

I servizi collaborativi per le città

di Daniela Selloni

La città come luogo dei servizi

La città è *il luogo dei servizi* per eccellenza. Costituisce «l'orizzonte prevalente di questo periodo di storia dell'umanità, il paesaggio dove vive il 50% della popolazione mondiale... Luoghi miracolosamente vivi, attivi e capaci d'accoglienza»¹. Luoghi nei quali è necessario erogare e fruire servizi.

È anche *il luogo narrativo* per eccellenza perché contiene tante piccole storie messe insieme che possono creare storie più grandi e significative. I protagonisti sono i cittadini che, con le loro azioni, determinano l'identità degli spazi in cui vivono.

La città contemporanea sta attraversando una profonda trasformazione, caratterizzata da nuovi bisogni e desideri. Per risolvere i suoi problemi, ha bisogno di esperti di vario tipo, che insieme collaborino per trovare soluzioni, ma anche il cittadino medio è un esperto, anzi, è sicuramente *l'esperto* per ciò che riguarda i suoi interessi personali e i suoi desideri².

Ecco perché i cittadini sono i protagonisti di una nuova era progettuale che vede la nascita delle cosiddette «comunità creative»: «persone che insieme collaborano per inventare, migliorare e gestire soluzioni innovative per nuovi modi di

¹ F. La Cecla, *Prefazione*, in C. Landry, *City making. L'arte di fare città*, Torino, Codice Edizioni, 2009, p. XV.

² C. Landry, *City making...*, cit.

vivere»³. Individuato il problema, lo si affronterà e risolverà all'interno della città: quel che sta accadendo è che la sua risoluzione avverrà dal basso, tramite interventi *bottom-up*, iniziando così a innovare quello che c'è, senza aspettare l'arrivo di un cambiamento più grande e *top-down*.

Le comunità creative costituiscono un risultato originale delle città perché nascono e si sviluppano più velocemente in contesti caratterizzati da diffusa conoscenza, un alto livello di connettività, un certo grado di tolleranza verso le maniere non convenzionali di vivere⁴.

Cercano di migliorare la qualità di vita urbana, rendendola più sostenibile, efficiente, piacevole e generatrice di socialità. Usando un'espressione di Aldo Cibic, cercano di trasformare la città in un «bel posto». Dove per «bel posto» si intende «un luogo in cui le persone possano incontrarsi per fare delle cose insieme, dove i bambini possano giocare in una situazione sicura, dove ci sia del verde, dove l'architettura, a prescindere dagli stili, sia il supporto per raccontare una storia, per creare un luogo in cui la bellezza sta nella qualità complessiva che essa genera»⁵. Un luogo in cui la qualità estetica sia l'armonia derivante dalla soddisfazione delle aspettative.

Il nostro proposito è quindi quello di delineare alcune caratteristiche delle comunità creative, in relazione a quanto sta accadendo nella società contemporanea negli ultimi anni, per poter poi meglio descrivere i cambiamenti che stanno investendo i servizi erogati nelle città.

Le comunità creative rappresentano, in un certo senso, il sintomo di una trasformazione, definita da Michel Maffesoli come il declino dell'individualismo e il ritorno al «tempo delle tribù». Egli sostiene che «all'autonomia della borghesia sta succedendo l'eteronomia del tribalismo, in qualsiasi

³ A. Meroni (a cura di), *Creative Communities. People Inventing Sustainable Ways of Living*, Milano, Edizioni Polidesign, 2007, p. 30.

⁴ F. Jégou e E. Manzini, *Collaborative Services. Social Innovation and Design for Sustainability*, Milano, Edizioni Polidesign, 2008.

⁵ A. Cibic, *Rethinking Happiness*, Milano, Corraini, 2010, p. 21.

modo lo si possa chiamare – quartieri, vicinati, gruppi d'interessi diversi, reti – assistiamo al ritorno di un investimento affettivo e passionale»⁶.

