



Verbale Consiglio Direttivo – Associazione Genova Smart City – 03/02/2026

Ordine del Giorno:

1. Saluti del Presidente e del Vicepresidente Esecutivo
2. Contratto Clickutility
3. Programma Smart Week 2026
4. Bando comunicazione prossimo biennio (scadenza contratto BlueLime)
5. Campagna Soci
6. Comitato Scientifico
7. Dottorati di ricerca
8. Organizzazione Tavoli Tecnici
9. Varie ed eventuali

Partecipanti:

NOME	ENTE	Partecipa
Nicola Canessa	Presidente	SI
Federica Alcozer	Vicepresidente	SI
Francesco Caso	REGIONE LIGURIA	SI
Sara Rastelli	CITTA' METROPOLITANA DI GENOVA	NO
Polo Barbieri	CAMERA DI COMMERCIO	SI
Alberto Pozzobon	AUTORITA' PORTUALE	NO
Alfredo Viglienzoni	COMUNE DI GENOVA	SI
Paola Dameri	UNIVERSITA' DI GENOVA	SI
Roberto Marcialis	CNR	SI
Massimiliano Gatti	IIT	SI
Giorgio Andreacci	CONFINDUSTRIA	SI
Francesca Salvarani	ORDINE DEGLI ARCHITETTI	SI
Paola Girdinio	START 4.0	NO
Anna Chiara Fisichella	ENEL	NO
Caterina Barberis	TIM	SI
Paola Verri	IREN	SI
Federico Franchelli (Luigi Riva)	STRATEGIC MANAGEMENT PARTNERS	SI
Ottavia Pittaluga	SHOPTHELOOK	NO



Stefano Carosio	STAM	NO
Marco Silvestri	ELETTRA CAR SHARING	SI
Alessandra Marchese	GISIG	SI
Uditori:		15

Presiede: Nicola Valentino Canessa

Vicepresidente Esecutivo: Federica Alcozer

Segretario Generale: Antonietta Natascia Solimando

Il Presidente dichiara aperta la seduta alle ore 17:12

Il Segretario Generale procede all'appello verificando, conformemente alle disposizioni dello Statuto, il raggiungimento del numero legale e la presenza del rappresentante del Comune di Genova.

Il Presidente, dunque, dichiara la seduta validamente costituita.

1. Saluti del Presidente e del Vicepresidente Esecutivo

Il **Presidente** ringrazia i presenti per la partecipazione. Richiama alcune considerazioni generali già anticipate in occasione dell'ultimo Consiglio Direttivo tenutosi prima della Smart Week e ribadisce l'esigenza, a partire dall'anno in corso, di intensificare la frequenza degli incontri del Direttivo, ritenendo utile e opportuno prevedere riunioni più regolari per favorire un confronto costante sull'andamento delle attività, monitorare e condividere gli obiettivi e lo stato di avanzamento delle iniziative.

Il **Presidente** riferisce di avere già avviato una serie di incontri con alcuni soci e rappresentanti istituzionali per comprendere aspettative, modalità di interazione e potenziali ambiti di collaborazione. Le esigenze emerse si articolano, in particolare, nell'interesse delle aziende a portare all'attenzione dell'Associazione buone pratiche già sperimentate altrove e verificare le condizioni per un eventuale adattamento al contesto genovese e l'esigenza di un dialogo strutturato non limitato al Direttivo, ma esteso alle direzioni competenti del Comune di Genova e agli altri enti soci, così da rendere concrete e credibili le azioni dell'Associazione.

La **Vicepresidente esecutivo** interviene per evidenziare un ulteriore elemento di attenzione, sottolineando la necessità di definire e condividere una *prassi operativa* volta a supportare adeguatamente i soci e, al contempo, evitare possibili situazioni di conflitto di interessi.

Rappresentata che, in alcune progettualità, taluni soci potrebbero non assumere il ruolo di partner diretti dell'Associazione, ma operare come potenziali prestatori di servizi. In tali casi è necessario adottare procedure chiare che tutelino sia l'Associazione sia i singoli soci, garantendo trasparenza nei ruoli e nelle attività.



La Vicepresidente evidenzia inoltre che, al fine di favorire la piena partecipazione dei soci ai progetti risulta fondamentale ottimizzare la comunicazione interna ed esterna.

A tal fine, propone di definire modalità univoche per la diffusione di chiare ipotesi di sostegno dell'Associazione, anche attraverso strumenti leggeri quali lettere di adesione o di partecipazione, in cui l'Associazione possa eventualmente configurarsi come *stakeholder non finanziario* e non beneficiario di risorse.

Tale approccio consentirebbe di mantenere un adeguato livello di supporto ai soci, preservando al contempo la neutralità dell'associazione e prevenendo potenziali conflitti di interesse.

