



## SMARTCITY

*Il digitale sta cambiando modelli ormai consolidati e le città italiane possono diventare veri e propri laboratori dove sperimentare l'innovazione su misura di realtà locale, per dare nuova linfa anche al rapporto PA-cittadini*

A CURA DI ANDREA GRANELLI E PAOLO TESTA (Cittalia - Fondazione ANCI)

➔ **Missione compiuta per Cittalia**  
**Il digitale «pulsava» sul territorio**

# In Italia batte un cuore «smart»

*Il tema delle Smart City è maturo: ora bisogna spingere sull'attuazione dei progetti avendo sempre a mente di conciliare il patrimonio culturale con le frontiere dell'innovazione*

**C**on questo articolo si conclude il lavoro della Rubrica sulle Smart City, nata tre anni or sono dal desiderio di **Cittalia** - ufficio Studi dell'**Anci** (Associazione Nazionale dei Comuni Italiani) - di creare, insieme a un esperto di digitale, uno spazio di riferimento dove affrontare in maniera sistematica e continuativa il tema delle tecnologie pensate per migliorare il vivere urbano.

L'obiettivo era duplice: da un lato parlare di nuove tecnologie, di applicazioni di successo, di metodologie progettuali efficaci, per dare conto dell'estrema dinamicità e articolazione del tema, dando voce - ove possibile - ai diretti interessati; agli amministratori coinvolti in prima linea nei progetti, agli utenti cui erano

rivolti, ai fornitori responsabili della componente progettuale. Dall'altro lato, costruire - seppure a puntate - una sorta di bussola che facilitasse l'orientamento verso queste tecnologie, rivolta in primis agli amministratori locali. Ambiti applicativi, complessità di adozione, precondizioni necessarie per un corretto impiego delle tecnologie digitali in contesti urbani, sono tra gli elementi che hanno accompagnato l'illustrazione di casi di studio e la descrizione di nuove soluzioni.

La nascita di osservatori specializzati ed eventi fieristici, un'attività convegnistica sempre più numerosa, la pubblicazione di articoli, libri e riviste sul tema, l'ingresso dell'espressione Smart City nel lessico utilizzato dalle amministrazioni e dai cittadini sono segni della piena maturità del tema. E sono gli elementi che hanno portato gli estensori di questa rubrica - Paolo Testa e Andrea Granelli - a ritenere di aver esaurito il proprio compito, avendo pienamente raggiunto gli



obiettivi che si erano dati. Riteniamo, peraltro, di aver contribuito all'emersione di un modello italiano di Smart City, costruito a partire dagli esempi oltreconfine e dalle suggestioni potenti delle nuove tecnologie digitali, ma in grado di conciliare le specificità delle nostre città - la tradizione storica, culturale e urbanistica - con le frontiere dell'innovazione. L'aspetto che forse più caratterizza le città italiane è il loro cuore antico, fatto di centri storici e di un patrimonio culturale diffuso. Ben lungi dal costituire un limite verso la modernizzazione delle aree urbane, tale patrimonio è una straordinaria occasione per una caratterizzazione identitaria forte: le città possono (anzi, devono) divenire laboratori a cielo

aperto dove sperimentare tecnologie e soluzioni avanzate.

Al di là del patrimonio culturale, vi sono poi altri aspetti che caratterizzano le nostre città: la centralità della piazza, la forte dimensione turistica, il ruolo chiave della cultura artigiana e del commercio al dettaglio, la visione unica del welfare ed una cultura del cibo che si declina anche in rapporto alla città. Tali aspetti spostano l'attenzione dai temi "classici" delle Smart City (efficienza energetica, inquinamento, sicurezza, mobilità sostenibile), alla necessità di risposte differenziate per valorizzare i centri storici, creare strade del commercio, introdurre nuove soluzioni di welfare e realizzare filiere corte alimentari.

Bisogna dunque puntare a una città a misura d'uomo e rispettosa dell'ambiente, "una comunità libera, ove la dimora dell'uomo non sia in conflitto né con la natura, né con la bellezza", per dirla con **Adriano Olivetti**. Una città che non debba necessariamente diventare hub nevralgico della competizione globale accelerata, ma un luogo dove far convivere in maniera armonica innovazione e tradizione, attività culturali ed economiche, imprenditoria for-profit e iniziative sociali.

