

**il progetto magazin
magazin projekt**

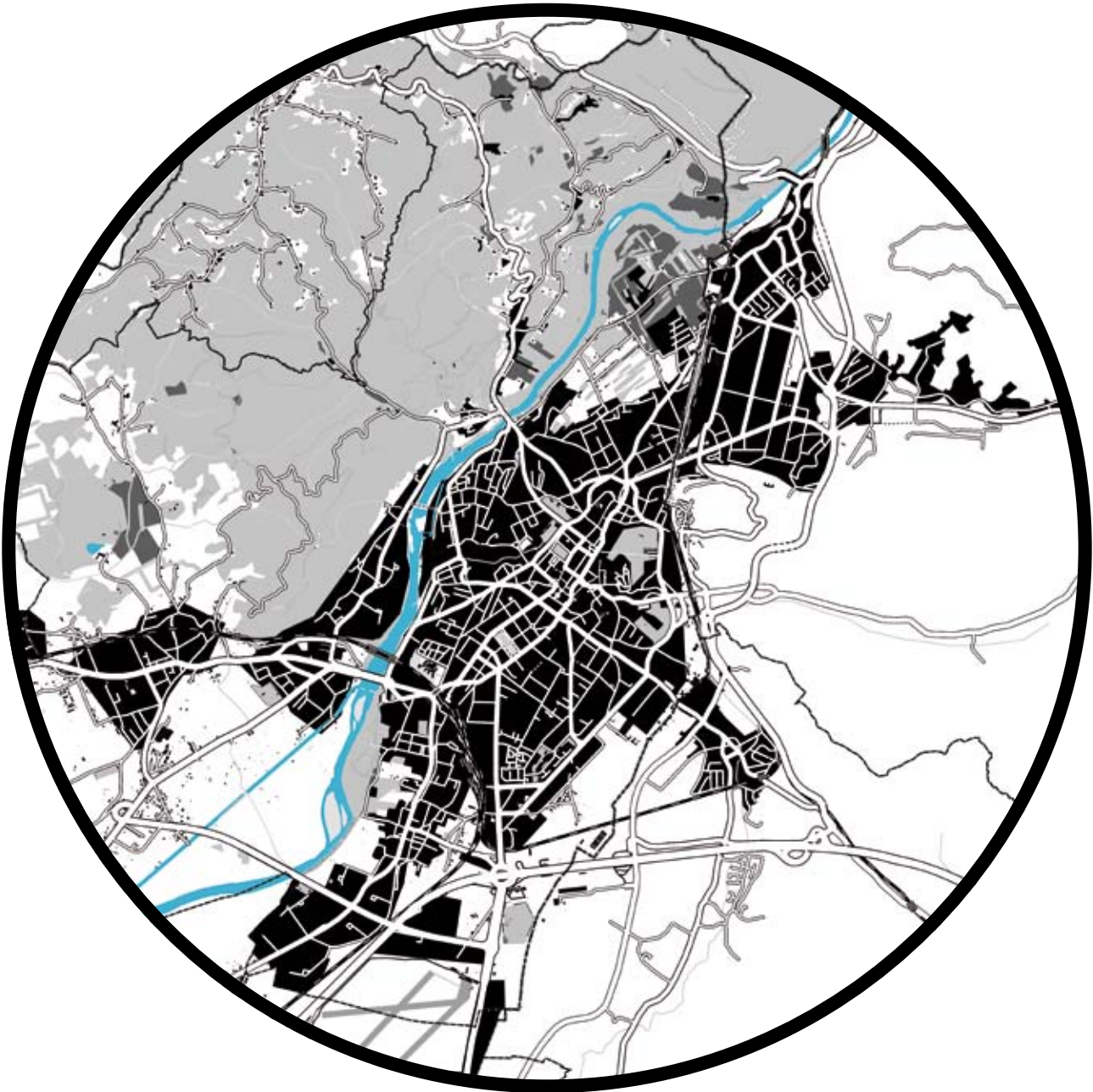
123

Il progetto Magazin, avviato dalla cooperativa Arcobaleno, è una proposta inclusiva e aperta all'insieme delle iniziative sociali del territorio.

La cooperativa Arcobaleno ha cominciato a operare a Gorizia nel 1980 nel settore dell'ecologia e ambiente. Si occupa di pulizie civili, industriali e ambientali. Produce energia con il suo impianto fotovoltaico da 12kWp. Ha raggiunto negli ultimi anni bilanci dell'ordine dei 2 milioni di euro e dà occupazione in media a 65 persone.

Projekt Magazin je zasnovala zadruga Arcobaleno. Gre za vključujoč predlog, ki je odprt za različne socialne pobude na območju.

Zadruga Arcobaleno je bila ustanovljena leta 1980 v Gorici in deluje na področju okolja in ekologije. Ukvarja se s čiščenjem stanovanjskih in industrijskih prostorov ter z vzdrževanjem okolja. Ima tudi svojo 12 kWp fotovoltaično napravo, s katero proizvaja energijo. Njena letna bilanca znaša 2 milijona evrov in zaposluje v povprečju 65 ljudi.



sommario

In questo documento presentiamo un progetto di piattaforma di servizi a favore del territorio goriziano per alimentare le opportunità di sviluppo dell'economia sociale locale con supporto digitale, nel quadro dell'occasione storica costituita dalla ridefinizione della geografia politica ed economica del territorio dell'Adriatico interno.

povzetek

Projekt, ki ga predstavljamo v tem dokumentu, predvideva izdelavo spletnega portala, ki bo ponujal različne storitve na območju Gorice. Namenjen je spodbujanju razvoja lokalnega socialnega gospodarstva s pomočjo digitalnih tehnologij in z upoštevanjem novih zgodovinskih okoliščin, ki so nastopile v zadnjem času zaradi političnih in gospodarskih sprememb v notranjem jadranskem območju.

**un progetto
per l'economia
3D – sociale,
locale e digitale**

**projekt za 3d
gospodarstvo:
socialno –
lokalno –
digitalno**

La terra, la geografia, le grandi esigenze del territorio, prendono alla lunga il sopravvento sulle divisioni politiche.

Riconoscere i confini dello spazio significa anche imparare a superarli nel tempo.

La globalizzazione è la competizione tra i territori.

Vincono quelli che si danno un progetto unico, in armonia con la propria storia, e che si connettono alle storie degli altri.

La sfida dell'economia è riconquistare una relazione armonica con la società, il territorio, l'innovazione.

La sfida della società è recuperare il valore delle relazioni tra le persone.

La sfida della cultura è ripensare le identità per connetterle e non per distinguerle.

La sfida dell'ambiente è trovare un equilibrio tra la limitatezza delle risorse e le esigenze dell'economia, della società e della cultura.

Queste sfide si vincono solo dandosi una prospettiva che sintetizzi il rapporto tra quell'equilibrio e la nuova definizione di progresso che ne emerge: fatto di qualità più che di quantità.

Una città è una piattaforma di connessioni, conoscenze condivise, sensori e regole semplici che diano ai generatori di idee e valore aggiunto lo spazio per svilupparsi.

Una città divisa dalla storia ma unita dal suo territorio svela al mondo la sua ridefinizione del senso di comunità quando svela a sé stessa il suo comune destino, incarnato dalla sua comune piattaforma organizzativa.

Una città così può riscrivere la definizione di benessere.

Ozemlje, geografija in potrebe, ki so prisotne na tem območju, presegajo vsakršne politične omejitve.

Če znamo prepoznati meje nekega območja, jih lahko sčasoma tudi presežemo.

Globalizacija pomeni tekmovanje med različnimi območji.

Zmagajo lahko samo tisti, ki si zastavijo skupne projekte, ki so skladni z lastno zgodovino in ki se navezujejo na zgodovino drugih območij.

Izziv gospodarstva je vzpostavitev harmonije z družbo, z okoljem in z inovacijami.

Izziv družbe je ponovno odkrivanje vrednosti odnosov med ljudmi.

Izziv kulture je razmisliti o identitetah zato, da jih med seboj povežemo in ne zato, da jih ločujemo.