Il **Presidente** richiama la questione già discussa relativa al PIC dell'Associazione, attualmente registrato sulla piattaforma ma non validato. Precisa che, come storicamente avveniva, l'Associazione non gestiva direttamente le risorse dei progetti europei, ma svolgeva una funzione di filtro e supporto. Ricorda inoltre che tale modello aveva consentito all'Associazione di contribuire, nel passato, all'ottenimento di numerosi bandi europei sul tema Smart City.

L'attuale contesto europeo, tuttavia, presenta vincoli più stringenti e la presenza di oltre 80 soci rende più complessa la scelta di quali soggetti sostenere o affiancare nella partecipazione ai bandi. Il problema della mancata validazione del PIC deriva dalla natura dell'Associazione, i cui organi direttivi non sono nella maggior parte eletti democraticamente, ma nominati dagli enti soci, in particolare dal Comune di Genova. Tale caratteristica, secondo osservazioni già formulate dalla Regione Liguria, potrebbe precludere la qualificazione dell'Associazione come soggetto autonomo ai fini della partecipazione ai bandi.

8. Organizzazione Tavoli Tecnici

Il **Presidente** invita pertanto i membri del Direttivo a esprimere le proprie considerazioni sulla proposta e a condividere eventuali esperienze maturate nei tavoli attualmente esistenti nell'Associazione.

Interviene **Paola Dameri, Università degli Studi di Genova**, che riferisce di avere partecipato ai precedenti tavoli dell'Associazione e di essere, verosimilmente, una delle persone ad avervi preso parte più stabilmente.

La Prof.ssa Dameri espone la necessità di superare la logica dei progetti: osserva che, negli anni in cui erano attivi i tre progetti principali, questi risultavano interessanti ma non erano gestiti secondo una logica di portfolio. Tale mancanza di coordinamento portava talvolta i progetti a entrare in conflitto con le politiche pubbliche in corso, poiché non si integravano adeguatamente con le priorità amministrative del momento.

Inoltre, ricorda che, nel periodo 2018–2019, si svolse un'iniziativa molto proficua da cui scaturirono i tre tavoli tematici "green, grey e soft", poi divenuti riferimenti stabili per il Comune di Genova.

Ritiene che tali esperienze possano essere recuperate e aggiornate, integrandole con i temi chiave delle Smart City (digitalizzazione, ambiente, sociale, sviluppo economico, cultura).

Propone di analizzare nel dettaglio cosa comprendevano i tre assi originari, osservando che l'Università ha già lavorato su molte di quelle aree con diversi dipartimenti.

Infine, rappresenta che l'Università di Genova rappresenta un partner di grande rilevanza e multidisciplinarietà, in grado di mettere a disposizione competenze su numerosi ambiti afferenti alla



Smart City. A titolo esemplificativo cita i progetti sull'elettificazione delle banchine portuali, le attività in ambito mobilità, i temi legati alla digitalizzazione e altre iniziative trasversali di ricerca e innovazione.

Ribadisce quindi la disponibilità dell'Università a fungere da collante e da partner tecnico-scientifico per supportare l'Associazione su più fronti.

Interviene **Marco Silvestri, ELETTRA CAR SHARING**, il quale espone alcune considerazioni frutto dell'osservazione maturata negli anni. Evidenzia un significativo gap tra i concetti e i progetti riconducibili alla Smart City e la percezione dei cittadini. Ritiene che tali iniziative, incluse manifestazioni come la Smart Week, siano frequentate quasi esclusivamente da addetti ai lavori, risultando poco accessibili o poco attrattive per la popolazione generale.

Sottolinea pertanto due obiettivi fondamentali, da un lato divulgare le tematiche della Smart City in modo comprensibile e diretto a tutti i cittadini e dall'altro supportare la pubblica amministrazione, fungendo da elemento di connessione e mediazione tra progettualità presenti sul territorio e i diversi dipartimenti coinvolti.

Richiama l'attenzione sul fatto che numerosi progetti attivi a Genova sono poco conosciuti non solo dai cittadini, ma talvolta anche dalla pubblica amministrazione, come ad esempio:

- il progetto sull'isola di calore;
- interventi urbanistici come quello di Nervi, volto a trasformare una piazza per mitigare il calore urbano;
- l'iniziativa di Confesercenti relativa alla mobilità dedicata ai negozianti dei CIV;
- ulteriori micro-interventi diffusi sul territorio che non vengono adeguatamente comunicati.

Ritiene che l'Associazione Smart City, per la sua natura trasversale, possa svolgere un ruolo utile nel mappare, coordinare e divulgare tali progetti, facilitando il dialogo tra i vari soggetti coinvolti.

