

Animazione territoriale: 4 concetti

Lucio Rubini

Training Estivo di INNOVALP

Arta Terme (Udine), 16-21 luglio 2023







L'approccio: 4 concetti

- *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*

L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ *Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.*

L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ *Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.*
- ❑ *Mettere insieme i pezzi e moltiplicare le conversazioni (da uno-uno a molti-molti): il progettista come Community «broker», ovvero come moltiplicatore il valore dei vostri progetti. Il ruolo «creativo» del progetto.*

L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ *Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.*
- ❑ *Mettere insieme i pezzi e moltiplicare le conversazioni (da uno-uno a molti-molti): il progettista come Community «broker», ovvero come moltiplicatore il valore dei vostri progetti. Il ruolo «creativo» del progetto.*
- ❑ *Testare, discutere, provare: il fattore tempo come alleato. Fare subito con poco. Pensare in 5 dimensioni: visione, strategia, programma, azione, test (andata e ritorno!)*



**LA MOBILITÀ
DI DOMANI
INIZIA DA TE!**

Partecipa con i tuoi amici al prossimo incontro di mobilità sostenibile organizzato da PUMS e Comune di Genova







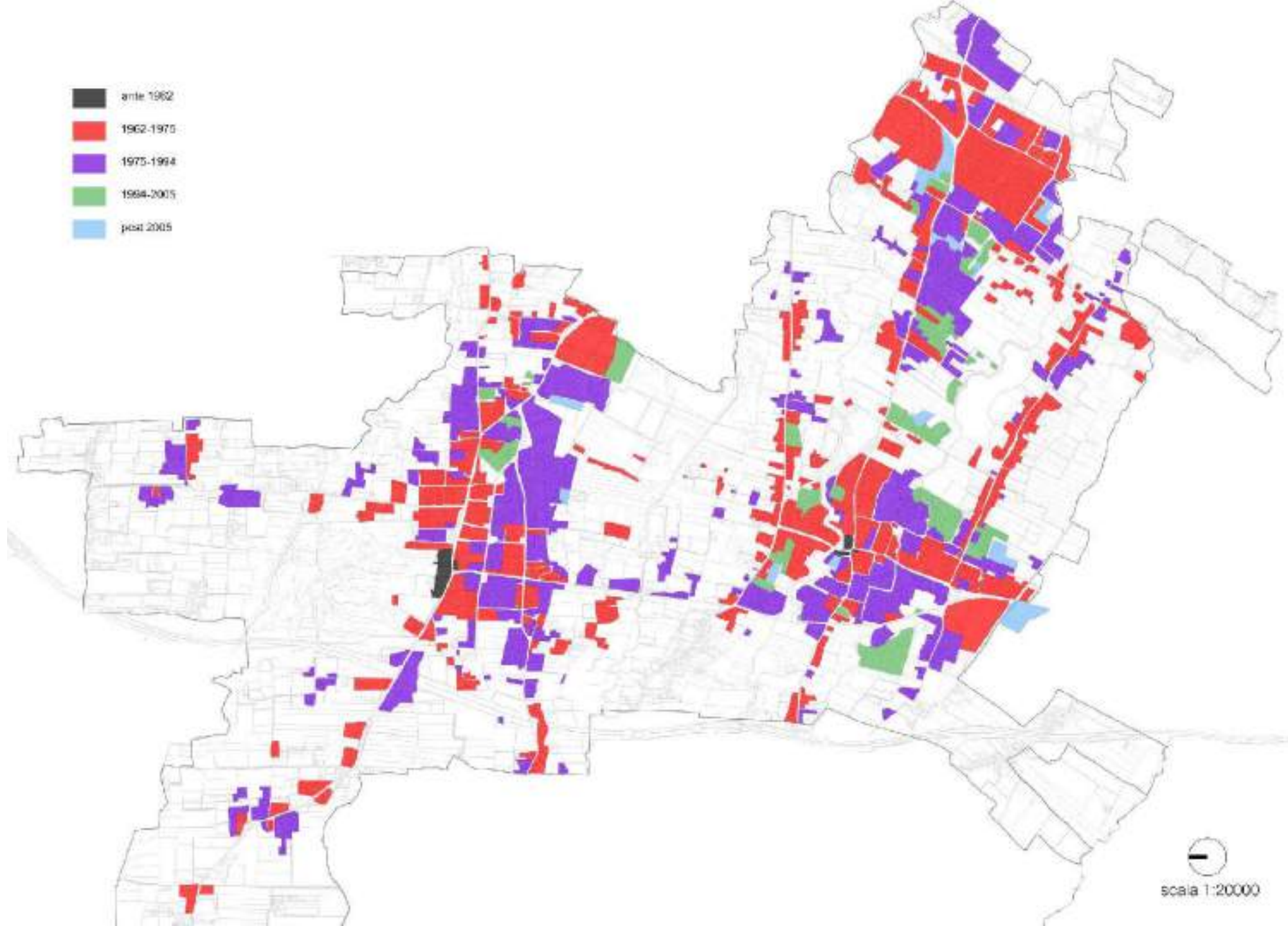




«La città diffusa ha espresso consapevolmente o meno un bisogno di città in una situazione tradizionalmente non urbana: non si è compreso che si proiettava sul territorio una profonda modifica economica, sociale e culturale e non soltanto la realizzazione del sogno piccolo borghese o le convenienze delle imprese differenti agli interessi collettivi dell'ambiente».
(F. Indovina)



