittadini nella comprensione del ruolo dello strumento urbanistico sul territorio.

*Descrizione:* Progettazione e allestimento di uno spazio (da individuare tra quelli più rappresentativi dello sviluppo urbanistico e della Firenze orientata al futuro, ad esempio Manifattura Tabacchi, le Università) in cui poter vivere un'esperienza immersiva, interagendo con installazioni che raccontano i contributi raccolti durante tutto il programma di partecipazione. In particolare potranno essere esposte nella mostra, a titolo esemplificativo: i migliori progetti dell'Urban Innovation Jam selezionati dalla giuria; i materiali prodotti dal team di progetto per le attività di informazione e comunicazione (grafiche, foto, video, cartografie); video, immagini, rendering e cartografie a disposizione dell'Amministrazione e che ben rappresentano le trasformazioni urbanistiche della prossima Firenze.

*Target:* partecipanti delle varie fasi del percorso, stakeholder e cittadinanza.

*Attività:* Coinvolgimento di una figura esperta in qualità di consulente curatore; selezione e raccolta del materiale espositivo; individuazione spazio e allestimento; comunicazione dell'iniziativa e coinvolgimento del pubblico; gestione logistica degli spazi.

### 2.3.3 Evento di restituzione

*Obiettivo:* offrire ai partecipanti e a tutta la cittadinanza - in piena attuazione di quanto disposto dalle linee guida del Garante Regionale per la Partecipazione - tutte le informazioni relative ai contenuti emersi dalle varie fasi del percorso e che l'Amministrazione intende far propri, motivando invece le ragioni dell'eventuale non condivisione di alcuni contenuti.

*Descrizione:* Progettazione, organizzazione e conduzione di un evento di restituzione dei contenuti emersi dal percorso di partecipazione. L'evento avrà luogo nel contesto dell'apertura al pubblico della mostra interattiva dedicata alla visione di città emersa dal percorso.

*Target:* partecipanti delle varie fasi del percorso, stakeholder e cittadinanza.

*Attività:* incontro con ufficio di Piano, supporto nella fase logistico-organizzativa, supporto nella conduzione dell'evento conclusivo; supporto regia tecnica e documentazione fotografica



professionale.

### **\*Partecipazione a prova di covid**

L'emergenza sanitaria Covid-19 ha condotto il gruppo di consulenza a ripensare le attività di partecipazione e facilitazione per assicurare la dinamicità dei momenti di confronto nel rispetto della sicurezza individuale e collettiva. Le modalità di scambio e interazione sono pensate per adattarsi alle mutevoli necessità di gestione del fenomeno pandemico e possono essere condotte in presenza o in remoto. In questi mesi Sociolab ha testato l'efficacia di strumenti e modalità di facilitazione online e ha progettato di volta in volta l'online setting più adeguato combinando l'utilizzo di piattaforme per la conduzione di webinar e online meeting (Zoom, Jitsi, GoToMeeting), per la creazione di breakout rooms (Qiqochat), per la gestione di lavagne e canvas (Padlet, Jamboard), per la co-creazione e condivisione di documenti e contenuti (Google Drive) e per il crowdmapping (My Maps). Per ridurre il digital divide Sociolab realizza tutorial e infografiche, contenenti istruzioni e indicazioni per accedere e utilizzare le piattaforme e fornisce un help desk telefonico per gli eventi online.

Per i momenti di incontro e scambio in presenza, il gruppo di consulenza adotta un protocollo di sicurezza, ispirato alla normativa vigente in materia, che prevede: individuazione di location idonee; progettazione di tecniche e strumenti che permettano interazione garantendo il necessario distanziamento; utilizzo e distribuzione di DPI e di materiale informativo sul relativo utilizzo e sul rispetto delle distanze; segnalazione visiva dei limiti da non oltrepassare per il rispetto del distanziamento; sanificazione di eventuale materiale non monouso impiegato durante le attività.

## **3. ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE**

Le attività di informazione e comunicazione saranno volte a pubblicizzare con campagne online e offline l'inizio del percorso partecipativo, le sue tappe e i suoi risultati, ai diversi target coinvolti e alla cittadinanza. Saranno pertanto predisposti tutti i contenuti e le grafiche per inviti digitali, newsletter, layout digitali per stampa flyer e poster, cartelle stampa, comunicati stampa, kit di comunicazione a supporto delle attività degli uffici stampa comunali e dell'ufficio comunicazione istituzionale, per la gestione dei canali istituzionali del Comune di Firenze (sito web, newsletter Quartieri, canali social "Città di Firenze" etc.). Sarà necessario concordare con la Garante del processo e con l'ufficio Comunicazione del Comune una specifica strategia di comunicazione offline: definizione dei supporti necessari, campagna di diffusione territoriale (affissioni, bus, tramvia, radio, stampa, tv, ecc...). LAMA si occuperà del supporto alla strategia e della realizzazione dei materiali necessari in versione digitale.

