

MaaS for Italy

Strumenti e metodi di coinvolgimento utenti all'interno dei Living Lab

Report

Obiettivo del documento

Il report nasce con lo scopo di offrire una panoramica sintetica rispetto ai diversi **strumenti e metodi per realizzare attività di user engagement** nel contesto dei **Living Lab**.

Ciò è legato al fatto che la **partecipazione attiva da parte dei cittadini** è uno degli aspetti chiave di successo di ogni Living Lab, indipendentemente dalle tematiche affrontate e dagli obiettivi prefissati. Tuttavia, nonostante la crescente attenzione ottenuta dai Living Lab nell'ambito di progetti di innovazione urbana, l'aspetto della **co-creazione** nella maggior parte dei casi non ha raggiunto il livello inizialmente previsto.

Dal momento che gli ambiti della **partecipazione** e del costante **coinvolgimento** dei cittadini nelle diverse fasi della sperimentazione rappresentano uno dei cardini dei Living Lab del progetto MaaS for Italy, si è ritenuto utile offrire alcuni spunti per supportare le città di Milano e Torino nella progettazione di queste attività.

Il successo del Living Lab come approccio orientato alla co-creazione e all'open innovation

Il concetto di "Living Lab", sviluppatosi oltre due decenni fa, ha ricevuto nel corso del tempo un'attenzione sempre crescente nell'ambito della **gestione dell'innovazione**.

Ciò è essenzialmente dovuto al fatto che esso incarna alla perfezione un modello di **open innovation** in grado di coinvolgere attori esterni nel processo di innovazione; un laboratorio vivente che fornisce **un ambiente di sperimentazione reale** e che stimola **la co-creazione tra le persone** per proporre soluzioni a specifici problemi individuati.

Attraverso un **approccio incentrato sull'utente** incoraggia la partecipazione attiva e integra le conoscenze degli attori nel processo di creazione del valore, amplificando così la capacità innovativa.

Coinvolgimento degli utenti all'interno di un Living Lab

Lo scopo generale di un Living lab è quello di provare a **risolvere le sfide del territorio** stimolando la **collaborazione** e la **generazione di risultati innovativi**, che si concretizzano in molteplici attività.

Una delle caratteristiche peculiari consiste nella partecipazione alle sperimentazioni "in vivo" da parte dei cittadini, sia nell'individuazione delle problematiche da affrontare, sia nelle successive fasi di progettazione, test e raccolta feedback dei servizi messi in campo. Questo **coinvolgimento** deve essere **costante e continuativo**, e pertanto necessita di una **strategia strutturata e precisa** da attivare nel corso del ciclo di vita del Living Lab.

Un altro aspetto importante è legato al **tipo di coinvolgimento** che deve essere **attivo** e mirato a raccogliere idee, spunti, contributi e feedback da parte delle diverse categorie di utenti da includere. Per questo il grado di coinvolgimento dei cittadini deve essere **monitorato e misurato**, poiché spesso, pur prendendo parte a iniziative o eventi, molti utenti rimangono passivi e non contribuiscono pertanto a influenzare il processo di innovazione. Ciò, secondo i principali studiosi, non è dovuto alla mancanza di metodi e strumenti, ma piuttosto alla loro scelta che può non essere quella ideale a esprimere a pieno le peculiarità dei living lab in relazione al rapporto con gli utenti.

Un altro aspetto da non tralasciare è quello legato alle attività di supporto che dovrebbero essere mirate a guidare i cittadini i quali spesso non hanno esperienze o conoscenze di questi processi.

Metodi a disposizione

Negli ultimi anni sono stati **diversi i metodi e gli strumenti** adottati dai Living lab per coinvolgere gli utenti durante il processo di innovazione.

Questa eterogeneità e varietà dei metodi se da un lato permette di selezionare quelli che meglio si adattano alle caratteristiche e gli obiettivi del Living Lab, dall'altro può contribuire a rendere più difficile il confronto o l'adozione degli stessi su scala più ampia, ostacolando il flusso di scambio e condivisione delle conoscenze.

Per offrire una panoramica quanto più chiara e comprensiva possibile, si è pertanto partiti dallo studio delle principali pubblicazioni scientifiche sul tema e, seguendo un approccio orientato alla pratica, si è provato a definire un quadro dove presentare i vari approcci metodologici.