- ante 1962
- 1962-1975
- 1975-1994
- 1994-2005
- post 2005



—
scala 1:20000

Il processo in 4 fasi

FASE 1

ASCOLTO

INCONTRO

ANALISI

SCOPERTA

IMMERSIONE

OSSERVAZIONE

EMERSIONE

RIORDINO DEI TEMI

FASE 2

IMMAGINAZIONE

VISIONE

DESIDERIO

CAMBIAMENTO

FUTURO

IDENTITÀ

FASE 3

METTERE INSIEME I

PEZZI

PROGETTARE

FASE 4

TEST

DISCUSSIONE

REALIZZAZIONE

VALUTAZIONE

FASE 1

ASCOLTO

INCONTRO

ANALISI

SCOPERTA

IMMERSIONE

OSSERVAZIONE

EMERSIONE

RIORDINO DEI TEMI

FASE 1

ASCOLTO

INCONTRO

ANALISI

SCOPERTA

IMMERSIONE

OSSERVAZIONE

EMERSIONE

RIORDINO DEI TEMI

Partire dalle risorse (e non solo dai problemi)

- **le risorse materiali** del territorio, dal punto di vista storico, paesaggistico, ambientale, infrastrutturale, la dotazione di servizi.
- immateriali, ovvero le **energie sociali a disposizione.**

FASE 1

ASCOLTO

INCONTRO

ANALISI

SCOPERTA

IMMERSIONE

OSSERVAZIONE

EMERSIONE

RIORDINO DEI TEMI

Dove sono le energie sociali a disposizione?

- ❑ **Serve guardare ai gruppi e ai luoghi dove queste energie si trovano e si esprimono**, le persone di riferimento per questi gruppi (le leadership). Associazioni, strutture educative (scuole), attori economici (commercianti), gruppi di vicinato, parrocchie, società sportive sono i primi di un elenco più lungo di soggetti con cui incontrarsi.
- ❑ A questi, si affiancano **singoli cittadini portatori di conoscenza: “esperti locali” e cittadini attivi** con cui interloquire per entrare in profondità su alcune questioni.

FASE 1

ASCOLTO

INCONTRO

ANALISI

SCOPERTA

IMMERSIONE

OSSERVAZIONE

EMERSIONE

RIORDINO DEI TEMI

Strumenti

- ❑ **Mappatura dei pubblici**, profilazione e caratterizzazione (rilevanza, incidenza rispetto al processo)
- ❑ **Ingaggio one-to-one** (interviste dirette)
- ❑ **Attività di analisi condivisa:**
camminate e biciclettate partecipate, strumenti di partecipazione digitale con un questionario on-line, workshop aperti oppure momenti di discussione con gruppi ristretti (focus group)
- ❑ **Attività di informazione e comunicazione**

Attività sul campo



Giorni di lavoro: 21 giugno - 26 giugno 2021



Numero di persone intervistate: 38

di cui: Sindaco, Assessori, Uffici Tecnici, Associazioni di commercianti, Associazioni sportive, Associazioni culturali, Associazioni parrocchiali, Gruppo di controllo di vicinato, Carabinieri, Istituti Scolastici ...



