



COMUNE DI CONCORDIA SULLA SECCHIA
(Provincia di Modena)

P.zza 29 Maggio, 2 – 41033 Concordia sulla Secchia (MO)
P.IVA 00221740368 - tel. 0535 412911 fax 0535 412912

PROT. 7295/2014

Alla c.a.

Assemblea legislativa della
Regione Emilia Romagna
peiassemblea@postacert.regione.emilia-romagna.it

OGGETTO:

Documento di Proposta Partecipata (DocPP)

Titolo del processo

Dalla calamità alla calamita. Azioni partecipate per un centro storico più attrattivo.

Responsabile del processo e curatore del testo

arch. Elisabetta Dotti, resp. Servizio Gestione del Territorio

Ente titolare della decisione

Comune di Concordia sulla Secchia

Data di redazione e approvazione da parte del Tavolo di negoziazione

versione finale approvata dal TdN il 19 giugno 2014

Silverio Ascari, *professionista*

Claudio Baccarani, *prof. di marketing territoriale c/o Università di Verona*

Franco Barbi, *commerciante*

Elena Busi, *dott. commercialista, rappres. Alpacom*

Giulio Caleffi, *gruppo informale di cittadini 'Borgonovo'*

Dario Caprara, *presidente Consulta del Volontariato di Concordia s. S.*

Alice Gattamorta, *gruppo informale di cittadini 'Borgonovo'*

Stefano Gemelli, *commerciante*

Susanna Marazzi, *gruppo informale di cittadini 'Borgonovo'*

Volmerina Pitocchi, *commerciante*

Andrea Pulga, *commerciante*

Daniele Tanferri, *direttore Cna*

Marcello Testoni, *cittadino*

Lino Tioli, *cittadino*

Data di invio del DocPP al Tecnico di garanzia in materia di partecipazione

25 giugno 2014

Premessa

Il percorso effettuato

“Dalla calamita alla calamita. Azioni partecipate per un centro storico più attrattivo” è consistito in una serie di occasioni di confronto tra soggetti locali. Dal dicembre 2013 si sono susseguiti incontri a gruppi ed eventi aperti a tutti. In ogni incontro sono stati considerati diversi aspetti della rivitalizzazione del centro, fino all’identificazione di alcuni temi prioritari che sono stati sottoposti ad approfondimento da parte del cosiddetto Tavolo di Negoziazione (TdN).

Gli incontri si sono svolti con varie modalità: dalle riunioni organizzative e sedute formative dello staff di progetto, ai focus group ad invito, agli incontri pubblici ad accesso libero con finalità ideative o valutative, alle numerose sedute del TdN, per la sintesi e la scrittura del documento finale.

Esito del processo - proposte per il decisore

La proposta consiste in 14 azioni prioritarie per la rivitalizzazione del centro storico, che sono fatte proprie dalla nuova giunta comunale e rientreranno nella strategia più complessiva formulata per l’area centrale a partire dal Piano della ricostruzione.

Per quanto il referente dell’intero percorso sia il Comune, le azioni comprese nel documento non rimandano ai soli compiti dell’ente locale, bensì si configurano generalmente come terreno comune per l’attivazione di vari soggetti, pubblici, privati e associativi.

L’insieme delle proposte è suddiviso tra: a) condizioni per il rilancio del commercio, dell’artigianato e dei servizi; b) iniziative per l’uso pubblico degli spazi aperti; c) prodotto tipico locale e marketing territoriale; d) nuove residenze e nuovi residenti; e) un nuovo soggetto per la rivitalizzazione del centro.

Ciascun ambito tematico è declinato in una o più azioni, rispetto alle quali il TdN ha cercato di ipotizzare tempi di realizzazione, risorse e soggetti coinvolti o coinvolgibili nelle fasi attuative.

Per una descrizione dettagliata di ciascuna proposta, si veda il documento originale nella forma redatta dal TdN, allegato qui di seguito.

Indicazioni relativamente alla risoluzione della proposta

La proposta è già rientrata per gran parte nel programma politico del nuovo sindaco, prima vicesindaco, e della coalizione che lo ha sostenuto nelle recenti elezioni. Quale atto formale di impegno verso l’attuazione, è prevista una variazione del bilancio comunale che permetta di destinare, già dall’esercizio finanziario in corso, una prima tranche di risorse alle azioni di rivitalizzazione del centro storico.