Il percorso sarà dotato di un sito web originale, luogo di informazione, interazione digitale, repository di documenti e restituzione di risultati; e di tre canali social (Facebook, Instagram e Twitter). Questi ultimi saranno utilizzati sia per informare sugli strumenti di pianificazione

urbanistica e sul percorso di partecipazione e i suoi appuntamenti, sia per azioni di community engagement atte ad aumentare il livello di audience ed interazione degli utenti.

### 3.1 FASE 1 - SETUP

Le attività di informazione e comunicazione saranno precedute dal setup di tutti gli strumenti necessari, anche in accordo con gli uffici comunali.

#### 3.1.1 Logo e immagine coordinata

Saranno realizzati strumenti originali (**un nuovo sito web, un nuovo logo, una nuova immagine coordinata e una nuova campagna visual per i social**), valutando, di concerto con il Committente, se e come sviluppare il naming della campagna Firenze Prossima (dato il grande riscontro che sta avendo sulla cittadinanza, che potrebbe essere opportuno non disperdere). Anche se il Committente scegliesse di fare riferimento al naming di *Firenze Prossima*, sarà creato un nuovo logotipo con pittogramma/colori differenti e un payoff che faccia percepire in maniera evidente la distinzione del percorso di partecipazione da quello precedente di ascolto.

#### 3.1.2 Sito web

Il sito web, dotato di proprie funzionalità e immagine, sarà progettato per ospitare:

- a. una **home page** introduttiva sul percorso;
- b. un **calendario** con programma di attività di informazione e partecipazione;
- c. Una **repository** per documenti di sintesi redatti ex-ante alle varie fasi del percorso e per tutta la reportistica degli incontri ed ex-post;
- d. una **mappa** interattiva digitale per la raccolta di indicazioni puntuali e georeferenziate da parte degli utenti;
- e. un **form** per l'invio di idee e progetti per l'Urban Innovation Jam;
- f. una sezione di Frequently Asked Questions (**FAQ**) per aiutare l'utente ad approfondire alcune informazioni;
- g. una **photogallery**;
- h. l'indirizzo di posta elettronica della Garante dell'informazione e della partecipazione.

Qualora venga mantenuto il dominio [www.firenzeprrossima.it](http://www.firenzeprrossima.it), il nuovo sito sarà implementato su quest'ultimo.

#### 3.1.3 Canali social

I social network del progetto saranno progettati e gestiti per arrivare a diverse fasce d'età della popolazione (come descritto nel paragrafo 3.2.4). I canali saranno implementati con l'immagine coordinata del progetto, dotati di una propria strategia, di un piano di comunicazione e advertising dedicato e di una campagna visual.

Per quanto riguarda la gestione dei canali social, vale lo stesso tipo di considerazione fatto sopra: qualora il Committente lo ritenesse opportuno, potrebbero essere mantenuti i canali del progetto Firenze Prossima (pur cambiando nome, questo sarebbe eventualmente possibile) per

non disperdere la *fanbase*. Tuttavia, dal momento che creare pagine nuove non ha un costo (il costo dei canali social è esclusivamente quello della gestione e dell'advertising a pagamento), su richiesta del Committente siamo disponibili ad aprire nuovi canali.

### 3.1.4 Strategia di comunicazione

Sarà redatto un documento che illustra la strategia di comunicazione sia online che offline, il quale costituirà la base per la realizzazione di tutti i materiali di comunicazione e del piano editoriale (PED) con il cronoprogramma delle uscite.

La strategia di comunicazione online sarà progettata ed implementata da LAMA, quella di comunicazione offline andrà co-progettata nei mezzi e nei fini con gli uffici Comunali.

Gli obiettivi primari della strategia di comunicazione saranno:

- a. informare in modo semplice, colloquiale, non burocratico, sugli strumenti della pianificazione territoriale e sul percorso di partecipazione;
- b. coinvolgere il cittadino nella partecipazione agli eventi fisici e digitali;
- c. rendicontare ex post quanto fatto e restituire i dati raccolti.

Con il "tono di voce" si vorrà comunicare la vicinanza al cittadino, in termini di semplificazione dei contenuti degli strumenti di pianificazione e di predisposizione all'ascolto, senza tradire però i necessari aspetti tecnici e procedurali previsti dalla legge. I testi saranno quindi validati con la Garante per l'informazione e la partecipazione e con il Direttore della Direzione Urbanistica.