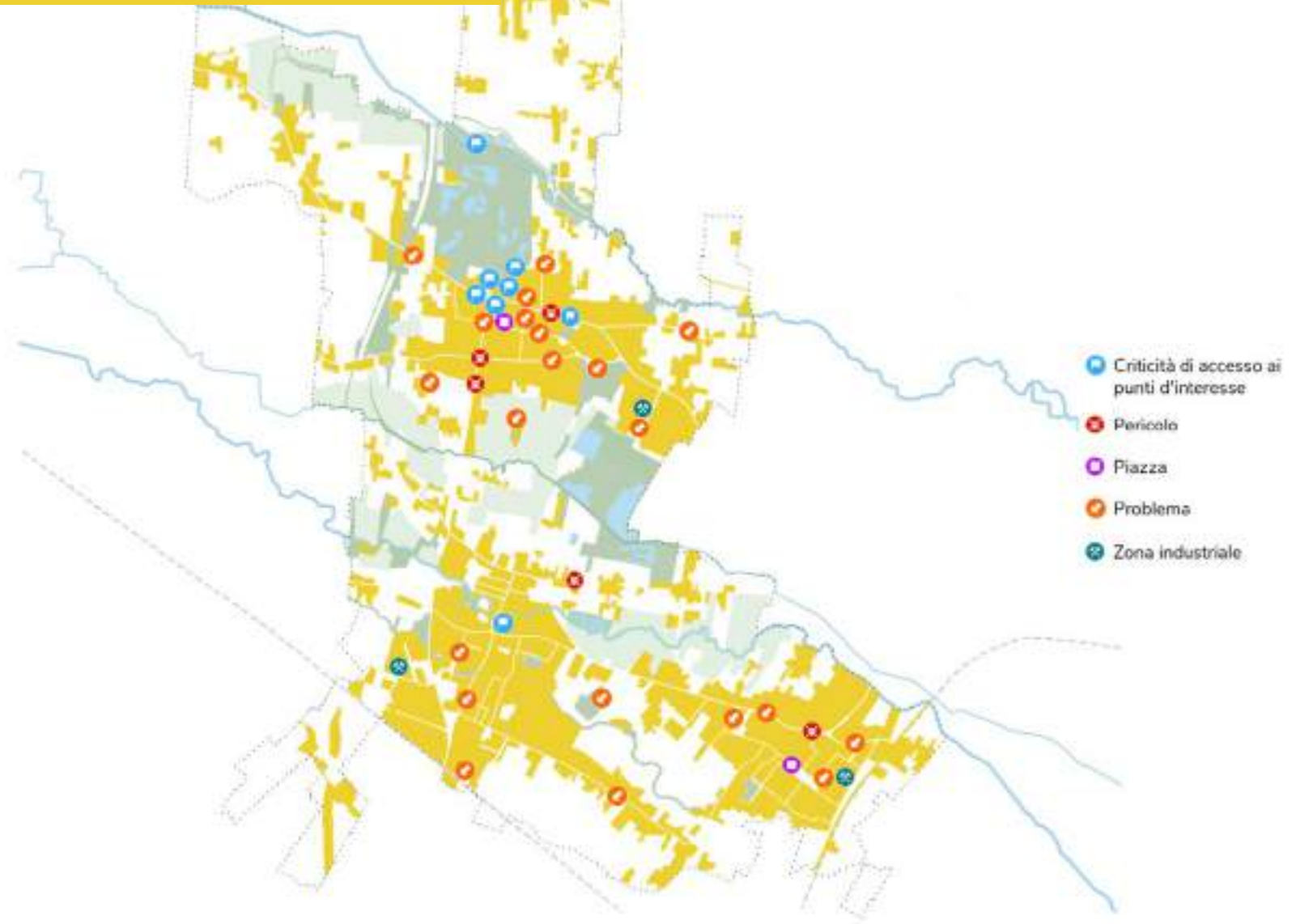
Sopralluoghi in bicicletta



Sopralluoghi e interviste



Le micro segnalazioni puntuali: criticità



Citazioni da interviste



La percezione è quella che **“l'auto è l'aria del commercio”**

Il comune di Martellago vive sempre di più in **fasce orarie specifiche**, nel week end o in orari tardo pomeridiani/serali

Per i **giovani** non ci sono effettivi **luoghi di aggregazione o di passeggio**, ci spostiamo quasi sempre fuori dal comune

Per chi sta in centro la macchina non sarebbe indispensabile, è tutto ben collegato, ma è un problema di **abitudine**

Ci piacerebbe ci fosse la presenza di **trasporti organizzati** per accogliere l'utenza scolastica e di persone anziane

Piazza Bertati non richiama frequentazione, se non ci sono **manifestazioni o eventi** la gente non trova occasione di uscire, preferisce **spostarsi fuori comune**

Si potrebbe **lavorare sui fronti scolastici**, impedendo ai genitori di accompagnare i figli fino al cancello con l'auto, così anche al centro sportivo

A Olmo stiamo provando ad attuare una idea di centro commerciale all'aperto, di **co-marketing**

I genitori usano il **pedibus** per avere convenienza di orario per la partenza per il lavoro, i bambini apprezzano l'**autonomia**, la **socializzazione** e l'**esperienza all'aria aperta**

A livello di accessibilità, la miglioria più grande che si può fare a Martellago è **l'accesso ai negozi**









L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ ***Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.***

Problem setting

I **problemi** (e quindi le opportunità) sono su **due livelli**:

1

Un primo livello riguarda la **STRUTTURA URBANA**



storicamente, **non ha aiutato la definizione di spazi urbani di qualità**, con un **traffico di attraversamento improprio** (Castellana, via Olmo) che porta problemi di **sicurezza e inquinamento**.

2

Un secondo livello riguarda la **CRESCITA SOCIALE ED ECONOMICA** di questi centri



tre centri connessi e isolati allo stesso tempo, con una **comunità attiva e protagonista** di molte iniziative e progetti; con un **patrimonio territoriale e di servizi invidiabile**, di qualità, ma ancora non espresso pienamente come **opportunità** collettiva.



In questo contesto, il PUMS e il PEBA devono **risolvere i problemi puntuali** ma essere anche e soprattutto l'**OCCASIONE PER UNA CRESCITA CIVICA DELLA COMUNITÀ**, a partire dai temi della **mobilità**. Perché la sfida emergente è il **cambiamento culturale dei comportamenti**, ed è la prima sfida con cui confrontarsi per dare gambe e respiro a questo lavoro.

FASE 2

IMMAGINAZIONE

VISIONE

DESIDERIO

CAMBIAMENTO

FUTURO

IDENTITÀ

FASE 2

IMMAGINAZIONE

VISIONE

DESIDERIO

CAMBIAMENTO

FUTURO

IDENTITÀ

Mettere a fuoco la proposta di valore,
l'impatto generativo che vogliamo:

L'operazione richiede di:

- ❑ tradurre all'interno di una cornice comune i valori condivisi.
- ❑ Individuare l'orizzonte del cambiamento

La proposta di valore del PUMS per Martellago



Camminare, andare in bicicletta e utilizzare il trasporto collettivo



salute e benessere fisico delle persone



Comportamenti responsabili e più sostenibili



ambiente più sano



Dotarsi di spazi pubblici sicuri e confortevoli



centri vitali e vissuti, che supportano il commercio di vicinato e inducono i cittadini a vivere il territorio e a sentirsi parte di una comunità



Un territorio accogliente per la mobilità attiva



un territorio più attrattivo per visitatori e turisti

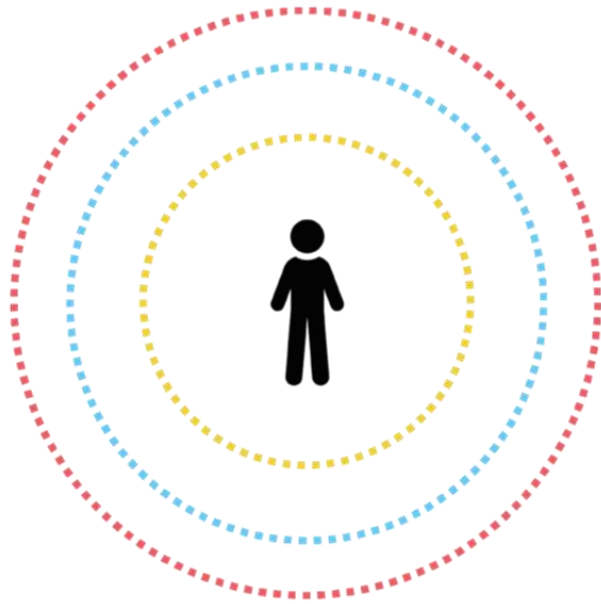


La mobilità attiva è il futuro delle città



sperimentare un nuovo modo di vivere il territorio per giocare d'anticipo

Visione generale



Il cittadino è al centro. I suoi bisogni (di servizi, di socialità, di svago) sono su tre livelli, che corrispondono al tempo necessario per soddisfarli attraverso una scelta consapevole di mobilità attiva. La somma di questi bisogni definisce una visione identitaria su questi tre livelli.