Programma di monitoraggio

Trattandosi di una quantità molto variegata di azioni, alla realizzazione delle quali si auspica concorrano diversi soggetti, le verifiche sullo stato di avanzamento non possono che essere oggetto di momenti strutturati di confronto tra amministrazione comunale e proponenti. Come si evince dal documento, membri del TdN hanno deciso di costituirsi come nuovo soggetto collettivo e trasversale direttamente impegnato nella promozione del centro storico. L’amministrazione comunale ritiene che la nascita di un nuovo soggetto associativo sia un esito importante del processo partecipativo attivato e che l’interlocuzione con lo stesso rappresenti la migliore garanzia per un percorso attuativo efficiente ed efficace.

dalla calamità
alla calamita



azioni partecipate
per un centro storico
più attrattivo

con il contributo della
Regione Emilia Romagna 
Legge Regionale 3/2010
bando 2013 per i territori colpiti
dal sisma del maggio 2012

COMUNE DI CONCORDIA SULLA SECCHIA

14 azioni prioritarie per la rivitalizzazione del centro storico

Documento conclusivo redatto dal Tavolo di Negoziazione del progetto

dalla Calamità alla calamita - Azioni partecipate per un centro storico più attrattivo

premessa: un documento a più mani che tutti possono far proprio	2
un unico fine per quattro campi di elaborazione	3
a. condizioni per il rilancio del commercio, dell'artigianato e dei servizi	4
1. censimento e rilevazione disponibilità	
2. bando attività di nuovo insediamento	
3. regolamento sgravi fiscali	
4. parcheggi e chiusura al traffico serale	
5. sito web / portale	
b. iniziative per incentivare l'uso pubblico degli spazi aperti	8
6. ludoteca all'aperto per bambini, giovani e adulti	
7. teatro all'aperto - cinema drive-in	
8. incontri con le varie forme dell'arte	
c. prodotto tipico locale e marketing territoriale	9
9. concorso ricette e ricettari (la zucca della Concordia)	
10. mercato a kmZero	
11. itinerari saporinbici	
d. nuove residenze e nuovi residenti	11
12. sistema premiale per edifici di qualità	
13. divulgazione conoscenze sulla qualità dell'abitare	
e. un nuovo soggetto per la rivitalizzazione del centro	13
14. dal TdN alla Proloco	

dalla calamità
alla calamità
azioni partecipate
per un centro storico
più attrattivo



con il contributo della
Regione Emilia Romagna 
Legge Regionale 3/2010
bando 2013 per i territori colpiti
dal sisma del maggio 2012

documento conclusivo

14 AZIONI PRIORITARIE PER LA RIVITALIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO

premessa: un documento a più mani che tutti possono far proprio

Il progetto “Dalla calamità alla calamità. Azioni partecipate per un centro storico più attrattivo” è consistito in una serie di occasioni di confronto tra soggetti locali. Dal dicembre 2013 si sono susseguiti incontri a gruppi ed eventi aperti a tutti. In ogni incontro sono stati considerati diversi aspetti della rivitalizzazione del centro, fino all’identificazione di alcuni temi prioritari che sono stati sottoposti ad approfondimento da parte del cosiddetto Tavolo di Negoziazione (TdN)¹.

Il TdN è quindi giunto, dopo un processo di consultazione e di scrittura collettiva, a delineare, nel presente documento, le azioni che ritiene strategiche per la rivitalizzazione del centro storico di Concordia sulla Secchia e quindi per il ripristino, dopo il sisma del maggio 2012, di condizioni favorevoli al benessere dell’intera comunità, tanto in termini di opportunità economiche che di occasioni di aggregazione e socialità.

Il TdN conferma totalmente la validità delle previsioni e delle prescrizioni del Piano della Ricostruzione (PdR), peraltro ampiamente dibattute in un percorso partecipato che si è protratto nel tempo fino a confluire in quello propriamente dedicato al centro storico. Il presente documento costituisce quindi un contributo operativo verso l’attuazione di una minima e, allo stesso tempo, imprescindibile, parte di quanto indicato complessivamente nel Piano.

Gli argomenti discussi dal TdN sono stati selezionati tra quelli emersi nei focus group di gennaio-febbraio 2014. Essi affrontano la complessità dei problemi che l’intera cittadinanza si troverà ad affrontare e sono stati trattati nel ristretto periodo di tempo a disposizione: le proposte emerse non possono pertanto ritenersi esaustive e complete ma rispecchiano comunque un ordine di preferenza (e di urgenza) assegnato alle singole questioni, nonché la consapevolezza che la rivitalizzazione auspicata sia perseguibile soltanto attraverso un lavoro costante di confronto, ideazione, messa in pratica, monitoraggio e valutazione. Le proposte cui si è pervenuti risultano composte da azioni molto dettagliate e idee appena abbozzate e da sviluppare in futuro: va comunque sottolineata l’importanza di iniziare a realizzare in concreto una o due azioni, vedere