Osserva che un singolo grande evento come la Smart Week, pur utile, non soddisfa pienamente l'obiettivo di avvicinare la cittadinanza. Propone di valutare un modello simile a un "evento diffuso", costituito da molteplici appuntamenti più piccoli, distribuiti nel tempo e nei luoghi della città, maggiormente accessibili e capaci di generare partecipazione reale. Ritiene che questa decisione richieda più impegno organizzativo ma risulta molto più coinvolgente per il pubblico.

Propone, quindi, di organizzare momenti pubblici di confronto, invitando i responsabili dei progetti attivi in città, i rappresentanti delle aziende socie dell'Associazione, soggetti esterni, come realtà di altre città, per presentare esperienze avanzate in temi quali la mobilità scolastica, la sostenibilità, l'innovazione sociale. Ritiene che tali iniziative favorirebbero la diffusione delle buone pratiche e aumenterebbero la consapevolezza collettiva sulle opportunità offerte dalla trasformazione digitale e sostenibile.

Interviene **Francesca Salvarani, Ordine degli Architetti di Genova**, la quale si dichiara in accordo con le considerazioni espresse nei precedenti interventi.

Segnala che anche l'Ordine sta lavorando attivamente sul tema della mobilità sostenibile. Riferisce che, raccogliendo un invito del Comune di Genova, l'Ordine ha co-organizzato un convegno dedicato alla mobilità sostenibile, coinvolgendo, tra gli altri, rappresentanti del Comune di Bologna e di altre realtà nazionali che hanno condiviso esperienze in materia di *Zone 30*, politiche per la mobilità attiva e strategie urbane già oggetto di ampia attenzione mediatica.



L'iniziativa ha avuto buona partecipazione, composta per metà da addetti ai lavori e per metà da cittadini interessati. Sottolinea che ciò conferma l'esistenza di una forte curiosità e domanda di informazione da parte della cittadinanza.

Esprime forte apprezzamento per i tavoli tecnici, richiamando l'esperienza positiva della Consulta Edilizia, alla quale l'Ordine partecipa regolarmente. In tale contesto emergono spesso riflessioni, proposte e iniziative concrete. Ribadisce pertanto l'importanza di creare tavoli tecnici all'interno dell'Associazione Smart City, capaci di generare effettive opportunità di confronto e buone pratiche. Condivide l'impressione che molti progetti territoriali vengano conosciuti *per sentito dire*, ritiene che una missione importante dell'Associazione potrebbe essere quella di fornire informazioni corrette, diffondere materiali e chiarimenti, contribuire alla comprensione pubblica delle politiche urbane.

Esprime una considerazione operativa: attivare troppi tavoli rischia di disperdere le energie, poiché i partecipanti ai lavori sono comunque volontari. Suggerisce quindi di valutare inizialmente un numero contenuto di tavoli o, in alternativa, di sondare gli interessi degli iscritti anche attraverso un questionario per raccogliere disponibilità e preferenze sui temi.

Una volta attivati i tavoli, ritiene essenziale che questi siano operativi, finalizzati a risultati concreti (es. organizzazione di eventi, produzione di documenti, sensibilizzazione su temi specifici).

Segnala che l'Ordine può mettere a disposizione canali istituzionali, patrocinio e accreditamenti formativi per gli architetti.

Suggerisce di ripensare la programmazione annuale degli eventi, osserva che concentrare molti eventi in un unico periodo genera un picco di attività cui seguono lunghi periodi di silenzio. Propone di programmare 3-4 eventi annuali, distribuiti durante l'anno, e poi aggiungere ulteriori iniziative nate spontaneamente dai tavoli tematici. Ciò garantirebbe una presenza costante dell'Associazione sul territorio.

In quest'ottica ritiene di fondamentale importanza avere una comunicazione strutturata e costante, non legata al singolo evento. Ritiene utile la creazione di una newsletter periodica, una rassegna stampa inviata agli iscritti, contenuti informativi regolari.

Il **Presidente** interviene per segnalare che le tematiche affrontate nei contributi dei relatori anticipano diversi punti previsti all'ordine del giorno della riunione. Evidenzia che tali questioni — relative al ruolo dell'Associazione, ai tavoli tecnici, alla comunicazione, alle modalità di coinvolgimento dei soci, alla relazione con gli enti territoriali e alla Smart Week — saranno riprese e approfondite nei successivi momenti della seduta, come da programmazione

Prende la parola **Caterina Barberis, rappresentante di TIM**, la quale esprime piena condivisione con le osservazioni formulate nei precedenti interventi e aggiunge ulteriori riflessioni.

Sottolinea come l'Associazione dovrebbe essere molto più presente nei tavoli decisionali e nei processi di confronto istituzionale. Riporta che, consultando recentemente la Strategia Regionale e l'Accordo di Coesione appena firmato, emergono ingenti risorse destinate a diversi ambiti prioritari: ad esempio, nel settore "Trasporti e Mobilità" sono previsti 163 milioni di euro per il prossimo triennio, mentre ulteriori 276 milioni sono allocati su altri assi tematici.

