

AVVISO PUBBLICO PER LA SELEZIONE DI INTERVENTI E INIZIATIVE AI FINI DELLA RACCOLTA, SISTEMATIZZAZIONE E CATALOGAZIONE DI BUONE PRATICHE IN AMBITO CULTURALE.

SCHEMA B

1. Ente/Soggetto proponente: XI Comunità Montana del Lazio Castelli Romani e Prenestini

Indirizzo: Via della Pineta,117

Cap: 00040

Città: Rocca Priora

Provincia: Roma

Telefono: 069470944

C.F.: 84002100588

Mail: info@cmcastelli.it

Sito internet: www.cmcastelli.it

Referente: Rodolfo Salvatori

Mail: direttoregenerale@cmcastelli.it

2. DENOMINAZIONE DELL'ESPERIENZA/INTERVENTO

Costruzione di un Open Data territoriale per lo sviluppo socio – economico dell'area

3. Ambito tematico (barrare la voce che interessa)

e) Valorizzazione, promozione e comunicazione del patrimonio culturale X

f) Lavorare in rete

g) Fare impresa

h) Innovare e includere

4. Partner coinvolti

a. Enti pubblici X

b. Amministrazioni locali X

c. Università, Accademie ed enti di ricerca

d. Fondazioni

e. Scuole

f. Imprese X

g. Associazioni di categoria

h. Associazioni professionali

i. Associazioni

j. Altro

Specificare di seguito la denominazione dei partner, indicando la lettera corrispondente,

11 Comunità Montana del Lazio castelli romani e prenestini – (a, b)

(Comuni coinvolti: Comune di Cave Comune di Colonna Comune di Frascati Comune di Genazzano Comune di Galliciano nel Lazio Comune di Grottaferrata - Comune di Montecompatri - Comune di

Monte Porzio Catone - Comune di Palestrina - Comune di Rocca di Papa - Comune di Rocca Priora - Comune di San Cesareo - Comune di Zagarolo)

We-COM S.r.l. (f)

5. Breve descrizione del contesto territoriale (max 800 caratteri)

L'area dell'XI Comunità montana dei Castelli Romani e Prenestini (**XI C.M.**) è situata ad est e a sud-est della città di Roma. Ampia circa 18.500 ettari, in essa vi ricadono parte dei territori comunali di Frascati, Galliciano nel Lazio, Grottaferrata, Marino, Montecompatri, Palestrina, Rocca di Papa, Rocca Priora, Roma, Zagarolo e per intero le superfici di Colonna e di Monte Porzio Catone. Tale area esprime un Distretto delle Eccellenze agroalimentari ed un sistema Fieristico di portata internazionale, diversi distretti industriali dall'ICT, al taglio e lavorazione del travertino e del marmo. Dotata di un patrimonio culturale di vaste dimensioni, ha considerato strategico lo sviluppo di applicazioni, prodotti e processi che favoriscano la crescita del sistema, attraverso lo scambio delle informazioni e dei dati disponibili nei settori **turistico, culturali ed agroalimentari**.

6. Obiettivi specifici dell'iniziativa e risultati attesi (max 600 caratteri)

Il progetto **DataMountain 2.0**, è stato attuato i seguenti obiettivi specifici nei settori citati:

- 1-aiutare le pubbliche amministrazioni e i cittadini ad analizzare le caratteristiche del territorio
- 2- pianificare lo sviluppo ed ottenere una visibilità delle eccellenze culturali avendo come fine il marketing territoriale
- 3-permettere l'attrazione degli investimenti
- 4-andare incontro alle esigenze di trasparenza delle pubbliche amministrazioni

I risultati attesi dalla buona pratica:

- 1-gestire processi di coesione territoriale tramite la valorizzazione della cultura
- 2-rendere visibili i dati relativi al patrimonio culturale e non solo
- 2-offrire opportunità di finanziamento agli operatori culturali
- 3-migliorare le performances di servizi comunali nel settore culturale turistico ed agroalimentare,
- 4-promuovere le gestioni associate nell'ottica del risparmio di risorse, migliorando la qualità dei servizi all'interno culturali dell'area
- 5-creare un manuale della buona pratica