¹ Il Tavolo di Negoziazione (TdN) previsto dal progetto come indicato dal relativo bando di finanziamento, si è riunito 6 volte (il 6, 17, 24 marzo, il 3 aprile, il 5 e il 15 maggio). La decisione per quanto concerne date e orari degli incontri è stata presa nella prima riunione. Ogni riunione è stata restituita in un documento scritto e sottoposto alla verifica dei presenti prima della pubblicazione on-line. Il TdN ha inoltre potuto contare sulla presenza a una riunione dell’Ufficio comunale Interventi Economici, e in un’altra occasione, dell’assessore con delega agli Interventi economici e marketing territoriale. Hanno aderito al TdN 14 persone in totale, autoselezionatesi, in risposta agli inviti recapitati via mail a chi aveva partecipato alla redazione del Piano della Ricostruzione realizzati nel 2013, e agli appelli ripetuti durante gli incontri pubblici nella prima fase del percorso. La presenza alle riunioni del TdN è stata mediamente di 8-9 persone. Un paio di persone, pur avendo aderito formalmente, hanno contribuito ai lavori solo per iscritto (i contributi scritti sono stati tutti raccolti e pubblicati nella stessa pagina web delle restituzioni). I partecipanti al TdN sono commercianti, rappresentanti delle associazioni di categoria, membri di associazioni culturali e comitati, e cittadini. Molti di loro appartengono a più categorie e risulta quindi difficile pesare le percentuali nella composizione del Tavolo (i rispettivi nomi sono riportati sulle restituzioni qui allegate). L’ampia eterogeneità dei partecipanti per quanto concerne genere, età, professione e interessi, rappresenta comunque un elemento di valore per il mantenimento di un approccio obiettivo e realistico, adeguato ai compiti demandati al tavolo.

cosa producono, misurarne l'efficacia, apportare eventuali miglioramenti, ... per sentire di essere sulla strada giusta, e infondere ottimismo e fiducia. Solo in questo modo potremo operare in una situazione ancora troppo incerta, nella quale le 'buone pratiche' viste altrove trovano difficile applicazione.

Il presente documento viene posto nelle mani del sindaco del Comune di Concordia sulla Secchia, affinché si esprima sull'apporto che la struttura da lui guidata darà allo sviluppo e all'attuazione delle azioni qui delineate. Ma il documento è rivolto allo stesso tempo e con la stessa intensità anche agli altri livelli di governo, alle categorie economiche e al mondo associativo locale perché sia di riferimento per le loro programmazioni; ai concordiesi perché lo facciano proprio e possano misurare giorno dopo giorno l'avanzamento del progetto collettivo in esso contenuto; e a tutti coloro che verranno a Concordia per lavoro o per tempo libero, come abitanti o come visitatori, perché ci auspichiamo possano presto apprezzare pienamente le nostre capacità di accoglienza, ospitalità e solidarietà.

un unico fine per quattro campi di elaborazione

Il TdN, fin dalla sua seconda riunione, ha concentrato i propri sforzi ideativi su quattro linee di azione variamente legate tra loro, e così denominate: **'commercio'**, **'spazi aperti'**, **'prodotto locale'** e **'residenza'**. L'ordine in cui sono stati riportati è riferito allo spazio che ciascun tema ha occupato nelle discussioni del TdN, in virtù delle conoscenze a disposizione e degli interessi dei partecipanti, ma soprattutto in ragione di quanto si ritiene prioritario realizzare nel breve-medio periodo, con risorse limitate, in un ambito di competizione tra territori colpiti dal sisma.

Operare innanzitutto sul commercio significa infatti restituire prima possibile al centro la sua principale funzione storica, di strada commerciale², rivisitandola in base alle nuove esigenze dei consumatori ma anche alle caratteristiche attuali del sistema di vendita su scala locale e sovra-locale.

La rivitalizzazione del centro non può tuttavia contare sui soli operatori commerciali, né del resto loro stessi sarebbero disposti a scommettere sul successo delle proprie attività se non vedessero da subito una certa vitalità in termini di frequentazione di vie, piazze e giardini. Il TdN si è quindi posto l'obiettivo di riportare in centro i concordiesi e, possibilmente anche i non concordiesi, ben prima che gli edifici di quest'area siano pienamente ricostruiti e abitati. Le idee emerse per l'uso più o meno temporaneo degli 'spazi aperti' centrali, sono di facile realizzazione e, nel contempo, di grande portata per l'aggregazione dei cittadini attorno ai luoghi costitutivi dell'identità locale.

