

La città (mini)smart. Il caso di Pieve di Cento.

Alessandro Pirani

Sommario

Abstract	3
Il contesto	4
Il commercio come framework dell'innovazione locale	4
Il modello di pianificazione.....	5
Relazioni territoriali e metriche di efficacia.....	5
Placemaking.....	6
Riattivazione.....	7
La banda ultra-larga come frontiera	7
Azioni di mainstreaming	8

Abstract

Titolo del lavoro: Pieve MINIsMART

Ambiti tematici: Analisi del territorio – Definizione di una visione condivisa della città futura – Definizione degli obiettivi di riferimento, generazione delle idee e co-design delle progettualità – La governance del cambiamento

Sintesi del contenuto: Progetto sperimentale del Comune di Pieve di Cento finanziato dalla Regione Emilia-Romagna e promosso da Confcommercio e Confesercenti Provincia di Bologna. L'obiettivo è la valorizzazione e gestione condivisa del centro storico di Pieve di Cento. Si intende promuovere una logica che concepisca il centro storico di Pieve di Cento e i diversi soggetti che in esso operano come un "sistema", con ciò favorendo il dialogo, la condivisione degli obiettivi, la creazione di spazi di confronto e il coordinamento di politiche e interventi di soggetti sia pubblici che privati, per una visione unitaria dei contesti commerciale, turistico e culturale e una nuova governance del territorio.

Ragioni per un inserimento nel Vademecum: Come può Pieve, paese di 7000 anime perso nelle nebbie padane, immaginarsi 'intelligente' al punto da darsi questo marchio? 'Smart' sono le grandi città, meglio se americane... ma Pieve ama le sfide e si è chiesta che cos'è che sa fare davvero bene. La risposta è stata: sa essere accogliente, sa vivere, ama la tradizione ma ancora di più ama l'innovazione, crede nella manutenzione della memoria e nell'invenzione del proprio futuro (una per tutte: fu qui che, nel '48, fu presentato il primo trattore Lamborghini...). E poi, o forse soprattutto: è grande abbastanza da essere in grado di offrire tutto ai suoi abitanti, ed è piccola abbastanza da muoversi con agilità ed evitare le pastoie burocratiche. *Minismart* allora: una città piccola e intelligente che si propone di far da modello ai tanti altri piccoli (e potenzialmente intelligenti) comuni che, come sappiamo, costituiscono la stragrande maggioranza dei comuni italiani - obiettivo quanto mai urgente in un periodo in cui per contrastare la crisi economica i piccoli centri si trovano a dover costruire politiche pubbliche integrate di marketing territoriale e di supporto al commercio e al turismo...

Autori e contatti:

Alessandro Pirani

Assessore allo Sviluppo economico e Relazioni esterne del Comune di Pieve di Cento – BO

a.pirani@comune.pievedicento.bo.it

329 7974237

Roberta Fregonese

Servizio Comunicazione, Turismo e Sviluppo locale

r.fregonese@comune.pievedicento.bo.it

051 6862669

Il contesto

Il territorio del Comune di Pieve di Cento ha un'estensione di 15,85 km², con una densità abitativa per kmq di 439,1 unità. È situato nella pianura del fiume Reno, nel tratto del fiume che divide i confini tra la Provincia di Bologna e quella di Ferrara; Pieve di Cento confina con la provincia di Ferrara.

Pieve di Cento nasce nell'ottavo secolo intorno alla chiesa (appunto la "Pieve") più importante del territorio, e fin dalla fondazione ha la particolarità di essere sia centro civico che religioso. Queste due realtà hanno determinato nella comunità pievese un singolare spirito di unitarietà e di passione comune. Ciò non è da intendere come semplice suggestione ma si concretizza fino ai nostri giorni con l'esperienza – a tutti nota – dei terremoti del maggio 2012. Facendo poi una massima sintesi storica, si evidenzia come il territorio comunale – sebbene di piccole dimensioni – sia caratterizzato da testimonianze artistiche, culturali e religiose che a tutt'oggi sono patrimonio della città.

Sebbene per superficie complessiva sia il secondo comune più piccolo della provincia di Bologna, in termini di popolazione si colloca in una buona posizione essendo circa a metà di un elenco di 60 comuni che costituiscono la provincia bolognese e che considera anche i comuni più grandi con popolazione superiore ai 30mila abitanti.