Osserva che spesso tali investimenti vengono conosciuti solo a posteriori, senza che l'Associazione o i suoi soci abbiano potuto partecipare a momenti di confronto o proporre soluzioni. Ritiene



pertanto fondamentale che l'Associazione sia presente a questi tavoli, affinché non si perdano opportunità progettuali, si valorizzino le competenze delle imprese socie e si favorisca un dialogo tempestivo con gli enti pubblici.

Concorda con quanto già emerso circa la riconoscibilità dell'Associazione durante la Smart Week, ma ritiene che sia necessaria una presenza costante negli altri mesi dell'anno.

Porta un esempio positivo: gli eventi "Cafè Tech" organizzati da Confindustria, svolti al mattino alle ore 7:30 con formula agile, breve e tematica. TIM ha partecipato a tali appuntamenti, che si sono rivelati utili per consolidare relazioni, presentare soluzioni e affrontare argomenti specifici in modo informale ma efficace. Ritiene che format analoghi potrebbero essere replicati dall'Associazione Smart City al fine di mantenere viva l'attenzione e favorire un confronto continuo fra soci, Amministrazione e stakeholder.

Interviene **Giorgio Andreacci, rappresentante di Confindustria**, il quale esprime disponibilità da parte di Confindustria ad organizzare e calendarizzare dei "Coffee Tech" dedicati ai temi della Smart City.

Il **Presidente** interviene accogliendo positivamente la proposta di organizzare dei *Coffee Tech* presso Confindustria, sottolineando che tale occasione permetterebbe anche di rafforzare la conoscenza reciproca e le relazioni tra l'Associazione e Confindustria stessa.

Il Presidente ribadisce che uno degli obiettivi prioritari è rendere l'Associazione più visibile e maggiormente presente negli eventi, nei tavoli e nei contesti in cui si parla di tecnologia, città e innovazione. Evidenzia che dovrebbe diventare "automatico" pensare all'Associazione Smart City e invitarla quando si organizzano iniziative su tali temi.

Segnala alcuni esempi recenti, quali l'evento Ge-dix e altri incontri sul territorio a tema mobilità, nei quali in cui sarà presentata l'Associazione. Pur riconoscendo l'importanza della partecipazione diretta, il Presidente sottolinea che non è auspicabile concentrare tutta l'attività esterna sulla figura del Presidente e del Vicepresidente.

Richiama quindi l'importanza dei tavoli tecnici, che dovrebbero assumere anche la funzione di rappresentare l'Associazione all'esterno.

2. Contratto Clickutility

3. Programma Smart Week 2026

Riprendendo quanto già espresso negli interventi precedenti, il **Presidente** sottolinea l'esigenza di ripensare in modo più efficace la divulgazione. Ricorda che la preoccupazione espressa prima della Smart Week riguardava il rischio di dipendere da un unico grande evento, con scarsa visibilità nel resto dell'anno. Riconosce tuttavia che l'edizione appena conclusa ha superato le aspettative iniziali, ed evidenzia che l'evento è stato avviato tardi, ma gestito con professionalità dal soggetto incaricato, che opera sulla base di un contratto annuale rinnovabile per altri due anni.

Il **Presidente** presenta la proposta di non avviare immediatamente una nuova gara, poiché i tempi tecnici comporterebbero il rischio di ritrovarsi nella stessa situazione dell'anno precedente e di procedere quindi al rinnovo del contratto con ClickUtility per i due anni previsti. Il rinnovo del



contratto prevederà di programmare la Smart Week su quattro giornate e di affiancare altri tre eventi distribuiti durante l'anno, costruiti sui temi dei tavoli tecnici.

Segnala che solo durante lo svolgimento della Smart Week ha appreso dell'esistenza di una scontistica riservata ai soci sui costi di partecipazione agli eventi (circa il 50%, con ulteriori agevolazioni per le startup). I tre eventi distribuiti nell'anno saranno modellati sui contenuti dei tavoli; pensati per una partecipazione più ampia e diretta dei soci; realizzati con modalità che consentano a tutti di contribuire e intervenire.

Rileva inoltre che il contratto con ClickUtility prevede che l'organizzatore debba reperire autonomamente gli sponsor; mentre il Comune fornisce supporto logistico e agevolazioni per l'uso degli spazi. Il meccanismo economico prevede che, superata la soglia dei 100.000 euro di sponsorizzazioni, il 20% aggiuntivo sia riversato all'Associazione. Segnala però che i proventi dell'edizione di due anni fa sono arrivati solo recentemente, rendendo complessa la programmazione. Per questi motivi è stato chiesto agli organizzatori un aggiornamento costante sull'andamento delle sponsorizzazioni, la possibilità di conoscere con anticipo il budget disponibile e la facoltà di proporre direttamente i soggetti da invitare.