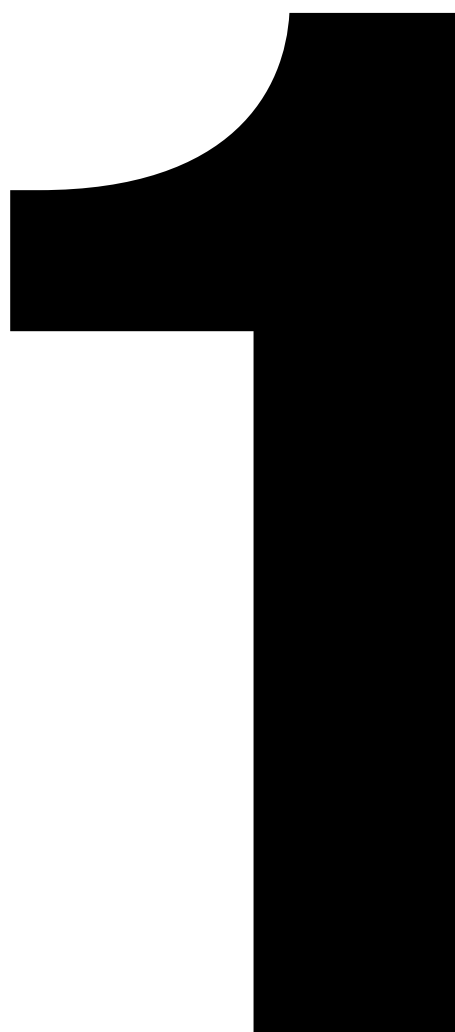
Izziv okolja je vzpostaviti ravnotežje med omejenimi resursi ter potrebami gospodarstva, družbe in kulture.

Te izzive lahko premagamo samo, če si zastavimo take cilje, ki bodo vzpostavili ravnovesje na področju napredka in bodo pred kvantiteto postavljali kvaliteto.

Mesto je poligon povezav, znanja, senzorjev in preprostih pravil, ki generatorjem idej in dodane vrednosti dajejo prostor za razvoj.

Govorimo o mestu, ki ga je zgodovina razdelila, čeprav je njegovo območje povezano. Gre za mesto, ki sporoča svetu svojo novo obliko s tem, ko si priznava svojo skupno usodo združeno v skupni organizacijski platformi.

Tako mesto lahko samo določi svojo definicijo blagostanja.



la nuova città

La storia che ha chiuso il lungo Dopoguerra dei territori al confine tra l'Est e l'Ovest europeo è emersa dalle dinamiche pacifiche dello sviluppo economico e della maturazione culturale che hanno portato a un'integrazione politica senza precedenti. Anche soltanto trent'anni fa sarebbe stata inimmaginabile un'Europa come l'attuale, unita dal Portogallo alla Polonia, dalla Scandinavia alla Romania, dotata in larga parte di un'unica moneta e riferita per le decisioni di ultima istanza a un unico insieme di istituzioni comunitarie. Le controverse vicende che l'Unione Europea ha conosciuto negli ultimi anni non fanno che confermarne la raggiunta centralità istituzionale e dimostrano l'emergere di una domanda continentale di coordinamento politico ancora maggiore, proprio sulla scorta delle pressanti esigenze dell'economia e della società. Di conseguenza, anche le organizzazioni regionali e metropolitane tradizionali si vanno riorganizzando in aggregazioni più razionali rispetto alle esigenze contemporanee per costruire il futuro del territorio. Questo sviluppo accelerato non poteva che mettere in discussione antichi confini e, a maggior ragione, far sparire più recenti divisioni: come quelle che avevano tagliato in due Berlino e avevano separato Gorizia dalla sua vocazione interculturale. La ricostruzione è finalmente cominciata.

Mentre la regione dell'Adriatico Interno si aggrega attorno alle opportunità offerte dalla sua geografia, al confine tra Italia e Slovenia nasce una nuova città di oltre 70mila abitanti, che parlano due lingue e condividono servizi di trasporto, fonti di energia, istituzioni e iniziative di integrazione affidando il proprio destino a un'istituzione internazionale come il Gect capace di interloquire con inedita autonomia di azione con gli stati di origine e con le istituzioni della prospettiva europea.

Ma non è che l'inizio. Una città nasce quando la si pensa, ma si sviluppa quando la si vive. L'integrazione e il recupero di relazioni umane, sociali, culturali tra le comunità che sono state artificialmente separate per tanto tempo si costruisce giorno per giorno attraverso la condivisione dei servizi, la sinergia delle organizzazioni, la pratica della coesistenza. Lo sviluppo di interessi in comune. La condivisione di risorse. La consapevolezza di un futuro che siamo noi a costruire.

Che quel futuro possa essere migliore dipende dalla prospettiva che si sceglie per valutarlo. E se c'è una sfida che una nuova città interculturale può

novo mesto

na povojno zgodovino območja na meji med vzhodom in zahodom so močno vplivale gospodarske potrebe in kulturna zrelost, ki sta svoj vrh dosegli v politični integraciji brez primere. Še komaj trideset let nazaj, si ne bi predstavljali take Evrope, kot jo imamo danes. Evrope, ki bi bila povezana od Portugalske do Poljske, od Skandinavije do Romunije, s skupno valuto in s skupnimi političnimi institucijami. Kontroverzni dogodki, katerim je v zadnjih letih izpostavljena Evropska unija, zgolj potrjujejo osrednjo vlogo njenih institucij in kličejo po še večji politični koordinaciji, ki jo zahtevajo predvsem gospodarske in družbene okoliščine. Tudi najbolj tradicionalne regionalne in mestne organizacije se vse bolj posodablajo in združujejo, da bi odgovorile na sodobne potrebe in oblikovale prihodnost območja. Pospešeni razvoj, kateremu smo priča, postavlja pod vprašaj stare meje in vpliva na izginjanje starih teritorialnih delitev: npr. razdelitev Berlina na dve mesti ali pa ločitev obeh Goric. Danes se je končno začela prenova.

Na meji med Italijo in Slovenijo nastaja mesto z več kot 70 tisoč prebivalci, ki govorijo dva jezika, uporabljajo skupna javna prevozna sredstva, skupne vire energije, skupne institucije in si delijo skupne projekte. Danes so ti prebivalci zaupali svojo uso do skupni mednarodni organizaciji – Evropskemu združenju za teritorialno sodelovanje, ki se lahko avtonomno pogovarja tako s svojimi izvornimi državami kot tudi z institucijami evropske perspektive.

Vse to je šele začetek zgodbe. Mesto se rodi takrat, ko ga načrtujemo in se razvija, ko ga doživljamo. Medsebojni človeški, družbeni in kulturni odnosi med tema dvema skupnostma, ki sta bili preveč časa umetno razdeljeni, se lahko obnovijo zgolj postopoma - dan za dnem - s pomočjo koriščenja skupnih storitev, s sinergijo različnih ustanov in s spodbujanjem sožitja. Z razvojem skupnih interesov. Z delitvijo resursov. Z zavedanjem, da bomo lahko le skupaj lahko ustvarjali boljšo prihodnost.

Kakšna bo ta prihodnost, je odvisno od naših želja. Izziv, ki si ga mora zastaviti tako medkulturno mesto – pri čemer se moramo zavedati, da je v obdobju globalizacije skupno območje neprecenljiva prednost - so prav skupni cilji na gospodarskem področju. Cilji, ki temeljijo na kulturnih vrednotah, na spoštovanju okolja, na spodbujanju medčloveških odnosov. Novo mesto za novo gospodarsko paradigmo.

candidarsi ad affrontare in modo originale - sapendo che le unicità territoriali sono un vantaggio fondamentale nel quadro della globalizzazione - è proprio quella di darsi una prospettiva attenta ai paradigmi economici emergenti, fondati sulla generazione di valore culturale, sulla riqualificazione dell'ambiente, sull'intensificazione delle relazioni umane. Una nuova città per un nuovo paradigma economico.

il contesto economico

La grande trasformazione di quest'epoca cerca ancora il suo nome. Ma si vede già nelle forme del paesaggio, nei comportamenti delle persone, nei conti delle aziende e degli operatori economici. Si vede nelle preoccupazioni dei giovani e nelle ansie degli anziani. E di certo si percepisce negli aggiustamenti cui sono chiamati tutti i poli fondamentali della vita economica: dal settore pubblico nazionale a quello locale, dalle imprese private alle strutture familiari e al non profit. Chiamarla crisi è insufficiente. Come è impreciso consegnarla a poche grandi parole d'ordine: globalizzazione, implosione della finanziarizzazione, disillusione del consumismo.

