PIANO STRATEGICO MEDIO FRIULI (PRIMA FASE)

ASSOCIAZIONE INTERCOMUNALE MEDIO FRIULI

MF.LAB
LABORATORIO TERRITORIALE
PIANO STRATEGICO MEDIO FRIULI

Azioni della comunicazione Piano Strategico Medio Friuli — Finanziato ai sensi della L.R. 12/2008

PIANO STRATEGICO

REPUTAZIONE

ELABORATI 01 - 05
DEL PIANO STRATEGICO

La metodologia di lavoro prevede quale primo punto della fase conoscitiva, l'analisi della reputazione d'area del Medio Friuli, per valutare come viene comunicata l'offerta dei servizi e la qualità della vita.

Individuare "come vedono" gli altri l'area di studio è fondamentale per conoscere quali fattori sono percepiti come negativi e quali come potenzialità.

L'analisi del materiale prodotto da Enti, associazioni, Amministrazioni comunali, pubblicazioni nazionali, regionali e provinciali, per la promozione e comunicazione del territorio, costituisce un importante indicatore per la fase propositiva: sono emersi aspetti della reputazione non corretti o non corrispondenti alla vocazione turistica dei luoghi.

FRUIBILITA'

ELABORATI 06 - 12
DEL PIANO STRATEGICO

Il rilievo critico individua le infrastrutture esistenti e di progetto secondo gerarchia:
- ASSI PRIMARI DI PENETRAZIONE NEL TERRITORIO
- VIABILITÀ SECONDARIA DI COLLEGAMENTO TRA POLARITÀ E SISTEMI URBANI

L'analisi della mobilità e della fruibilità indica i punti critici da superare per rendere accessibile il territorio e predisporre l'area vasta ai nuovi investimenti:

nessun imprenditore programma forti investimenti in un territorio difficile da raggiungere e di scarsa fruibilità di interscambio con polarità vicine.

La FRUIBILITA' di un territorio è percepita in larga parte attraverso l'efficacia della comunicazione (segnaletica e informazioni), la qualità e la sicurezza delle strade e la dotazione di servizi (parcheggi, punti ristoro, centri informazioni, noleggio biciclette, ecc.).

PATRIMONIO

ELABORATI 13 - 47
DEL PIANO STRATEGICO

Il patrimonio ambientale e culturale costituisce la principale eccellenza del sistema competitivo e attrattivo del territorio: un vero motore dello sviluppo sostenibile fondato sull'economia dell'ospitalità, della cultura, dei servizi alla persona e dei prodotti tipici locali.

Il Piano Strategico "scompone" il territorio d'area vasta del Medio Friuli nei suoi componenti principali:

agrosistemi, aree protette, corsi d'acqua, centri storici e borghi, beni culturali isolati, struttura urbana consolidata, viabilità, ecc..., evidenziando, attraverso il rilievo critico, la gerarchia degli elementi che rappresentano l'identità locale e la riconoscibilità dei luoghi.

Il patrimonio conferisce unicità al territorio e spessore culturale alle collettività residenti.

POLARITA' E SERVIZI

ELABORATI 48 - 50
DEL PIANO STRATEGICO

Le polarità presenti in un territorio costituiscono sia le motivazioni per recarvisi (turismo) o rimanervi (nuovi residenti), sia per investire su altre funzioni (attrazione di imprenditori).

La quantità di polarità e servizi indica il livello della qualità della vita per i residenti e la capacità competitiva del territorio, per gli imprenditori.

L'analisi riguarda il potenziale attrattivo del patrimonio edilizio: le principali caratteristiche morfologiche e tipologiche che distinguono e connotano i sistemi urbani storici.
Dall'analisi delle capacità attrattive dei territori limitrofi, e dall'indagine sulle potenzialità di relazione con mete e sistemi turistici più lontani, è possibile individuare la mission nella valorizzazione della vocazione turistica del Medio Friuli.

SISTEMI DI RELAZIONE

ELABORATI 51 - 86
DEL PIANO STRATEGICO

L'analisi dettagliata delle potenzialità del sistema attrattivo locale è sviluppata per singolo comune attraverso tre livelli:
1. Verifica della dotazione di servizi (esistenti e programmati) per corrispondere alle indicazioni della mission.
2. Verifica delle funzioni dei sistemi urbani per individuare le azioni e gli interventi progettuali tesi ad estendere, valorizzare, consolidare le funzioni primarie dei luoghi urbani.
3. Potenzialità di relazione "territorio - sistemi urbani" Analisi delle azioni prioritarie per costruire il sistema di relazioni "territorio - centri urbani", nell'ottica dell'area vasta Medio Friuli.

Il Piano strategico individua aree specifiche nelle quali investire secondo tipologie di servizi rivolti a settori specifici.

MISSION

ELABORATI 87 - 90
DEL PIANO STRATEGICO

L'organizzazione delle risorse locali necessita di una "mission" per individuare il "perché investire" nel territorio, e di un ruolo nel sistema di relazioni d'area vasta per orientare gli investimenti pubblici e privati.
La mission d'area vasta è individuata in base alla vocazione dei luoghi: area internazionale ad elevato potenziale di scambio e di relazione (ruolo baricentrico nella regione Friuli Venezia Giulia rispetto al Corridoio Paneuropeo n° 5).

Questa rilevante opportunità declina un ruolo del Medio Friuli orientato ad intercettare (per trattenere) anche flussi di relazione che comunque transitano nel territorio.

Il Medio Friuli deve investire nella forte specializzazione di servizi alla persona ed al territorio.

AZIONI

ELABORATI 91 - 93
DEL PIANO STRATEGICO

La sintesi dei punti di forza individua il "cosa mettere in gioco" per raggiungere gli obiettivi indicati dal Piano Strategico, rispetto allo scenario nazionale ed internazionale.

La sintesi della criticità riscontrate indica le priorità di intervento sulla base dei dati territoriali e ambientali del rilevo critico effettuato sul campo.

Il Piano Strategico ha individuato OTTO MACROTEMATICHE delle quali elencare azioni e progetti pubblico-privati:

A - Identità
B - Infrastrutture
C - Trasporto pubblico
D - Beni naturali
E - Tradizione rurale
F - Patrimonio edilizio
G - Polarità e servizi
H - Promozione