Il **Presidente** chiarisce che, pur riconoscendo che gli sponsor influenzano inevitabilmente la programmazione degli eventi, esiste la possibilità di mantenere una parte della Smart Week più "commerciale" e orientata ai partner che sostengono l'evento ed affiancare momenti esplicitamente associativi, centrati sui tavoli, sulla partecipazione dei soci e sulle priorità condivise.

Interviene **Marco Silvestri, ELETTRA CAR SHARING**, il quale richiama l'attenzione sulla necessità di garantire qualità e coerenza dei contenuti all'interno degli eventi promossi dall'Associazione, in particolare nelle iniziative legate alla Smart Week. Segnala che, in alcune edizioni della Smart Week, durante i momenti dedicati alla mobilità sostenibile si sono trovati a intervenire concessionari di auto, circostanza che – a suo giudizio – snatura il senso dell'evento e lo allontana dai contenuti realmente strategici per la città.

L'obiettivo degli incontri deve essere focalizzato su approfondimenti di valore, ad esempio invitando realtà come Bologna a presentare esperienze sulle *Zone 30*, sulla mobilità intelligente o su modelli avanzati di gestione del traffico urbano, in quanto il pubblico si aspetta contenuti tecnici e culturali.

Prende la parola il **Presidente** per evidenziare che la criticità principale riguarda l'attuale struttura del contratto con il soggetto organizzatore dell'evento, la quale attribuisce all'organizzatore un'ampia autonomia operativa, essendo tenuto a reperire autonomamente la totalità degli sponsor necessari alla realizzazione dell'evento.

Il Presidente precisa che il modello attualmente in vigore deriva da linee guida adottate negli ultimi anni dal Comune per la gestione degli eventi e risulta difficilmente superabile nel breve periodo, anche qualora si ipotizzasse la predisposizione di un nuovo bando.

Il Presidente richiama quindi una proposta già avanzata nel precedente Direttivo e solo parzialmente recepita: distinguere la sponsorizzazione dalla partecipazione attiva ai contenuti. Propone infatti che agli sponsor venga riconosciuta adeguata visibilità (striscioni, loghi, stand, citazioni nel programma), ma che la partecipazione ai workshop e ai panel non sia affidata ai rappresentanti commerciali, bensì a figure tecniche e competenti.



Interviene la **Vicepresidente Esecutiva**, per osservare che la struttura dei programmi sembra essere stata costruita principalmente sulla base delle esigenze degli sponsor. Tale impostazione ha limitato la possibilità di definire in modo autonomo e strategico i contenuti degli eventi.

Rileva che proprio questa criticità è ciò che i tavoli tematici potrebbero contribuire a superare, propone infatti che i tavoli tecnici possano costruire temi guida coerenti e bozze di programma già strutturate, con contenuti e obiettivi di livello elevato, anche al fine di individuare con largo anticipo le figure competenti da coinvolgere. Una programmazione così impostata permetterebbe di fissare gli standard qualitativi dei contenuti, consentire agli sponsor di inserirsi *a valle* del progetto, con modalità controllate e coerenti, preservare la qualità, evitando che il programma sia plasmato dagli sponsor.

Il **Presidente** aggiunge che in alcune casistiche le quote economiche destinate all'Associazione dalle sponsorizzazioni potrebbero essere investite nell'ingaggio di contributi qualificati da relatori di alto profilo, esperti tematici o figure accademiche, in grado di apportare valore aggiunto ai contenuti trattati durante gli eventi.

Il rappresentante di **ELETTRA CAR SHARING** torna sul tema della mobilità, ribadendo che il tavolo mobilità dell'ultima Smart Week non ha prodotto contenuti di valore aggiunto. Riferisce infatti di avere assistito a presentazioni basate in larga parte su contenuti già visti negli anni precedenti.

Interviene **Paola Verri**, in rappresentanza di **IREN**, per riportare l'esperienza dell'azienda come sponsor della Smart Week. Precisa che IREN rappresenta uno sponsor "particolare", poiché non è direttamente coinvolta nelle tematiche della mobilità ma opera prevalentemente su temi ambientali, energetici e idrici.

Evidenzia che, nel corso degli anni, si è registrata una progressiva diminuzione dell'attività e dell'attrattività dell'evento, che impone agli sponsor una valutazione attenta sull'effettivo valore dell'investimento.

Sottolinea che partecipare alla Smart Week comporta costi e la scarsa affluenza non giustifica tali investimenti per cui spesso si decide di non allestire lo stand, proprio per la difficoltà di ottenere un ritorno concreto.

Il valore percepito deriva dal momento in cui l'azienda è chiamata a portare un proprio intervento tecnico o una case history. Tuttavia, i contenuti presentabili sono spesso gli stessi delle edizioni precedenti (smart building, ciclo delle acque, efficientamento, ecc.), che spesso sono già conosciuti. Ritene che l'Associazione dovrebbe fare un salto di qualità, uscire dalla dimensione tecnico-professionale e rendere i temi della Smart City più fruibili, più narrabili e più vicini alla quotidianità delle persone.

