

L'ascolto della Città: prime indicazioni in chiave strategica

Fabrizio Luciani

Martedì 15 novembre 2011

Agenda

2

- 1 La metodologia di lavoro e l'ascolto del territorio come elementi d'innovazione del progetto**
- 2 Prime indicazioni in chiave strategica**
- 3 I prossimi passi**

Il progetto & la metodologia

3

L'obiettivo:

- ❑ Obiettivo finale del progetto “*Ascoli nel futuro*” è quello di dare alla città di Ascoli Piceno una **nuova prospettiva di medio e lungo termine**, in grado di recuperare **attrattività** e **direzionalità** e di creare le basi per **uno sviluppo armonico e condiviso**.

Le 4 parole chiave:

- ❑ **Attrattività:** rafforzare i trend positivi ed invertire i processi di arretramento e di indebolimento del tessuto demografico ed economico.
- ❑ **Sostenibilità (sociale, economica, ambientale):** creazione di condizioni di durabilità e gestibilità dello sviluppo, centralità delle risorse locali e della loro preservazione, attenzione alle fasce deboli della popolazione.
- ❑ **Direzionalità:** valorizzazione degli aspetti di potenziale attrattività qualitativa della Città e del territorio (qualità della vita, qualità delle relazioni, matrice ed identità storico-culturale).
- ❑ **Identità territoriale:** riscoprire, attualizzare, evidenziare e valorizzare come “asset immateriale” i fattori distintivi della Città e del suo territorio.

Il progetto & la metodologia

4

La metodologia e gli elementi di innovazione:

- ❑ **agire sui processi** (approccio orizzontale vs. verticale): maggiormente efficace, efficiente, inclusivo e coinvolgente, rispetto a quello basato su logiche “di settore”, tradizionale e rigido
- ❑ **ascolto, partecipazione e condivisione** come modus operandi e non “*di facciata*”, sistematico e non episodico
- ❑ **interattività** (dinamicità vs. staticità): le scelte e le azioni vanno rapidamente adeguate rispetto ad un contesto (economico, tecnologico, socio-culturale) in continuo cambiamento, i piani vanno pertanto aggiornati costantemente
- ❑ **pragmatismo e concretezza** (azioni vs. analisi): il territorio dispone già di un ampio e qualificato parco di analisi, studi e progetti; **sono stati mappati ed utilizzati circa 70 tra studi, ricerche, saggi, documenti di analisi e statistiche prodotti da terzi**
- ❑ **valorizzazione ed ottimizzazione delle risorse e delle conoscenze endogene:** l'Amministrazione, la Città ed il territorio dispongono di conoscenze, competenze e risorse intellettuali che vanno valorizzate ed ottimizzate
- ❑ **il partenariato come strumento di azione** a tutti i livelli: il Comune si rende parte attiva e promotrice di forme di partenariato tra istituzioni, tra pubblico e privato, tra privati, sfruttando al meglio le opportunità esistenti a livello giuridico-normativo (norme sugli appalti, sulla proprietà industriale, housing sociale, altre norme di settore, ecc.).

L'ascolto della Città

5

- ❖ **Incontri individuali** con le più alte espressioni locali a livello istituzionale, economico e finanziario, sociale, culturale, scientifico per verificare il livello di adesione e condivisione rispetto al progetto.

Risultato = 14 interviste realizzate/pianificate

- ❖ L'organizzazione di due tornate di **Focus Group** con 4 gruppi di opinion leader/maker, uno per ciascuna delle categorie-target:

- residenti (famiglie, giovani)
- turisti e visitatori
- imprese/investitori produttivi
- studenti, docenti universitari, ricercatori.