Smart Land e Smart Territory, così come Smart Work e Smart Retail, alludono ad una transizione delle Smart Technology - e Specialization - verso nuovi domini applicativi, in cui il digitale sta contribuendo a ripensare processi consolidati di produzione e scambio di beni e conoscenza - in alcuni casi danneggiati da una prima ondata di digitalizzazione superficiale. Si pensi al dilagante abuso dell'e-mail, all'inutilità e inefficacia di molte riunioni (per molti la "peste del XXI secolo") o ai crescenti problemi legati a privacy e sicurezza. Similmente, anche i miei "sensori" e il mio piacere di riflettere su nuovi indizi e sui fenomeni nascenti, si rivolgeranno verso altri lidi. Ci ritroveremo, pertanto, nelle pagine di questa rivista, ma con una nuova veste. Buona prosecuzione di lettura.

**Andrea Granelli**

## SMARTWORLD

# Dalla «fantascienza» alla realtà delle cose

**Nel mondo accelerato** dell'evoluzione tecnologica, tre anni sono un arco di tempo relativamente lungo, sufficiente a decretare il successo di nuovi paradigmi o a relegarne molti altre nell'oblio dell'obsolescenza.

Il concetto di Smart City è andato delineandosi con sempre maggior dettaglio: grazie al contributo di progettisti, esperti di tecnologia, urbanisti, filosofi e marketer, la fumosa e generica idea di miglioramento della vita nei centri urbani attraverso l'uso massiccio di tecnologie digitali ha acquisito connotati sempre più precisi, fino all'identificazione delle sei "sfere" ormai tradizionali: smart economy, smart mobility, smart environment, smart people, smart living, smart governance. È emersa, parallelamente, l'importante differenza tra i progetti di Smart City su larga scala, voluti dai giganti multinazionali della system integration (Ibm e Cisco in testa), e le proposte "micro" di cittadini, attivisti e ricercatori, prevalentemente dal basso ed orientate al recupero e al riuso, più che all'introduzione di costose soluzioni ex novo.

Alcuni di quei grandi progetti technology driven sono stati avviati e conclusi nei tre anni appena trascorsi - su tutti la fantascientifica Songdo - confermando i timori relativi alle "cattedrali nel deserto" che sorgono in territorio cinese a ritmi inattesi. Alcuni dei progetti "dal basso", viceversa, hanno trasformato radicalmente il modo di vivere e lavorare di migliaia di persone, portando connettività e servizi in aree remote (come nel caso del Trentino) o supportando la collaborazione tra negozi, uffici e cittadini (come nel caso dei Distretti Urbani del Commercio).

L'esplosione di Facebook, Twitter ed Instagram, la diffusione di smartphone sempre più potenti (e il prosperare di Android), l'abitudine alla connettività always on, l'introduzione delle black box telematiche negli autoveicoli (ad opera delle compagnie di assicurazione) e l'alba dell'Internet delle Cose; fenomeni sviluppatasi negli ultimi tre anni (pur avendo radici precedenti) che hanno impattato la vita e le pratiche di milioni di persone in tutto il mondo.

Quelle che, fino a poco tempo fa, sembravano soluzioni fantascientifiche (come gli smart meter, le buste per la differenziata dotate di chip, le self-driving car e gli apparati sensori indossabili), stanno progressivamente entrando a far parte dell'esperienza quotidiana di ognuno di noi, a riconferma del fatto che il concetto di Smart City è riuscito a superare il picco del proprio Hype, entrando in una "normalità" fatta di bandi di concorso, conferenze, leggi e partnership.

Il termine Smart City, nato per creare consapevolezza sulle problematiche delle città moderne e sulle possibili soluzioni a matrice tecnologica, pare aver esaurito l'utilità delle origini; pur non essendo concluso il percorso evolutivo delle Città Intelligenti, droni, sensori, marker, intelligenza artificiale e tecnologie mobili sono usciti dal novero del "breakthrough" tecnologico e del "caso di studio", per percorrere la strada che porta all'adozione. Una strada fatta di modelli di business, pitch commerciali, lunghi discorsi e convegni; una strada interessante e gravida di opportunità, che speriamo qualcun altro vorrà percorrere.

**Daniele Dal Sasso**