10 minuti: Mi riconosco nel mio paese

Camminare / stare | dentro su dentro | valorizzare le specificità

20 minuti: Posso riconoscermi alla scala cittadina

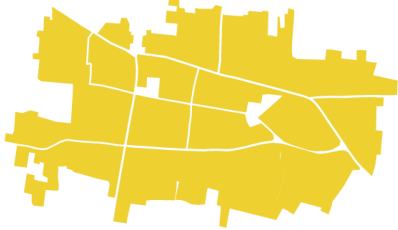
Pedalarre / andare | dentro su dentro / dentro su fuori | connettere i centri

60 minuti: Mi possono riconoscere nel sistema territoriale

Pedalarre / esplorare | dentro su dentro / dentro su fuori / fuori su dentro | connettere il Comune alla città metropolitana

Visione 10 minuti

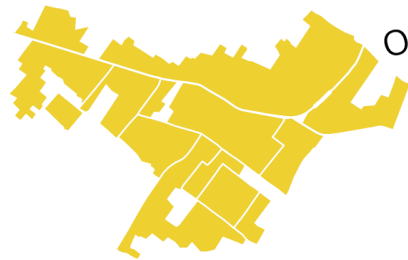
Martellago



Maerne



Olmo



In 10 minuti, la prossimità e l'identità dei tre centri.

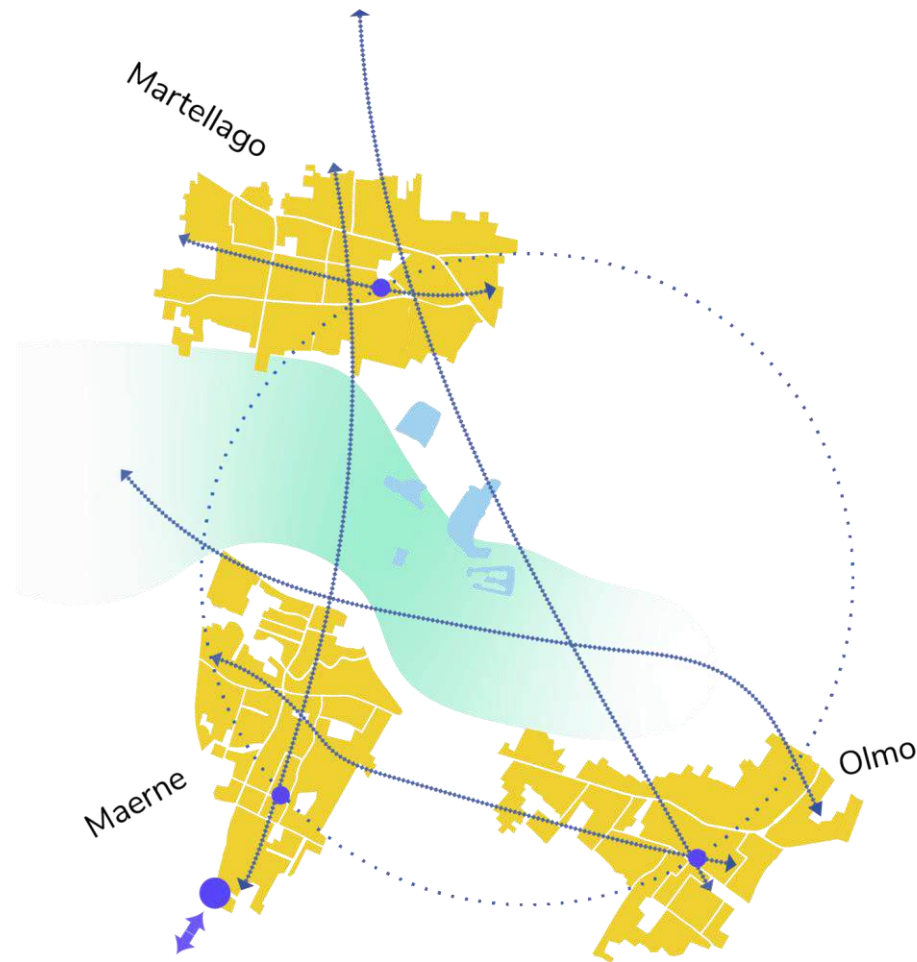
Martellago, Maerne e Olmo hanno ognuno un centro dotato di servizi minimi e commercio di qualità.

Mi muovo a piedi o in bicicletta in un ambiente sano, sicuro, confortevole, e che stimola la socialità.

La voglia di incontrarsi per strada vivacizza l'attività commerciale.