Siamo in un percorso istituzionale ma fuori da un ambiente istituzionale (canali web social dell'Amministrazione), questo ci consente di ridurre la distanza PA/cittadino, facendo leva sui modi e i tempi tipici della comunicazione via social: linguaggio diretto, contenuti visuali, tempi brevi di attenzione.

Il linguaggio che utilizzeremo in questi canali per il coinvolgimento dei cittadini sarà caratterizzato da riferimenti ai valori e alle emozioni della partecipazione: futuro, appartenenza, opportunità, novità, fiducia, competenza.

## 3.2 FASE 2 - IMPLEMENTAZIONE DELLE ATTIVITÀ DI INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

Dopo il setup dei canali di comunicazione e la definizione della strategia, prenderà avvio l'implementazione delle varie azioni dedicate all'informazione e alla comunicazione, come di seguito descritte.

### 3.2.1 Supporto alla comunicazione istituzionale

Questa attività prevede la redazione di comunicati stampa e testi per newsletter e articoli e il supporto per l'organizzazione della **conferenza stampa di lancio**. Le immagini grafiche e tutto il materiale realizzato come base delle attività di informazione sarà condiviso con l'Ufficio Comunicazione e la Garante dell'informazione e partecipazione e potrà essere utilizzato nei canali ufficiali del Comune di Firenze.

### 3.2.2 Strumenti informativi per l'attività partecipativa

Per dare ai partecipanti la possibilità di comprendere gli elementi fondamentali del Piano e i contenuti oggetto di partecipazione, in vista degli incontri di ispirazione nei Quartieri sarà predisposto un set di schede informative che descriveranno in modo semplice e sintetico:

- Cos'è e a cosa servono il Piano Strutturale e il Piano Operativo;
- Le fasi e i tempi della redazione dei nuovi strumenti urbanistici;
- i temi oggetto della partecipazione.

### 3.2.3 Reportistica

Ciascuna attività sarà restituita attraverso un report redatto in forma sintetica, discorsiva e organizzata per temi così da permettere ai partecipanti di verificare l'attinenza rispetto all'andamento della discussione e, a coloro che non hanno potuto partecipare, di restare aggiornati. Nel caso di incontri e laboratori, e compatibilmente con la modalità con cui si svolgeranno tali attività, i report saranno corredati da documentazione fotografica. Tutto il materiale prodotto confluirà in un report finale (2.3.1).

### 3.2.4 Social media management

Da un'analisi benchmark delle principali campagne di partecipazione e dalla tassonomia delle performance di visualizzazione e interazione dei principali strumenti social, emerge la necessità di privilegiare un tipo di comunicazione fortemente visuale, utilizzando principalmente **video, GIF e grafiche** accattivanti.

Oltre i canali di progetto sarà necessaria la sinergia con i canali social istituzionali, per i quali sarà predisposto un PED ad hoc e forniti i materiali grafici correlati.

Sarà effettuato un investimento in ADV su FB e IG per promuovere il sito, le pagine e alcuni post in particolare (quelli connessi a call to action e partecipazione agli eventi).

Di seguito un focus specifico sui 3 canali:

- Facebook** (fascia di età alta 35-56 anni)  
Canale principale di informazione e community engagement del progetto dove promuovere le iniziative e gli eventi del percorso di partecipazione, condividere immagini, video, grafiche e ingaggiare conversazioni con gli utenti.
- Twitter** (35-54 anni lavoro e laurea)  
Il canale più opportuno per diffondere e rilanciare temi più alti, news, articoli web, rassegne stampa. Dedicato a presidiare e creare conversazioni intorno ad una serie di hashtag sui temi quali: città del futuro, sostenibilità, pianificazione territoriale, rigenerazione urbana, partecipazione, innovazione in ambito di partecipazione civica. Il canale TW verrà utilizzato anche per creare dei *live twitting* durante gli eventi principali del percorso (2.2.2, 2.3.2, 2.3.3).
- Instagram** (fascia di età bassa 19-29 anni)  
Canale dedicato alle immagini generate dal progetto e concesse dall'Amministrazione. In particolare saranno condivise su Instagram le immagini degli eventi, le rappresentazioni grafiche del percorso, la photogallery dei progetti

presentati alla Urban Innovation Jam e le immagini delle installazioni esposte alla mostra finale interattiva, con l'obiettivo di ricreare una mostra online, fruibile anche per gli utenti che non possono visitarla di persona.