7. Descrizione dell'iniziativa (max 1 cartella = 1800 caratteri)

Il progetto **DataMountain 2.0**, è uno strumento per la diffusione delle informazioni turistiche-socio-economiche del territorio, opportunamente elaborate ed organizzate con il fine di attrazione degli investimenti ed attività di marketing territoriale: investitori, persone o società interessate, possono

avere una idea precisa attraverso le numerose e dettagliate informazioni sul territorio e le sue peculiarità culturali.

Tali informazioni, distribuite in forma libera e in formati che non richiedono l'uso di software o di linguaggi proprietari per la loro comprensione, sono utilizzate per rendere l'Amministrazione più trasparente ed erogare servizi più efficienti ai cittadini.

I dati raccolti divengono dunque oggetto di analisi nell'ambito culturale (nell'accezione più ampia) e vengono utilizzati come base per le politiche e lo sviluppo. La buona pratica in oggetto va incontro alla tendenza in ambito comunitario di rendere i dati accessibili a tutti (Open Data) sul web senza restrizioni di copyright, brevetti o altre forme di controllo che ne limitino la riproduzione.

Questi dati, prima dell'introduzione della buona pratica, rimanevano relegati nell'ambito dei procedimenti amministrativi per i quali erano stati formati, e l'accesso ad essi da parte dei cittadini era vincolato a livello normativo dal riconoscimento formale di un bisogno esplicito.

Il modello dunque:

organizza la gran mole dei dati pubblici,

permette la fruizione da parte di tutti di un enorme patrimonio in termini di conoscenza e sviluppo,

aumenta la trasparenza dell'amministrazione ed il riuso dei dati (in coerenza con l'agenda digitale italiana),

struttura il processo di lavoro creando un modello di buona pratica

rende l'iniziativa replicabile anche ad altri enti ed in diversi ambiti (anche diverso da quello culturale).

8. Sintesi delle azioni e delle misure messe in campo (max 600 caratteri)

Il progetto DataMountain 2.0., è stato articolato in diverse azioni sintetizzabili in:

- a. Selezione dei dati "strategici" ai fini di un'adeguata valorizzazione del patrimonio informativo culturale pubblico e del territorio locale;
- b. Attivazione di una procedura di normalizzazione dei dati al fine di costruire dataset omogenei e fruibili.
- c. Creazione di un portale web con cui divulgare i dati del territorio e aumentarne la popolarità;
- d. Apertura al pubblico dei dataset ottenuti con possibilità di essere consultabili nella sezione OpenData del portale;
- e. Costruzione di pagine web dedicate alla diffusione del patrimonio storico-artistico-archeologico del territorio e di tutti i punti di interesse esistenti;
- f. Realizzazione di una vetrina per la commercializzazione della cultura enogastronomica tramite i prodotti tipici locali.

9. Risultati conseguiti e valutazione degli effetti (max 600 caratteri)

Il progetto DataMountain 2.0. si inserisce tra le iniziative volte alla pubblicazione di Open Data, avviata nel corso degli ultimi anni in Italia. Il forte carattere innovativo, quindi, risiede nel fatto che la piattaforma che attualmente ospita le informazioni e le rende pubbliche è capace di concentrare in un unico punto i dati turistico-socio-economici del territorio, eliminando la problematica di doverli cercare in altri luoghi.

Il portale permette un facile accesso ai dati, ed una profilazione personalizzata.