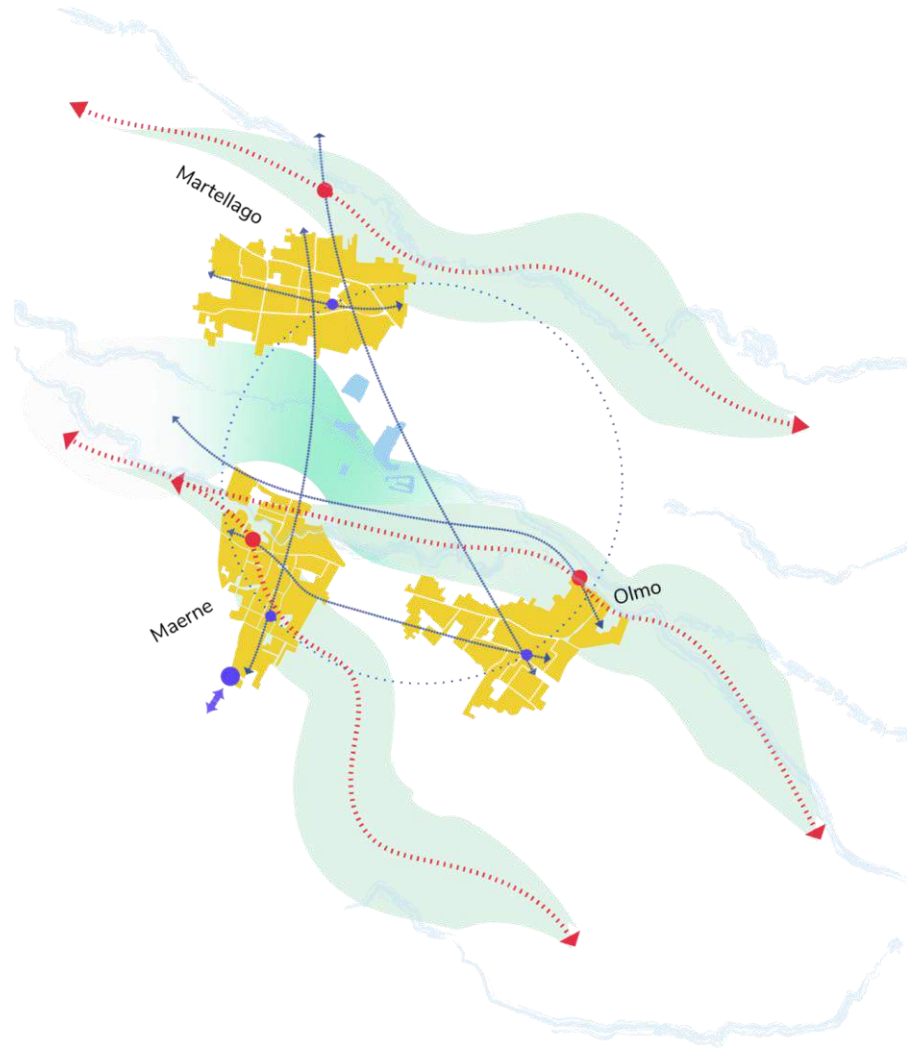
Come se ci fosse mercato tutti i giorni.

Visione 20 minuti



In 20 minuti, un valore condiviso

In bicicletta mi muovo facilmente all'interno di un territorio comunale dotato di servizi di eccellenza (soprattutto per lo sport) e di spazi verdi piacevoli. In 20 minuti è possibile raggiungere le stazioni del trasporto pubblico per i collegamenti quotidiani verso il luogo del lavoro. Il cuore di questa strategia è il Parco Laghetti, connettore - anche identitario - di questo sistema, il vero spazio pubblico e di incontro di questa comunità.



In 60 minuti, la qualità del tempo libero per vivere l'area metropolitana

In pochi minuti, in bicicletta o a piedi, posso entrare in un sistema di parchi costruiti sulle dorsali dei corridoi blu, ad alto valore ambientale, storico, paesaggistico, per praticare sport o per una passeggiata nel tempo libero. Questi parchi sono utilizzati quotidianamente da centinaia di persone, anche dal territorio metropolitano, e da visitatori e turisti.

Tattica 10 minuti | SCUOLA

Tipo di misura/pratica: Piani di mobilità scolastica / progettazione spazio / educazione alla mobilità sostenibile

Nome progetto: La mia scuola in classe A

Località: Venezia



Buona pratica

Tattica 10 minuti | SCUOLA

Tipo di misura/pratica: Piani di mobilità scolastica /
progettazione spazio / educazione alla mobilità sostenibile

Nome progetto: La mia scuola in classe A

Località: Venezia



Buona pratica

Tattica 10 minuti | SCUOLA

Tipo di misura/pratica: Piani di mobilità scolastica /
progettazione spazio / educazione alla mobilità sostenibile

Nome progetto: La mia scuola in classe A

Località: Venezia



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Urbanismo tattico
Nome progetto: Park(ing) day - evento + Parklet
Località: Molto diffuso in USA, Park(ing) day
Italia: Torino, Massa Carrara, Milano



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Urbanismo tattico

Nome progetto: Park(ing) day - evento + Parklet

Località: Molto diffuso in USA, Park(ing) day Italia: Torino, Massa Carrara, Milano



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Urbanismo tattico

Nome progetto: Parking&Playground Flamingstrasse

Località: Berlino, Germania



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Wayfinding

Nome progetto: Superkilen

Località: Copenhagen, quartiere di Norrebro



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Wayfinding

Nome progetto: Superkilen

Località: Copenhagen, quartiere di Nørrebro



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Wayfinding

Nome progetto: Romanico Automatico

Località: Pistoia



Buona pratica

Progetto 10 minuti | SPAZIO PUBBLICO

Tipo di misura/pratica: Interventi per la riqualificazione dello spazio pubblico

Nome progetto: Piazza De Gasperi Playground Park

Località: Padova, Italia



Buona pratica

L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ *Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.*
- ❑ ***Mettere insieme i pezzi e moltiplicare le conversazioni (da uno-uno a multi-molti): il progettista come Community «broker», ovvero come moltiplicatore il valore dei vostri progetti. Il ruolo «creativo» del progetto.***