Risultato = 8 incontri e 58 presenze

- ❖ La realizzazione di **un'indagine diretta** presso i cittadini attraverso la somministrazione di un questionario

Risultato = circa 300 questionari già somministrati

L'ascolto della Città

6

L'attività di ascolto prevede ulteriori strumenti, che vanno ad integrare i precedenti e danno voce a quanti non sono stati coinvolti nei Focus Group:

- ❖ **residenti** (famiglie, imprese e loro associazioni, enti pubblici, professionisti e loro ordini, associazionismo) attraverso riunioni tematiche, somministrazione di questionari, blog sul sito web, social network
- ❖ **esterni** (imprese, imprenditori e manager di provenienza esterna, visitatori, turisti, spettatori, convegnisti, studenti e docenti ecc.), attraverso questionari, sito web, social network
- ❖ **mezzi di comunicazione**, attraverso incontri periodici con i rappresentanti della stampa e dei principali mezzi di comunicazione locali.

Agenda

7

- 1 La metodologia di lavoro e l'ascolto del territorio come elementi d'innovazione del progetto
- 2 Prime indicazioni in chiave strategica**
- 3 I prossimi passi**

I Focus Group

8

- ❖ I Focus Group si sono confermati ***uno strumento efficiente ed efficace di analisi qualitativa***, in quanto hanno consentito di raccogliere informazioni utili attraverso colloqui di gruppo gestiti da un moderatore.
- ❖ Essi hanno anche creato ***un positivo clima di collaborazione e di interazione tra i presenti*** rispetto al progetto ed alle sue finalità ed hanno contribuito a rendere ***più esplicita la strategia sottesa e l'importanza della fase di ascolto***.
- ❖ Dall'analisi delle informazioni raccolte, integrate con le altre fonti utilizzate (interviste, questionari, studi e ricerche a disposizione, ecc.) è stato possibile trarre ***indicazioni molto importanti in chiave strategica***, utili per la stesura dell'analisi S.W.O.T., per la formulazione di una vision strategica, per la definizione di possibili obiettivi condivisi, per l'enucleazione di progetti-bandiera e progetti-quadro, per l'aggiornamento della programmazione comunale.

Analisi S.W.O.T. della Città

9

Principali punti di debolezza/criticità:

- ❖ **Le caratteristiche “genetiche” dell’ascolano**, sommate ad un lungo periodo di agevolazioni ex Cassa per il Mezzogiorno, uno scarso senso di appartenenza, orgoglio collettivo e valori identitari carenti, in specie tra i giovani
- ❖ **Il mercato immobiliare strutturalmente poco dinamico** e, conseguentemente, minori disponibilità di immobili, maggiori costi di acquisizione delle aree, maggiori costi di costruzione, per affitti, per l’acquisto della casa e per i servizi rispetto ai comuni vicini
- ❖ **I collegamenti e l’accessibilità alla città carenti**, anche se in miglioramento
- ❖ **La qualità urbana penalizzata** da una bassa disponibilità e fruibilità di aree verdi e di parcheggi, da un’elevata densità di autoveicoli e dai loro effetti sulle prestazioni ambientali della città, da una segnaletica carente e non coordinata, da un arredo urbano non coordinato e quindi entrambi poco efficaci e funzionali, dalla scarsa pulizia dei bagni pubblici, da un basso livello di sicurezza percepito dai cittadini e dai gestori di esercizi (in specie di notte), da carenza di attività ed attrattive nel centro storico
- ❖ **Il sistema del welfare e di protezione sociale carente** verso le giovani coppie e verso le fasce più deboli della popolazione, l’assenza di reti sociali forti, poche opportunità di lavoro, soprattutto per i giovani, offerta di servizi da migliorare.