Nel corso del dibattito emerge l'interesse, già espresso dal Presidente, a coinvolgere scuole superiori e università. Le tematiche Smart City, infatti, offrono molteplici spunti per raccontare come cambiano le professioni, le competenze richieste, i percorsi accademici e lavorativi.

Si riconosce che questo potrebbe rappresentare una nuova missione dell'Associazione, più civica, educativa e inclusiva.



La **Vicepresidente Esecutiva** interviene aggiornando il Direttivo sulle recenti attività svolte dall'Associazione nell'ambito della formazione e della presenza sul territorio.

Riferisce che, la settimana precedente, su iniziativa e sollecitazione dell'ITS Academy – Accademia Digitale, l'Associazione ha partecipato a una mattinata dedicata all'alternanza scuola-lavoro, coinvolgendo quattro classi provenienti dai principali istituti tecnici, in cui sono stati presentati ruolo, missione e attività dell'Associazione, le prospettive di lavoro legate ai temi dell'innovazione urbana e tecnologica e tre progetti comunali.

La Vicepresidente evidenzia che iniziative di questo tipo sono perfettamente coerenti con la direzione strategica emersa nel dibattito, sottolineando che queste attività possono costituire un importante valore aggiunto per l'Associazione e rappresentare uno sviluppo naturale verso un ruolo più attivo nei percorsi formativi del territorio.

Interviene la rappresentante di **TIM** per esprimere pieno accordo con le considerazioni espresse nel dibattito. Sottolinea che una maggiore presenza dell'Associazione nelle attività formative, divulgative e territoriali è estremamente importante anche per le aziende socie.

Interviene la rappresentante dell'**Università degli Studi di Genova**, che richiama l'importanza delle attività formative e divulgative già in essere presso l'Ateneo e la possibilità di valorizzarle nel quadro delle iniziative dell'Associazione.

Ricorda che l'Università dispone del T-Lab, un laboratorio altamente attrezzato e conosciuto per le sue attività legate alla domotica e allo sviluppo tecnologico. Segnala che questo laboratorio ospita regolarmente anche classi provenienti da altre università, tra cui il Politecnico di Torino, che porta gruppi di studenti di Ingegneria a conoscere le tecnologie, i prototipi e i sistemi presenti nel laboratorio. Rappresenta che tali esperienze potrebbero essere replicate e messe a sistema nell'ambito delle attività dell'Associazione.

Prende la parola la rappresentante dell'**Ordine degli Architetti di Genova** per affermare che è fondamentale chiarire quanto prima il ruolo del soggetto organizzatore – che sia Clickutility o un altro operatore – poiché i tempi sono molto stretti e occorre assumere una decisione immediata. Aggiunge alcune considerazioni in merito al coinvolgimento del grande pubblico, richiamando l'esperienza dell'Ordine degli Architetti nell'organizzazione di eventi culturali e divulgativi rivolti alla cittadinanza.

L'Ordine organizza frequentemente conferenze e incontri in fascia serale registrando una partecipazione molto elevata da parte dei cittadini.

Riferisce che nelle iniziative legate al ciclo *Benedetto 800 e Maledetti Architetti* la presenza di pubblico non addetto ai lavori è stata superiore a quella degli architetti.

Il **Presidente** pone in votazione gli argomenti all'ordine del giorno discussi sino a questo momento.

- sul **punto 8 dell'Ordine del Giorno**, relativo all'organizzazione e attivazione dei **tavoli tematici**, il Presidente propone che venga effettuato un sondaggio tra tutti i soci per individuare le tematiche di maggiore interesse per poi procedere a un confronto con i soggetti territoriali competenti per verificare quali temi possano tradursi in progettualità concrete o in ambiti di lavoro prioritari.



Il Presidente chiede quindi se vi siano astenuti o contrari alla proposta. Non essendovi contrari, la proposta viene approvata all'unanimità.

- Sul **punto 3 dell'Ordine del Giorno**, relativo al **Programma Smart Week 2026**, il Presidente propone che il Direttivo elabori un programma unico e integrato per il biennio, che mantenga una Smart Week in forma ridotta e sia affiancata da ulteriori Smart Days distribuiti nel corso dell'anno, che adotti formati diversi in base ai contenuti e agli obiettivi e si rivolga in modo strutturato a tipologie di pubblico diverso come Scuole (dalle secondarie superiori fino all'Università), pubblico generalista, quindi cittadini ed u pubblico tecnico, composto da addetti ai lavori e operatori del settore.

Non essendovi contrari, la proposta viene approvata all'unanimità.