### **3.2.5 Comunicazione visiva e grafica**

L'attività di rappresentazione grafica e visuale tocca trasversalmente tutte le attività del progetto. È infatti concepita come a supporto delle attività di comunicazione in generale (web e social), per gli eventi in particolare (file digitali per cartoline/inviti, pieghevoli, locandine, la cui stampa per la diffusione in grandi numeri sarà gestita direttamente dall'Amministrazione); per le attività di informazione (impaginazione documenti, diagrammi, mappe concettuali, cartografie) e di partecipazione (strumenti per guidare visualmente le attività dei workshops).

La comunicazione visiva è costruita a partire dallo studio sull'immagine coordinata, svolto nella fase di setup, sulla base del quale saranno sviluppate diverse declinazioni in termini di colori, stili e icone, così da guidare i partecipanti nelle diverse tematiche e fasi del percorso.

### **3.2.6 Copertura foto/video**

Durante i 5 eventi nei Quartieri e per l'evento finale di restituzione, compresa la mostra, sarà presente un fotografo/video-maker professionale dedicato. L'output del lavoro sarà: una fotogallery per ciascun evento (6) e un video-racconto del percorso.

Gli eventi e tutte le iniziative del percorso saranno seguite inoltre da un Social media manager che si occuperà di fare foto e registrare piccole clip video da condividere sui canali social.

### **3.2.7 Report di valutazione e monitoraggio della campagna di comunicazione**

Al termine del percorso, quando tutti i contenuti del piano editoriale saranno stati pubblicati, sarà redatto un report che restituisce una fotografia della campagna di comunicazione e della sua efficacia in termini di engagement e interazioni.

Avranno sezioni *ad hoc* sia la rassegna stampa che i contenuti social che sono stati in grado di generare maggiore interazione, in termini di like, commenti e condivisioni, facendo il punto sulle conversazioni che la campagna di comunicazione sarà stata in grado di intercettare e stimolare.

Il profilo Facebook sarà analizzato grazie agli insights e alle statistiche disponibili sulla copertura dei post e sul profilo utente tipico della pagina.

Il sito web sarà dotato dei plugin necessari alla rilevazione del numero di utenti che vi accedono e al tracciamento del tipo di esperienza che ne fanno, in termini di pagine visualizzate e contenuti più cliccati. Il tutto nel pieno rispetto della normativa sulla Privacy (art. 14 GDPR). Questi dati, relativi al sito web e a Facebook, costituiranno la base per la redazione di un report analitico dei flussi e delle caratteristiche dell'utenza.

## 4. PROPOSTA ECONOMICA

<b>VOCE</b>	<b>COSTO</b>
<b>COORDINAMENTO METODOLOGICO, RAPPORTI CON IL COMMITTENTE</b>	€ 5.100
<b>FASE 1</b>	€ 9.700
Istruttoria	
Mappatura	
Cabina di regia	
Partecipazione interna	
Scenario Workshop intercomunale	
<b>FASE 2</b>	€ 17.000
Focus group corpi intermedi	
5 temi per 5 quartieri	
Mappatura partecipativa	
Coinvolgimento ordini	
Urban Innovation Jam	
<b>FASE 3</b>	€ 4.800
Sintesi	
Mostra finale interattiva	
Evento restituzione	
<b>COMUNICAZIONE*</b>	€ 22.900
Strategia comunicazione	
Logo e immagine coordinata	
Sito web	
Supporto comunicazione istituzionale	
Copertura foto degli eventi e video-racconto del percorso	
Canali social e social media management	
Layout grafici per materiale cartaceo (volantini, cartoline, pieghevoli e locandine)	
Redazione materiali informativi	
Reportistica	
<b>TOTALE (IVA ESCLUSA)</b>	<b>€ 59.500</b>

\*La stampa e distribuzione di grandi numeri di materiale informativo non è ricompresa nel presente budget. Laddove fosse prevista, sarà a carico del Committente.

Nell'eventualità di un peggioramento della situazione di contagio da Covid 19 e/o di nuove indicazioni circa le norme da adottare per il contenimento dello stesso che possano determinare l'impossibilità o l'inopportunità di organizzare eventi in presenza, si specifica quanto segue:

- Le attività della fase 1 saranno organizzate e condotte in remoto.
- Per quanto concerne le iniziative pubbliche della seconda e terza fase il **gruppo di consulenza si impegna a progettare, organizzare e condurre un numero corrispettivo di eventi online e a garantire pari condizioni in termini di inclusività, accessibilità, partecipazione e interazione** rispetto agli eventi progettati in presenza.