Nella tabella a seguire sono riassunti i principali metodi di coinvolgimento degli utenti secondo una classificazione in otto gruppi o domini tematici. Si tratta di una lista non esaustiva e nuovi metodi potranno essere integrati in futuro.

Principali metodi di coinvolgimento utenti per i Living Lab (Huang and Thomas 2021)		
Dominio tematico	Metodo	Dettagli
Interazione strutturata	Osservazione	A seconda delle finalità e delle modalità di implementazione si può parlare di osservazione contestuale, monitoraggio sul campo o osservazione partecipata.
	Indagini	Possono essere svolte in modalità analogica o digitale, nonché in tempo reale o in asincrono.
	Test di usabilità	Prevede l'utilizzo di mockup, prototipi o versioni preliminari di un prodotto o servizio mirate a testare le funzionalità principali e raccogliere feedback.
	User testing	Serve a studiare il comportamento dell'utente in relazione al completamento di alcuni compiti. Può essere fatto sul campo, in un ambiente controllato o anche in un ambiente simulato.
	Metodi di autovalutazione	Ne sono un esempio diari, schede o registri.
Interazione flessibile	Interviste e focus group	Solitamente organizzate dal vivo, hanno come obiettivo quello di approfondire la conoscenza di uno o più argomenti attraverso un'indagine individuale o una discussione collettiva. Le interviste possono essere sostituite anche da interazioni strutturate.
	Workshop di co-creazione	Con una finalità più pratica rispetto ai focus group, generalmente prevedono la generazione di un output che può anche essere il punto di partenza per una successiva attività. I Fab Lab ricadono in questa categoria.
	Analisi congiunta	Tecnica statistica utilizzata nelle scienze sociali o nel marketing. L'obiettivo principale è quello di determinare qual è la combinazione preferita di attributi riferiti ad un prodotto o servizio sottoposto ad analisi, a partire dalla valutazione di una serie di proposte.
	Follow-up visit	Il metodo della "visita di controllo" prevede che dopo aver fornito dei consigli o delle raccomandazioni a una comunità di cittadini, si

		effettui una visita di follow-up in cui si valutano le misure prese e i risultati ottenuti fino a quel momento.
	Spazi di coworking e interazione sociale	Il modello del coworking può risultare utile per stimolare la collaborazione in progetti a lungo termine, soprattutto nel caso di coinvolgimento di attori provenienti da diverse realtà.
	User meeting	Evento dedicato agli utilizzatori di un determinato prodotto o servizio che si incontrano con i fornitori e altri stakeholder chiave per discutere aspetti inerenti ad esso. Possono prevedere discussione, confronto o raccolta di feedback.
	User experience field studies	Tecniche che prevedono lo studio delle esperienze degli utenti nei loro contesti di vita quotidiana.
Rete estesa	"Living room" for users	Prevede l'organizzazione di attività che si svolgono in un determinato spazio e a cui le persone possono prendere parte come feste o presentazioni.
	Change laboratory	Metodologia di ricerca-intervento in cui le persone lavorano insieme in modo strutturato e ciclico per ipotizzare nuove attività in grado di generare un cambiamento all'interno della propria comunità.
	Sfruttare le comunità locali	La comunità locale diventa mezzo per raggiungere un determinato target di persone e veicolare specifici messaggi.
	Gruppi interdisciplinari	Vengono creati gruppi di lavoro multidisciplinari che affrontano uno specifico tema con l'obiettivo di mettere in comune la conoscenza di tutti i membri.
	Campagne di sensibilizzazione pubblica	Consiste in uno sforzo di marketing per costruire il riconoscimento di un problema da parte del pubblico attraverso i media e un insieme organizzato di tattiche di comunicazione. Queste campagne si rivolgono a un gran numero di persone in un periodo di tempo specifico per cercare di generare risultati specifici o raggiungere obiettivi predeterminati.
	Rete di partecipazione	Si basa sull'ampliamento del target da coinvolgere che può avvenire sia da un punto di vista geografico che di temi trattati.
Attori speciali	Ambassador	Si tratta di persone che sono riconosciute come fidate che si fanno portatrici di un messaggio o di un contenuto che viene trasmesso al target tramite l'esperienza diretta e la testimonianza dell'ambasciatore.