L'approccio più ricorrente all'interno del TdN, ma anche tra tutte le persone che si sono incontrate, porta a considerare la rivitalizzazione come un mix di azioni volte allo sviluppo delle risorse già presenti e radicate nella tradizione, e azioni volte all'invenzione di qualcosa di nuovo, capaci di incuriosire ed attrarre nuovi soggetti dai territori circostanti. Questo mix di azioni è ben rappresentato, ad esempio, dalla discussione avvenuta sul prodotto tipico locale che potrebbe essere lanciato sul mercato, fungendo però al contempo da catalizzatore per l'azione di diversi operatori locali. Che la comunità locale non si riconosca già in un prodotto locale, e che nemmeno rivangando i ricordi dei più anziani emerga un'indicazione univoca in tal senso, è segno di una cultura fortemente incentrata sullo scambio e sulla contaminazione, tipica di un luogo di fiume, al confine tra province e tra regioni. L'attuale interesse rappresenta invece la necessità di un simbolo che accomuni i concordiesi e li distingua; qualcosa di unico da offrire

² Nei ricordi inviati da una partecipante: "una lunga via che da Piazza della Repubblica, sino al Teatro Comunale, occasionalmente chiusa al traffico per manifestazioni, diventava occasione di passeggiate in libertà affiancando i portici colmi di negozietti".

a chi viene da fuori o, meglio, se non suonasse troppo ermetico, “una nuova base per ripartire dalla tradizione”.

Per quanto concerne il tema della residenza, è parso chiaro fin dai primi passi mossi dal Piano della Ricostruzione, che il centro non possa rivivere con i soli rientri di chi ci abitava prima del sisma, e che sia necessaria quindi una vera e propria strategia di ripopolamento. Ciò rimanda al confronto con, e all’azione di, più soggetti pubblici e privati. Per questo il TdN non ha avanzato ipotesi operative molto strutturate, limitandosi a indicare alcuni dispositivi per orientare il mercato immobiliare e assicurare un buon mix di residenti. C’è ancora troppa incertezza infatti sulla disponibilità di proprietari e imprese ad assumere criteri di qualità e con essi puntare alla valorizzazione dell’intero patrimonio immobiliare, mantenendo i costi dei singoli alloggi alla portata di una famiglia media. Le normative vigenti non sembrano sufficientemente incisive e si guarda piuttosto alle potenzialità in questo senso di un confronto strutturato e serrato con progettisti e committenti delle opere di ricostruzione, affinché si trovino soluzioni innovative e convenienti sia per la proprietà che per gli affittuari.

L’ultima parte del documento è dedicata ai soggetti che possono fare la differenza nel perseguimento delle finalità di ripopolamento e rivitalizzazione del centro.

Di seguito le azioni per i singoli temi:

a. condizioni per il rilancio del commercio, dell’artigianato e dei servizi

1. censimento e rilevazione disponibilità

Tutte le azioni che seguono possono essere approfondite e riviste mediante un’ulteriore fase di conoscenza sugli aspetti quantitativi e qualitativi che caratterizzano il tessuto commerciale locale. Un maggiore apporto conoscitivo deriva ad esempio da un capillare **censimento delle realtà commerciali**, teso ad evidenziare le categorie merceologiche mancanti o presenti in numero insufficiente, nonché le eccellenze su cui puntare. Gran parte dei dati è già disponibile e si tratta in pratica di riordinarli e interpretarli anche in considerazione dei trend a livello intercomunale, regionale e nazionale. Serve quindi un occhio esperto, che potrebbe essere fornito dalle associazioni di categoria, al fine di valutare ed eventualmente riorientare i criteri di assegnazione degli incentivi all’insediamento.

cosa: rilevazione attività presenti e disponibilità al rientro in centro

obiettivi: evidenziare spazi per nuove categorie merceologiche mancanti o scarse

chi: associazioni di categoria, consulta economica sindacale

quando: estate 2014

risultati: report di dati e valutazioni per bando incentivi o riedizione dello stesso

valore in euro: 5.000.00

Ulteriori dati derivano da un sondaggio sulle disponibilità dei commercianti locali a rientrare in centro o sulle condizioni che essi vorrebbero soddisfatte. Il sondaggio ha il duplice scopo di rilevare ulteriori punti di vista e di mantenere vivo l’interesse per le azioni che via via si compieranno per la rivitalizzazione del centro storico.

2. bando attività di nuovo insediamento

Il Comune, in partnership con altri soggetti che possono mettere a disposizione risorse economiche, conoscitive o comunicative, emana un bando sul modello di quanto già realizzato altrove³ per la rivitalizzazione di aree urbane degradate o mal frequentate.