In tal caso, il preventivo sopra indicato deve considerarsi comprensivo della fornitura di tutti gli strumenti indicati nel paragrafo "Partecipazione a prova di Covid" a pagina 9, che il gruppo di consulenza mette a disposizione, nello specifico:

- Account pro di piattaforme e strumenti idonei alla partecipazione a distanza, quali ad esempio la piattaforma "zoom" (la più performante in termini di accessibilità, capienza e organizzazione di sessioni plenarie e gruppi di lavoro separati) in uso combinato con altri strumenti digitali come lavagne e post it virtuali.
- Un numero idoneo di facilitatori adeguatamente formati alla facilitazione a distanza che, soprattutto nel caso in cui il confronto sia "animato" - per temi sensibili/conflictuali e/o la presenza di portatori di interesse forti - richiede particolari attenzioni.
- Un toolkit con istruzioni per l'uso e un servizio di help desk per garantire la partecipazione di fasce di popolazione che possano avere minore dimestichezza con gli strumenti digitali.

Il mantenimento di una struttura articolata di incontri che garantisca, pur da remoto, un confronto inclusivo, produttivo ed efficace non permette di applicare correttivi percentuali all'offerta economica, tenuto conto dello sforzo maggiore richiesto in termini di organizzazione logistica, informazione e comunicazione e facilitazione.

## 5. CRONOPROGRAMMA

Il presente cronoprogramma vuole essere indicativo dello sviluppo delle fasi e delle azioni descritte nella presente offerta e che si svilupperanno nel corso di circa 6 mesi per garantirne sostenibilità ed efficacia.

Le attività di partecipazione e di ascolto saranno realizzate comunque **entro la fase di adozione dei nuovi strumenti urbanistici** come indicato nello schema relativo all'iter di approvazione del Piano Operativo e Variante al Piano Strutturale e descritto nell'*Avviso pubblico per la presentazione di manifestazioni di interesse e contributi al piano operativo* comunicato dalla Garante il 27 febbraio 2020, disponibile al seguente link

[http://ediliziaurbanistica.comune.fi.it/export/sites/ediliziaurbanistica/materiali/garante/0\\_ComunG arante\\_PS\\_PO\\_ComunicatoValidatoEC.pdf](http://ediliziaurbanistica.comune.fi.it/export/sites/ediliziaurbanistica/materiali/garante/0_ComunG arante_PS_PO_ComunicatoValidatoEC.pdf).

Le attività di partecipazione e comunicazione previste nella fase 3, in particolare la mostra finale interattiva, può essere considerata come parte integrante del "percorso informativo a supporto



della comprensione del PO”, previsto nel suddetto schema a seguito dell’adozione, per cui il gruppo di consulenza si impegna a consegnare materiale testuale e grafico che possa essere poi veicolato nei mesi successivi. Le tempistiche dettagliate saranno definite in accordo con la Committenza.

		Mese 1	Mese 2	Mese 3	Mese 4	Mese 5	Mese 6
<b>Attività di partecipazione</b>							
FASE 1	Istruttoria materiali tecnici						
	Mappatura attori						
	Cabina di regia						
	Partecipazione interna						
	Scenario Workshop						
FASE 2	Focus corpi intermedi						
	5 temi 5 quartieri						
	Mappatura partecipata						
	Urban Innovation Jam						
	Coinvolgimento ordini						
FASE 3	Sintesi						
	Mostra interattiva						
	Evento finale di restituzione						
<b>Attività di informazione e comunicazione</b>							

## 6. GRUPPO DI LAVORO E DIVISIONE DELLE ATTIVITÀ

Il gruppo di consulenza proponente integra le competenze di due soggetti attivi sul territorio, con specifico expertise negli ambiti di attività previsti dalla richiesta di preventivo, e cioè nei processi di partecipazione, informazione e comunicazione.