	Helpdesk	Offre un servizio di assistenza agli utenti per risolvere problemi e fornire il supporto richiesto. Può avvenire dal vivo o da remoto, in modalità sincrona o asincrona.
	Lead user	Indica un utente particolarmente competente e sofisticato, tipicamente più innovativo rispetto alla media degli altri, che sviluppa in completa autonomia nuove soluzioni legate a prodotti o servizi. In genere sono persone molto motivate, con ottime capacità e in grado di anticipare i trend di mercato.
	Mediatore	Si tratta di una persona singola che arruola i partecipanti e li convince a prendere parte a un progetto guidandoli lungo il percorso.
	Prime mover	Indica una persona che ha un forte interesse e una forte influenza nei confronti di un progetto, prodotto o servizio e funge da riferimento o punto di contatto per gli altri.
Apprendimento e coinvolgimento	Concorso di idee	Un modo semplice e veloce per facilitare lo sviluppo di idee e la loro realizzazione. Questi concorsi possono essere realizzati in molti modi, a seconda delle risorse disponibili e delle modalità di raccolta e valutazione dei contributi. I partecipanti solitamente competono per ottenere premi che includono denaro, mentoring e supporto nel processo di incubazione per aiutare a sviluppare le idee. Le idee vengono valutate da una giuria di esperti che sceglie i vincitori.
	Tailoring	Si intende l'adattamento di procedure generiche e predefinite per far fronte a situazioni ed esigenze specifiche. Prevede di sviluppare approcci su misura per diverse tipologie di utenti in funzione delle competenze di ciascun gruppo.
	Team building	Costituisce un insieme di attività formative, variamente definite come <i>team game</i> , <i>team experience</i> , <i>team wellbeing</i> (ludiche, esperienziali o di benessere), il cui scopo è la formazione di un gruppo di persone.
	User training	Si intende l'insieme di attività volte a istruire i futuri utilizzatori di un prodotto o servizio sulle funzionalità e le modalità di uso/fruizione dello stesso. Ciò può avvenire tramite lezioni frontali, online o la distribuzione di un manuale.
	"Having fun"	La realizzazione di attività ricreative o divertenti può facilitare il coinvolgimento degli utenti oltre a stimolare creatività, motivazione e collaborazione.

Approcci basati sul design	Processi bottom-up	Approccio che prevede di generare un cambiamento a partire dal basso, coinvolgendo direttamente gli utenti in maniera informale, rapida e spesso auto organizzata senza il bisogno di ricorrere a strutture imposte. L'impatto che si vuole generare è solitamente locale e guidato dai bisogni della comunità.
	Design Thinking	Processo iterativo, creativo, non lineare e collaborativo volto a identificare strategie e soluzioni per risolvere problemi complessi.
	Design-driven focus	L'approccio guidato dal design consiste nel lasciare gli utenti liberi di sperimentare una data tecnologia senza restrizioni. In questo modo le persone sono incoraggiate a sperimentare e a riflettere sulle loro esigenze e sul contesto generale attraverso la tecnologia.
	Progettazione partecipata	Nota come participatory design, cooperative design o co-design, è un approccio di progettazione che tenta di coinvolgere attivamente tutti gli attori e i portatori di interesse nel processo di progettazione col fine di contribuire a progettare prodotti o servizi che incontrino i loro bisogni e che siano usabili. La progettazione partecipata si focalizza sui processi e le procedure della progettazione, piuttosto che sullo stile di progettazione.
	Practice-oriented design	Raggruppa una serie di approcci progettuali che attingono alla teoria delle pratiche, un gruppo di teorie sociali che prendono le pratiche come unità di analisi fondamentale e che si focalizzano su approcci collaborativi e di sperimentazione della vita quotidiana.
Tecniche	Storytelling	È l'arte del raccontare storie. Per essere efficace deve coinvolgere, suscitando emozioni nelle persone e deve comunicare un messaggio, quindi avere un significato
	Hackathon	Evento in cui programmatori, sviluppatori, grafici ed esperti informatici si riuniscono per lavorare ad un progetto comune, solitamente un software. Ha una durata variabile da un giorno a una settimana. Può avere varie finalità lavorative, didattiche, sociali.
	Cultural probe	Tecnica utilizzata per raccogliere idee e informazioni sulla vita, i valori e i pensieri delle persone. Le sonde sono piccoli pacchetti che possono includere qualsiasi tipo di artefatto (come una mappa, una cartolina, una macchina fotografica o un diario) insieme a compiti evocativi, che vengono dati ai partecipanti per consentire loro di registrare eventi, sentimenti o interazioni specifiche.
	MoSCoW	Si tratta di un approccio in quattro fasi per stabilire le priorità dei requisiti di un progetto. MoSCoW sta per "must have", "should

