

Il processo di valorizzazione

Roberta Lazzarotti



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Master ACT di II livello in
**Valorizzazione e gestione dei centri storici minori. AmbienteCulturaTerritorio,
azioni integrate**

A.A. 2014/2015

Sistema culturale territoriale _ definizione

“Sistema culturale territoriale”: insieme di risorse e di interrelazioni in un contesto geografico preciso, che integri il processo di valorizzazione delle risorse culturali, sia materiali sia immateriali, con le infrastrutture e gli altri settori di produzione connessi

le risorse culturali materiali e immateriali sono nel complesso l'espressione dell'identità di un territorio, del suo passato, ma anche di un possibile sviluppo futuro

Nell'identificazione di un SCT si mira a definire e caratterizzare l'"anima" di un territorio

Da “Cultura e Territorio. I Sistemi Culturali Territoriali”, a cura di F. Nigro
Progetto DELTA, Sviluppo dei Sistemi Culturali Territoriali, programma *Euromed Heritage II*

Condizioni per la creazione di un SCT:

1. che possa configurarsi come un autentico **sistema di sviluppo locale**, che siano cioè adottate politiche di valorizzazione che considerino **congiuntamente**, oltre le risorse culturali, paesistiche e naturali, anche quelle di **settori complementari** come l'agricoltura e l'artigianato;
2. dotazione di **infrastrutture e servizi** sufficienti per connettere e fruire delle risorse;
3. espressione delle specificità e **identità locali** secondo un'immagine ben caratterizzata

Lo sviluppo del progetto

perché e per chi? Quali sono i **fattori** e le **risorse** che caratterizzano il territorio identificato per lo sviluppo e la valorizzazione di un SCT? Quali sono i **soggetti** coinvolti e/o coinvolgibili? Quali sono le **potenzialità** (punti di forza e punti deboli) da valorizzare e quali i **limiti** e i vincoli (ostacoli e rischi) da circoscrivere o da superare?

che cosa? In quale prospettiva? Qual è la visione d'insieme, la **strategia**? Quali sono gli **obiettivi**, le questioni prioritarie e i temi chiave?

come e quando? Quali sono le **linee di azione** e le tappe da percorrere in un tempo dato? Quali sono le sostenibilità, la compatibilità e la fattibilità del SCT? Chi sono gli attori impegnati nell'attuazione? Come assicurare la governance e la partecipazione? Qual è la struttura giuridico-istituzionale più appropriata? Quali sono i mezzi e le risorse da mobilitare? Quali sono i criteri e le metodologie di valutazione? Come coinvolgere la società civile?

Quali sono gli strumenti specifici? Quali **strumenti** utilizzare per la formazione e lo sviluppo del SCT? Che rapporto hanno con le politiche e gli strumenti di pianificazione generale e di settore che interessano il territorio scelto?

Le quattro fasi:

- **preparatoria**: ideazione e identificazione del SCT (*perché e per chi?*); fase di ricognizione e descrizione volta a tracciare il profilo del contesto territoriale del SCT (in termini di risorse, aspetti caratterizzanti, bisogni, situazione istituzionale, attori interessati, ecc.) al fine di individuare una prima “delimitazione” geografica, il sistema di relazioni tra le risorse e l’*idea-forza*;
- **di definizione**: caratterizzazione e visione strategica (*che cosa e in quale prospettiva?*): questa fase ha per obiettivo l’analisi e la valutazione del SCT allo scopo di definire la sua proiezione territoriale “a geometria variabile”, la sua *idea-forza* e la visione strategica del suo sviluppo;
- **di pianificazione**: definizione delle strategie e delle azioni di valorizzazione e di sviluppo del SCT (*come e quando?*): questa fase, cuore del processo, è volta alla definizione degli obiettivi e delle strategie integrate di valorizzazione e sviluppo da raggiungere nel quadro del SCT (piano strategico) e delle relative azioni di realizzazione (piano d’azione);
- **di realizzazione**: attuazione del piano d’azione (*quali strumenti specifici?*): questa fase consiste nell’avvio e nella messa in opera del PdA e nella realizzazione dei progetti e degli interventi da questo previsti

1. Fase preparatoria – Ideazione

Idea-forza: elemento portante che caratterizza il contesto territoriale nel quale si intende avviare il processo di sviluppo di un SCT.