- **Sociolab**, capofila e responsabile del coordinamento scientifico e metodologico e delle attività di partecipazione, è una **cooperativa e impresa sociale** che si avvale degli strumenti della ricerca sociale, della partecipazione e della comunicazione, per innovare le comunità, le organizzazioni e le politiche pubbliche. La struttura ha sede a Firenze, è composta da otto socie e soci e da numerosi dipendenti e collaboratori con esperienza nella facilitazione. Dal 2006 ad oggi ha condotto **oltre 300 progetti e percorsi di partecipazione**, in Italia e all'estero, per enti pubblici, aziende, enti di ricerca e associazioni. In particolare progetta e facilita percorsi di partecipazione per la definizione condivisa degli **strumenti di governo del territorio** (piani paesaggistici, piani particolareggiati, piani strutturali - comunali e intercomunali - piani operativi, ecc.) e di interventi urbanistici e infrastrutturali e, dal 2008 ad oggi, ha sviluppato **oltre 40 percorsi di partecipazione nell'ambito della pianificazione urbanistica e territoriale**. Il curriculum completo è disponibile a questo [link](#) e sul sito [www.sociolab.it](http://www.sociolab.it).
- **Lama Agency**, partner nella proposta in RTI con la capofila Sociolab, è **responsabile delle attività di informazione, comunicazione e coinvolgimento dei cittadini della fascia d'età 18-30 anni nel percorso di partecipazione**. LAMA è una cooperativa di lavoro nata nel 2007, con oltre 10 anni di esperienza nel campo del design dell'innovazione, della ricerca economico-sociale e della valutazione di impatto. Da dieci anni realizza **percorsi partecipativi** in ambito locale ([Ricomincio da me!](#), [Life+ R.A.C.E.S.](#), Maratona dell'Ascolto, Terni Rigenerare), aziendale (per il coinvolgimento dei socio o la definizione partecipata di strategie aziendali e immagini coordinate) e in progetti di cooperazione internazionale. Ha realizzato diverse attività di **stakeholders engagement** a livello nazionale e internazionale, per la realizzazione di grandi opere e infrastrutture (TAP) e in processi di rigenerazione urbana (Manifattura Tabacchi). È specializzata in tecniche di indagine e questionari online con metodologia CAWI; ha realizzato varie **campagne di comunicazione sociale ed istituzionale** per la valorizzazione dei risultati di impatto; sviluppa **piani di comunicazione e marketing strategico** per business for profit e per il terzo settore. [www.agenzialama.eu](http://www.agenzialama.eu)  
**Si allega CV aziendale comprovante.**

Nell'ottica di valorizzare lo specifico *know how* delle due cooperative e, al tempo stesso, fornire al committente una consulenza integrata, il gruppo di lavoro che si propone come costituendo RTI è stato progettato secondo un assetto che permette un costante dialogo tra partecipazione, informazione e comunicazione, come rappresentato nello schema di seguito proposto.



Nello specifico, la Cooperativa Sociolab, mandataria del RTI: garantirà la progettazione metodologica e operativa del percorso oggetto del preventivo; sarà interlocutrice del Committente e responsabile della buona riuscita delle attività e del rispetto delle tempistiche da parte di tutto il gruppo di lavoro; coordinerà il gruppo di lavoro nelle diverse fasi e azioni; progetterà e condurrà le attività di partecipazione, avvalendosi del contributo esperto della Cooperativa Lama Agency per alcune specifiche azioni (urban innovation jam e mostra interattiva); elaborerà i testi per gli strumenti informativi e la reportistica di tutti gli incontri. La Cooperativa Lama Agency, mandante: progetterà, svilupperà e gestirà la campagna di comunicazione sulla base degli input del committente, in costante coordinamento con la mandataria; parteciperà alla progettazione e organizzazione delle diverse fasi e attività contribuendo allo sviluppo degli strumenti informativi, della loro promozione e della loro documentazione; si occuperà della copertura mediatica degli eventi, nel rispetto delle indicazioni del committente e in costante coordinamento con la mandataria. Nella tabella che segue, si indicano le attività rispettivamente svolte dalle due cooperative e, in caso l'attività sia condotta congiuntamente, la quote relativa al contributo di ciascuna nella sua realizzazione.

<b>Attività</b>	<b>Gestione</b>
<b>COORDINAMENTO METODOLOGICO, RAPPORTI CON IL COMMITTENTE</b>	Sociolab 100%
<b>FASE 1</b>	Sociolab 100%
Istruttoria	Sociolab100%
Mappatura	Sociolab100%
Cabina di regia	Sociolab100%
Partecipazione interna	Sociolab100%
Scenario Workshop intercomunale	Sociolab100%
<b>FASE 2</b>	Sociolab-Lama
Focus group corpi intermedi	Sociolab100%
5 temi per 5 quartieri	Sociolab100%
Mappatura partecipativa	Sociolab100%
Coinvolgimento ordini	Sociolab100%
Urban Innovation Jam	Lama 80%-Sociolab20%
<b>FASE 3</b>	Sociolab-Lama
Sintesi	Sociolab100%
Mostra finale interattiva	Lama 50%-Sociolab50%
Evento restituzione	Sociolab100%
<b>COMUNICAZIONE E INFORMAZIONE</b>	Sociolab-Lama
Strategia comunicazione	Lama 100%
Logo e immagine coordinata	Lama 100%
Sito web	Lama 100%
Supporto comunicazione istituzionale	Lama 100%
Copertura foto degli eventi e video-racconto del percorso	Lama 100%
Canali social e social media management	Lama 100%
Layout grafici per materiale cartaceo (volantini, cartoline, pieghevoli e locandine)	Lama 100%
Redazione materiali informativi	Sociolab80%-Lama 20%
Reportistica	Sociolab100%