In realtà, è un passaggio che in mancanza di meglio continuiamo a pensare come cambio di paradigma. Nel quale agiscono insieme alcune dinamiche che tra loro sono in parte collegate:

1 economia della conoscenza: le opportunità per le economie occidentali si vanno concentrando sulla dimensione immateriale della produzione, in un sistema nel quale il valore dei prodotti si sostiene con la ricerca, l'informazione, l'immagine, il design, l'organizzazione, il software, il gusto, insomma, il significato di ciò che si offre e domanda.

2 economia della felicità: superata la fase di industrializzazione accelerata, le stesse economie occidentali stanno riconquistando una sensibilità per i beni non necessariamente monetari ma nei quali si riconosce enorme valore come la qualità dell'ambiente, la ricchezza della cultura, l'intensità delle relazioni tra le persone.

3 economia digitale: l'innovazione tecnologica, a partire da quella collegata a internet, ap-

gospodarski kontekst

velike spremembe, ki smo jim danes priča, še vedno nimajo svojega imena. Opazne so se že v oblikah pokrajine, v načinu obnašanja ljudi, na računih podjetij in delavcev v gospodarstvu. Odsevajo se v zaskrbljenosti mladih in v tesnobi starejših. Lahko jih zaznamo tudi v spremembah, ki jih morajo uvesti ključni gospodarski subjekti: od javnega državnega in lokalnega sektorja do zasebnih profitnih in neprofitnih podjetij. Vsega tega ne moremo poimenovati samo z besedo »kriza«. Prav tako ne smemo tega težkega obdobja zreducirati zgolj na nekaj velikih gesel: globalizacija, implozija, financializacija ali razočaranje potrošništva.

Dejansko gre za prehod, ki ga zaradi pomanjkanja izrazoslovja pojmuje kar z izrazom »sprememba paradigme«. S tem v zvezi se pojavljajo različne med seboj povezane dinamike:

1 Ekonomija znanja: priložnosti zahodnih gospodarstev so skoncentrirane v nematerialni proizvodnji, v sistemu, kjer vrednost proizvodov predstavljajo raziskave, informacije, podoba, dizajn, organizacija, programska oprema, okus, skratka vse tisto, kar se ponuja in po čemer se povprašuje.

2 Ekonomija sreče: po končani fazi pospešene industrializacije, se tudi sama zahodna gospodarstva vse bolj usmerjajo v nematerialne dobrine, kot so npr. pomen varstva okolja, vrednost kulture in odnosov med ljudmi.

3 Digitalna ekonomija: inovacije na področju tehnologije – z internetom na čelu, so eden izmed glavnih vzvodov rasti zahodnih gospodarstev. Tehnologija vpliva na odpiranje novih podjetij, sprošča resurse, znižuje stroške proizvodnje in izmenjave informacij, olajšuje družbeno in kulturno prilagajanje na spremembe ter spodbuja aktivno reševanje problemov.

Te nove modele gospodarstva moramo nujno brati v okviru novih – kompleksnih teorij, pri čemer je nepredstavljivo, da bi jih obravnavali z nekdanjimi linearnimi modeli. Metafora, s katero jih lahko najlepše opišemo je ekosistem. V ekosistemu se različne oblike gospodarstva in družbe razvijajo skupaj, se skupaj borijo za preživetje,

pare come la principale dinamica della crescita nelle economie occidentali perché attiva nuove imprese, libera risorse, abbatte i costi di produzione e scambio dell'informazione, facilita l'adattamento socio-culturali al cambiamento, favorisce l'atteggiamento attivo verso la soluzione dei problemi.

Indubbiamente, queste dinamiche si dimostrano molto più comprensibili facendo ricorso alla teoria della complessità che pensando di gestirle con i vecchi modelli lineari. La metafora più adatta a descriverle è quella dell'ecosistema: come in un ecosistema, infatti, le varie forme economiche e sociali coevolvono, lottano per sopravvivere, mutano e si adattano, cercano le loro nicchie, esplorano nuove possibilità. Di certo, le conseguenze non sono facilmente prevedibili. E questo aggiunge incertezza alla già limitata capacità delle società di guardare avanti. Per tutti, soprattutto per i giovani, diventa difficile riconoscere la prospettiva nella quale scommettere per costruire il futuro. E se c'è invece un compito fondamentale, oggi, è proprio quello di descrivere un percorso credibile che consenta alle persone di impegnarsi nella speranza di migliorare le loro condizioni di vita ed esprimere il loro potenziale umano. La descrizione di questa prospettiva, richiede evidentemente una rinnovata nozione di progresso: e dalle dinamiche descritte possiamo almeno dire che questa nuova idea di progresso è meno connessa alla moltiplicazione quantitativa delle risorse materiali e ha più a che fare con la qualità dell'ambiente, la qualità delle relazioni sociali, la qualità del patrimonio culturale.

Per questo un progetto che possa contribuire a rigenerare quella prospettiva non può che darsi una forma a tre dimensioni: sociale, perché gli obiettivi fondamentali di un progetto contemporaneo si possono perseguire soltanto con la partecipazione consapevole e responsabile delle persone in comunità; locale, perché la qualità della vita riparte dalla gestione intelligente delle risorse ambientali e dalla ricostruzione dell'energia culturale che si è sedimentata nella storia di un territorio; digitale, perché ogni processo innovativo si costruisce a partire dalle tecnologie più dinamiche come, appunto, quelle che attualmente si stanno sviluppando attorno alle reti digitali.

Il design di un servizio che punti a innovare per generare conseguenze di qualità della vita a livello sociale, locale e digitale, parte dalla consapevolezza che l'infrastruttura necessaria è una piattaforma. Cioè si tratta di una struttura capace di connettere e organizzare i potenziali protagonisti dell'innovazione desiderata: non solo dunque

se spreminjajo, prilagajajo, iščejo nove niše in raziskujejo nove priložnosti. Posledice tega sožitja so nepredvidljive, kar zmanjšuje sposobnost družb za načrtovanje prihodnosti. Negotovost je še posebej izrazita pri mlajših generacijah. Danes je naša najpomembnejša naloga ta, da začnemo ustvarjati nove pogoje, kjer bi ljudje lahko delali, izboljšali svoje življenjsko stanje in izražali svoj človeški potencial. Pogoji, o katerih govorimo, so vse manj odvisni od količine materialnih resursov in vse bolj od kvalitete okolja, družbenih odnosov ter kulturne dediščine.

Projekt, ki bo ustvarjal take pogoje, mora nujno zajemati tri družbene dimenzije. Biti mora: socialen: njegove glavne cilje lahko zasledujemo samo z zavestnim in odgovornim vključevanjem ljudi, ki živijo na območju neke skupnosti. lokalni: kvaliteto življenja lahko zasledujemo samo s pametnim izkoriščanjem okolja in z upoštevanjem kulture prebivalcev nekega območja. digitalni: vsak inovativni proces se začne z uporabo dinamičnih tehnologij – takih, ki se danes razvijajo okoli digitalnih omrežij.

če želimo vzpostaviti inovativno storitev, ki bo dejansko vplivala na izboljšanje kvalitete življenja na družbeni, lokalni in digitalni ravni, moramo najprej imeti ustrezno infrastrukturo. V našem primeru spletni portal. Gre za orodje, ki bo povežalo in organiziralo njegove uporabnike: na eni strani naj bi portal ponujal storitve, na drugi strani pa bi usposabljal uporabnike, da sami ustvarjajo storitve z namenom, da jih bodo drugi dejansko uporabljali in jih nadgrajevali.

Tehnično delovanje portala ni naš glavni cilj. Naš cilj je na eni strani ta, da ga ponudniki sprejmejo in preko njega ponujajo svoje storitve, na drugi strani pa je njegov uspeh odvisen tudi od uporabnikov ponujenih storitev. Ko bo portal vzpostavljen in bo deloval, lahko šele ocenimo, ali dejansko dosega pričakovane rezultate.

Trije koraki na poti do cilja:

1. Projekt moramo opremiti z lastno identiteto in ga promovirati med potencialnimi uporabniki in koristniki – projekt mora biti privlačen.
 2. Način uporabe portala mora biti enostaven in razumljiv.
 3. Potrebno bo organizirati različne dogodke, ki bodo predstavljali priložnost, da se portal dejansko začne uporabljati.
- Vse te tri korake bomo upoštevali že pri samem načrtovanju portala. Njegov dizajn je zgodba: sanje ali vizija, težave, ki jih moramo premostiti, pomoč, ki jo potrebujemo in oblika, s katero merimo uspeh.

eroga servizi ma soprattutto abilita chi la adotta a generare a sua volta servizi, nella convinzione di poter trovare chi li adotti e li valorizzi.