Il commercio come framework dell'innovazione locale

Pieve di Cento è una città storica ricca di tradizione e caratterizzata da un patrimonio di grande rilevanza. Negli anni il suo centro storico ha visto sfrangiarsi la trama economica che lo caratterizzava. Il processo di de-industrializzazione ha ridotto in modo sensibile la presenza di realtà produttive di 'peso' sul territorio e la crescita tumultuosa di contesti commerciali prossimi ma esterni ha determinato un generale ridimensionamento del tessuto commerciale.

Il centro storico, tradizionale contenitore commerciale di pregio, ha in parte perso le caratteristiche di vero e proprio centro di shopping en plein air: i numerosi casi di abbandono nelle attività commerciali sollecitano il governo locale all'adozione di politiche pubbliche mirate.

È da qui che trae origine l'impegno ormai storico di Pieve nei confronti delle attività produttive e commerciali, considerate cellule fondamentale di una strategia territoriale più complessiva che guarda alla qualità urbana di 'piccola scala' caratteristica di questo contesto come asset chiave su cui impennare politiche turistiche e culturali di ampio respiro: senza le botteghe storiche e in generale senza tutti gli esercizi che tengono vivi i portici, segno distintivo del centro, Pieve muore.

Nel anni passati la LR 41 ha fatto arrivare importanti aiuti agli imprenditori, consentendo di rientrare in parte di spese di investimento, e nel 2011 il Comune di Pieve di Cento è stato ricompreso tra i Comuni destinatari dei fondi 'sperimentali' della LR 41/97.

La ratio del bando (ex DG n. 265 del 21/06/2011) risiedeva nella costruzione, sulla base di pratiche sviluppate su scala locale, di modelli di intervento a supporto dei 'centri commerciali naturali' esportabili ai territori potenzialmente vocati dal punto di vista commerciale. Il progetto presentato e finanziato, che presentiamo all'attenzione dell'Osservatorio Nazionale Smart City di

ANCI, si fonda sulla concertazione negoziata fra soggetti pubblici locali e Regione e trova il presupposto nella collaborazione progettuale e operativa fra ente locale, sistema delle associazioni e operatori economici.

Il sisma del maggio 2012 ha solo inizialmente intralciato la realizzazione di Pieve MINISMART perché anzi, subito dopo - come si vedrà - l'ha ulteriormente motivato.

Immaginare Pieve come *smart city* significa:

1. impostare un modello di governance del centro storico di partnership pubblico-privato con il fondamentale coinvolgimento delle associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti che sviluppano in collaborazione con il Comune le attività previste dal progetto;
2. realizzare un processo di coinvolgimento e valorizzazione degli operatori economici con il coinvolgimento del Comitato da essi costituito per definire e realizzare interventi innovativi e condivisi;
3. perseguire l'obiettivo specifico di valorizzazione del territorio integrando tra loro le diverse funzioni del centro storico di Pieve di Cento (culturale, commerciale, etc.).

Il modello di pianificazione

A seguire, le strategie messe in atto per la valorizzazione del centro storico di Pieve di Cento.

Relazioni territoriali e metriche di efficacia

Sviluppo e implementazione di un sistema di relazioni e governance

La strategia ha previsto la promozione di una logica che concepisse il centro storico di Pieve di Cento e i diversi soggetti che in esso operano, pubblici e privati, come un "sistema", contribuendo a favorire il dialogo, la condivisione di obiettivi comuni, la creazione di spazi di confronto e il coordinamento di politiche ed interventi, in particolare favorendo l'integrazione tra settore commerciale, turistico e principali eventi. L'adozione di tale logica, preliminare alla definizione delle altre direttrici strategiche di valorizzazione, rappresentava un passaggio fondamentale per operare come sistema.

Queste le azioni realizzate:

- Sopralluoghi tecnici nell'area di intervento volti alla raccolta di informazioni sull'offerta commerciale e, più in generale, sul contesto urbano;
- Coinvolgimento dei partner di progetto e realizzazione di interviste di profondità;
- Coinvolgimento degli operatori commerciali e dei partner tecnici per l'attuazione degli interventi.