Il bando prevede un'azione su due fronti:

- l'immissione sul mercato di un certo numero di **locali commerciali con un costo di affitto per i prossimi 4 anni considerevolmente inferiore al valore medio dell'area**, mediante un accordo stipulato con i proprietari e la (eventuale) corresponsione da parte pubblica della quota non introitata;
- l'incentivazione diretta di **10 nuove attività che sceglieranno di insediarsi in centro**, selezionate sulla base della loro capacità di attrazione di pubblico e di altri esercizi⁴.

Gli incentivi, preferibilmente in conto capitale, sono per attività ristorative che si presentino con un'offerta di qualità associata alla capacità di programmazione di attività culturali e/o a una particolare cura degli spazi interni ed esterni; e per attività commerciali e artigianali condotte da giovani fino a 35 anni o imprese femminili.

Tra le spese ammissibili, gli incentivi potranno coprire l'acquisizione di strumentazione, attrezzature, arredi, e servizi specifici per lo start up dell'attività svolta. Un voucher aggiuntivo è destinato alla formazione degli operatori e/o dei loro collaboratori e i beneficiari saranno liberi di spenderlo nella struttura pubblica o privata che riterranno più adeguata alle proprie esigenze.

Corollario del bando e del relativo sistema di incentivi è la massima semplificazione delle procedure di accesso ai contributi, con la riduzione al minimo dei requisiti necessari e la disponibilità di un servizio gratuito di supporto alla redazione del business plan.

Per il successo dell'operazione, risulta inoltre opportuno prevedere una quota, seppur minima, destinata ai proprietari dei locali commerciali che anche dopo l'emanazione del bando non saranno stati affittati, affinché ne garantiscano la manutenzione, il decoro e l'illuminazione delle vetrine nelle ore serali e notturne, e li rendano disponibili temporaneamente per esposizioni e altri eventi.

Il TdN ritiene infine che questa azione necessiti della massima celerità attuativa per evitare possibilmente la concorrenza da parte di altri soggetti in altri territori. Meglio quindi iniziare anche con una versione ridotta del bando, e attrarre subito qualche nuova attività, piuttosto che attendere di predisporre tutte le misure e le relative quote di finanziamento, e rischiare di arrivare quando la domanda inizia a scarseggiare.

cosa: bando per incentivi alle attività di nuovo insediamento

obiettivi: portare in centro almeno una decina di nuove attività commerciali, artigianali o di servizi

chi: Comune di Concordia s/S, proprietari immobiliari, associazioni di categoria

quando: estate 2014

risultati: nuove attività preferibilmente condotte da under 35enni, attraverso contributi in conto capitale e affitti calmierati

valore in euro: 30.000,00 per la prima edizione del bando

³ I bandi assunti a riferimento dal TdN sono allegati tra i 'contributi raccolti'. La presente azione prevede in pratica un unico bando che unisca quanto realizzato dal Comune di Modena per l'area della Pomposa (contributi alle attività che si insediano) e per via Carteria (accordo con i proprietari per l'applicazione di canoni di affitto ridotti).

⁴ In uno dei contributi raccolti si suggeriscono: "attività di artigianato di servizio, tipo riparatori-manutentori-pulizia-deposito di biciclette e motocicli, lavori di sartoria, riparazioni abiti, scarpe, riuso-scambio oggetti, restauro mobili, opere d'arte, hobbistica, plant sitting (accudimento piante), manutenzione periodica del verde a domicilio, accudimento piccoli animali per brevi periodi (pet sitting), catering etico, a Km zero, con prodotti equi e solidali promosso da cooperative sociali, ecc. o attività di commercio legate al mondo agricolo, tipo distributore del latte, mercato contadino, oppure vendita diretta presso aziende agricole, ecc. o al commercio on-line con pick&pay (ritiro in negozio di oggetti ordinati in rete)"

degli spazi pubblici e, in particolare, per quanto concerne il traffico automobilistico e la sosta.

Vanno quindi inizialmente testate soluzioni di parziale o totale chiusura del centro, non solo in corrispondenza di eventi di grande portata, ma anche in diversi giorni della settimana e in diversi orari, per comprenderne gli effetti anche potenziali in termini di presenze, di tempi di percorrenza e di permanenza, di qualità percepita dai frequentatori del centro.

Dopo una fase di test sufficientemente articolata si potranno scegliere le percentuali di budget da allocare su: nuova segnaletica e messaggistica; nuovi parcheggi o riorganizzazione e differenziazione dei parcheggi esistenti (tra gratuiti e a pagamento, tra libero e orario); vigilanza, in presenza o telematica; dissuasori di velocità; aiuole, fioriere e altri arredi aventi finalità di riordino degli spazi viari.

