

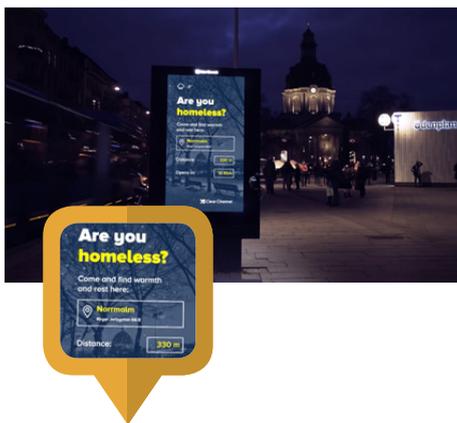
*Una società sempre più digitalizzata deve promuovere la creatività e l'innovazione, ma deve anche investire nell'ampliare una coscienza digitale oltre che accompagnare nella crescita*

di

Linda Gobbi - Future Concept Lab

# ABITARE LA SMART CITY: i nuovi cittadini digitali

La riflessione verso un futuro sempre più smart nella vita quotidiana dei cittadini, ha trovato negli ultimi anni a Milano le migliori condizioni per divenire hub di innovazioni socio-sostenibili, inclusive e diffuse. Ed è da Milano che è ripartito il Festival della Crescita per il tour 2019, in una tappa dal titolo Smart City e Alfabetizzazione digitale, proposta in occasione della Digital Week. Il percorso compiuto in 3 anni di attività, in 30 città italiane, con l'obiettivo di promuovere e dare voce a esperienze di crescita felice e sostenibile, di connettere e fertilizzare realtà urbane puntando sulla ricchezza della diversità, ha dimostrato quanto sia fertile l'incrocio tra il talento innato di ogni luogo (Genius Loci), la sua storia e geografia (memoria delle radici) e l'implementazione intelligente di tecnologie volte a migliorare la vita dei cittadini. La crescente importanza delle trasformazioni indotte dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione ha posto nuove sfide anche per lo sviluppo di città intelligenti, capaci non solo di dialogare con cittadini-utenti, ma anche cittadini-consumatori.



La municipalità di Stoccolma, in collaborazione con Clear Channel Sweden, chiese e Ong, ha creato il nuovo sistema di emergenza Out of Home a favore delle persone più vulnerabili, utilizzando il sistema di affissioni digitali presente sul territorio cittadino. Quando la temperatura scende sotto i -7 gradi Clear Channel sostituisce i propri messaggi pubblicitari con avvisi che indicano ai senzatetto dove si trovano i centri di accoglienza più vicini.

La smart city -come raccomanda Roberta Cocco, assessore alla Trasformazione digitale e servizi civici del Comune di Milano- è prima di tutto un hub in grado di estrarre, accogliere, rilanciare le energie creative della propria città, in una dinamica non solo verticale, disciplinare, fondata sulla programmabilità, ma anche trans-disciplinare, in una circolazione di elementi culturali e vitali che alimentano la smartness tecnologica e digitale in termini progettuali. È questa la strada scelta da Material Connexion Italia nella mostra-evento che ha ospitato la prima tappa del Tour 2019 del festival e che ha come sottotitolo "Caos, caso e cose: 6 trampoli per la via latina alla smart city". Il curatore Giulio Ceppi ne ha spiegato i contenuti nel corso della giornata: la smart city comprende le sei dimensioni dell'Advanced Building, della Net Citizenship, della Culture Inclusion, della Circular City, della Integrated Mobility e della Human Agriculture, che segnano il nuovo perimetro della condizione urbana dal punto di vista valoriale, comportamentale, della sostenibilità e della cittadinanza inclusiva. La

popolazione urbana continuerà a crescere in tutto il mondo e queste dimensioni diventeranno sempre più strategiche anche per le istituzioni finanziarie che sono oggi sensibili al tema.

Una società sempre più digitalizzata può e deve promuovere la creatività e l'innovazione, ma deve anche investire e accompagnare nella crescita quei cittadini "analfabeti digitali". In questa definizione allargata di smart city, l'alfabetizzazione digitale costituirà un potente attivatore e facilitatore, così come dovrebbe avvenire nel mondo della scuola -ne hanno parlato Stefano Moriggi e Paolo Ferri dell'Università Bicocca-, dell'innovazione, tema affrontato da Gianpaolo Barozzi di Cisco nella sua relazione Hello Future!, e dunque del sapere e della conoscenza come è emerso dal dialogo con Massimo Bray, direttore generale di Treccani. Il nuovo alfabeto digitale può poi tradursi in servizi per la comunità e in trans-azioni di ogni tipo, che vanno ad alimentare la net citizenship che costituisce una delle dimensioni fondanti della smart city. Come e quando pagare in modo digitale e senza dispendio di tempo ed energie per i servizi urbani sta già cambiando

### Aston Martin Works, un esempio smart nel mondo automotive

Il gruppo Aston Martin Works ha introdotto una soluzione EV (Electric Vehicle) reversibile, che può essere installata sui suoi modelli storici, consentendo a queste vetture di essere pronte in futuro, nel caso la legislazione impedisse l'uso di auto classiche per normative anti-inquinamento. Utilizzando le conoscenze acquisite da Aston Martin durante lo sviluppo della fase finale di Rapide E e la pianificazione futura della nuovissima gamma di Lagonda, la conversione EV di Aston Martin Works Heritage sposa la tecnologia più all'avanguardia. La conversione richiede l'installazione di un propulsore EV "a cassetta" e la prima vettura a montare il propulsore EV è la DB6 MkII Volante, del 1970, nel rispetto dell'integrità della vettura originale. La cella integrata che ospita il propulsore, alimenta il sistema elettrico della vettura. Le informazioni sulla gestione dell'energia vengono visualizzate su di uno schermo dedicato alloggiato con cura e discrezione all'interno della vettura.

la nostra esperienza di consumatori e cittadini: Erika Fattori di Nexi lo ha spiegato nella sua presentazione. A partire da questo scenario bisognerà affrontare con maggiore consapevolezza il tema della mobilità sostenibile che costituisce per esempio la grande sfida di Arval -azienda specializzata nel noleggio di flotte aziendali- che già da qualche anno si muove in questa direzione con il suo Osservatorio sulla Mobilità Sostenibile, come ha raccontato Grégoire Chové, direttore generale di Arval Italia. L'alfabetizzazione digitale incide poi profondamente anche nelle strategie di comunicazione creativa, sempre più presente anche negli spazi pubblici della città: a questo è stato dedicato il dialogo con Paolo Iabichino che da anni è impegnato in una riflessione sulle tracce della creatività digitale per brand e organizzazioni. Temi sviluppati anche nel Brand Festival di Jesi, gemellato con il Festival della Crescita e di cui Iabichino è uno dei responsabili. La riflessione sulla smart city si giocherà dunque tra l'intelligenza artificiale delle macchine e degli algoritmi urbani, la consapevolezza per un territorio che richiede ancora inclusione, e la necessità tutta umana di educazione ed emozione. Su questo versante segnaliamo il lavoro della sound designer Chiara Luzzana, che in diversi interventi al Festival della Crescita ha presentato il suo lavoro The sound of city, che definisce una originale colonna sonora delle città. L'autrice spiega come dar voce a realtà urbane che desiderano essere smart anche in termini di coinvolgimento emozionale. Il futuro che ci aspetta in città possiamo immaginarlo all'insegna di tante nuove performance, tanto intelligenti quanto accudenti, per formare la coscienza critica necessaria in questo tempo in continua trasformazione. 🎧

