

SMART WORKING PER LA PA



veloce | leggero | agile

# WORKSHOP PER IL CO-DESIGN DEL PIANO DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO VELA [gennaio 2019]



UNIONE EUROPEA  
Fondo Sociale Europeo  
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale



*Agenzia per la  
Coesione Territoriale*



GOVERNANCE  
E CAPACITÀ  
ISTITUZIONALE  
2014-2020

## Contesto

Il Piano di Comunicazione del progetto VELA è sviluppato attraverso un percorso di co-design attraverso il quale:

- Condividere il format del Piano;
- Elaborare il piano in modo da comprendere tutte le istanze degli Attori coinvolti.

La strategia di comunicazione, alla base della discussione e il percorso di co-design, si basa sui seguenti elementi:

- **l'identificazione dei diversi target** e delle loro caratteristiche e la definizione dei bisogni specifici su cui fare leva per lo sviluppo delle attività di comunicazione,
- **lo sviluppo di un modello integrato ma diversificato**, in grado di adattarsi ai diversi target utilizzando strumenti e messaggi diversi, coerenti con gli obiettivi del Progetto come pure con i bisogni dei destinatari,
- la centratura sui temi indicati nel Capitolato (il Progetto e i suoi elementi-chiave, secondo una logica vocata all'**ingaggio e al coinvolgimento**; **l'impatto dello SmartWorking sull'utenza finale**, evidenziandone le caratteristiche di miglioramento nella conciliazione famiglia-lavoro come pure nell'evoluzione organizzativa e di qualità dei servizi).

Rispetto a questi tre punti sono stati evidenziate le seguenti **condizioni**:

1. la comunicazione è destinata:
  - a. principalmente ai lavoratori delle pubbliche amministrazioni coinvolte, al fine di rafforzare il coinvolgimento e l'engagement delle persone, nelle iniziative promosse;
  - b. ai dirigenti e policy maker locali, in una prospettiva di endorsement del progetto;
  - c. agli utenti e agli stakeholder in un'ottica di trasparenza e di comunicazione dell'efficacia dell'iniziativa;
2. il modello integrato di comunicazione propone tre strategie diverse, una per ognuno dei tre target qui sopra identificati, coerenti con le diverse finalità ed esigenze ma identificabili all'interno di una medesima identità di comunicazione;
3. la focalizzazione su due ambiti tematici:
  - a. il progetto, i suoi obiettivi e attività;
  - b. l'impatto sullo Smart Working: una visione matura e organizzativa come innovazione e trasformazione.

una prima proposta di contenuti che di seguito sono esposti e che, in maggior parte saranno poi alla base della discussione partecipata.

## Obiettivi

Il workshop ha lo scopo di raccogliere e capitalizzare i contributi dei partecipanti in termini di proposta creativa e di apporto di informazioni e analisi integrative alla proposta di Piano di Comunicazione; il risultato è lo sviluppo di un set predefinito di criteri per la costruzione/finalizzazione del Piano di Comunicazione.

- Percezione dello SW in relazione ai target di riferimento;
- Esigenze specifiche sul piano comunicativo;
- Quale messaggio di comunicazione per i tre target.

## Partecipanti

18-20 partecipanti, 2 rappresentanti per ognuna delle 9 PA coinvolte nel progetto VeLA.

## Metodologia

Workshop creativo, realizzato col supporto della metodologia **LEGO® SERIOUS PLAY® (LSP)**. In particolare, il processo di co-design è finalizzato alla compilazione del seguente *framework*:

Target	Obiettivo, impatto atteso	Cosa comunicare	Tono di voce
Lavoratori PA coinvolte			
Dirigenti			
Utenza			

La costruzione di questo quadro consente, infatti, di raccogliere le informazioni necessarie a guidare il processo di design dei prodotti di comunicazione attesi. Durante il workshop saranno anche presentati dei prodotti in versione beta, da emendare e identificare come scelte orientative per la costruzione dei master finali.

## Agenda

10:30 – 11:30 Introduzione. Obiettivi, metodologia e agenda dei lavori, fase di “skill building” del metodo LSP.

11:30 – 12:20 La comunicazione sullo SW diretta ai dipendenti pubblici (attraverso due challenge del metodo LSP).

12:20 – 13:15 La comunicazione sullo SW diretta ai dirigenti pubblici (attraverso due challenge del metodo LSP).