Per la messa in atto di questa azione diviene quindi necessario un confronto costante tra tecnici comunali e operatori commerciali, che porti a concordare gli interventi e a coordinare orari di apertura-chiusura, eventi, manifestazioni, saldi e promozioni, ecc. Tale confronto diviene altresì di grande importanza nella fase di ricostruzione quando i cantieri obbligheranno in pratica la chiusura di alcune vie e richiederanno la ricerca di soluzioni, anche temporanee, atte a garantire l'accessibilità di tutti gli esercizi.

cosa: nuove forme di regolazione del traffico e della sosta nelle vie centrali e nelle aree limitrofe

obiettivi: rendere più accessibile il centro aumentando al contempo la qualità degli spazi pubblici

chi: tecnici del Comune di Concordia s/S e operatori economici

quando: dall'estate 2014

risultati: più stalli di parcheggio e più segnalati, prove di chiusura temporanea al traffico, progressiva definizione di un modello adeguato di gestione

valore in euro: costi dettati dalle soluzioni che si individueranno per segnaletica, arredi, comunicazione, eventi, ecc.

5. sito web / portale

La comunicazione di ciò che avviene e avverrà nel centro storico è affidata a un sito web.

Nel sito sono riportate:

- tutte le attività economiche locali (comprehensive delle attività collocate all'esterno del centro storico) che lo richiederanno, con rispettivi orari di apertura, contatti, promozioni, elementi distintivi della propria offerta;
- le disponibilità di locali liberi da adibire a commercio, artigianato, e altre attività professionali o volontaristiche, con indicazione dei referenti e dei relativi contatti;
- i bandi di assegnazione incentivi con relativa modulistica e risposte alle domande più frequenti;
- la programmazione di tutti gli eventi pubblici.

In tal modo chi si insedia a Concordia potrebbe godere di un veicolo promozionale già funzionante e si costituirebbe un punto di incontro tra domanda e offerta di immobili.

cosa: una rappresentazione virtuale degli spazi aperti a nuove attività a Concordia s/S

obiettivi: comunicare all'esterno le opportunità esistenti

chi: operatori economici eventualmente sostenuti dalle associazioni di categoria e/o da un gruppo di giovani locali che realizzano materialmente il sito e lo aggiornano a fronte di un compenso raccolto tra gli inserzionisti

quando: dall'estate 2014

risultati: comunicazione capillare sulle realtà esistenti e sulle opportunità

valore in euro: 5.000,00/anno

b. iniziative per incentivare l'uso pubblico degli spazi aperti⁶

6. ludoteca all'aperto per bambini, giovani e adulti

Presso il Parco delle Rimembranze, sul retro dello storico municipio, viene allestita una **ludoteca per tutte le età, aperta tra pomeriggio e sera con orari variabili a seconda del periodo dell'anno**. L'iniziativa è volta fornire un luogo molto accessibile per l'aggregazione di tutte le fasce d'età, e potrebbe essere associata a una caffetteria.

Gli arredi di partenza constano di una decina di tavoli, una cinquantina di sedie, qualche ombrellone. Tale dotazione sarà incrementata nel tempo in base all'effettivo uso anche con donazioni spontanee da parte di chi fruisce della ludoteca. Lo stesso si può dire per i giochi: a un minimo acquisto iniziale di giochi di società, mazzi di carte, ecc. seguirà un appello ad accrescerne le disponibilità con donazioni e riciclo. Per la realizzazione del progetto è inoltre da adibire un locale nei pressi del parco (eventualmente anche con un prefabbricato in attesa del restauro del municipio) con funzioni di magazzino, in modo che la ludoteca possa essere allestita (o disallestita) in modo semplice e veloce.

Vista la varietà del pubblico cui è rivolto, il progetto sarà affinato via via a seconda delle fasce d'età prevalenti tra i fruitori.

Il soggetto attuatore è da individuare nell'ampio schieramento del volontariato locale.

cosa: parco delle Rimembranze adibito a spazio centrale di aggregazione

obiettivi: aggregazione e socialità tra cittadini e tra generazioni

chi: un gruppo di volontariato assicura la presenza e la custodia degli spazi e delle attrezzature, promuovendo anche lo sviluppo delle risorse a disposizione

quando: dall'estate 2014

risultati: uno spazio centrale più frequentato di quanto non fosse prima del sisma

valore in euro: 8.000,00/anno comprensivi di giochi da acquistare/riparare e servizio di custodia prestato dai volontari. Da valutare se servano copertura assicurativa, acqua ed elettricità, che, nel caso potrebbero essere attribuite al Comune

7. teatro all'aperto - cinema drive-in

Un palco e uno schermo sono le attrezzature principali per **trasformare largo La Couronne in un cinema drive-in e in teatro all'aperto**. Si offre così uno spazio alle attività teatrali promosse dalle compagnie locali, alla musica e al cinema (che nella versione drive-in potrebbe costituire una soluzione per le serate di cattivo tempo). Il tutto ben prima dei tempi previsti per il restauro del Teatro del Popolo e degli edifici limitrofi, sfruttando anzi la scarsa presenza di abitanti per spettacoli più rumorosi.