FASE 3

METTERE INSIEME I
PEZZI

PROGETTARE

FASE 3

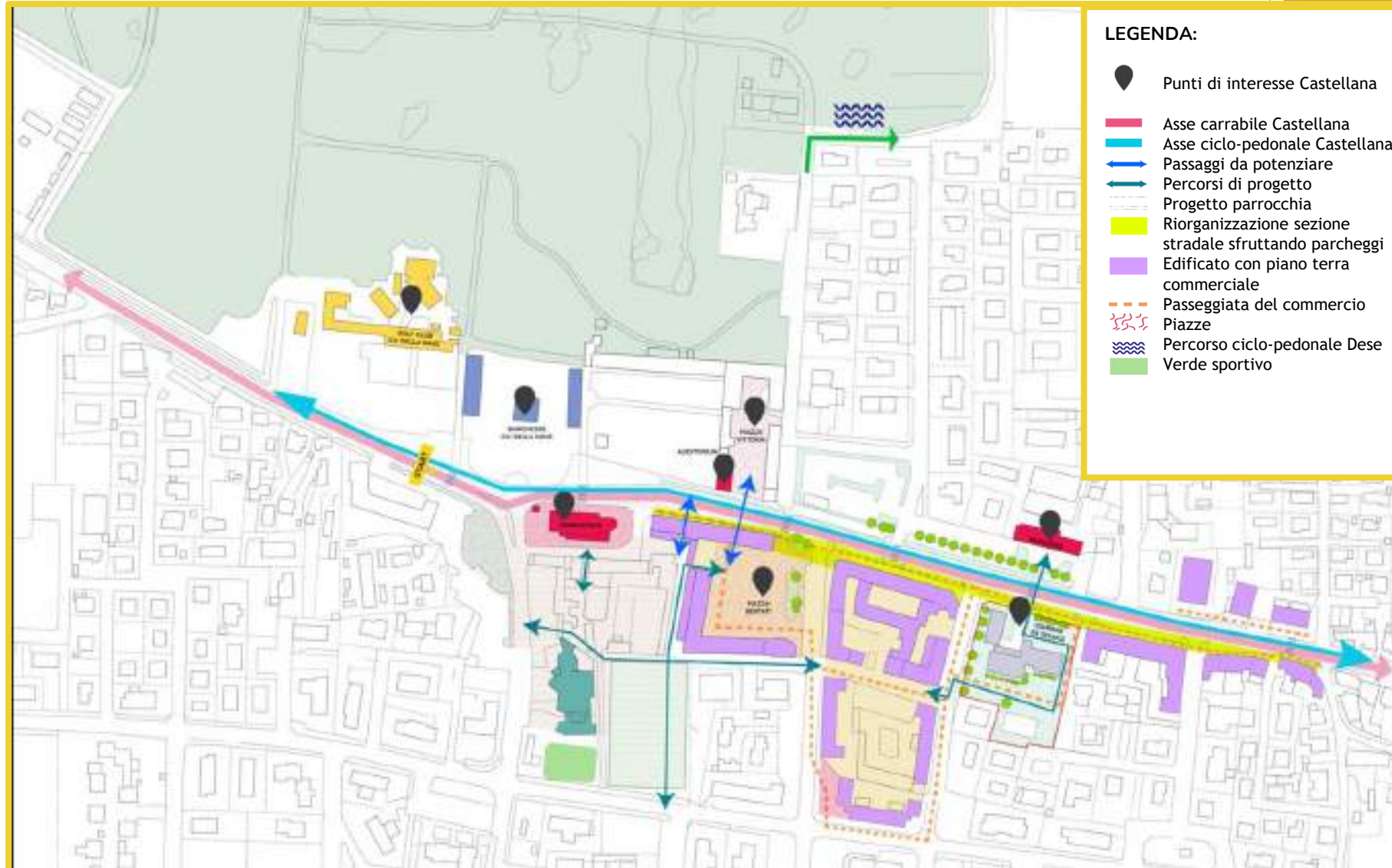
METTERE INSIEME I
PEZZI

PROGETTARE

Con lo sguardo alla visione di arrivo del Piano, andiamo a montare le strategie e poi i singoli progetti.

- Il lavoro unisce capacità tecnica nel cogliere gli interventi e le misure capaci di supportare questa visione, assieme alla capacità di assemblare i pezzi a disposizione.
- Questi pezzi sono le energie che il territorio esprime, e su cui appoggiare le azioni per dare gambe e futuro ai diversi progetti.

Un nuovo scenario per la Castellana



Tattica 20 minuti

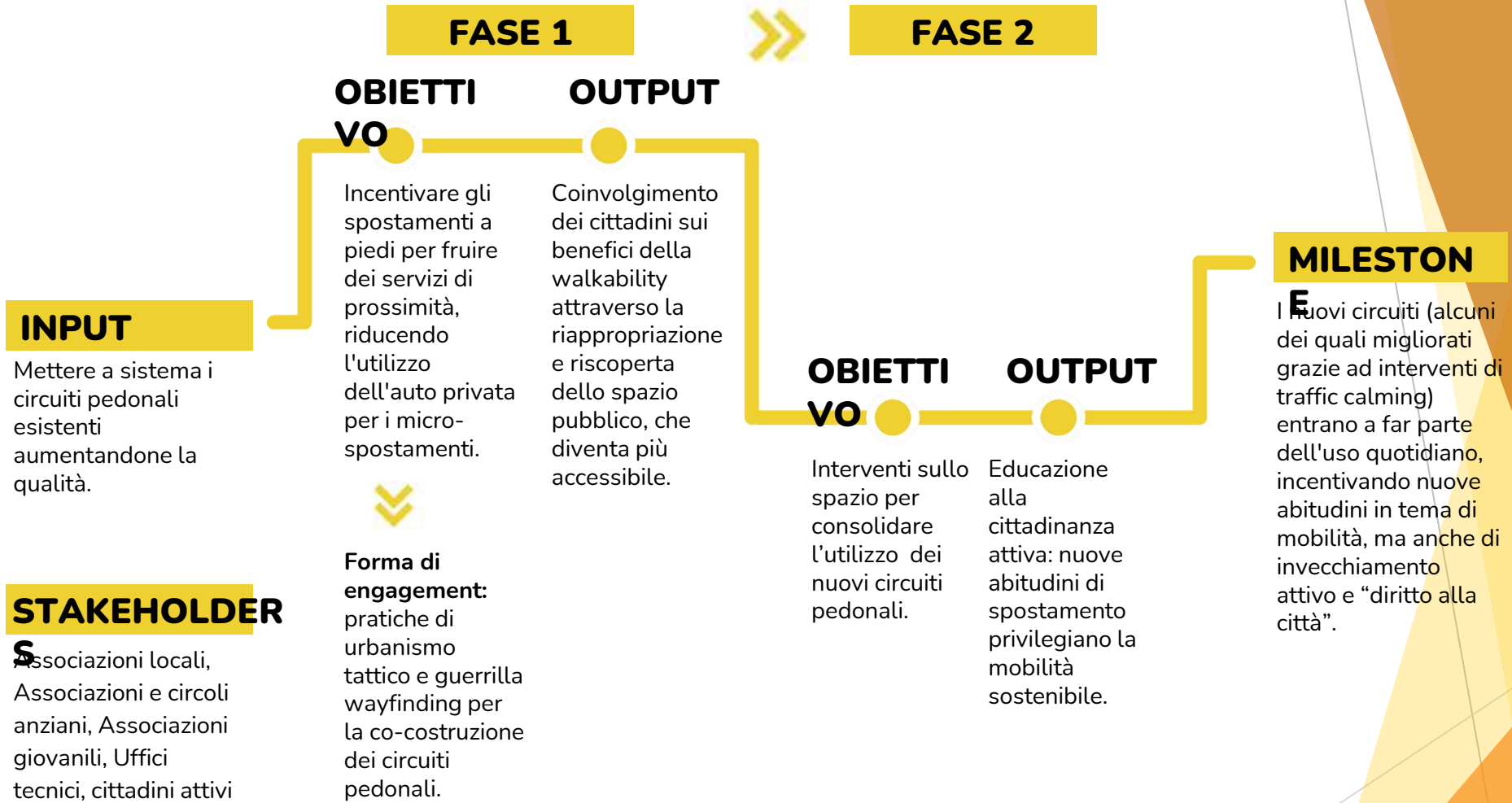
Tipo di misura/pratica: Guerrilla wayfinding