13:15 – 13:45 *Pausa pranzo*

13:45 – 14:40 La comunicazione sullo SW diretta all'utenza (attraverso due challenge del metodo LSP).

14:40 – 15:30 Individuazione del tono di voce da utilizzare, tuning e scelta dei messaggi proposti.

### Nota sulla metodologia LEGO® SERIOUS PLAY®

Il metodo LSP si basa sulle teorie costruttiviste e valorizza la capacità creativa ed espressiva del gesto manuale, canalizzato nella manipolazione dei famosi mattoncini giocattolo. Nata in LEGO® per favorire lo sviluppo di nuove strategie di mercato negli anni '90, si è sviluppata come una robusta ed efficace metodologia per favorire il lavoro di gruppo all'interno di workshop dedicati. Le caratteristiche del metodo sono la valorizzazione di tutti i contributi individuali e di gruppo, attraverso una partecipazione totale, favorita anche dalla mediazione del lavoro manuale e dalla capacità espressiva e metaforica dei modelli realizzati. Il metodo LSP richiede la gestione da parte di un facilitatore certificato e l'utilizzo, ovviamente, delle costruzioni LEGO®, meglio se attraverso i kit sviluppati ad hoc per questa attività.

#### Indicazioni organizzative

Il **layout** per un workshop LSP richiede un tavolo circolare/rettangolare che consenta ad ogni partecipante di avere adeguato spazio di appoggio per poter costruire i propri modelli nonché di sviluppare modelli condivisi con gli altri; il lavoro si basa su momenti di condivisione/presentazione (giri di tavolo) e la possibilità di osservare e analizzare i modelli costruiti da tutti.

Come **etichette**, ogni workshop rappresenta un lavoro di gruppo, non un momento formativo; in questo senso andrebbe abbandonato ogni atteggiamento passivo per fornire un contributo personale e professionale. In questo senso un workshop che utilizzi il metodo LSP non è da meno, anzi; il metodo facilita e valorizza il contributo di tutti e si basa su una dimensione comportamentale agita, legata alla manualità e alla produzione e presentazione di oggetti. Ai partecipanti è richiesto di partecipare attivamente, senza distrazioni o interruzioni, nel rispetto degli altri e al fine di garantire il risultato del workshop. Non è richiesto alcun supporto o materiale: ognuno avrà a disposizione un proprio kit di costruzioni LEGO® e non avrà bisogno di altro!

## Microprogettazione del workshop (uso interno)

10:30 – 11:30 Skill building:

- Presentazione obiettivi e agenda della giornata, *etiquette* del workshop,
- Introduzione al metodo LSP,
- Primo challenge: “la torre” (manualità),
- Secondo challenge: “modello da istruzioni e modifica (il lavoro ideale)” (metafora),
- Terzo challenge: “il peggior vicino” (story making),

11:30 – 12:15 La comunicazione sullo SW diretta ai dipendenti pubblici:

- Primo challenge: “costruisci un modello che rappresenti il dipendente pubblico della tua PA [target] e lo smart working, la relazione tra il lavoratore e il lavoro agile”,
- Secondo challenge: “modifica il modello per aggiungere quello che dovrebbe sapere il dipendente [target] sullo SW; che cosa vorresti dire a questa/o collega?”,
- [in caso di un numero ridotto di partecipanti] *Terzo challenge (sharing model): “insieme, utilizzando in parte o in tutto i modelli individuali, costruite un modello condiviso che rappresenti la comunicazione sullo SW rivolta al target”,*

12:15- 13:00 La comunicazione sullo SW diretta ai dirigenti pubblici:

- Come sopra, cambiando il target,

13:45 – 14:30 La comunicazione sullo SW diretta all’utenza:

- Come sopra, cambiando il target,

14:30 – 15:30 Individuazione del tono di voce da utilizzare, tuning e scelta dei messaggi proposti:

- Report delle sessioni precedenti attraverso la compilazione del framework proposto; analisi dei modelli realizzati e individuazione, attraverso una discussione partecipata, di elementi a supporto della definizione del tono di voce:
  - Personalità (come metafora delle caratteristiche umane, applicate al concetto di SW),
  - Carattere (come simbolo che identifica lo SW),
  - Valori (come dimensioni valoriali associabili allo SW),
- Presentazione di materiali di comunicazione (versioni beta) da valutare e modificare sulla base di quanto raccolto e strutturato nel framework proposto,
- Definizione del framework e dei materiali condivisi e emendati [outcome].