L'attrattiva, se ben pubblicizzata, porterebbe a Concordia anche un pubblico extralocale e potrebbe essere associata a uno spazio di vendita (chiosco) di prodotti enogastronomici tipici.

cosa: largo La Couronne adibito a teatro-cinema all'aperto

obiettivi: permettere la ripresa della programmazione culturale prima del restauro del Teatro del Popolo. Attirare pubblico esterno con la formula drive-in

chi: programmazione a cura di associazioni culturali e gruppi teatrali.

quando: dall'estate 2014

risultati: un polo d'attrazione verso il centro di Concordia

valore in euro: allestimento complessivo del valore di ca. 20.000,00 euro per 4 mesi di noleggio. Costi parzialmente coperti con forme di sponsorship

⁶ Gli spazi qui considerati rispecchiano per gran parte quelli che uno studio condotto dal Laboratorio di Marketing Territoriale dell'Università di Verona 'Ethos' chiama "Centri del centro" (cfr *Ricucire e rimodellare il Centro storico di Concordia sulla Secchia, dopo il terremoto del 20 e 29 maggio 2012*, <http://ethosverona.tumblr.com>).

8. incontri con le varie forme dell'arte

La tradizione musicale di Concordia offre lo spunto per avviare un **programma di concerti acustici e incontri divulgativi su vari generi e strumenti musicali**, in spazi pubblici e privati non ancora occupati da cantieri, ovvero già restaurati. Lo scopo è di valorizzare la scuola filarmonica e le relazioni che in questi anni ha instaurato con corpi bandistici, orchestre e altre formazioni, nonché con musicisti e musicologi.

Va inoltre ripresa e sviluppata l'esperienza accumulata negli ultimi anni per quanto concerne le **rassegne artistiche di pittura e musica da strada**. I portici e alcuni spazi commerciali costituiscono ottimi scenari anche in presenza di cantieri, per intensificare il calendario delle manifestazioni puntando su poesia, letteratura e teatro. Quale incentivo alla partecipazione degli artisti si pensa al premio 'Concordia' da attribuire alla migliore opera dialettale. La collocazione di confine tra province e tra regioni, fa infatti di Concordia la sede adatta per un festival dei dialetti di pianura.

Una gara tra writers è infine la proposta indirizzata ai più giovani. Spazi da riqualificare, opere provvisorie, muri da abbattere o da intonacare si prestano come ottimi supporti per un'arte effimera come quella del writing. La cementata del fiume dà inoltre spazio alle opere di maggiori dimensioni e 'a più mani'.

cosa: portici, corti, slarghi, edifici da ricostruire come spazi per diverse manifestazioni artistiche

obiettivi: consolidare le tradizionali manifestazioni e aprire a nuove forme d'arte più caratterizzanti

chi: programmazione a cura di associazioni culturali, gruppi teatrali, uffici comunali preposti

quando: dall'estate 2014

risultati: vitalità culturale ed economica per il centro

valore in euro: 10.000,00 euro/anno di costi vivi per attrezzature e comunicazione, da coprire con sponsorizzazioni, più valore degli spazi dati in comodato dai privati e ospitalità offerta agli artisti da cittadini e associazioni

c. prodotto tipico locale e marketing territoriale

9. concorso ricette e ricettari (la zucca della Concordia)

La ricerca di un prodotto tipico in un luogo di forti contaminazioni qual è Concordia, richiede uno sforzo da parte di molti soggetti, tutti in qualche modo 'esperti' nel campo: dai cittadini agli storici; dai vecchi agricoltori ai cultori della gastronomia.

Un modo per portare una grande varietà di soggetti a confrontarsi è fissare un tema (quello che sembra più promettente è la zucca) e organizzare su di esso un **concorso per la ricetta più rappresentativa, in base ai prodotti utilizzati, ai metodi di preparazione, o alla sua ricorrenza nei menù famigliari**.

Ovviamente, trattandosi di cibo, per partecipare al concorso non basta riportare la ricetta per iscritto, bensì dovrà esserne documentata l'origine (mostrando ad esempio le pagine del ricettario di famiglia, o del libro, da cui proviene) e dovrà essere preparato il piatto per una degustazione.

La partecipazione al concorso è quindi aperta a tutti coloro che, in possesso di indicazioni in qualche modo certe sulla provenienza della ricetta, vogliono creare in diretta il proprio piatto e farlo assaggiare al pubblico.