Più precisamente l'elemento portante (o meglio un ventaglio di opzioni di elementi portanti) è la constatazione dell'esistenza nel contesto territoriale interessato di una *particolare connotazione* legata alla presenza di speciali emergenze naturali e/o antropiche, alla storia del territorio, ai segni culturali lasciati da una civiltà più o meno antica, al significato rappresentato a livello sovralocale da produzioni e tradizioni tipiche (artigianali, enogastronomiche, di costume, ecc.)

Caratteristiche: *riconoscibilità, specificità, attrattività*

1. Fase preparatoria – Ideazione

La geometria variabile

Il SCT è un “sistema territoriale aperto, senza frontiere geografiche”

Approccio **transcalare**. Bisogna tener conto di tre dimensioni:

1. *regionale/territoriale*: include le zone suscettibili di essere influenzate o di influenzare il SCT e le reti di infrastrutture coinvolte;
2. *le dimensioni coinvolte* nella fase di pianificazione e di attuazione, necessarie per definire le strategie;
3. *la dimensione locale*: riferita alle risorse individuali (siti, edifici, monumenti) oggetto di azioni

Criteri di identificazione:

- *aspetti economici e geografici*
- *aspetti paesistico-ambientali*
- *aspetti storico-culturali*
- *aspetti sociopolitici*

1. Fase preparatoria – Ideazione – *Aspetti economici e geografici*

- presenza a livello locale di soggetti privati e pubblici capaci di mettersi in rete fra loro e con i livelli territoriali superiori;
- corrispondenza approssimativa di tali reti con ambiti territoriali coesi;
- coesione culturale del territorio;
- esistenza (possibilmente concentrazione) di risorse culturali specifiche, materiali e immateriali, capaci di costruire vantaggi competitivi.

Censimento delle *precondizioni soggettive* : la progettazione spontanea

tipo di progetto: pubblico/privato, di iniziativa endogena/esogena, formale/informale; oggetto
proponente: pubblici o privati, esterni o interni al contesto; soggetti locali coinvolti; natura e ruolo
nel progetto, relazioni, rete occasionale/temporanea; soggetti destinatari; livelli di governo
sovralocale coinvolti e loro contributo finanziario, tecnologico, organizzativo; entità finanziarie;
obiettivi espliciti; ambito territoriale; radicamento territoriale: risorse potenziali specifiche
utilizzate; condizioni di sostenibilità

Censimento delle *precondizioni oggettive*

circoscrizioni politico-amministrative attuali; eventuali antiche circoscrizioni, tuttora condizionanti;
aree culturali omogenee (linguistiche, etniche, ...); aree di gravitazione per servizi pubblici e
privati; aree di pendolarità del lavoro; stima delle aree di gravitazione in base alla conformazione
della rete locale (pattern) dei trasporti e delle comunicazioni; sistemi produttivi locali (distretti
industriali, turistici, sistemi agro-alimentari); altro: bacini di traffico, aree di mercato, ...)

2. Fase di definizione: caratterizzazione

Criteria

- **risorse** naturali e culturali, materiali o immateriali
- **servizi e infrastrutture** (potenziale economico, sociale, urbano e ambientale e le criticità)
- **capacità** progettuali, creative, di identificazione, di organizzazione e di autogestione

Risorse: capitale fisico, naturale, culturale, umano (savoir faire) e sociale

Patrimonio:

- *materiale:* ambiente fisico, paesaggi culturali, aree naturali protette, siti archeologici, centri e monumenti storici, segni culturali (strade, sentieri, sistemi idraulici, testimonianze religiose), musei, biblioteche, gallerie, letteratura, iconografia;
- *immateriale:* rappresentazioni pubbliche, tradizioni popolari, mercati ed esposizioni (musica, canti, feste e celebrazioni, riti, miti, ricordi), il savoir faire, l'artigianato e l'industria tradizionale, le produzioni tradizionali, i prodotti dell'agricoltura e gli alimenti tipici, ...

