



# CITIES: THE NEW DEAL

A SOCIAL  
INNOVATION  
CHALLENGE  
BY IGPDECAUX



# CONTEXT

Nel 2050 il 70% della popolazione mondiale abiterà nelle città e **la qualità dello Spazio Pubblico Urbano** impatterà sulla vita di miliardi di persone.

Nell'era della condivisione (*Sharing Economy*) le tecnologie, le piattaforme digitali e le reti sociali sono e saranno sempre più orientate al territorio e a generare senso e valore per coloro che lo vivono quotidianamente.

## Il rapporto del cittadino con lo Spazio Pubblico Urbano si sta modificando in un'ottica di riappropriazione e di consapevolezza

le potenzialità strutturali aumentano, gli effetti esperienziali e di condivisione si amplificano e l'impiego del tempo, anche quello dei trasferimenti, diventa illimitatamente ri-negoziabile.

## Lo Spazio Pubblico Urbano per sé acquisisce qualità

**organiche:** Sensing Technologies, Contextual Information, Smart Grids, Big Data e Artificial Intelligence lo abilitano alla consapevolezza e alla persuasione.

## I cittadini cambiano le città e le città cambiano i cittadini


ad un ritmo tale da rendere la resilienza (o capacità di adattamento) essenziale da entrambe le parti. Sta diventando sempre più chiaro che è veramente smart solo quella città che si prefigge anzitutto l'obiettivo di migliorare la qualità di vita dei suoi abitanti mettendo l'elemento umano al centro di ogni progetto urbano.




# CHALLENGE



Progettate **nuove pratiche d'uso\*** dello spazio pubblico urbano, inclusive e collaborative, indotte dallo sviluppo tecnologico, che siano promosse e facilitate da **servizi finanziabili con la vendita di pubblicità**.




Intendiamo **avviare** o inserirci in **circoli virtuosi e sostenibili di condivisione** (di informazioni, servizi, esperienze, beni, risorse o quant'altro) abilitati dalla tecnologia, dai dati, dagli oggetti, ma anche e soprattutto dalle persone.



Vi chiediamo dunque di **ideare un servizio di pubblica utilità** che sostenga queste pratiche e che istituisca un canale di comunicazione fra pubbliche istituzioni e individui, fra oggetti e individui oppure fra gli individui tra loro, e che sia perciò sfruttabile e finanziabile con la pubblicità.

Per partecipare a questa challenge utilizzate i **Template** allegati ed illustrate il processo di ideazione del vostro servizio definendone gli utenti, il contesto, i bisogni alla base della sua concettualizzazione e le sue potenziali evoluzioni.

\* Per pratica d'uso qui si intende "la forma caratteristica che può assumere la relazione fra individui e/o fra gruppi sociali e un territorio".





# REFERENCES



Per ispirarvi pensate ad esempio a **Cyclocity** il pluripremiato modello di **bike sharing** ideato nel 2003 dal gruppo **JCDecaux**. Un progetto pioniere e rivoluzionario, che è stato in grado di generare un nuovo concetto di mobilità sostenibile su scala mondiale (a Vienna, Parigi, Lione, Marsiglia, Dublino, Bruxelles, Stoccolma, Siviglia, Toyama e in molte altre) e di migliorare la qualità della vita di milioni di persone.

Questo particolare **modello di business** prevede che **JCDecaux** fornisca gli assets (fisici e digitali) necessari all'elargizione del servizio e ne garantisca installazione, gestione e manutenzione sul lungo termine (10-15 anni); d'altro canto, come contropartita, **la municipalità**, senza sostenere alcun costo, mette a disposizione di JCDecaux lo spazio pubblico necessario per l'installazione e sfruttamento di elementi pubblicitari, un tempo solo analogici ed oggi anche digitali, lungo tutto il periodo di riferimento.

Nel corso degli anni al bike sharing basato sulla presenza di stazioni fisiche e stalli per il rilascio delle biciclette, si è aggiunto il sistema **free floating**, parziale o totale, che sfruttando le nuove tecnologie permette la gestione del prelievo e rilascio delle biciclette senza l'ausilio di stazioni fisiche.



# TIPS

## Where

Lo **Spazio Pubblico Urbano**. Siano piazze, strade, stazioni della metropolitana, parchi, piste ciclabili etc. Identificate un luogo reale ben preciso in cui situare e ambientare il vostro progetto.

## How

**Human-centred approach:** Partendo da un'analisi della User Experience Urbana, definite quali nuovi usi condivisi dello Spazio Pubblico Urbano selezionato potrebbero attuarsi grazie alle nuove tecnologie. Individuate i bisogni dei frequentatori di questo spazio, valutate le condizioni strutturali e tecnologiche necessarie per affrontare problemi correlati alla fruizione e liberare le potenzialità di nuovi utilizzi dello stesso. Stabilite infine come questi utilizzi possano essere sostenuti dalla vendita di spazi pubblicitari, in modo tale da essere fruibili gratuitamente dalla comunità.

## Technologies

**Unico vincolo tecnologico:** la tecnologia proposta dovrà avere il ruolo di **abilitatrice della Human-Experience** ed essere in grado di supportare connessioni People2People o Machine2People. Potete utilizzare applicazioni di tecnologie già impiegate in ambito Smart City, quanto tecnologie sviluppate ex-novo.

# TASKS

Per rispondere alla Challenge sarà necessario\*  
esplicare i seguenti tasks:

## 1. Problem Definition

Accertate nuove pratiche d'uso dello spazio pubblico urbano in base ad un assessment dei bisogni e delle problematiche rilevate on spot.

## 2. Personas Identification

3 tipologie di Personas orbiteranno necessariamente attorno al vostro Servizio: l'Utente Finale e almeno due Stakeholder attivi nell'elargizione del servizio (ad esempio le Pubbliche Amministrazioni che rilasciano la concessione per l'utilizzo dello spazio pubblico e il gestore del servizio che si occupa anche di raccogliere la pubblicità per finanziarlo).

## 3. Idea Generation

Progettate l'intero Concept dell'iniziativa, definite dunque la vostra idea di servizio e la strategia per implementarla.

## 4. Customer Journey

Create uno Storyboard che descriva il funzionamento del Servizio facendo attenzione ai bisogni dell'utente e soprattutto allo scenario tecnologico in grado di soddisfarli.

## 5. Business Model

Ipotizzate infine gli sviluppi futuri dell'iniziativa, definendone Scalabilità e Sviluppo Sostenibile, ricordando che la fonte di finanziamento principale deve necessariamente essere quella pubblicitaria.

\* Gli elaborati dovranno necessariamente attenersi ai 5 livelli di progettazione sopra elencati, pena esclusione dalla Challenge.

# TOOLKIT

1.  
PROBLEM DEFINITION

2.  
PERSONAS

3.  
IDEA GENERATION

4  
CUSTOMER JOURNEY

5.  
BUSINESS MODEL CANVAS