Si mette l'accento sul «noi» e sulla quotidianità, il che significa ricentrarsi sul concetto di prossimità: come sostiene Maffesoli «l'epoca contemporanea privilegia lo spaziale e le sue diverse modulazioni territoriali»⁷. Si cerca di ridare senso al quartiere, alle pratiche di vicinato e alla componente affettiva che si genera perché questo permette di creare una rete di relazioni.

Tale «sentimento di appartenenza tribale» può essere confortato dallo sviluppo tecnologico, che offre una rapidità di contatto e di circuito offerta-domanda. È dunque il sistema delle ICT che, in un certo senso, ha reso possibile questo ritorno alla tribù, ai microgruppi. Non a caso, il paradigma della rete può essere considerato come la riattualizzazione dell'antico concetto di comunità: un'aggregazione esistenziale e operativa, un modello che viene dalle culture arcaiche e preindustriali basate sul commercio/scambio e sulla convivenza comunitaria.

Le comunità creative sono eredi di queste culture e il loro aggiornamento tecnologico non si limita all'uso ordinario delle tecnologie esistenti, ma a un utilizzo originale e inedito, «mettendo prodotti e servizi normalmente disponibili nel mercato all'interno di un nuovo sistema»⁸.

Inoltre, grazie alla rete, hanno acquisito accesso a capitali di conoscenza che altrimenti sarebbero rimasti esclusivo appannaggio di quelli che Anthony Giddens definisce i «sistemi esperti», i quali sono attualmente in crisi, perlomeno nella loro forma tradizionale. La libera circolazione delle informazioni sta infatti formando «nuovi sistemi esperti»: i cittadini che animano le comunità creative, degli agglomerati operativi ad alto tasso

⁶ M. Maffesoli, *Il tempo delle tribù*, Milano, Guerini e Associati, 2004, p. 190.

⁷ *Ibidem*, p. 194.

⁸ F. Jégou e E. Manzini, *Collaborative Services...*, cit., p. 30.

innovativo che contribuiscono alla costruzione di sistemi di sviluppo sostenibile, ossia, come suggeriscono Manzini e Jégou, un insieme di prodotti, servizi e conoscenze, il cui impiego permette di vivere meglio consumando meno e rigenerando la qualità dei contesti in cui si collocano⁹.

L'esperienza delle comunità creative negli ultimi anni ha assunto una forma più definita iscrivendosi nell'onda della *sharing economy*, che ridefinisce forme di condivisione tradizionali (baratto, prestito, affitto, donazione ecc.) attraverso l'uso innovativo delle ICT e delle relative applicazioni. L'accelerazione che questo fenomeno ha avuto negli ultimi anni mostra come la *sharing economy* non sia più un'economia di pochi pionieri, ma un vero e proprio mercato che produce numeri e fatturati importanti che stanno crescendo con estrema rapidità.

È esattamente in questo scenario che l'attivismo delle comunità creative sta dando luogo a una nuova generazione di servizi: i servizi collaborativi, ossia «servizi nei quali gli utenti finali sono coinvolti attivamente e assumono ruoli di co-designer e co-produttori»¹⁰. Tali utenti/cittadini sono dei veri e propri *service makers*¹¹ proprio perché autoproducono letteralmente i servizi di cui necessitano, mettendo in piedi attività basate sulla condivisione di beni e prestazioni, che sono spesso a metà fra amatoriale e professionale, profit e no profit, pubblico e privato.

Anzi, si può affermare che questi cittadini siano *service thinkers and makers* proprio perché il loro contributo può attraversare tutte le fasi del servizio, dalla generazione d'idee alla realizzazione vera e propria.

⁹ F. Jégou e E. Manzini, *Quotidiano sostenibile. Scenari di vita urbana*, Milano, Edizioni Ambiente, 2003.

¹⁰ F. Jégou e E. Manzini, *Collaborative Services...*, cit., p. 32.