La sfida fondamentale, nella progettazione di una piattaforma, non è dunque solo tecnica e il successo non si misura soltanto in base alla capacità della piattaforma di funzionare dal punto di vista tecnico. In realtà, una piattaforma può avere successo se viene adottata, in primo luogo, dai soggetti che dovrebbero usarla per generare i loro servizi innovativi e, in secondo luogo, da coloro che dovrebbero fruire di quei servizi. A quel punto di può passare a valutare se, una volta appunto adottata, la piattaforma genera le conseguenze attese.

Il primo passo è dunque dotare il progetto di un'identità forte e di una prospettiva attraente, per coloro che per primi dovranno usarla e darle valore. Il secondo passo è costruirla in modo che sia facilissima da usare e non ponga barriere di sorta alla sua fruizione. Il terzo punto è tracciare un percorso di eventi che si presentino come occasioni per iniziare a usarla. La forma della progettazione rispecchia questi passaggi. E il design complessivo va raccontato come una storia: il sogno o la visione, la difficoltà da superare, gli aiuti da trovare e la forma con la quale misurare il successo.

Nel progetto del Magazin Goriziano l'identità forte è forse nella storia straordinaria del territorio, nella incredibile sfida che la sua società liberata dalla barriere politiche ma ancora divisa da barriere culturali si trova di fronte, nel metodo con il quale si affronta quella sfida, basato evidentemente sulla condivisione interculturale di alcune priorità umane fondamentali, come la qualità dell'ambiente e la ricchezza delle relazioni sociali, e nella vastità delle opportunità che il superamento di quella sfida sulla base di quel metodo può portare per la costruzione di una grande città in equilibrio con il suo territorio e con il suo posto nel mondo globalizzato che c'è ma ancora non si vede. Le motivazioni sono dunque forti, ma certamente non bastano a garantire il risultato.

Il secondo elemento del progetto, come si diceva, deve essere la sua facilità d'uso. Nel senso che si presenti in modo da rendere chiaro a che cosa deve servire, come si può partecipare e che vantaggio se ne può trarre.

Il terzo elemento è chiaramente l'insieme delle occasioni che portano dentro i potenziali partecipanti. Eventi che regolarmente dimostrano l'opportunità di entrare in gioco. Rivolti a filiere produttive ben descritte e riconoscibili.

Prva pomembna značilnost projekta Magazin je njegova identiteta. Predstavljajo jo zgodovina območja, kjer je nastal ter izzivi, s katerimi se spopada njegova družba. Družba, kjer sicer ni več političnih meja, so pa še vedno prisotne kulturne razlike. Način, kako se spopasti s tem izzivom temelji na skupnih prioritetah, kot so kvaliteta okolja, bogastvo družbenih odnosov ter raznolike priložnosti, ki jih premostitev teh ovir predstavlja za izgradnjo velikega mesta in za vzpostavitev ravnovesja na tem območju. Čeprav je motivacija velika, to še ne pomeni uspeha.

Druga značilnost projekta je povezana z njegovo uporabo. Način uporabe portala mora biti jasen in enostaven. Uporabniki morajo razumeti smisel uporabe portala in kakšne koristi jim le-to prinaša. Tretji element je skupek priložnosti, ki bi privabile uporabnike – usmerjeni dogodki, namenjeni proizvodnim verigam.

zgodovina, ki jo moramo zapisati

socialna ekonomija potrebuje nove akterje za svoj razvoj: socialna podjetja, mlade, umetnike, inovatorje, tehnologe, pisatelje, podjetnike, gostince, kmetovalce, družine. Vsi ti iščejo priložnost za svojo rast in želijo prispevati k izboljšanju kvalitete življenja, k obnovi družbenih odnosov ter k ustvarjanju nove podobe mesta. Lahko postanejo celo dejanski odgovor na novo obliko napredka, ki jo iščemo.

Za Gorico in njeno območje je ta priložnost izredno pomembna. Zgodovina mesta Gorica je zagotovilo, da lahko danes zapišemo novo edinstveno zgodovino. Mesto se namreč srečuje s posebnimi kulturnimi, jezikovnimi in družbenimi težavami, ki jih je potrebno premagati. Ima pa tudi izredne resource, ki jih lahko izkoristi in v primeru, da premosti omenjene težave, lahko s temi resursi ustvari izredno bogastvo. Vizija, ki jo imamo pred sabo je nastanek mednarodnega mesta, ki bi bilo v sozvočju z okoljem, kjer bi se prepletali kulturni in ekonomski odnosi in kjer bi naraščala kvaliteta življenja. Gre za vizijo, ki ni odvisna zgolj od držav ali od tržnih mehanizmov, temveč tudi od delovanja programov pobud skupnosti.

Za območje je že značilno bogato delovanje različnih pobud – npr. Arcobaleno ali Metropolitana, ki

la storia da scrivere

Lo sviluppo dell'economia socialmente consapevole ha bisogno dei suoi nuovi protagonisti: imprese sociali, giovani, artisti, innovatori, tecnologi, narratori, imprenditori, ristoratori, agricoltori, famiglie. Cercano l'opportunità di crescere e contribuire alla qualità della vita, alla ricostruzione del tessuto sociale e insieme all'invenzione di una nuova concezione di città nel suo territorio. Potrebbero diventare la risposta fattuale al bisogno di testimoniare la definizione di una nuova prospettiva di progresso.

Per Gorizia e il suo territorio si tratta di una possibilità importantissima. Perché la storia di questa città garantisce di poter scrivere una storia unica: per le difficoltà particolarissime - culturali, linguistiche, sociali - che qui si devono affrontare, per le risorse straordinarie che si possono mettere in gioco e per la incredibile ricchezza che, vincendo la sfida, si può generare. La visione è quella di una città intrinsecamente internazionale, in equilibrio con il suo ambiente, ricca di relazioni socialmente ed economicamente generative, capace di definire un percorso di crescita nella qualità della vita. Una visione che non si declina solo a partire dai semplici meccanismi del mercato e dalle funzioni degli stati, ma che non può che svilupparsi grazie alle attività comunitarie.

Si tratta di una scommessa ragionevole per un territorio già così ricco e attivo nella dimensione di comunità, con Arcobaleno e Metropolitana, per esempio, a testimoniare la consapevolezza del territorio. L'impatto sulla vita quotidiana di questo approccio consapevole si può accrescere con il prossimo avvio del sistema dei gruppi sociali di acquisto, una soluzione che evidentemente può interessare una quota ancora maggiore della popolazione e dichiarare la confluenza delle logiche economiche con quelle sociali e ambientali. Ma la conduzione della progettazione di un grande sviluppo sociale locale richiederà una riflessione ancora più ampia.

Il possibile avvio della piattaforma Orti Goriziani destinata a sviluppare un vero e proprio mercato socialmente consapevole dei beni agricoli locali, mettendo in diretta relazione i produttori e i consumatori, aprirà la strada all'accelerazione delle nuove imprese sociali. Per esempio potrà favorire la crescita di idee come Gamella, un sistema per

imata pred occhi potrebe območja. Vpliv na vsakdanje življenje se lahko nadgradi z vzpostavitvijo sistema socialnih skupin potrošnikov – gre za rešitev, ki je lahko zanimiva za širšo skupino ljudi, saj bi tržno logiko povezala s socialo in z varstvom okolja. Načrtovanje in vodenje razvoja lokalnega socialnega gospodarstva pa zahteva nekoliko večji premislek.

Družbeno odgovoren projekt Orti Goriziani – Goriški vrtovi predvideva izdelavo spletnega portala, ki bi dejansko predstavljala pravo spletno tržnico lokalnih pridelkov in bi neposredno povezal pridelovalce s potrošniki, hkrati pa bi pospeševal nastajanje novih socialnih podjetij. Portal bi prispeval k rasti in razvoju novih idej, kot npr. »Gamella« - oskrbovanje lokalnih gostincev z lokalnimi pridelki. Osnovna ideja projekta Orti Goriziani – Goriški vrtovi je izdelava digitalne platforme, kjer bi zlahka razvijali nove dejavnosti na različnih področjih in ki bi spodbujala družbeni, okoljski in kulturni pomen gospodarske dejavnosti. Gre za ustvarjanje novih idej, ki bodo dejansko predstavljale nove priložnosti za zaposlitev mladih, ponujale nove storitve za prebivalce, ponujale nove – ugodnejše in bolj kakovostne izdelke, hkrati pa razvijale in obogatile medsebojne družbene odnose.