(segue)

Analisi S.W.O.T. della Città

10

- ❖ **Un'offerta turistica ancora poco sviluppata ed organizzata**, cultura dell'ospitalità turistica non radicata, carente organizzazione e qualità dei servizi di supporto, scarsa formazione e qualificazione delle risorse umane, assenza di politiche di marketing territoriale turistico, offerta di eventi più attenta alla quantità e densità degli appuntamenti, che alla loro qualità ed ai contenuti
- ❖ **Un ambiente complessivamente poco attrattivo per le imprese e gli investimenti**, per via di carenze nei fattori immateriali (dotazione e qualità dei servizi) e tecnologici di cui il territorio è dotato, per un tessuto produttivo con un basso valore aggiunto per addetto, per la carenza di incentivi per la nascita e lo sviluppo di nuove imprese, per un'offerta formativa finanziata poco funzionale alle logiche dello sviluppo locale, per carenze a livello logistico, per una scarsa cultura dello sviluppo
- ❖ **La “distanza” tra città e sistema universitario**, dovuta alla genesi di quest'ultimo, alla conseguente mancanza di cultura universitaria nella comunità locale, che si manifesta anche nella scarsa integrazione sociale e culturale degli studenti non residenti nel tessuto locale (quasi “un corpo estraneo”)
- ❖ **Una governance di sistema deficitaria**: mancanza di visione strategica, orientamento al breve e brevissimo periodo, presenza perdurante di campanilismi e localismi, scarsa integrazione tra pubblico e privato, mancanza di un “metodo” ed una “procedura” per i rapporti tra PA e sistema Universitario (si improvvisa), mancanza di un sistema organizzato e coordinato tra gli attori necessario per valorizzare l'offerta culturale del territorio e per evitare la dispersione delle risorse, scarso coordinamento. scarsa programmazione (manca un'agenda comune) e scarsa comunicazione degli eventi, mancanza di un “brand” per la città e di un marketing urbano e territoriale.

Analisi S.W.O.T. della Città

11

Principali punti di forza/unicità/peculiarità:

- ❖ **Le caratteristiche “genetiche” dell’ascolano**, accogliente verso gli ospiti, la cultura ed il patrimonio di conoscenze degli anziani, da non disperdere, ma da tramandare come vettore dei valori e dell’identità culturale, buon livello di coesione sociale (rapporti di “buon vicinato”)
- ❖ **La semplicità e la naturalezza del contesto, i ritmi e gli stili di vita “slow”** costituiscono un “plus” per target di turisti e visitatori medio-alti a livello internazionale
- ❖ **Una contenuta incidenza del disagio abitativo** (sovraffollamento, sfratti, ecc.), disponibilità nel Centro Storico di contenitori da valorizzare per ospitare eventi, la vivibilità complessiva, rispetto ad altri centri urbani di medie dimensioni, la buona diffusione di isole pedonali e zone a traffico limitato, la bassa presenza di polveri sottili, i la qualità delle acque
- ❖ **L’omogeneità architettonica della città e la sua “qualità” intrinseca**, “eleganza” della città, il Centro Storico (se valorizzato e riqualificato)
- ❖ **La posizione favorevole** e la vicinanza con mare, monti, aree verdi e Parchi, la presenza di Colle San Marco come “Parco urbano”, il fiume, non solo come elemento “ambientale”.

(segue)

Analisi S.W.O.T. della Città

12

- **Eventi culturali ancora non sufficientemente valorizzati**, quali il Carnevale, festival della satira (la patria di Cecco d'Ascoli) ed un certo fermento culturale
- **Le produzioni artigianali ed enogastronomiche “eccellenti”**, quali le olive all'ascolana, l'olio, l'anisetta, il “Polo della ceramica”, la lavorazione del travertino (ormai diventato una nicchia o meglio un “presidio”, visti i suoi numeri esigui)
- **L'accessibilità delle facoltà ed un buon livello di attrazione di studenti universitari** da altre province e da altre regioni, presenza di docenti e ricercatori sul territorio che si va consolidando
- presenza di alcuni **imprenditori illuminati** che credono nella ricerca e nell'innovazione e che possono fare rete con le Università per attrarre studenti e talenti
- **architettura e spazi della città**, da sfruttare come “laboratori” di sperimentazione e studio, per poter dare visibilità al lavoro degli studenti ed in generale per avvicinare l'Università alla Città.