Monitoraggio

È stato individuato uno specifico sistema di indicatori per il centro urbano di Pieve di Cento al fine di disporre di dati analitici confrontabili statisticamente nel tempo. I risultati di progetto e gli eventuali cambiamenti sono misurati sulla base dei risultati di un monitoraggio realizzato

attraverso indagini di mercato ad hoc e verifiche dirette con gli operatori commerciali all'inizio del progetto e al termine delle azioni progettuali.

Placemaking

Per generare nuovi flussi di presenze sul territorio era indispensabile incrementare la visibilità del territorio di Pieve e delle sue peculiari caratteristiche su network nazionali e internazionali. Queste le azioni progettuali.

Promozione e visibilità su network nazionali e internazionali

- adesione a network di Comuni per marchi di "qualità" (come ad esempio: Bandiera Arancione, Borghi più belli d'Italia, Città del Vino, etc.);
- promozione su riviste specialistiche per la promozione del territorio in relazione alle sue peculiarità e ai target individuati;
- adozione di tecniche di promozione innovative legate ai travel blogger e più in generale nell'ambito social (www.mimulus.it, www.foursquareitalia.org, www.surfincity.it, ecc.)

Promozione con strumenti tradizionali e innovativi

- progettazione e realizzazione di strumenti di promozione del territorio tradizionali (materiale cartaceo);
- predisposizione di materiale innovativo per la promozione delle attività economiche nel mondo web e social;
- realizzazione di iniziative di promozione del territorio e delle attività economiche legate all'uso delle nuove tecnologie.

Un centro storico più gradevole e fruibile

L'intento era migliorare sia la percezione sia le possibilità di fruizione del centro storico attraverso l'implementazione di soluzioni e strumenti volti a migliorare il contesto urbano e il set informativo. Si è ritenuto pertanto di dover innanzi tutto elaborare un "marchio" per identificare e contraddistinguere le iniziative svolte nel centro urbano di Pieve di Cento o che coinvolgessero gli operatori economici presenti nell'area. In tal modo si è rafforzata l'immagine, la visibilità, l'attrattività e, di conseguenza, la vivibilità del centro storico stesso. Queste, nel dettaglio, le attività progettuali realizzate:

- ideazione e progettazione di un logotipo e di un payoff come marchio del centro storico. Realizzazione di un Manuale d'uso per la disciplina di tutte le possibili declinazioni del marchio stesso.
- ideazione e progettazione di strumenti di immagine coordinata (carta intestata, biglietto da visita, busta per lettere, volantino, brochure, T-shirt, etc.)
- progettazione e realizzazione di strumenti di segnaletica relativi alle attività economiche e alle evidenze monumentali e artistiche;

Riattivazione

Manutenzione e sviluppo della rete commerciale

Migliorare la performance delle attività economiche presenti nell'area significava realizzare azioni progettuali volte innanzi tutto a fidelizzare i consumatori del territorio e del bacino di gravitazione di riferimento.

Fidelizzazione

- elaborazione di strumenti come fidelity card, lotterie, concorsi, ecc.;
- realizzazione di iniziative promozionali in concomitanza di specifici eventi e manifestazioni (Fiera di Pieve, Festa dei giovani, ecc.).

Innovazione e qualità, chiavi del successo

Le indagini ex ante condotte hanno evidenziato la necessità di sensibilizzare e informare gli operatori sui possibili interventi volti a incrementare il livello di servizio offerto. Si è ritenuto pertanto di fondamentale importanza realizzare una serie di seminari su tematiche specifiche (azioni di sistema, esempi di progetti realizzati da operatori economici in altri contesti, ecc.) per informare e formare gli operatori su possibili nuove iniziative realizzabili sia come singoli punti vendita sia come insieme delle attività economiche.

La banda ultra-larga come frontiera

Innovazione e qualità passano poi anche attraverso la rete, e l'offerta di servizi di rete altamente performanti e competitivi è prerequisite indispensabile a qualsiasi territorio intenda non solo dare maggior valore all'esistente, ma anche rendersi appetibile a nuovi insediamenti commerciali e imprenditoriali.

La connettività a banda larga è diventata indispensabile a tutte le attività produttive, amministrative e di socializzazione: una necessità crescente, determinata anche dal fatto che molti processi si stanno trasformando in versione telematica.