Nome progetto: Bike2unibg

Località: Bergamo



Progetto 10 minuti | CIRCUITI CONDIVISI



L'approccio: 4 concetti

- ❑ *Partire dalle risorse (e non solo dai problemi). Quali sono i pilastri su cui si appoggiano i vostri progetti?*
- ❑ *Partire dalle domande, ovvero meglio il problem framing del problem solving. Attenzione a non confondere le ipotesi con le tesi.*
- ❑ *Mettere insieme i pezzi e moltiplicare le conversazioni (da uno-uno a multi-molti): il progettista come Community «broker», ovvero come moltiplicatore il valore dei vostri progetti. Il ruolo «creativo» del progetto.*
- ❑ ***Testare, discutere, provare: il fattore tempo come alleato. Fare subito con poco. Pensare in 5 dimensioni: visione, strategia, programma, azione, test (andata e ritorno!)***

FASE 4

TEST

DISCUSSIONE

REALIZZAZIONE

VALUTAZIONE

FASE 4

TEST

DISCUSSIONE

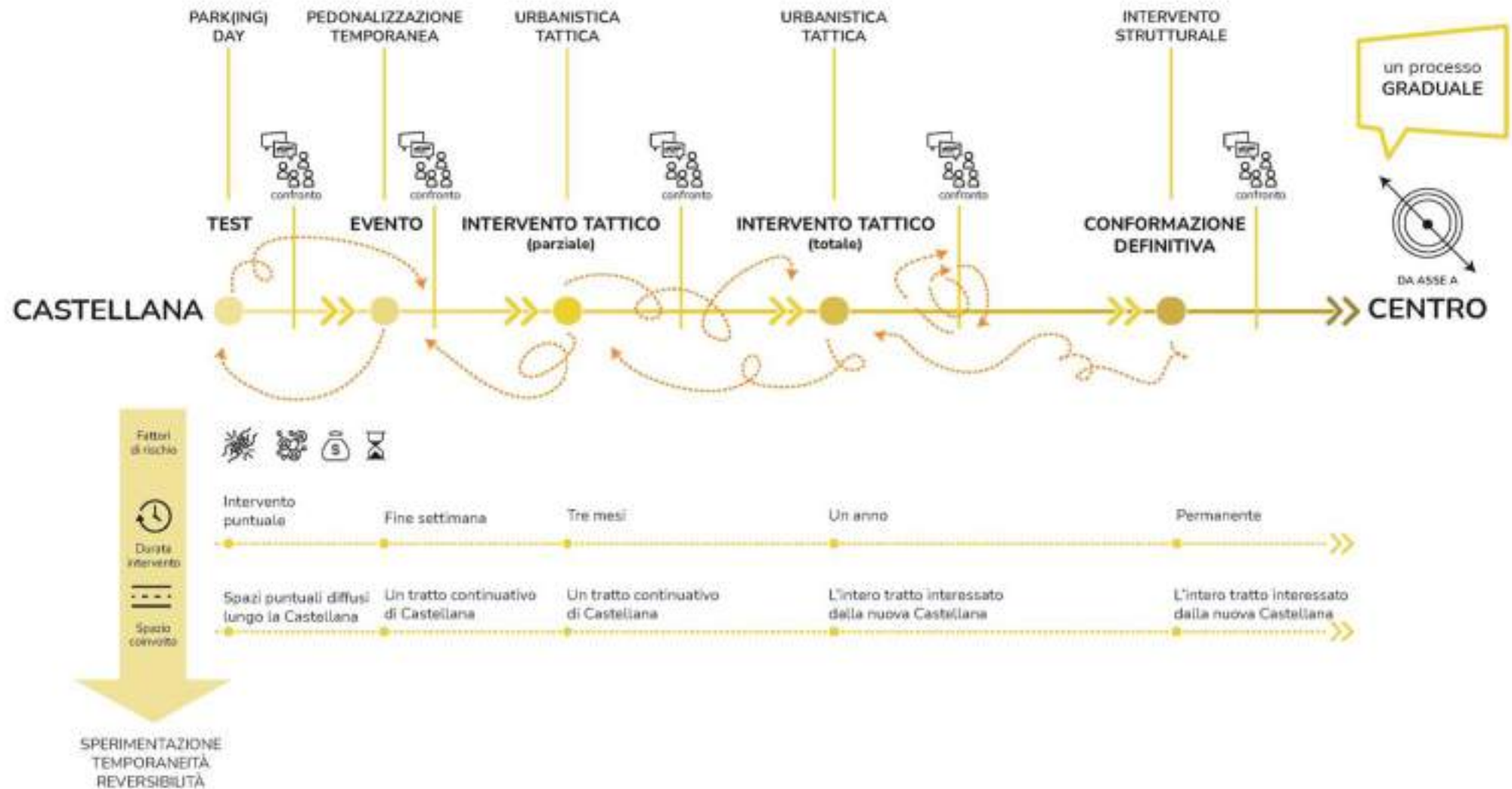
REALIZZAZIONE

VALUTAZIONE