La buona pratica ha prodotto: una migliore conoscenza del territorio da parte degli operatori stessi che hanno contribuito alla raccolta e sistematizzazione dei dati; un aumento delle attività di marketing

territoriale compresi gli investimenti nell'area; una diminuzione della burocrazia nel rapporto con il cittadino;

10. Trasferibilità e riproducibilità in altri contesti (max 500 caratteri)

Il modello di pianificazione e di sviluppo del progetto può essere replicato ovunque sul territorio nazionale, basandosi su processi usuali ed implementabili nelle amministrazioni pubbliche. Questi processi (Delibere, Determine, procedimenti tecnico amministrativi etc.) sono catalogati e raccolti in un "manuale" che ha in se la risoluzione di tutti gli eventuali problemi burocratici/ amministrativi inerenti l'implementazione della buona pratica.

Dalla raccolta e successiva selezione dei dati "strategici", arrivando fino alle modalità di pubblicazione ed ai dati legali etc. Qualsiasi ente o amministrazione può facilmente ottenere gli stessi risultati attraverso l'esperienza codificata, senza che ciò sconvolga le normali procedure o routine lavorative.

11. Metodologia (max 400 caratteri)

(metodi, percorsi, procedure, regole, ecc., di tipo scientifico, organizzativo, operativo utilizzati nell'ambito della iniziativa).

Le procedure di caricamento e di esposizione dei dati raccolti sono sequenziali e definite all'interno del work-plane e gestite da algoritmi specifici. Il lavoro è stato studiato e pensato anche per persone con competenze informatiche minime. L'interfaccia intuitiva permette a chiunque di inserire i dati.

Le procedure sono strutturate per il rispetto delle regole previste negli enti pubblici. Ogni attività è stata procedurizzata e descritta per permetterne la facile replicazione in contesti pubblici.

12. Materiali prodotti (max 400 caratteri)

1-Portale Web contenente un'Open Data sui:

dati demografici della popolazione del territorio, associazioni di promozione culturale e sociale, cultura e patrimonio storico artistico, capacità ricettivo - turistica, attività delle singole Amministrazioni Comunali, attività commerciali e aziende agricole, cultura enogastronomica.

2-E- Commerce di prodotti tipici .

3-"Manuale" di raccolta di procedure seguite per la costruzione e l'implementazione della buona pratica con indicazioni per la soluzione dei problemi.

13. Punti di forza (max 400 caratteri)

La piattaforma realizzata mostra i dati sia in forma disaggregata, sia nella loro interezza, sia in formato tabellare, sia grafico.

La piattaforma è organizzata per una facile comprensione ad un vasto pubblico e garantisce un positivo e duraturo impatto sul territorio.

Tutto il processo di costruzione della piattaforma da un punto di vista amministrativo è ben spiegato e le procedure opportunamente descritte e catalogate, è inoltre in coerenza con l'agenda digitale e con la filosofia degli open data.

14. Difficolta riscontrate (max 500 caratteri)

- 1- il recupero dei dati può essere molto difficoltoso data la mancanza totale e/o parziale di regolamenti nazionali o regionali che impongano a tutti i soggetti possessori di dati utili, siano essi soggetti pubblici o privati, di distribuirli gratuitamente;
- 2- facilitare quanto più possibile l'accesso e la fruizione, dotando il portale di una interfaccia intuitiva;
- 3-l'organizzazione dei dati in modo da permettere la ricerca specifica: i dati vanno lavorati in modo da poter essere riconoscibili e rintracciabili a seconda delle necessità dell'utente.

15.Indicare 3 parole chiave per identificare l'intervento realizzato

TECNOLOGIA – RETE - INFORMAZIONE

16. Promozione dell'iniziativa e eventuale pubblicizzazione sui web (max 300 caratteri)

L'iniziativa è promossa via web mediante un sito, e la rete social pubblica dell'istituzione e privata di chi ha lavorato alle attività.

Sono stati organizzati eventi di presentazione dello strumento (conferenze stampa, eventi fisici e sul web) ed il link del portale è indicato nei siti delle Amministrazioni locali.

17. Nel caso in cui l'iniziativa abbia una localizzazione precisa specificare le coordinate geografiche