¹¹ D. Selloni, *New Service Models and New Service Places in Times of Crisis. How Citizens' Activism is Changing the Way we Design Services*, relazione tenuta presso la CUMULUS Spring Conference 2014 dal titolo «What's on: Cultural Diversity, Social Engagement, Shifting Education», Università of Aveiro, 8-10 maggio 2014.

Sperimentare servizi collaborativi nella città

Una recente sperimentazione italiana nell'ambito dei servizi collaborativi è quella di Cittadini Creativi (<http://www.cittadinicreativi.it>). Si tratta di un progetto nato all'interno del dottorato di ricerca che l'autrice ha svolto al Politecnico di Milano, nell'ambito del design dei servizi e dell'innovazione sociale. Cittadini Creativi è uno spazio di incontro tra cittadini, designer, istituzioni e attori locali, un contenitore collaborativo per co-progettare e co-produrre servizi per la vita quotidiana nel quartiere.

L'idea iniziale è quella di portare la ricerca fuori dalle università e dentro la società, mettendola in contatto diretto con la città e i suoi abitanti, proprio in un luogo simbolo dell'attivismo milanese come la Cascina Cuccagna. Quest'ultima è collocata in un'area della città, la Zona 4, che presenta un alto numero di iniziative sociali e servizi informali di mutuo aiuto; la scelta del quartiere è quindi motivata dalla presenza di un tessuto fertile e recettivo dei processi di partecipazione e innovazione.

La preparazione del progetto ha richiesto un anno d'«immersione ambientale» all'interno della comunità. Attraverso metodi di ricerca etnografica, l'autrice è entrata in contatto con un gruppo di circa 30 cittadini, in parte già attivi nel quartiere, in parte semplici interessati, ma tutti disponibili a iniziare una sperimentazione per «riprogettarsi la vita quotidiana» e conseguire risultati reali, ossia dei servizi che ricadono sul territorio e sulla comunità locale.

Una volta creato il gruppo di cittadini, il progetto parte con un programma di appuntamenti settimanali per raccogliere idee e sperimentarle in ambiti differenti: il cibo, gli oggetti che usiamo ogni giorno, le competenze che sfruttiamo per risolvere problemi burocratici, le mansioni domestiche che dobbiamo svolgere e molte altre attività che si possono trasformare in servizi efficienti e collaborativi. Ogni sessione è caratterizzata da un allestimento temporaneo per simulare situazioni di servizio da testare, migliorare o cambiare usando il design dei servizi e la progettazione parte-

cipata. Si tratta di un percorso di partecipazione leggera e creativa, proprio perché tutti possono diventare «designer della propria vita quotidiana», almeno per qualche mese, possibilmente divertendosi. Gli appuntamenti settimanali, vere e proprie sessioni di co-design, sono avvenuti da febbraio a giugno 2013, ogni giovedì, per due ore. Un programma intenso, diviso in quattro cicli tematici: servizi di scambio oggetti e competenze, servizi legali e burocratici, servizi alimentari e servizi culturali.

Ciascun ciclo si compone a sua volta di tre incontri, che possono essere visti come parte di un percorso progressivo. La prima sessione ha l'obiettivo d'introdurre il tema, presentando buone pratiche esistenti in Italia e nel resto del mondo, in modo da trarne ispirazione e generare visioni alternative di vita quotidiana. I cittadini partecipanti selezionano gli elementi più promettenti dei casi presentati, che poi sono ri-organizzati nell'incontro successivo. La seconda sessione è infatti una sorta di brainstorming collettivo, dove convergono ispirazioni, desideri, necessità. Nella terza sessione l'obiettivo è passare da un servizio ideale a uno reale, individuando le risorse locali che potrebbero essere coinvolte nello sviluppo. Si tratta di una vera e propria sessione di prototipazione che utilizza *mock-up* fisici per presentare il servizio, più altri strumenti per applicare il servizio alla realtà della Zona 4. In quest'ultima sessione sono spesso coinvolti stakeholder esterni, come associazioni locali e comitati, rappresentanti delle istituzioni e consulenti professionali, attori che sono già attivi sul territorio ma che faticano a incontrarsi.