- Sul **punto 2 dell'Ordine del Giorno**, relativo al **Contratto Clickutility**, soggetto incaricato dell'organizzazione della Smart Week, il Presidente propone di confermare il contratto in essere con Clickutility, per garantire l'organizzazione dell'evento, e contestualmente di fissare un incontro a strettissimo giro con Clickutility per illustrare gli indirizzi e le condizioni definite dal Direttivo. Precisa che il rinnovo del contratto comporterà alcune condizioni dell'Associazione, in quanto il modello attuale in parte andrà adeguato.

Si registra n. 1 (uno) astenuto, tutti gli altri membri presenti esprimono voto favorevole; pertanto, la proposta viene approvata a maggioranza.

6. Comitato Scientifico

Il **Presidente** pone in discussione l'argomento 6 all'ordine del giorno, relativo all'istituzione di un Comitato Scientifico. Ritiene che l'ipotesi di costituire un comitato scientifico dedicato all'evento sia certamente interessante e meriti un approfondimento specifico. Aggiunge che sarebbe auspicabile istituire anche un Comitato Scientifico allargato, riferito in generale alle diverse tematiche della Smart City, da poter utilizzare per la Smart Week, per gli Smart Days, per i tavoli tematici e più in generale per il supporto scientifico alle attività dell'Associazione.

Sottolinea che tale struttura consentirebbe anche di individuare relatori già "ingaggiati" dall'Associazione, quindi presumibilmente più disponibili a partecipare agli eventi e di assicurare contributi di alto profilo scientifico.

Precisa che, accanto ai contributi già garantiti dai soci istituzionali come Università degli Studi di Genova, CNR e altri, si potranno individuare ulteriori figure qualificate, interne o esterne, in grado di apportare valore ai diversi ambiti tematici.

Il Presidente pone in votazione il punto 6 all'ordine del giorno, sull'istituzione di un Comitato Scientifico: non essendovi contrari, la proposta viene approvata all'unanimità.

4. Bando Comunicazione prossimo biennio (scadenza contratto BlueLime)

Il Presidente illustra la situazione del contratto con BlueLime, società che attualmente gestisce sito e social media dell'Associazione con un contratto 1+2 anni, in scadenza a maggio. Pur avendo la possibilità di prorogarlo, il Presidente ritiene preferibile indire un nuovo bando triennale, per ampliare e migliorare in modo significativo l'ambito delle attività di comunicazione.

Rileva alcune criticità nell'attuale gestione, ovvero bassa visibilità dei social, anche quando i post sono sponsorizzati, contenuti poco efficaci, interazioni minime, spesso concentrate solo su alcuni



profili, mancanza di coordinamento con i soci, che non vengono taggati per ragioni tecniche ma neppure adeguatamente coinvolti.

Propone quindi di ripensare il sito, dando maggiore trasparenza e valorizzazione della storia dell'Associazione e di riprogettazione la strategia social su contenuti autorevoli e coerenti.

Rileva inoltre la necessità di integrare nel nuovo bando una figura con funzioni simili ad un addetto stampa, capace di coordinare la comunicazione con gli uffici stampa dei soci, assicurare qualità delle informazioni, presidiare i rapporti con i media.

Attualmente il budget disponibile per la comunicazione è 20.000 € annui (10.000 prestazioni + 10.000 sponsorizzazioni), per cui occorrerà definire un nuovo capitolato a parità di budget, data la disponibilità finanziaria dell'Associazione e coinvolgere il Direttivo per definire le esigenze imprescindibili del nuovo bando, in quanto è fondamentale definire che cosa l'Associazione intende chiedere nel nuovo bando e quali servizi includere nel bando e che peso dare a ciascuna voce del capitolato.

Il Presidente evidenzia che, tra i tre assi della comunicazione, sarebbe particolarmente utile dare maggiore peso alla figura dell'addetto stampa, sia per supportare la comunicazione degli eventi dell'Associazione sia per garantire divulgazione e visibilità a tutte le iniziative e agli interventi in cui l'Associazione viene invitata durante l'anno.

Il Presidente pone in votazione il punto 4 all'ordine del giorno e chiede se i presenti sono favorevoli a rimettere a bando il contratto della comunicazione inserendo la voce dell'addetto stampa. Non essendovi contrari, la proposta viene approvata all'unanimità.

5. Campagna soci

Il Presidente prosegue affrontando il tema della campagna soci e della gestione delle iscrizioni.

Rileva che l'Associazione non ha una "finestra" chiusa per le iscrizioni: la campagna soci è sempre aperta e molti soggetti chiedono informazioni per associarsi, ma sul sito non sono presenti informazioni su costi d'iscrizione e modalità, e sottolinea che questa mancanza crea confusione e rappresenta una criticità da correggere nel nuovo sito.