2. Fase di definizione: interpretazione del territorio

Processo che mira a comunicare il significato, le interrelazioni e i valori di un patrimonio territoriale ai **turisti** e agli **abitanti** di un luogo nell'intento di stimolarne l'identificazione, la coesione sociale e l'appropriazione dei luoghi che occupano nel loro ambiente.

Selezione risorse in base a:

- ruolo strategico (sviluppo)
- ruolo rappresentativo (simbolico)
- ruolo di attrazione
- qualità e integrità
- carattere sistemico
- carattere unificatore natura-cultura

2. Fase di definizione: visione strategica

Costruzione della visione strategica

- Quali sono i grandi **assi** potenziali di uno sviluppo fondato sulle risorse culturali?
- Quali sono le **risorse** capaci di sostenere lo sviluppo e quali quelle da promuovere?
- Quali sono le **relazioni** tra domanda e produzione di cultura nel territorio individuato?
- Qual è il livello di **appartenenza identitaria** al patrimonio culturale da parte della popolazione?
- Qual è la relazione tra il patrimonio nella percezione degli abitanti e il patrimonio nell'immagine dei visitatori?

Temi chiave della visione strategica:

- *conservazione e riqualificazione delle risorse* culturali del SCT;
- *promozione culturale e sociale*: definizione relazioni tra risorse, presa di coscienza, comunicazione dei valori all'esterno
- *valorizzazione economica*: potenziamento settore turistico e filiere

2. Fase di definizione: visione strategica

Costruzione della visione strategica

Possibili obiettivi:

- rafforzare il senso di appartenenza al SCT, inteso come ambiente sociale, attraverso attività di comunicazione verso le popolazioni locali;
- promuovere la ricerca e l'innovazione tecnologica nel settore del patrimonio culturale;
- riqualificare le dotazioni e i servizi territoriali a sostegno del SCT;
- riqualificare il capitale umano e promuovere le vocazioni produttive locali e artigianali;
- stimolare la produzione e la qualificazione di prodotti tipici legati al tema portante o idea-forza;
- aumentare la capacità del sistema locale, attraendo investimenti diretti e capitali anche dall'esterno;
- incentrare il marketing territoriale e le politiche di promozione del SCT attorno ai prodotti della filiera culturale;
- mettere in rete le risorse ambientali e sociali del SCT e integrarle con le attività culturali

3. Fase di pianificazione: il piano strategico e il piano d'azione

Definizione di strategie di valorizzazione e sviluppo del SCT

1. Assi strategici principali:

a. valorizzazione delle risorse culturali e ambientali

b. miglioramento delle risorse territoriali: infrastrutture e servizi

c. sviluppo del sistema economico locale

d. qualificazione del capitale umano e sociale

2. Asse strategico di accompagnamento (integrazione delle strategie)

3. Valutazione delle strategie e identificazione delle fonti di finanziamento

4. Concertazione con l'organismo di consultazione e partecipazione del pubblico

5. Elaborazione del piano d'azione (azioni di sistema, settoriali, di accompagnamento)

3. Fase di pianificazione: gli assi strategici

1. Valorizzazione delle risorse culturali materiali e immateriali

Obiettivi specifici:

- incrementare la conoscenza delle risorse culturali
- conservare il patrimonio
- innovare la gestione delle risorse per favorirne la fruizione e la valorizzazione integrata con il contesto territoriale e socioeconomico
- accrescere il senso di appartenenza

Output: produzione servizi culturali, conservazione, produzione di identità sociale, di qualità ambientale, input per altri processi produttivi