Potrebno bo oblikovati različne aktivnosti, ki se bodo razvijale na tem socialnem, lokalnem in digitalnem portalu. Uporabniki bodo prvi, ki bodo morali preko njega začeti komunicirati z drugimi. Portal bodo lahko z informacijami dopolnjevali tudi posamezniki s pomočjo orodij, ki bodo načrtovana in izdelana posebej zanje ter bodo omogočala nastanek novih socialnih podjetij posameznikov, ki jih zanima pisanje, snemanje video vsebin, objavljanje fotografij in različnih podatkov. Vse to bo omogočalo sodelovanje s fundacijo Fondazione Ahref.

Projekt bomo lahko prvič predstavili na Festivalu socialne ekonomije v mesecu maju, kjer bomo predstavili različne poglede na gospodarstvo in socialo ter posledice povezovanja med njima. Ob tej priložnosti bomo v sodelovanju z nekaterimi univerzami ustanovili tudi center za raziskovanje socialne, lokalne in digitalne ekonomije, ki bo generiral različne poslovne ideje s področja socialnega podjetništva in spodbujal start-up podjetja iz omenjenih področij.

Načrtujemo, da bo ta portal lahko vplival na razvoj različnih socialno-ekonomskih pobud. Pozornost s strani javnosti, pa bo vplivala na kvaliteto življenja na goriškem območju in na povezovanje med prebivalci.

rifornire con prodotti locali i ristoratori della zona per servire pasti pronti a chi si muove nell'area. In generale, l'idea di fondo è la costruzione di una piattaforma digitale sulla quale sia relativamente facile lo sviluppo di nuove attività di diversi settori accomunate dalla consapevolezza della valenza sociale, ambientale e culturale delle attività economiche. Nuove iniziative che si tradurranno di fatto in nuove opportunità di lavoro per i giovani, nuovi servizi per la popolazione, possibilità di consumo più convenienti e qualitativamente migliori: il tutto arricchendo le relazioni sociali e il loro significato.

Certo, si tratterà di sviluppare una narrazione delle storie che si svilupperanno su questa piattaforma sociale, locale e digitale. I protagonisti, naturalmente saranno i primi interessati a comunicare. Ma i cittadini che vorranno sostenere la costante produzione di informazione su questa dimensione in sviluppo dell'economia sociale avranno la possibilità di farlo attivandosi sui civic media che saranno avviati nel corso della progettazione e della sua realizzazione: si tratta di media che fanno informazione con attenzione alla sua valenza civile. E che a loro volta possono far nascere nuove imprese sociali di persone interessate a scrivere, produrre video, foto e dati sul dipanarsi di questa storia. Il tutto, se sarà possibile, in collaborazione con la Fondazione Ahref.

Il primo grande momento catalizzatore dell'attenzione intorno a questo progetto sarà probabilmente il Social Economy Festival, previsto per il prossimo maggio, che diventerà un'occasione di riflessione intorno alla convergenza delle logiche economiche e sociali ma anche e soprattutto un momento di vasta diffusione delle conseguenze di tale convergenza. In quell'occasione sarà tra l'altro lanciato un centro di ricerca sull'economia sociale, locale e digitale, in collaborazione con alcune università, orientato a generare vere e proprie idee di business sociale per favorire l'accelerazione di start-up coerenti con lo spirito complessivo del progetto.

Il circolo virtuoso tra iniziative economico-sociali che si svilupperanno sulla piattaforma e l'attenzione pratica che la popolazione vi dedicherà, potrebbe avere un forte impatto sulla qualità della vita nel territorio e la sua capacità di coesione civile.

2

identità visiva

L'identità visiva è la fedele rappresentazione verso il pubblico di strategia, struttura e visione proprie di un'organizzazione, ed è parte di un sistema più ampio, con cui un'organizzazione si identifica: la sua capacità di comunicare. In questo senso ogni organizzazione possiede un'identità unica, determinata dal complesso dei modi in cui presenta se stessa e interagisce con l'esterno.

L'identità è frutto di azioni e comportamenti sviluppati nel corso del tempo e rappresenta una caratteristica intrinseca di ogni organizzazione: non viene costruita a priori, ma può venire sviluppata e indirizzata attraverso azioni volte alla chiara identificazione dell'essenza e degli obiettivi dell'organizzazione stessa in ogni occasione.

In quanto funzioni strategiche quindi, all'interno di un'organizzazione complessa la progettazione e la gestione dell'identità visiva, e, più in generale, della comunicazione, sono abitualmente considerate risorse, ovvero funzioni centrali e non delle singole strutture.

Magazin non è un'organizzazione chiusa strutturata in modo tradizionale, ma è espressione di un progetto unitario destinato a realizzarsi in un ambiente di forte identità storica e civile. In tal senso necessita di un programma di identità visiva istituzionale e per la comunicazione, rappresentando al contempo una grande opportunità per lo sviluppo di un programma con caratteristiche e modalità innovative.

protagonisti

Il programma di identità visiva si rivolge ai diversi pubblici di Magazin:

1 pubblico esterno costituito innanzitutto dai fruitori dei servizi, allargato in realtà a tutti i cittadini del territorio;

2 pubblico interno costituito prevalentemente da operatori e fornitori di servizi e beni;

3 pubblico di riferimento istituzionale ovvero le amministrazioni a vario livello.

grafica podoba projekta

Neka organizacija se s pomočjo celostne grafične podobe predstavlja javnosti. Celostna grafična podoba zajema strategijo organizacije, njeno strukturo in vizijo njene dejavnosti. Organizacija se s celostno grafično podobo dejansko identificira in preko nje komunicira. Vsaka organizacija ima svojo unikatno grafično podobo, s katero se predstavlja in s katero vpliva na zunanji svet.

Grafična podoba se razvija hkrati z zgodovino neke organizacije: grafična podoba ne nastane čez noč, temveč je sad razvoja ter posledica ciljev in dejavnosti organizacije.

Celostna grafična podoba organizacije je za vsako organizacijo strateškega pomena. Načrtovanje grafične podobe in komunikacija na splošno so dejansko bistvenega pomena.

Magazin ni tradicionalna zaprta struktura. Gre za projekt, ki se bo razvijal na območju z bogato zgodovinsko in državljsko identiteto, za kar potrebuje institucionalno celostno grafično podobo, ki pa bi hkrati morala predstavljati tudi odprto priložnost za razvoj inovativnega projekta.

ciljne skupine projekta

celostna grafična podoba projekta Magazin je namenjena različnim ciljnim skupinam:

1 zunanji javnosti: sestavljajo jo uporabniki storitev in dejansko vsi prebivalci območja;

2 notranji javnosti: sestavljajo jo operaterji in dobavitelji storitev in dobrin;

3 institucionalni javnosti: javne uprave na različnih nivojih.

Poleg zainteresiranih javnosti, je v projekt Magazin vključenih tudi več drugih različnih akterjev, katerim je namenjena grafična podoba – več kot pri oblikovanju tradicionalnih portalov:

1 odgovorne osebe organizacij, ki bodo vključene v Magazin;

Anche gli attori sono molteplici, in misura maggiore che in un programma di identità visiva tradizionale:

1 i decisori interni alle strutture definite nei vari progetti che afferiscono a Magazin;

2 i professionisti esterni incaricati;

3 gli operatori e fornitori costituenti il pubblico interno, a loro volta attori e promotori;

4 i fruitori dei servizi, nel ruolo di testimoni.

La commistione non tradizionale dei protagonisti che possono assumere di volta in volta il ruolo di pubblico o di attori costituisce il fattore più rilevante, chiave di interpretazione per lo sviluppo del progetto.

sviluppo del programma

Due sono le linee di sviluppo del programma individuate:

1 **interventi puntuali** Si tratta di interventi progettuali che rispecchiano il modello standard committente-progettista-utilizzatore: tipicamente atti fondativi –definizione degli elementi base– o interventi delimitati spazialmente o temporalmente –ad es installazioni segnaletiche e archigrafie, o comunicazione di eventi–.

Richiedono innanzitutto l'individuazione del committente-referente e della catena di approvazioni; a questa seguono le fasi di confronto e analisi, sviluppo del concetto, design, declinazione e applicazione, standardizzazione e normazione.