		have", "could have" e "will not have" (le "o" sono state aggiunte per rendere l'acronimo più pronunciabile).
	Tavola rotonda	Ha lo scopo di favorire lo scambio di idee, opinioni ed esperienze su un dato argomento attraverso una discussione di gruppo informale.
	Serious game	I serious game o " <i>giochi seri</i> " sono giochi che non hanno come scopo principale l'intrattenimento, ma sono progettati per fini educativi.
	Virtual engagement/community	Comprende qualsiasi attività di coinvolgimento condotta al di fuori di uno spazio di incontro fisico, come videoconferenze, webinar, teleconferenze, social media, messaggi e comunicazioni cartacee. Si possono usare strumenti sia digitali che non digitali.
	World Café	Un metodo per favorire conversazioni efficaci guidate completamente dai partecipanti e dagli argomenti che sono rilevanti e interessanti per loro.
Linee guida operative	Approccio iterativo	Il ricorso a cicli di test iterativi permettere di ottenere feedback rapidi e costanti da parte degli utenti in modo da poter poter apportare piccoli cambiamenti e miglioramenti incrementali a un progetto o un prodotto, solitamente un software.
	The "living" aspect	L'aspetto "in vivo" del Living Lab permette di coinvolgere gli utenti con attività dal vivo, mirate a raccogliere contributi o feedback, ma anche a fornire informazioni o aggiornare sullo stato di sviluppo di specifiche attività in tempo reale.
	Comunicazione	Tutte le attività di comunicazione devono essere inserite in una cornice strategica che descriva attività, canali e target di riferimento. In quest'ottica è importante definire un piano di comunicazione.
	Testing initiation process	Durante l'avvio di un'attività di test è importante assicurarsi che il processo di avvio di qualsiasi test che coinvolga utenti sia chiaro e diretto e che descriva obiettivi del test e call to action per gli utenti.
	Multi-methodological approach	Integrare differenti metodi nelle diverse fasi dell'innovazione.
	Incentivi	Fornire incentivi per incoraggiare la partecipazione attiva da parte degli utenti a eventi/iniziative o l'esecuzione di compiti o attività.
	The benefits & co-creation aspect	Motivare gli utenti spiegando loro come i loro contributi abbiano avuto un impatto diretto sul processo di innovazione attraverso iniziative e strategie di comunicazione mirate.

Strumenti

Gli strumenti possono essere sia in formato fisico che digitale anche se questi ultimi sono diventati di gran lunga i più comuni. Gli strumenti sono utilizzati in collaborazione con i metodi e spesso sono trattati insieme a questi. Ciascun metodo prevede infatti l'impiego di uno specifico set di strumenti, la relazione tra questi due elementi è inscindibile.

Di seguito è presentato un elenco dei principali strumenti utilizzati nell'ambito del coinvolgimento degli utenti:

- Applicazioni mobile
- Blog e siti web
- Diari, wiki e applicazioni per appunti e gestione attività
- Form e software per sondaggi online e raccolta di feedback
- Kit di sensori per la raccolta di dati
- Mappe e strumenti di mappatura online
- Newsletter e mailing list
- Piattaforme di comunicazione (chat, messaggi e contenuti multimediali)
- Piattaforme collaborative e lavagne condivise
- Servizi di videoconferenza
- Social media
- Strumenti di visualizzazione e presentazione di dati
- Strumenti per lo storytelling digitale e la creazione di contenuti multimediali
- Strumenti di realtà aumentata, realtà virtuale e intelligenza artificiale

Riferimenti

- Huang, J.H., and Thomas, E. 2021. A Review of Living Lab Research and Methods for User Involvement. *Technology Innovation Management Review*, 11 (9/10): 88-107.
<http://doi.org/10.22215/timreview/1467>
- Beutel, T.; Jonas, J.M.; Moeslein, K.M. (2017): Co-Creation and User Involvement in a Living Lab: An Evaluation of Applied Methods, in Leimeister, J.M.; Brenner, W. (Hrsg.): *Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017)*, St. Gallen, S. 1453-1464