## 6.1 I componenti del gruppo di lavoro

### **Giulia Maraviglia (Sociolab) - Coordinatrice**

Sociologa esperta di pianificazione urbana e territoriale partecipata, governo del Territorio, protezione civile partecipata, politiche abitative e social housing. Facilitatrice senior con oltre 10 anni di esperienza. Dal 2008 collabora con Sociolab, di cui è socia dal 2013 e presidente da luglio 2016.

Sta coordinando: *“Piano<sup>2</sup>”* Percorso di partecipazione per la redazione del nuovo Piano Strutturale Intercomunale dei Comuni di San Miniato e Fucecchio. (2020-in corso); *“ParteciPIANO”*. Percorso Partecipativo per favorire l’informazione e il coinvolgimento dei cittadini e dei portatori di interesse nella fase di redazione del nuovo Piano Strutturale Intercomunale dei Comuni di Castelfiorentino, Certaldo, Gambassi Terme e Montaione. (2020 - in corso). Di recente ha coordinato: *“Prato al Futuro”* Programma di partecipazione e comunicazione per la redazione del nuovo Piano Operativo della Città di Prato (2017-2018-2019). Ha facilitato il percorso partecipativo *“Non case ma Città 2.0.”* promosso dal Comune di Firenze e dal Comune di Scandicci, per la definizione delle linee guida per la trasformazione della caserma Gonzaga ex Lupi di Toscana (2016).

### **Lorenza Soldani (Sociolab)- Responsabile delle attività di partecipazione**

Specialista in mediazione dei conflitti e metodologie della partecipazione, esperta di animazione territoriale, costituzione di reti di comunità e in rapporti con gli stakeholder nei processi di rigenerazione urbana e sociale. Facilitatrice senior con oltre 10 anni di esperienza. Membro del CdA di Sociolab di cui è socia dal 2013, fa parte del gruppo di lavoro dal 2007.

Sta coordinando: *“Argentario domani”*, percorso partecipativo di accompagnamento alla redazione del Piano Strutturale e del Piano Operativo del Comune di Monte Argentario (2020, in corso); *“Noi che il centro”* percorso di coprogettazione con portatori di interesse e cittadini per l’individuazione e la realizzazione di interventi di rigenerazione urbana, sociale e commerciale nel centro storico di Prato, (2019-in corso); *“4 Comuni per un territorio”* - percorso di ascolto e partecipazione per la redazione del Piano Strutturale Intercomunale dei Comuni di Altopascio, Capannori, Porcari e Villa Basilica (2019-in corso). Ha facilitato gli eventi partecipativi «Maratone dell’ascolto» del Comune di Firenze (2016).

### **Cristian Pardossi (Sociolab) - Responsabile delle attività di facilitazione**

Esperto di rigenerazione urbana, gestione collaborativa di beni comuni e pianificazione urbanistica partecipata. Dal 2004 iscritto all’Ordine dei Giornalisti (qualifica di Pubblicista). Facilitatore Senior con oltre 5 anni di esperienza. Collabora con Sociolab dal 2014, è socio della Cooperativa dal 2017 e membro del CdA.

Sta coordinando: *“A tutto piano!”* - Percorso partecipativo e di consultazione della cittadinanza nell’ambito dell’elaborazione del Piano Urbanistico Generale (PUG) del Comune di Castelfranco Emilia (2019-in corso); Percorso di partecipazione per la redazione del nuovo piano strutturale e del nuovo piano operativo del Comune di Vecchiano. (2020, in corso). Di recente ha coordinato: *“Prepariamo il futuro”*. Un piano per lo sviluppo integrato del territorio. Percorso di ascolto per la

formazione del piano strutturale intercomunale dell'Unione Valdera (2019). Ha facilitato gli eventi partecipativi «Maratone dell'ascolto» del Comune di Firenze (2016).

### **Enrico Russo (Sociolab) - Architetto**

Ha esperienza come progettista e come coordinatore concorso in fase di sviluppo offerta tecnica per appalti pubblici. Da marzo 2018 è mediatore presso l'Organismo di Mediazione degli Architetti di Firenze (OMA). Collabora con Sociolab da maggio 2019 per cui segue i percorsi partecipativi di pianificazione territoriale.