Rileva la necessità di chiarire che cosa fanno i soci, e propone di avere per ogni associato un due referenti: un referente formale dell'associato, come previsto dagli elenchi attuali, ed un referente operativo, cioè una persona designata a partecipare ai tavoli e contribuire ai progetti. L'obiettivo è costituire un gruppo attivo di 20-30 referenti operativi che possano seguire le attività di comunicazioni dell'Associazione.

Il Presidente esprime la volontà di mantenere la campagna soci sempre aperta e al contempo di estendere il bacino di utenza dei soci potenziali, anche oltre il territorio genovese, al fine di assumere un ruolo più ampio, interscalare e orientato al networking.

Il Presidente pone in votazione la proposta di cui al **punto 5 dell'ordine del giorno di mantenere la campagna soci sempre aperta**, come avviene attualmente, e di rinviare a un incontro successivo la definizione di modalità, criteri, diritti e doveri dei soci.

Non risultano né astenuti né contrari, la proposta pertanto viene approvata all'unanimità.



7. Dottorati di ricerca

Il Presidente apre la discussione sul punto 7, proponendo l'attivazione di dottorati di ricerca targettizzati Smart City finanziati o cofinanziati dall'Associazione e/o dai soci.

L'intento è creare un gruppo di dottorandi dedicati a tematiche Smart City, che possano lavorare su linee di ricerca coerenti con i tavoli e i progetti dell'Associazione, portando contributi scientifici continuativi e di qualità.

Le modalità di finanziamento o di cofinanziamento di questa attività potrebbe essere tramite borse triennali finanziabili da uno o più soggetti; co-finanziamento da parte di più soci, per "polverizzare" il costo; disponibilità di alcuni enti (CNR, UNIGE, reti di dottorati nazionali) ad attivare borse industriali, che prevedono un periodo di attività del dottorando presso l'ente finanziatore; oppure l'opportunità di intercettare *borse parziali* offerte talvolta dai dottorati quando restano quote di finanziamento scoperte.

Il Presidente ricorda che i bandi dei dottorati nazionali e locali si aprono a partire da giugno 2026 per cui è necessario concordare eventuali cofinanziamenti entro maggio 2026, per rientrare nelle finestre previste.

Il Presidente chiede al Direttivo di deliberare l'invio di una informativa ai soci e ai membri del Consiglio Direttivo per valutare l'interesse a partecipare al finanziamento di borse di dottorato, l'avvio di un confronto strutturato con UNIGE, CNR e IIT per definire ambiti e potenziali dottorati e la predisposizione di un documento riassuntivo contenente i costi e formule di cofinanziamento, le tematiche e filoni compatibili con i tavoli, le modalità di partecipazione dei soci, nonché il ruolo dell'Associazione e dei tutor.

Il Presidente chiede se vi siano contrari o astenuti rispetto alla proposta di procedere in questa direzione. Non essendovi né astenuti né contrari, la proposta viene approvata all'unanimità.

9. Varie ed eventuali

Il Presidente informa il Consiglio Direttivo di avere ricevuto una richiesta preliminare di coinvolgimento in una proposta Horizon attualmente in fase di preparazione. Il coordinatore dell'Università di Atene, impegnato su un caso di studio relativo al porto di Civitavecchia, ha manifestato interesse a coinvolgere l'Associazione Smart City come partner associato attraverso una collaborazione con Autorità Portuale. L'eventuale coinvolgimento riguarderebbe attività di disseminazione dei risultati del progetto, creazione di una rete tra soggetti europei, il trasferimento di buone pratiche raccolte nei siti pilota e la possibilità di organizzare un evento a Genova nell'ambito del progetto, attingendo al budget destinato alle attività di comunicazione e networking.

Il Presidente precisa che i promotori non sono presenti alla riunione odierna e che, prima di dare un riscontro, ritiene corretto sottoporre la questione al Direttivo.

Richiamando quanto discusso in precedenza, precisa che l'Associazione non può partecipare formalmente come partner diretto a un Horizon, ma può emettere una lettera di supporto oppure essere coinvolta come prestatore di servizi, ad esempio per l'organizzazione di eventi, workshop o attività di disseminazione. Questo secondo canale consentirebbe di incamerare eventuali risorse economiche previste dal progetto, di posizionare l'Associazione come soggetto attivo nell'ecosistema europeo della Smart City, di valorizzare la rete di soci e le competenze territoriali.



Il Presidente sottolinea che sarà necessario verificare in che forma l'Associazione verrebbe citata nella *proposal*.

Il Presidente ritiene che la proposta possa rappresentare una prima opportunità concreta per sperimentare nuovi modelli di collaborazione internazionale.

La seduta si chiude alle ore 19.13

GENOVA, li 03/02/2026

Il Presidente
Nicola Valentino Canessa

Il Vicepresidente Esecutivo
Federica Alcozer

Il Segretario Generale
Antonietta Natascia Solimando