Ogni fase, il cui 'peso' è determinato dalla specificità dell'intervento, è conclusa da valutazione e approvazione; nel caso degli elementi base all'approvazione finale segue il rilascio agli utilizzatori –ad es progettazione di un marchio, applicazione agli intestati, rilascio dei file agli uffici–.

2 **identità 'open source'** La presenza di molti attori –ad es operatori e fornitori– poten-

2 zunanji strokovnjaki, ki so zadolženi za projekt;

3 operaterji in dobavitelji, ki sestavljajo notranjo javnost – ti so hkrati uporabniki in promotorji;

4 uporabniki storitev.

Najpomembnejša značilnost projekta je, da lahko pri njem ciljne skupine prevzamejo različne vloge – enkrat so koristniki, drugič dobavitelji ali pa nastopajo v vlogi različnih javnosti. Gre za značilnost, ki je hkrati ključnega pomena za razvoj projekta.

razvoj programa

Program se razvija v dveh smereh:

1 **Specifični ukrepi:** gre za projektne ukrepe, ki jih lahko primerjamo s standardnim modelom naročnik – projektant – uporabnik: gre za tipična dejanja – definiranje osnovnih elementov – ali ukrepov, ki so prostorsko in časovno omejeni – npr. določeni grafični elementi, napovedniki dogodkov. Le-ti najprej zahtevajo individualizacijo uporabnikov – naročnikov ter niza odobritev, čemur sledijo faze primerjave in analize, razvoj koncepta, dizajn, izdelava aplikacij in standardizacija.

Vsaka faza izdelave se zaključi z oceno in potrditvijo. Po izvedeni potrditvi (v primeru osnovnih elementov) fazi potrditve sledi odprtje za javnost – npr. načrtovanje blagovne znamke, uporaba, odajanje datotek uradom.

2 **»Open source«** **identiteta:** prisotnost več akterjev – npr. dobaviteljev in operaterjev – ki so potencialno vključeni v oblikovanje celostne grafične podobe kar kliče po tem, da oblikujemo čim bolj enostavne in vizualno usklajene pripomočke za komuniciranje: npr. možnost oblikovanja oglasov ali plakatov kar na spletni strani in možnost tiskanja na domu v formatu A4 – enostavno in grafično usklajeno s pravili projekta.

Naš cilj je, da ustvarimo tako celostno grafično podobo, ki bo temeljila na točno določenih ele-

zialmente coinvolgibili nel processo di consolidamento dell'identità visiva suggerisce la realizzazione e diffusione di semplici strumenti atti a soddisfare le esigenze base di comunicazione in modo visivamente coerente: ad esempio, la possibilità di comporre annunci o cartelli tramite una pagina web e stamparli a domicilio in formato A4, con facilità e piena corrispondenza ai canoni di progetto.

Più in generale, l'obiettivo è la costruzione, attraverso le attività puntuali e la definizione di risorse di ampio utilizzo, di un'identità visiva basata su precisi elementi ed interventi, e accompagnata da un coerente 'visual behaviour' in grado di sostenerla e diffonderla.

elementi qualificanti del programma di iv

Il programma poggia su una serie di elementi qualificanti:

visivi

1 la definizione di una scrittura, ovvero di un modo in cui vengono denominati gli attori e espresse le relazioni reciproche;

2 l'adozione di un carattere tipografico o di un sistema di caratteri per tutta la comunicazione ^[01];



3 l'eventuale adozione di composizioni tipografiche caratteristiche (logotipi) ^[02];

mentih in ki jo bodo uporabniki lahko uporabljali skladno z vnaprej znanimi pravili. Prav tako naj bi bili ti elementi širše dostopni za vse uporabnike projekta.

kvalifikacijski elementi programa grafične podobe

Elementi, na katerih temelji program:

Vizualni

1 poimenovanje akterjev in opredelitev medsebojnih odnosov;

2 izbor pisave, ki bo uporabna za vso komunikacijo ^[01];

3 eventualna izbira logotipov ^[02];



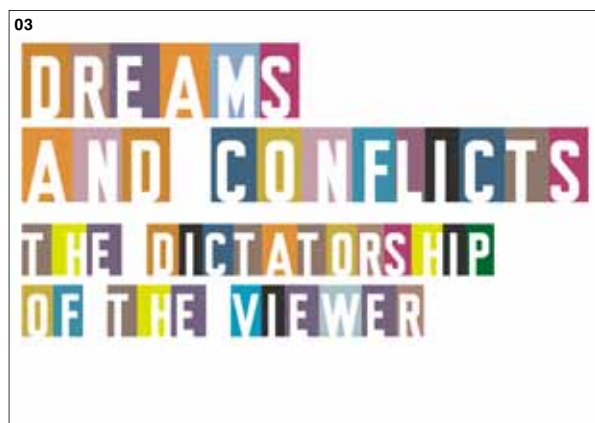
4 izbor značilnih barvnih lestvic, tekstur, okrasov itd. ^[03];

5 opredelitev grafičnih elementov za spletni portal;

(Vse te elemente celostne grafične podobe bomo natančno definirali in jih združili v priročnik za njeno uporabo.)

6 posebni usmerjeni projekti.

4 l'adozione di gamme cromatiche, texture, fre-
gi ecc, caratteristici ^[03];



5 la definizione di risorse grafiche accentrate
per la piattaforma digitale;

(Tutti questi elementi vengono organizzati in un
sistema, declinati nelle applicazioni principali e
formalizzati in un manuale d'uso)

6 progetti speciali mirati.

funzionali

Attraverso la piattaforma digitale è possibile rea-
lizzare strumenti operativi che assumono anche
rilevanza visiva ai fini della comunicazione, con-
figurandosi come mezzi di diffusione dell'identità
visiva 'open source'.

esempi

Materiali di presentazione istituzionale, cartacei e
digitali
Intestati, cartacei e digitali
Sistemi di identificazione per personale e auto-
mezzi ^[04]



Archigrafie e segnaletica ^[05]

Funkcionalni

Določene elemente celostne grafične podobe
za namene komunikacije (gre za »open source«
sredstva komunikacije) lahko postavimo že na
sam spletni portal.

Primeri

Digitalni in papirnati pisarniški
material;
Digitalni in papirnati dopisni listi;
Identifikacijski elementi za zaposlene
in vozila ^[04];
Označevalne table ^[05];



Drobni inventar ^[06];
Spletne strani ^[07];

Piccola editoria [06]



Oblikovanje izdelkov in prodaja [08]



Siti web [07]



Design di prodotto e merchandising [08]

gestione del programma

Il programma viene gestito attraverso:

- 1** un responsabile di programma, con funzioni di coordinamento, e eventuale assistente; si relaziona con i responsabili del progetto e della comunicazione, e con l'ufficio stampa;
- 2** un designer responsabile del nucleo iniziale del lavoro, con funzioni di consulenza e art direction per le fasi successive, e lo studio grafico di riferimento;
- 3** designer responsabili di progetti specifici – ad es comunicazione di una manifestazione – che ricadono nell'ambito Magazin;
- 4** **collaborazioni esterne:** fotografi, designer

vodenje programa

Program vodijo:

- 1** Odgovorna oseba programa, ki koordinira program ter asistent; ta oseba tesno sodeluje z odgovorno osebo projekta, z odgovorno osebo za komuniciranje ter s službo za odnose z javnostjo;
- 2** Oblikovalec, ki je odgovoren za koordinacijo delovne skupine. Njegova naloga je tudi svetovanje in koordinacija grafičnih del skozi vse nadaljnje faze izvajanja programa ter komunikacija z izbranim grafičnim studiom;
- 3** Oblikovalci, ki so odgovorni za specifične projekte – npr. vse komunikacijske aktivnosti povezane z nekim dogodkom, ki bo izveden v okviru projekta Magazin;
- 4** **Zunanji sodelavci:** fotografi, specializirani oblikovalci, sodelovanje z zunanjimi organizacijami kot npr. z univerzami itd.