### **Chiara Missikoff (Sociolab) - Facilitatrice**

Ricercatrice presso la Fondazione Giangiacomo Feltrinelli (Mi), si è occupata di cittadinanza europea, innovazione digitale, rigenerazione urbana, questioni di genere. Facilitatrice. Fa parte del gruppo di lavoro di Sociolab da febbraio 2019.

### **Irene Ieri (Sociolab) - Facilitatrice**

Facilitatrice junior con esperienza nell'animazione di comunità e nelle attività di outreach e competenza negli strumenti visuali e nel graphic recording. Collabora con Sociolab dal 2017.

### **Alessandra Zagli (Lama) - Community developer**

Esperta di community development con dieci anni di esperienza nella progettazione e implementazione di processi di partecipazione ed empowerment all'interno di comunità, sia in Italia che all'estero (UE, Medio Oriente) soprattutto con giovani e giovanissimi e spesso utilizzando tecnologie e piattaforme web come mezzi. Facilitatrice senior, ha collaborato alla organizzazione e facilitazione delle Maratone dell'Ascolto, coordinando le attività di graphic recording e live twitting. Ha organizzato e facilitato 3 edizioni di Social Innovation Jam (giornate di progettazione partecipata finalizzate all'innovazione di modelli di business e strategie di comunicazione) per Impact Hub Firenze. Attualmente è la Project manager della campagna digitale di ascolto Firenze Prossima, realizzata per il Comune di Firenze. Collabora con LAMA dal 2009 ed è socia dal 2013.

### **Francesca Mazzocchi (Lama) - Responsabile Comunicazione**

Sociologa, esperta di relazioni istituzionali, comunicazione istituzionale e progetti di innovazione sociale. Senior project manager, ha lavorato per tredici anni in un'associazione di categoria e ha collaborato come consulente con Regione Toscana, Regione Emilia-Romagna e l'Agenzia per la Coesione Territoriale della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Tra gli ultimi progetti, nel 2019 ha curato la campagna istituzionale per il Bilancio di fine mandato della prima giunta Nardella. Attualmente è la Responsabile Comunicazione della campagna digitale di ascolto Firenze Prossima, realizzata per il Comune di Firenze. In LAMA dal 2018, è responsabile Comunicazione e Relazioni Esterne e socia della Cooperativa dal 2019.

### **Chiara Perroni (Lama) - Visual designer**

Senior Visual Designer, laureata al Politecnico di Milano in Design degli Interni e specializzata in rappresentazione: comunicazione visiva, grafica e illustrazione. Collabora a Milano con diversi studi di design e noti marchi del mondo dell'imprenditoria. Nel 2019 si trasferisce a Firenze dove continua la sua attività di freelance e collabora in modo stabile con LAMA nell'ambito del visual design, editorial design, branding e illustrazione. Attualmente è la Visual Designer della campagna digitale di ascolto Firenze Prossima, realizzata per il Comune di Firenze.

### **Francesca Pagnini (Lama) - Social media strategist**

Dal 2015, social media strategist e content manager, esperta in community management, social analysis e monitoring. Matura le principali esperienze in ambiti culturali, sociali e creativi, lavorando con S.I.A.E., Bebe Vio, Rockin'1000, MusiCraft, Toscana100Band, Goigest. In ambito corporate ha collaborato con Storyfactory, specializzandosi in corporate storytelling. Dal 2019 collabora con Impact Hub Firenze (società di LAMA Agency) curando tutta la comunicazione web.

Oltre a queste figure le due cooperative si riservano di selezionare all'interno o all'esterno del proprio staff ulteriori competenze professionali utili alla gestione delle attività.

Il gruppo di lavoro risponde ai requisiti richiesti secondo il seguente schema:

<b>Requisiti</b>	<b>Personale</b>
Una figura professionale con esperienza specifica nel campo della pianificazione urbana e territoriale e dei procedimenti partecipativi sviluppati e svolti in altre similari esperienze	Giulia Maraviglia - responsabile dell'ATI con esperienza decennale nel campo dei percorsi partecipativi in ambito di pianificazione
Una figura professionale con esperienza specifica nel campo della partecipazione	Lorenza Soldani - responsabile delle attività di partecipazione con esperienza decennale
Una figura professionale con esperienza specifica nel campo della comunicazione	Francesca Mazzocchi - responsabile della comunicazione con esperienza decennale
Una figura professionale con esperienza specifica nel campo della rappresentazione	Chiara Perroni - esperta di strumenti di rappresentazione, Visual designer, grafica, illustrazione