Attività (strategia):

- conoscenza e diffusione della conoscenza: strumenti, ricerca, programma di comunicazione, diffusione e informazione;
- conservazione, valorizzazione e gestione del patrimonio culturale e paesistico-ambientale: misure di salvaguardia, indirizzi per l'adeguamento degli strumenti di tutela e urbanistici, interventi diretti;
- definizione programmi di valorizzazione che prevedano: legami concettuali e fisici tra le risorse, miglioramento accessibilità, connessione e fruizione (itinerari, circuiti, reti), comunicazione;
- forme e strumenti di gestione

3. Fase di pianificazione: gli assi strategici

2. Miglioramento/adequamento delle risorse territoriali

Obiettivi specifici:

- garantire accessibilità e fruibilità in senso fisico e concettuale al patrimonio culturale
- accessibilità e mobilità dall'esterno e dall'interno
- adeguata dotazione di servizi di accoglienza, orientamento, informazione e commercio
- incremento, qualificazione e differenziazione attrezzature sport e tempo libero
- incremento, qualificazione e dotazione di servizi locali di interesse collettivo
- qualificazione architettonico-formale e inserimento paesistico degli interventi

Attività (strategia):

- indirizzi e linee guida per gli strumenti urbanistici, settoriali e di tutela
- incentivare accessibilità e fruizione
- sistema attrezzato di mobilità territoriale diversificata
- incremento e qualificazione delle attrezzature ricettive e di servizio
- incremento e qualificazione delle attrezzature e dei servizi commerciali (in part. X le produzioni locali)
- incremento e qualificazione delle attrezzature sportive e x il tempo libero
- incremento e qualificazione delle attività di servizio alla persona (sanità, istruzione e formazione, centri sociali, sedi istituzionali, ...)

3. Fase di pianificazione: gli assi strategici

3. Sviluppo del sistema economico sociale locale

Deve nascere un'*economia di distretto*, ma non *monoprodotto*

Condizioni:

- capacità del processo di realizzare un insieme diversificato di “prodotti culturali” competitivi sul mercato esterno
- capacità di generare e attrarre domanda pagante sufficiente
- forte integrazione dell'industria culturale con gli altri settori produttivi

Obiettivi:

- promozione del SCT e delle possibilità di fruizione turistica;
- diversificazione e qualificazione dell'offerta turistica locale;
- coinvolgimento degli operatori locali per incentivare gli investimenti al potenziamento dei servizi turistici;
- organizzazione e sostegno di attività economiche indotte
- attrazione di investimenti per nuove attività economiche

Attività:

- definizione programma per la promozione dell'immagine (itinerari, segnalazione, presidi informativi, campagna pubblicitaria);
- definizione programma per organizzazione offerta turistica integrata
- definizione programma per integrazione e sviluppo delle filiere economiche (individuazione dei settori coinvolgibili, coinvolgimento degli operatori locali ed esterni)

3. Fase di pianificazione: gli assi strategici

4. Qualificazione del capitale umano e valorizzazione delle forme di partecipazione

Distinzione tra

- **capitale umano:** disponibilità sul territorio di una forza lavoro qualificata, capacità di mettere in atto processi formativi innovativi
- **capitale sociale:** livelli di istruzione, presenza di elementi identitari forti e strutturati, presenza di un sistema sociale cooperativo, rapporto di fiducia tra collettività e istituzioni locali

Trasformare le risorse culturali in un **bene collettivo**

IDEAZIONE	<ul style="list-style-type: none">a. Individuazione del territorio di interesseb. Valutazione risorse e criticitàc. Sviluppo prima idea-forza
DEFINIZIONE	<ul style="list-style-type: none">d. Caratterizzazionee. Interpretazione del territoriof. Obiettivig. Visione strategica
PROGETTAZIONE	<ul style="list-style-type: none">h. Piano strategico: assi strategicii. Piano d'azione: interventi