Vse te zadolžitve bodo dodeljene v skladu z zahtevami vodje programa in v sodelovanju z odgovornim oblikovalcem. Dodeljene bodo skladno z vnaprej predpisanimi pravili glede na predmet zadolžitve, cilje in način izvedbe.

specializzati, collaborazioni con enti esterni quali università ecc. Tutti gli incarichi vengono affidati sulla base di un disciplinare redatto dal responsabile del programma con l'assistenza dell designer responsabile, che definisce oggetto e obiettivo dell'incarico e relative modalità di svolgimento.

prima fase

Obiettivo della prima fase di sviluppo è definire gli elementi fondamentali dell'identità visiva, ovvero i mattoni con cui verrà costruito, in tempi successivi, l'edificio. Si tratta di elementi di progetto che possono avere talvolta scarsa rilevanza o 'spendibilità' immediata: per questa ragione è opportuno accompagnare questa attività con interventi puntuali specifici di alta visibilità. Questi i passaggi essenziali:

1 sincronizzazione del programma di iv con il programma generale in relazione a tempi e requisiti; denominazione delle varie componenti (responsabili progetto e programma iv, ad);

2 **stesura del progetto base di iv:** definizione di caratteri tipografici e/o sistemi di scrittura, declinazione in logotipi, definizione di altri elementi grafici caratteristici (ad, studio grafico);

3 applicazione ai materiali di comunicazione istituzionale (ad, studio grafico);

4 applicazione alla piattaforma digitale per la costituzione di un set accentrato di risorse grafiche (resp piattaforma digitale, ad, studio grafico);

5 **applicazione a sistemi di identificazione:** dei luoghi, delle persone, dei mezzi (ad, studio grafico).

fasi successive

Lo sviluppo successivo può prevedere:

- un periodo di 6 mesi di assestamento destinato allo sviluppo di progetti particolari e acquisizione di informazioni e feedback, da concludere con la redazione di un manuale di immagine coordinata.
- un ulteriore periodo di attività di progettazione e art direction su base forfettaria, di durata biennale.

prva faza

V prvi fazi bodo opredeljene osnovne značilnosti celostne grafične podobe.

Gre za elemente, ki morda nimajo takojšnjega učinka: ravno zato je potrebno hkrati s to aktivnostjo izvajati tudi druge, ki bodo vplivale na njegovo razpoznavnost. Osnovni koraki:

1 časovna uskladitev izdelave celostne grafične podobe z izvajanjem splošnega programa projekta; izbor različnih strokovnjakov (odgovorna oseba za projekt, odgovorna oseba za program CGP itd.);

2 **izdelava osnovnega projekta celostne grafične podobe:** izbor pisave, logotipov, izbor ostalih tipičnih grafičnih elementov (grafični studio);

3 uporaba CGP-ja v komunikaciji z javnostjo (grafični studio);

4 umestitev elementov CGP na spletnem portalu, kjer bo omogočen dostop do grafičnim materialov (odgovorna oseba za izdelavo portala, grafični studio);

5 **uporaba identifikacijskih elementov:** logotipi, uporabniki, prevozna sredstva (grafični studio).

nadaljnje faze

nadaljnje faze vključujejo:

- šestmesečno poskusno dobo, kjer bomo razvijali specifične projekte, pridobivali informacije in feedback vseh zainteresiranih. Ta korak se bo zaključil z izdelavo priročnika o celostni grafični podobi.
- nadaljnje dveletno obdobje pavšalnega grafičnega načrtovanja in izpopolnjevanja.

3

piattaforma digitale

Lo sviluppo della componente digitale del progetto deve avvenire nell'ambito di una piattaforma che sia in grado di abilitare e promuovere la creazione di nuove applicazioni, con l'obiettivo finale della creazione di un ambiente ideale per lo sviluppo e la promozione di applicazioni web e mobile che debbano operare nell'ambito cittadino.

La caratteristica principale di una piattaforma di questo tipo è l'essere costituita da una serie di componenti applicativi interoperanti attraverso delle API (Application Programming Interfaces) pubbliche. Questo tipo di architettura può essere messa a disposizione di una comunità di sviluppatori (sia a titolo gratuito, sia a pagamento), che saranno in grado di sviluppare applicazioni in modo più rapido e coerente con l'ambiente in cui le applicazioni vengono distribuite.

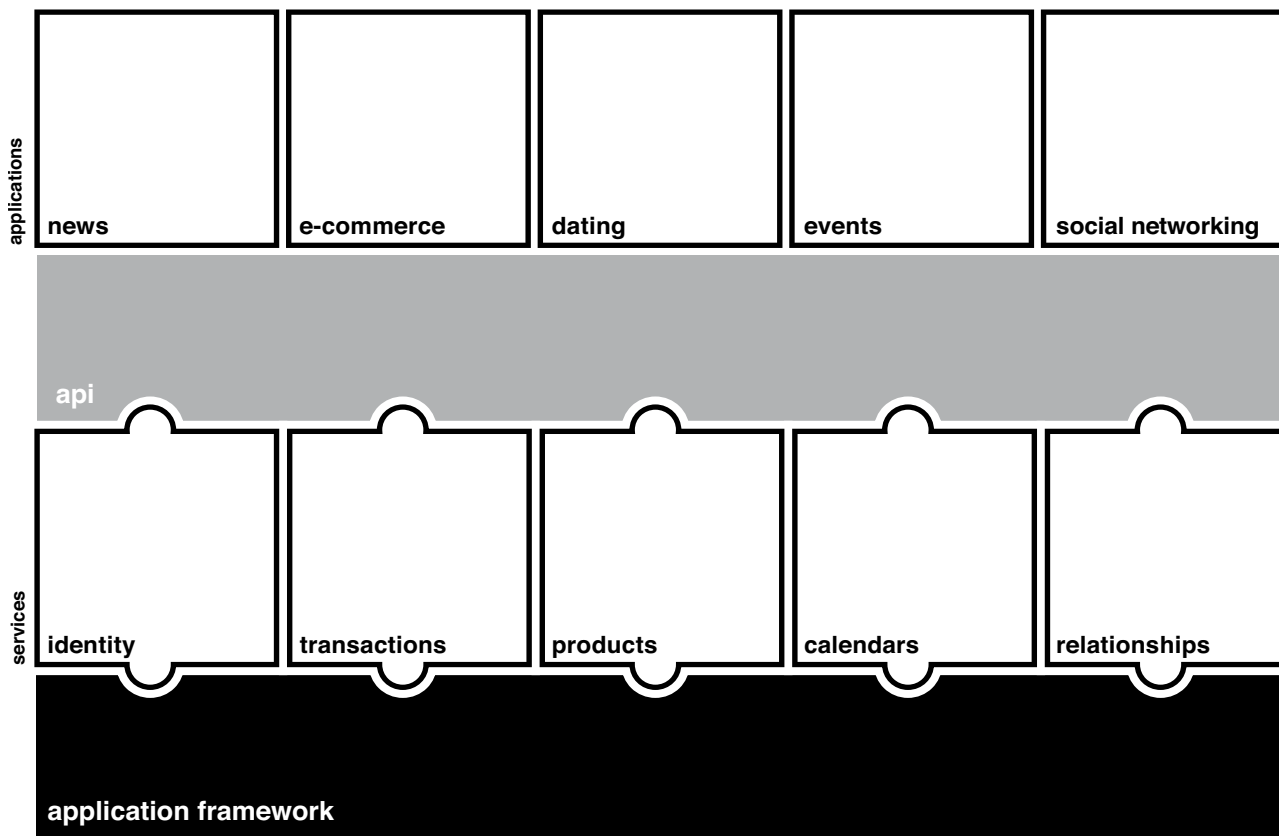
Alcune delle aziende che hanno avuto maggiore successo sul web negli ultimi anni si sono sviluppate proprio grazie ad architetture di questo tipo. Tra queste meritano una citazione sia Amazon, che inizialmente ha sviluppato un'architettura a supporto dei propri servizi di e-commerce e che

spletni portal

digitalno plat projekta bomo razvili z izdelavo spletnega portala, ki bo vseboval različna orodja ter bo ustvarjal idealno okolje za razvoj in uporabo spletnih in mobilnih aplikacij po meri uporabnikov.

Spletne portale bo sestavljen iz vrste javno dostopnih aplikativnih komponent (Application Programming Interfaces). Tovrstna struktura bo na razpolago različnim razvojnikom (brezplačno in tudi proti plačilu), ki bodo lahko bolj učinkovito razvijali take aplikacije, ki bodo najbolj uporabne v danem okolju.

