ASSOCIAZIONE INTERCOMUNALE MEDIO FRIULI

PERCHE' UN PIANO STRATEGICO

A livello nazionale si registra, da anni, crisi dei centri storici, inadeguatezza dei sistemi urbani, arretratezza della gestione del territorio, incapacità di valorizzare l'ambiente naturale e assenza di strategie per elevare la dotazione dei servizi.
Queste le principali cause della costante perdita di qualità della vita anche in aree che negli ultimi decenni hanno saputo produrre un elevato sviluppo socio-economico.
Il recente incremento della mobilità internazionale (fenomeno in crescita esponenziale) ed i consistenti investimenti europei rivolti al settore dei servizi e delle infrastrutture (Corridoio 1, Corridoio 5, TAV), segnalano l'urgenza italiana di organizzare le risorse locali in sistemi d'area vasta, attraverso un processo metodologico che individui i punti di forza e di crisi per definire il modello di sviluppo sostenibile del territorio: una mission che orienti le scelte politiche alla valorizzazione dell'identità e delle tipicità locali.
Il miglioramento della qualità della vita dei residenti deve attivarsi attraverso programmi e pianificazioni collegati alle filiere produttive del patrimonio, della cultura, dello sport, del tempo libero, del divertimento e del benessere in generale, dell'artigianato e di tutti i prodotti tipici locali; una messa a sistema delle risorse disponibili, primi fra queste i beni culturali e naturali.
L'identità è il punto centrale per cogliere pienamente il valore del territorio ed attivare processi di sviluppo sostenibile fondati sull'integrazione tra testimonianze del presente e memoria del passato (risorse culturali e naturali), necessità d'innovazione e prospettive economicamente sostenibili:

ATTUARE LO SVILUPPO NELLA TUTELA.

Questa è la sfida culturale alla quale sono chiamati non solo gli amministratori, ma tutti gli attori che interagiscono con le opportunità locali di crescita socio-economica.

Il Piano strategico per l'area vasta del Medio Friuli offre l'opportunità di conseguire tre obiettivi fondamentali:

- ricevere un approfondito rilievo critico della situazione di fatto, corrispondente al necessario quadro conoscitivo;
- ottenere una visione unitaria e strategica riferita al territorio d'area vasta corrispondente alle linee prioritarie (punti forti e di debolezza);
- superare la logica dei confini amministrativi, per orientarsi alla collaborazione con i vari livelli delle istituzioni ed alla partecipazione pubblico-privata.

Il collegamento sinergico tra rilievo critico, visione strategica delle potenzialità locali e mission d'area vasta, costituisce la parte fondante di quel modello di sviluppo sostenibile attorno al quale (se condiviso) prende forma e sostanza il lungo processo di definizione degli strumenti della pianificazione urbanistica comunale.

METODOLOGIA

L'obiettivo prioritario del Metodo è incentivare-motivare-orientare gli investimenti nell'area vasta del Medio Friuli, sia da parte di imprenditori residenti, consapevoli del valore dei propri territori, sia da parte di imprenditori non residenti, attirati dalla competitività d'area e dalle potenzialità individuate e promosse dalla politica di governo locale.
La prima applicazione del metodo elaborato dall'architetto Massimo Casolari, Studio AGORAA, nel corso di 15 anni d'attività ha riguardato il Piano Strategico per la Città di Urbino e le Terre del Montefeltro, un aspetto d'eccellenza del "sistema Italia" riconosciuto da tutto il mondo.
L'esperienza di Urbino è stata dichiarata dall'UNESCO "progetto pilota per il modello italiano di sviluppo locale sostenibile" (documento del 30/03/2001).
Il know-how applicato e riconosciuto ha consentito la collaborazione ad altre importanti iniziative internazionali.
Il metodo è stato legittimato dalle più alte Istituzioni in ambito culturale, politico e amministrativo:
Presidenza del Consiglio dei Ministri (Dipartimento del Cerimoniale di Stato)
Ministero per i Beni e le Attività Culturali
Ministero degli Affari Esteri
Commissione italiana dell'UNESCO
Green Cross International (Italia),
ed applicato in contesti nazionali e internazionali.

METODO IDENTITÀ RUOLO FUNZIONI VISIBILITÀ
DESCRIZIONE DEI MODULI

IDENTITA'

RISORSE LOCALI – PATRIMONIO AMBIENTALE E CULTURALE
ELEMENTI AD ELEVATA RICONOSCIBILITA'
AREE MARGINALI O IN DEGRADO
COMPLESSI PRODUTTIVI DISMESSI
POTENZIALI ATTRATTORI D'AREA VASTA

} Polarità del territorio "motori" dello sviluppo locale e tutto ciò che può essere avvertito **come un peso** per la collettività, **perché non collegato** alle dinamiche produttive socio economiche.

SCOPO =
- fare riconoscere alla collettività il valore del patrimonio e degli investimenti già in atto
- creare fiducia nei confronti delle risorse del territorio elaborando la capacità di intraprendere
- individuare nel territorio le tematiche che da punti critici possono trasformarsi in potenzialità

RUOLO

– VOCAZIONE MISSION – POTENZIALITA' DI RELAZIONI TERRITORIALE
INDIVIDUAZIONE DELLA MISSION D'AREA VASTA
RICERCA DEL RUOLO ATTRATTIVO NEI SISTEMI DI RELAZIONE COMPLESSI
VOCAZIONE TURISTICA DEI LUOGHI

} **Capacità di organizzare le risorse locali** in prospettiva **strategica** per ottenere qualità della vita e competitività internazionale del territorio.

SCOPO =
- individuare la "mission" d'area vasta per orientare le politiche di sviluppo locale
- creare il modello di sviluppo sostenibile ponendo i beni culturali e naturali al centro delledinamiche socio economiche
- verificare l'adesione delle istituzioni e la collaborazione degli attori del territorio

FUNZIONI

– VALORE AGGIUNTO – INCENTIVARE NUOVI INVESTIMENTI
IN POLARITA' E SERVIZI
ORIENTARE LA CAPACITA' IMPRENDITORIALE VERSO NUOVE FUNZIONI E RELAZIONI

} Verifica della sostenibilità e della fattibilità degli **assi strategici** individuati.
Confronto con le istituzioni ed i portatori di interessi per il **modello di sviluppo**

SCOPO =
- concertare il programma di sviluppo e le strategie d'intervento per creare valore aggiunto
- verificare con i soggetti proprietari di aree ed edifici strategici la fattibilità delle azioni individuate
- sviluppare la capacità imprenditoriale locale collegandola alle reti ed ai sistemi internazionali
- elevare la dotazione di servizi e polarità per connotare l'area vasta di potenzialità attrattiva e di relazione

VIABILITA'

– PROMOZIONE MARKETING – I CONTENUTI DEL MODELLO DI SVILUPPO LOCALE DIVENTANO TEMATICHE PORTANTI DEL MARKETING URBANO E TERRITORIALE D'AREA VASTA

} **Comunicazione** del modello di sviluppo, raccolta dalle adesioni politiche, dei consensi istituzionali, della partecipazione pubblica e imprenditoriale promozione del Medio Friuli.

SCOPO =
- assegnare visibilità alle azioni ed agli interventi strategici per il modello di sviluppo
- creare un sistema partecipato di partner privati e istituzioni per l'individuazione dei finanziamenti
- creare patti pubblico-privati (accordi di programma, convenzioni, protocolli d'intesa)
- coinvolgere la collettività nella distribuzione del valore aggiunto e nella prospettiva di sviluppo