I progetti sono definiti nei loro tratti essenziali: sono le linee guida per come le diverse iniziative saranno avviate e realizzate.

- ❑ Portiamo quindi le progettualità a discussione pubblica per capire la loro fattibilità, i problemi, i potenziali conflitti e per definire via via in dettaglio la dimensione realizzativa, con un piano di azione nel tempo.
- ❑ Per alcuni ambiti di intervento più delicati e complessi, il confronto è fondamentale per creare buone pratiche condivise, sensibilizzare al cambiamento, mitigare i conflitti e consolidare i risultati delle azioni messe in campo
- ❑ Il metodo più efficace è quello della sperimentazione di alcune di queste azioni in una logica incrementale di test pilota

Un nuovo scenario per la Castellana













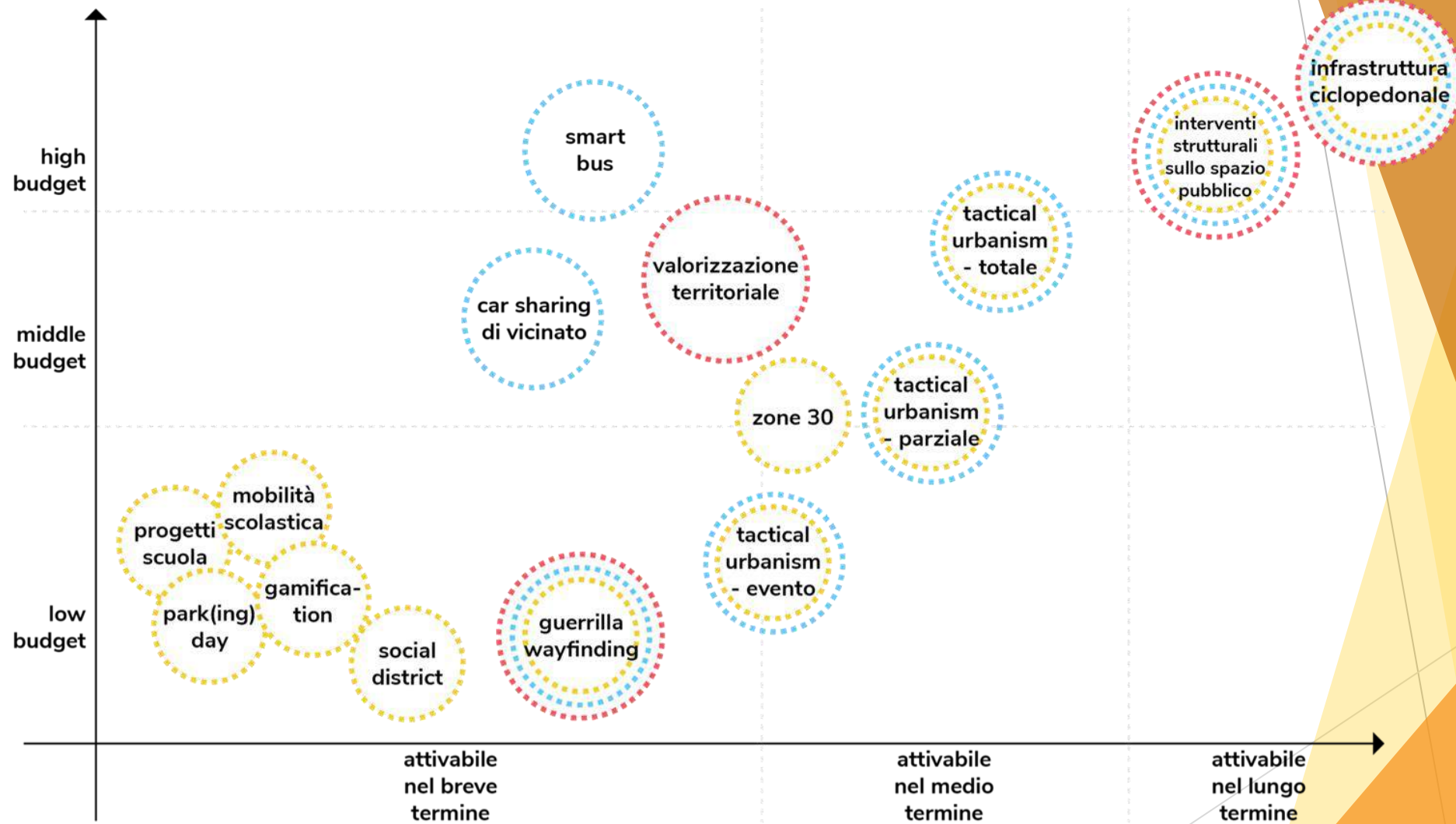








Quadro sinottico delle misure



Contatti:

luciorubini.it

lucio.rubini@gmail.com

Linkedin