Analisi S.W.O.T. della Città

13

Principali opportunità :

- **I giovani** e la loro cultura e formazione, come motore di un rilancio futuro, come stimolo e leva per “risvegliare” la città dal torpore, il bagaglio di conoscenze degli **anziani** come serbatoio culturale ed etico-morale
- **Il Terzo Settore ed il Volontariato** in particolare, come risorsa per integrare l’offerta di servizi pubblici e come *collante intergenerazionale*, la domotica (per migliorare la qualità della vita degli anziani e come dominio di sviluppo tecnologico ed imprenditoriale)
- **La metropolitana di superficie** (dopo l’elettrificazione della tratta ferroviaria AP-SBT), il progetto della START “Servire l’evento” (offerta di trasporto a supporto degli eventi) per arricchire l’offerta complessiva ed elevare l’organizzazione dei servizi di supporto, i **collegamenti con Roma/Civitavecchia** per attrarre il turismo via mare (dopo quelli già attivi con Fiumicino)
- **Altre risorse**: lo spazio dell’ex Annunziata (semi abbandonato e da recuperare/valorizzare ed integrare di più), Il “*Trenino dell’arte*”, La Compagnia dei Folli e le eccellenze ascolane in campo artistico, culturale, ecc. come “*testimonial*” e veicolo promozionale del territorio, siti e monumenti da valorizzare, anche come contenitori di eventi
- **Nuovi fattori di attrattività potenziale**, l’offerta di capannoni industriali e di spazi, contenitori, se inserita in un contesto di servizi e facilitazioni (ad es: la Zona Franca Urbana, la leva della fiscalità locale verso le imprese, alcuni processi e progetti per recuperare le funzioni direzionali della Città (Carisap), il progetto ASCOLI21, la nuova programmazione comunale, come occasione di svolta: il nuovo PRG, il nuovo Piano del Traffico, il PEAC, l’istituendo *Distretto delle energie del Piceno*

(segue)

Analisi S.W.O.T. della Città

14

- **Il progetto di Distretto Culturale Evoluto del Piceno**, ove istituito, **la Biennale del Design**, come evento di portata nazionale ed internazionale suscettibile di miglioramento e sviluppo, **il design**, come elemento centrale “*dell’industria creativa*” e potenziale leva di cambiamento culturale e sviluppo economico-sociale della città, catalizzatore di eventi, giovani e creativi, attività economiche ed occupazione ad elevata scolarità
- **Il riconoscimento come patrimonio UNESCO**, come straordinaria leva di promozione a livello nazionale/internazionale; **anche la semplice candidatura**, se ben gestita a livello di comunicazione, può essere strategica
- **L’integrazione organizzata e comunicata tra cultura, artigianato ed eno-gastronomia**, i laboratori e la tradizione artigiana da valorizzare
- **Il trend del settore turistico**, sia a livello di ricettività, che a livello di domanda (soprattutto straniera) e le tendenze generali del turismo culturale, del turismo sociale, escursionistico, enogastronomico, eventi e congressi come leva economica ed occupazionale, il turismo ed il terziario come nuovi bacini di reddito ed occupazionali (da soli non sono sufficienti, ma importanti)
- **La pianificazione territoriale gestita a livello comprensoriale** (“Città territorio” con i comuni vicini), le norme recenti in materia di funzioni associate come opportunità per ragionare in ottica comprensoriale, il dialogo con San Benedetto del Tronto e la costa
- **Il partenariato con il settore privato e con gli altri attori territoriali**, anche per attrarre più risorse finanziarie, con l’Università nella progettazione dell’Ente ed in generale maggiore capacità di fare rete tra attori.