Durante le sessioni sono utilizzati vari strumenti che fanno parte del *toolkit* del *service designer* e del ricercatore sociale. Sono chiaramente adattati al contesto e resi più popolari e accessibili, per permettere un'ampia partecipazione.

Gli strumenti sono suddivisi in: *inspiring tools*, per stimolare l'immaginazione e il pensiero laterale (tavole di casi studio, carte di suggestione, video-storie ecc.); *framing tools*, strumenti per elaborare una maniera condivisa di fare le cose (mappe del sistema, *customer journey map*, rappresenta-

zioni del front office e del back office di un servizio) e, infine, *implementing tools*, strumenti per sviluppare ulteriormente il servizio e legarlo alle risorse locali (*service mockup*, mappe di localizzazione, *business model canvas*, giochi di ruolo ecc.).

Cittadini Creativi ha generato sei servizi, i quali si trovano ora in differenti stati di evoluzione: alcuni potrebbero inaugurare un'inedita collaborazione con il settore pubblico, creando forme di secondo welfare, mentre altri si stanno trasformando in nuove start-up di servizio, gestite dai cittadini stessi che diventano così imprenditori sociali e talvolta s'intersecano con rappresentanti del terzo settore.

Essi sono:

- la Biblioteca degli Oggetti: uno spazio fisico e virtuale per scambiare oggetti nel quartiere;
- la Banca del Tempo Potenziata: un sistema per scambiarsi competenze e piccoli favori nel quartiere;
- lo Sportello del Cittadino: un servizio di orientamento e pronto soccorso burocratico;
- Facecook: una rete alimentare che unisce ristoranti, mercati, negozi locali e cittadini;
- la Rete di Distribuzione Locale: una rete di distribuzione alternativa fra la Zona 4 e il Parco Agricolo Sud;
- I Ciceroni di Zona 4: i luoghi di Zona 4 adottati e spiegati da un cittadino-guida.

Caratteristica principale della maggior parte dei servizi co-progettati è quella di partire dal miglioramento di un servizio già attivo sul territorio, proprio perché essere sostenibili significa spesso partire dall'esistente¹², mettendo prodotti e servizi normalmente disponibili nel mercato all'interno di un nuovo sistema.

¹² E. Manzini e F. Jégou, *Quotidiano sostenibile...*, cit.

Un fab-lab di servizi collaborativi per la città

Cittadini Creativi ha sviluppato un nuovo formato d'intervento e collaborazione nella città, una struttura a supporto dell'attività di progettazione, che può essere a tutti gli effetti definita come un «fab-lab di servizi»¹³.

In questo luogo, i cittadini, veri e propri *service makers*, autoproducono i servizi di cui hanno bisogno, operando in una zona ibrida che, come affermato in precedenza, è a metà tra pubblico e privato, mercato e società, amatoriale e professionale, profit e no profit.

Cittadini Creativi costituisce, quindi, una sorta di modello di ufficio di servizi collaborativi per la città, uno spazio fisico/virtuale che si pone come punto di riferimento, un agente sul territorio che supporta i cittadini nelle loro iniziative di servizio. Un collettore, che fa sinergia fra le attività (un po' come la rete delle reti), ma è anche un laboratorio, un incubatore fatto dai cittadini e a disposizione dei cittadini, dove la figura del designer fa da ponte e interprete di una visione comune, proprio in virtù delle sue capacità progettuali.

Le attività di *service making* coinvolgono direttamente designer e cittadini con diversi ruoli, i cui confini però sono spesso ambigui. In realtà anche il *service designer* è un cittadino, nel senso che opera inserito all'interno di un contesto e di una comunità determinata, ma lo fa con delle competenze tecniche e degli strumenti specifici che lo rendono differente. È un attivista come gli altri cittadini - e insieme attivano iniziative sociali e le portano avanti -, ma a differenza degli altri lavora a un costante processo di connessione, mediazione e facilitazione, utilizzando un approccio denominato «community centred design»¹⁴.