La pianificazione e realizzazione della copertura a banda ultralarga è tipicamente in capo agli operatori di telecomunicazioni e la conseguenza è che i Comuni più grandi sono i primi ad essere infrastrutturati e serviti in quanto offrono un miglior ritorno di investimento. Al calare delle dimensioni di popolazione aumenta l'attesa e si riproduce un fenomeno di digital divide.

Pieve di Cento è il primo Comune di medie dimensioni in Emilia-Romagna che ha implementato un modello di infrastrutturazione in grado di consentire ai cittadini di avere la banda ultralarga già a partire dalla fine del 2013.

Di concerto con Lepida SpA, la società in house degli enti locali emiliano-romagnoli che si occupa di telecomunicazioni e servizi on line, e coinvolgendo l'operatore locale Nexus srl, è stato elaborato un modello per fare in modo che la banda ultralarga sia disponibile in tempi brevi. Il Comune mette a disposizione le tubazioni di sua proprietà al fine di facilitare la diffusione della tecnologia a banda ultralarga, favorendo condizioni per cui tutti gli operatori di telecomunicazioni interessati possano posare le infrastrutture di propria pertinenza a condizione di avere una copertura uniforme e concertata delle differenti aree urbane e a condizione che l'offerta dei servizi

sul mercato risulti concorrenziale e quindi vantaggiosa per cittadini ed imprese rispetto a quanto accade in città di grande dimensione. A Pieve di Cento gli investimenti di NEXUS srl stanno portando alla posa di fibra ottica nell'area Industriale e nei Compartimenti Civili a Est di Pieve. La nuova infrastruttura permetterà inizialmente l'accesso alla rete in banda ultralarga con una scalabilità in termini di prestazioni di servizio con banda disponibile da 10 Mb fino a 100 Mb.

Tutto ciò, a dimostrazione che piccolo non è solo bello ma anche smart, perché le azioni di sinergia pubblico-privato possibili in Comuni di queste dimensioni permettono costi inferiori per la realizzazione di infrastrutture e installazioni e conseguentemente costi inferiori per i servizi all'utente finale.

Presto gli utenti di Pieve avranno Internet ultraveloce, VoIP e TV via cavo con elevata qualità e un'offerta di servizi che, con la disponibilità di fibra ottica, non potranno che aumentare.

Anche il Comune potrà trarre vantaggio diretto da questa infrastruttura: avrà infatti a disposizione alcune fibre per nuovi servizi pubblici quali la videosorveglianza territoriale e il WiFi per aree pubbliche.

Azioni di mainstreaming

Il sisma del maggio 2012, che pure ha duramente colpito Pieve di Cento, non ha fermato il progetto. Anzi, non solo si è proceduto con la realizzazione delle azioni previste, ma si è addirittura ritenuto di dover cogliere al volo l'occasione offerta dalla Regione Emilia Romagna che ha messo a disposizione un budget finalizzato a rafforzare l'attività di promozione commerciale dei territori del cosiddetto 'cratere'. Pieve ha così proposto di estendere alcune delle attività previste nel progetto MINISMART ad altri Comuni, anticipando in parte l'azione di dispiegamento regionale del modello – che rappresenta parte integrante e fondante dell'idea progettuale stessa. Il nome è, d'altronde, volutamente 'tecnico' e usabile in modo modulare, applicabile cioè ad altri contesti locali.

Il progetto prevede la realizzazione di azioni diverse tutte concertate nel segno della promozione commerciale: dal rafforzamento della governance alla costruzione di strumenti pubblico-privati per la riattivazione dei contesti commerciali attraverso il coinvolgimento degli operatori economici.

In particolare, per l'attività di riuso, il progetto propone di dispiegare innanzi tutto i seguenti strumenti:

- Sito web del centro commerciale naturale <http://www.pievementismart.it/>
- Immagine coordinata e materiali informativi e promozionali (riuso e declinazione dell'immagine standard 'Minismart' al contesto locale)
- Formazione ai commercianti all'uso degli strumenti promozionali innovativi (social media) <https://www.facebook.com/PieveMinismart>
- Minismart Card (produzione e diffusione di fidelity card per gli esercizi del centro storico).
- Banda ultralarga (riuso del modello infrastrutturale sperimentato a Pieve).