Analisi S.W.O.T. della Città

15

Principali minacce:

- **Contrazione dei residenti** determinata da un saldo naturale negativo e da un saldo migratorio verso altri comuni, non compensata dal saldo migratorio dall'estero
- **Flusso in uscita di residenti**, soprattutto giovani coppie, alla ricerca di soluzioni abitative adeguate, diretto principalmente verso i comuni adiacenti.
- **La struttura per età**: l'indice di vecchiaia e quello di dipendenza sono ampiamente superiori rispetto a tutte le aree di confronto ed in fase di costante peggioramento, il numero medio di componenti per famiglia si riduce tendenzialmente
- **Le tendenze e le previsioni demografiche** a medio termine improntate al negativo, per via del perdurare del deficit naturale, non compensato dalla capacità attrattiva a livello migratorio: redistribuzione della popolazione verso i comuni limitrofi, riduzione del numero di famiglie, invecchiamento e cambiamento della domanda abitativa e di servizi sono alcuni degli effetti di tale andamento.

(segue)

Analisi S.W.O.T. della Città

16

- **La perdita di attrattività del Centro Storico** che, se non fronteggiata adeguatamente, rischia di alimentare (o rafforzare) un ciclo vizioso nel livello di qualità urbana (meno interesse per il C.S. → meno investimenti per manutenzione e riqualificazione nel C.S. → C.S. meno attrattivo)
- **La mancanza di prospettive occupazionali e sociali per i giovani**, come potenziale causa di degrado sociale e flussi migratori ancora più accentuati
- **La sempre minore presenza di funzioni e centri direzionali** (pubblici e privati) nella città
- **L'ulteriore chiusura e/o fuoriuscita di aziende di produzione**, a seguito della perdita di attrattività e di competitività del territorio.

Indicazioni in chiave strategica

17

Spunti ed elementi di discussione per una vision condivisa:

“polo”

- attrattività, direzionalità
- centralità
- aggregazione, concentrazione di opportunità

”creatività “

- architettura, design
- artigianato artistico e tradizionale
- campus e laboratori di creatività, talenti
- ceramica, maiolica
- arte , cultura, produzione culturale, satira
- enogastronomia , gusto
- industrie creative
- innovazione

Indicazioni in chiave strategica

18

“apertura”

- accoglienza, ospitalità, ricettività
- apertura all'esterno, in rete (su vari livelli)
- apertura al cambiamento, al nuovo ed alle innovazioni
- fruibile, Città di tutti, nessuno escluso

“sostenibilità”

- città a dimensione d'uomo
- ecosistema, natura
- efficienza energetica e fonti rinnovabili, Green Economy
- mobilità: pedonalizzazione, ciclabilità, leggera, sostenibile
- obiettivi di Europa 20 20 20
- parchi e giardini, verde, qualità della vita, vivibilità
- protezione sociale ed attenzione alle fasce deboli della società
- recupero e riuso, tecnologie per l'ambiente.

Indicazioni in chiave strategica

19

Linea strategica	Possibili obiettivi
L'Università nella Città	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Integrare l'Università nel contesto socio-economico e culturale della Città ❖ Valorizzare l'apporto scientifico e culturale dell'Università nei processi di cambiamento ❖ Renderla fattore di attrazione di intelligenze, talenti, investimenti ed attività economiche
Reti di protezione sociale e patto tra generazioni	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Integrare l'offerta pubblica di servizi socio-assistenziali ❖ Recuperare ed aggiornare l'identità culturale della città ❖ Valorizzare gli anziani come risorsa della società
Le industrie creative, le industrie culturali e la soft economy per la rinascita della Città	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Facilitare l'attrazione e la permanenza dei talenti, in specie quelli giovanili ❖ Valorizzare la cultura e la creatività come motori del rinnovamento culturale della Città (storicamente chiusa, refrattaria al nuovo ed al cambiamento, con scarso spirito d'iniziativa) ❖ Sviluppare le industrie creative e culturali non solo come fonti di occupazione e reddito, ma anche come fonte di innovazione per l'industria ed i settori tradizionali dell'economia ascolana