¹³ D. Selloni, *New Service Models...*, cit.

¹⁴ A. Meroni (a cura di), *Creative Communities...*, cit.

La progettazione partecipata in questo scenario contribuisce alla costruzione e al rafforzamento della comunità, con l'ambizione di poter influire sull'inclusione e sulla coesione sociale.

In un certo senso Cittadini Creativi parte dal deficit di servizi che affligge la città in un momento di crisi economica e progetta i servizi che rispondano a questi bisogni attraverso la creazione di capacità (*empowerment*), il coinvolgimento diretto dei cittadini e la modifica nelle relazioni tra i diversi attori coinvolti (*stakeholder*) nella produzione di servizi. Le sessioni di co-design sono, in fondo, un processo di creazione di leadership, perché abilitano i cittadini a sentirsi e percepirsi come un attore collettivo in grado di entrare in contatto con le istituzioni e le parti interessate, al fine di proporre e sviluppare un progetto che sta loro a cuore.

Il formato stesso di Cittadini Creativi è in continua evoluzione: allo scopo di approfondire il modello «fab-lab di servizi», l'autrice sta attualmente sviluppando una mappatura di laboratori, agenzie, spazi di co-progettazione e co-produzione presenti nel mondo.

Alla base di questi spazi vi è un'idea precisa di sostenibilità, così necessaria da essere quasi un presupposto, ed è intesa in tutte le sue accezioni, non solo in quella ambientale, ma anche sociale ed economica.

L'idea di usare l'esistente, di mettere prodotti e servizi esistenti all'interno di nuovi sistemi di condivisione, costituisce in fondo un'idea di sostenibilità basata sull'accesso a risorse collettive, piuttosto che sul possesso di beni singoli. L'intento, per dirla con una citazione di Carlo Petrini¹⁵, è di progettare e realizzare una nuova generazione di servizi per la città, non solo collaborativi, ma anche «buoni, puliti e giusti».

¹⁵ C. Petrini, *Buono, pulito e giusto. Principi di nuova gastronomia*, Torino, Einaudi, 2005.

DOSSIER: SHARING ECONOMY

Il fenomeno della *sharing economy* in Italia e nel mondo, *di Ivana Pais e Marta Mainieri*

Il ruolo delle tecnologie, *di Anna Puccio e Aldo Pozzoli*

La creazione di valore attraverso l'economia della condivisione: un'evoluzione della sostenibilità?, *di Ilaria Lenzi e Ilaria Pais*

I servizi collaborativi per le città, *di Daniela Selloni*

La città condivisa, *di April Rinne*

SharExpo Milano 2015, *di Giacomo Biraghi e Alvise De Sanctis*

Beni comuni e innovazione sociale, *di Christian Iaione*

Oikonomia ed economia sostanziale, *di Geminello Alvi*

GRANDE INTERVISTA

Un orlo di corallo. Conversazione con Anne Hoggett e Terry Hughes, *di Roberta Giaconi*

ECONOMIA & SOCIETÀ

Crescita, disuguaglianze e riduzione della povertà in Africa, *di Francisco H.G. Ferreira*

GEO & POLITICA

Un mondo senza ordine, *di Antonio Pilati*

La politica energetica europea: evoluzione storica e prospettive future, *di Simone Tagliapietra*

Indipendentismi e nazionalismi in Europa, *di Luca Bisaschi*

Austerità e diritti umani. Conversazione con Maria Virginia Bras Gomes, *di Giovanni Venegoni*

Gli antropologi contro Ebola, *di Alessandra Favazzo*

SURPLUS

Dalle masse alla guerra. Conversazione con Enzo Rutigliano, *di Pasquale Alferj*

Rinascerei nella terra dei padri, *di Claudia Sonino*

Il riposo della terra. Anno sabbatico in terra d'Israele, *di Enrico Lucca*

La spada e la fede, *di Michela Fontana*

LETTERE A «EQUILIBRI»

Da Lima verso Parigi, *di Elisa Calliari*