Nekatera podjetja, ki so danes najuspešnejša na svetovnem spletu, so se razvila prav na taki osnovi. Med najbolj pomembne lahko citiramo Amazon, ki je sprva razvil zgolj portal za e-trgovino, ga kasneje dal na razpolago tudi drugim podjetjem in tako postal eden izmed glavnih akterjev na področju cloud computinga; in drugi portal – Facebook, ki je dal svojo infrastrukturo na razpolago zunanjim razvojnikom, ki so lahko ustvarjali svoje dobičke na osnovi tehnologije, ki je Facebook dal na razpolago.



in un secondo tempo ha deciso di mettere questa stessa infrastruttura a disposizione di altre aziende, diventando di fatto una dei protagonisti della rivoluzione del cloud computing; e Facebook, la quale ha aperto la propria infrastruttura a sviluppatori esterni, i quali sono in grado di avvantaggiarsi della tecnologia messa a disposizione di Facebook per partecipare all'enorme ecosistema costruito attorno a questo social network.

componenti tipo

Attraverso la combinazione di una serie di componenti applicativi base ed eventualmente componenti applicativi sviluppati ad hoc nell'ambito di specifici progetti, sarà possibile costruire diverse applicazioni web che supporteranno le attività che potranno essere sviluppate nell'ambito del progetto generale.

A puro titolo esemplificativo, elenchiamo alcuni componenti applicativi base:

- catalogo prodotti
- calendario
- commenti
- rating e voti
- shopping basket + gateway pagamenti
- blog

Con questi elementi si possono sviluppare diverse applicazioni. Ad esempio:

Sito e-commerce: catalogo prodotti + shopping basket

Sito news locali: blog + commenti

Sito promozione spettacoli: calendario + commenti + rating e voti

Nell'ambito dello sviluppo dei componenti applicativi base, sarà importante analizzare e integrare eventuali soluzioni software già esistenti e disponibili con licenze open source, al fine sia di ridurre i tempi di sviluppo del sistema, sia di facilitare il coinvolgimento di programmatori già in grado di lavorare nell'ambito di framework o applicazioni ben noti.

gestione dell'identità

Attenzione particolare dovrà essere data allo sviluppo del componente applicativo che consentirà

tipici elementi

Spletne aplikacije, ki jih bo ponujal spletni portal, bodo sestavljene iz nekaterih osnovnih elementov in iz drugih elementov, ki se bodo razvili v času trajanja projekta.

Spodaj so naštetih samo nekateri izmed osnovnih aplikativnih elementov:

- katalog izdelkov;
- koledar;
- komentarji;
- glasovanje;
- nakupovalna košarica + plačilo;
- blog

Na osnovi teh elementov se lahko razvijejo različne aplikacije:

Spletna stran e-trgovina: katalog izdelkov + nakupovalna košarica

Spletna stran lokalne novice: blog + komentarji

Spletna stran promocije dogodkov: koledar + komentarji + glasovanje

Ko bomo vzpostavljali osnovne aplikativne elemente, se bomo posluževali že obstoječe programske opreme (software) in uporabljali »open source« licence. S tem bomo zmanjšali čas izdelave sistema ter olajšali delo programerjem.

upravljanje z identiteto

posebno pozornost bomo namenili razvoju aplikacije, ki bo omogočala uporabnikom, da se prijavijo v sistem, da upravljajo s svojim računom, da ga povežejo z računi drugih uporabnikov ali da se povežejo v socialno omrežje.

Ta aplikacija bo na voljo skoraj za vse storitve, ki so predvidene v projektu, zato bo morala biti na eni strani izdelana tako, da bo varna (zagotavljati varstvo osebnih podatkov), na drugi strani pa bo morala biti odprta za uporabnike, ki bi se radi na njej predstavili drugim (registriranim in profiliranim uporabnikom).

Pri tem bomo na eni strani spoštovali evropsko zakonodajo na področju varstva osebnih podatkov ter na drugi strani primere dobrih praks, ki jih uporabljajo vodilni na tem področju, pa tudi najsodobnejše inovacije na področju upravljanja digitalnih identitet.

agli utenti di registrarsi al sistema, gestire il proprio account ed eventualmente collegarlo ad account di altri gestori o social network.

Questo elemento applicativo verrà utilizzato dalla gran parte dei servizi che saranno costruiti nell'ambito del progetto e dovrà garantire allo stesso tempo sia una totale protezione della privacy per gli utenti che si registreranno, sia l'apertura nei confronti di sviluppatori che saranno attratti a interfacciare le proprie applicazioni con il sistema cittadino proprio per la presenza di utenti registrati e profilati. In quest'ottica sarà opportuno guardare non solo alle normative europee in merito alla privacy e alle best practices già adottate dai maggiori player del settore, ma anche alle più recenti innovazioni nell'ambito della gestione on-line dell'identità digitale.

un linguaggio comune

Sebbene l'architettura generale del sistema digitale sarà orientato alla massima apertura e al coinvolgimento di terze parti, sarà indispensabile che l'identità visiva del progetto e le soluzioni adottate per il design dell'esperienza dell'utente (UX) vengano adottate e verificate in modo completo, questo al fine di poter offrire agli utenti del servizio un'esperienza il più coerente e lineare possibile e di conseguenza di renderne l'uso più semplice.

Sul piano tecnico questo obiettivo potrà essere raggiunto sia attraverso la pubblicazione di librerie software e template che consentiranno agli sviluppatori di adottare facilmente gli standard definiti nel sistema, sia rendendo disponibili agli sviluppatori, sia interni sia terzi, supporto tecnico e consulenziale per la risoluzione di problemi legati all'identità visiva e al design agli aspetti legati alla UX.

filosofia generale di sviluppo

Gli obiettivi definiti in questo capitolo possono essere ottenuti con uno sforzo relativamente ridotto quali sottoprodotto delle attività di sviluppo che dovranno essere condotte per la creazione dei primi servizi del progetto. Sarà fondamentale istituire un coordinamento dei progetti che sia in grado di ottimizzare gli sforzi anche qualora questi verranno sviluppati da diversi gruppi di sviluppo.

skupni jezik

digitalna plat projekta bo oblikovana tako, da bo odprta in dostopna za čim večje število uporabnikov. Ravno zaradi tega mora biti celostna grafična podoba oblikovana tako, da bo razumljiva, preprosta in uporabna za vse uporabnike.

To lahko tehnično rešimo tako, da na portalu objavimo e-knjžnice (priročnik), template, ki jih bodo uporabniki lahko zlahka uporabljali. Poleg tega bomo vsem uporabnikom ponudili tehnično podporo pri reševanju težav v zvezi s celostno grafično podobo.

naša filozofija

cilje, ki smo si jih zastavili v tem poglavju lahko zlahka dosežemo, če jih vodimo skupaj z drugimi aktivnostmi, ki jih bomo izvajali že pri samem oblikovanju storitev projekta. Nujno bo potrebno uskladiti več projektov, da bomo lahko optimizirali naše delo, čeprav bodo različna dela izvajale različne delovne skupine.

Il **progetto Magazin** è nato dall'esperienza della Cooperativa Sociale Arcobaleno e prende il nome dal magazzino che completa la sede dell'impresa. Uno spazio fisico già usato per gli uffici e il deposito delle attrezzature necessarie allo svolgimento dell'attività sociale, nel settore ecologico-ambientale, e che è stato recentemente ripensato come luogo destinato alla vendita e alla distribuzione dei prodotti agricoli del territorio oltre che come centro culturale e ricreativo. Il nome del progetto serve a ricordare che anche uno sviluppo che avrà una grande valenza digitale viene arricchito da un forte radicamento nel territorio: lo spazio digitale e quello fisico sono pensati, insieme, per essere simbolicamente e praticamente al servizio della ricerca di una migliore qualità della vita, attraverso il lavoro, la cura del benessere, l'occasione di socialità.

Projekt Magazin je nastal na podlagi izkušenj, ki jih ima socialna zadruga Arcobaleno na področju socialnega podjetništva. Svoje ime je dobil po skladišču (magazinu), ki se nahaja ob stavbi zadruge.

Prostori skladišča so se nekdaj uporabljali za pisarne in za skladiščenje orodja, ki je bilo potrebno za izvajanje dejavnosti podjetja na področju čiščenja in vzdrževanja okolja.

Te prostore naj bi po novem preuredili za namene distribucije in prodaje lokalnih kmetijskih pridelkov ter za kulturni in rekreacijski center. Namen tega imena je doseči, da bo razvoj, ki bo imel zelo močno digitalno komponento prisoten tudi z umestitvijo v prostoru: digitalni in fizični prostor sta oblikovana tako, da sta simbolično in dejansko namenjena izboljšanju kvalitete življenja s pomočjo dela, skrbi za dobrobit in sociale.

magazin 1990



magazìn 2013