Indicazioni in chiave strategica

20

Linea strategica	Possibili obiettivi
La Città “intelligente”	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Migliorare la sostenibilità ambientale e l’efficienza energetica delle funzioni residenziali, socio-culturali e produttive, della mobilità ❖ Qualificare il patrimonio immobiliare pubblico e privato ❖ Incrementare la disponibilità e la fruibilità di aree verdi e parchi urbani
Ascoli in rete	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Promuovere il dialogo ed il partenariato con le realtà vicine ❖ Adottare una pianificazione territoriale su scala sovracomunale ❖ Sprovincializzare la Città ed aprirla alla cultura internazionale ❖ Facilitare il collegamento con le principali direttrici di traffico e con le grandi città ❖ Intensificare il contenuto di tecnologie ICT nella macchina organizzativa dell’Ente
Cultura, istruzione e formazione motori del cambiamento	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Rafforzare il senso di appartenenza tra le nuove generazioni , recuperare ed aggiornare l’identità culturale della Città ❖ Velocizzare il rinnovamento culturale della Città e la sua apertura al cambiamento , accompagnare i processi di riposizionamento della città e della sua economia ❖ Migliorare la qualità dei servizi pubblici e privati (“software”) di supporto all’offerta (“hardware”) del territorio

Indicazioni in chiave strategica

21

Linea strategica	Possibili obiettivi
<p>Sviluppare il turismo come “industria”</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Incrementare i flussi turistici ed i tassi di occupazione ❖ Ampliare e qualificare la ricettività alberghiera ❖ Qualificare e sviluppare l’offerta di servizi a supporto dell’offerta turistica ❖ Valorizzare e promuovere Ascoli come destinazione per i turismi “minori” ❖ Favorire la creazione di nuova imprenditoria
<p>Laboratorio Centro Storico</p>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Valorizzare il Centro Storico come centro pulsante dell’offerta e della vita culturale della Città, vetrina delle eccellenze locali ed ambito di sperimentazione ❖ Incrementare i livelli di sostenibilità e vivibilità ❖ Rendere il Centro Storico efficiente sia a livello “statico” (capacità di trasformare il reddito in benessere e qualità della vita), che “dinamico” (capacità di generare investimenti che sostengano il sistema nel lungo periodo)

Agenda

22

- 1 La metodologia di lavoro e l'ascolto del territorio come elementi d'innovazione del progetto
- 2 **Prime indicazioni in chiave strategica**
- 3 **I prossimi passi**

I prossimi passi

23

- ❖ Quelle formulate sono al momento indicazioni utili alla discussione, alla condivisione ed all'elaborazione da parte dell'Amministrazione dei documenti e degli atti di propria competenza.
- ❖ In concreto, le azioni, i progetti si articoleranno in due grandi categorie:
 - ❖ a titolarità comunale (negli ambiti di competenza)
 - ❖ in partenariato con gli altri attori/a regia comunale (negli altri ambiti)
- ❖ Le azioni si svilupperanno su due dimensioni:
 - ❖ **all'esterno**: quelle con impatto sui clienti interni (residenti, aziende), sui clienti esterni (aziende, turisti e visitatori, studenti, docenti), sugli stakeholder territoriali
 - ❖ **all'interno**: quelle inerenti l'organizzazione interna e dei servizi, il rafforzamento delle competenze e l'inserimento di nuove, la messa a disposizione o l'adeguamento di strumenti essenziali (il sistema informativo, l'ufficio statistica, l'U.R.P.)

I prossimi passi

24

- I. Condivisione, sedimentazione, arricchimento e revisione delle idee e delle indicazioni emerse attraverso l'ascolto ed il confronto (in corso)
- II. Interazione con gli altri livelli di pianificazione e programmazione ed aggiornamento degli strumenti (Piano Generale di Sviluppo, PEG, Piano Triennale delle OO.PP., ecc.) (in corso)
- III. Pianificazione ed avvio delle prime azioni operative, sia a livello interno all'Amministrazione che all'esterno, avvio comunicazione (novembre-dicembre)
- IV. Avvio delle prime azioni concrete ed avvio del sistema di monitoraggio e revisione "dinamica" del progetto (2012)
- V. Contestualmente, prosecuzione dell'attività di ascolto della Città.