La manifestazione vede quindi la trasformazione temporanea di vari luoghi in piccoli stand dotati

cosa: premio 'Prodotto tipico concordiese'

obiettivi: creare un evento di forte richiamo con il coinvolgimento della cittadinanza

chi: un comitato organizzatore creato tra: associazioni culturali, gruppi volontari, ristoratori e esperti

quando: autunno 2014

risultati: individuazione di un prodotto simbolico dell'identità locale da spendere per la promozione territoriale

valore in euro: 10.000,00 euro di costi per comunicazione, acquisto ingredienti e noleggio attrezzature, tutti derivanti da sponsorizzazioni

dell'attrezzatura minima per la preparazione del piatto. Sia la giuria che il pubblico potranno così assaggiare diverse pietanze o diverse versioni apprezzandone anche il contenuto storico e socio-identitario.

I costi degli ingredienti sono supportati dai supermercati locali e da altri sponsor, mentre l'attrezzatura per gli stand potrebbe essere messa a disposizione da un'azienda produttrice di cucine.

Al vincitore sarà assegnato il premio 'La zucca della Concordia' (eventualmente articolato tra primi piatti, secondi e dessert) che sarà mantenuto finché nelle manifestazioni degli anni successivi non si troverà una ricetta più ancorata alla tradizione locale.

I ristoratori locali potranno così presentare nel proprio menù il piatto (o i piatti) direttamente derivati dalla manifestazione-concorso, beneficiando quindi di un vero e proprio marchio di origine.

10. mercato a kmZero

Già nel percorso partecipato sul Piano della Ricostruzione era emersa l'opportunità di valorizzare il prodotto agricolo locale, facendolo conoscere e rendendolo più remunerativo per gli operatori, secondo l'approccio della filiera corta.

Le potenzialità di un mercato direttamente gestito dai produttori sono ora riconsiderate per le ricadute che questo potrebbe avere sulla vitalità del centro. Si tratterebbe infatti di un appuntamento fisso, con cadenza settimanale, in giorni diversi da quelli del mercato, che in quanto tale permette di raddoppiare le occasioni per venire in centro.

Per quanto concerne i prodotti, il farmer market orienta il consumatore verso la scelta del prodotto fresco con tutto ciò che questo comporta a livello di prezzo, gusto e possibilità di conservazione. Un'azione quindi che mira all'economicità ma anche alla consapevolezza del consumatore, e che si presta ad essere accompagnata da incontri informativi sulle proprietà e sulle varietà di un dato prodotto, sulle ricette per gustarlo al meglio, su modi di produzione più sani e meno impattanti sull'ambiente, ... ecc.

Il luogo prescelto per l'allestimento del mercato è largo La Couronne, facilmente accessibile anche in auto e prossimo alla zona meno utilizzata di via della Pace.

11. itinerari saporinbici

Le valenze naturalistiche del territorio così come le produzioni agricole e le culture gastronomiche sono considerate complessivamente e valorizzate in un itinerario cicloturistico collegato al percorso Eurovelo 7.

In questa prospettiva, assume maggiore importanza l'anello Concordia-Moglia-Bondanello sull'argine del fiume Secchia, da rendere pienamente fruibile; si possono inventare nuove

cosa: mercato dei produttori agricoli locali

obiettivi: maggiore frequentazione del centro; maggiore consapevolezza dei consumatori rispetto al consumo di frutta e verdura di stagione

chi: associazioni di categoria (Coldiretti ha già molta esperienza) e produttori

quando: autunno 2014

risultati: un appuntamento settimanale alternativo al classico mercato

valore: i costi organizzativi rientrano nelle attività istituzionali delle associazioni di categoria, gazebo e banchi sono acquistati dai produttori

cosa: itinerario ciclo-gastronomico

obiettivi: mettere in rete soggetti e risorse territoriali

chi: associazioni di categoria, Strada dei vini e dei sapori; associazioni volontarie; Comune di Concordia e Comuni limitrofi

quando: progettazione da avviarsi al più presto per avere un risultato concreto nel 2015

risultati: itinerario ciclabile, con rete di attività a servizio di chi ne fruisce

valore: costi di progettazione e costruzione della rete di soggetti che possono contribuire; realizzazione di opere pubbliche da quantificare nella fase progettuale

manifestazioni e gare (ad esempio una gara di mountain bike che sfrutti i dislivelli sull'argine) e si può sviluppare una rete di attività e servizi (bike service, bike hotels, bici-grill, piccole aree di sosta attrezzate, agriturismo,..).

Vanno poste inoltre le connessioni con altre iniziative quali *Biciclette a fiumi*, oltre che con la gestione del Parco Secchia, per poter contare su una comunicazione ad ampio raggio.

Strade dei vini e dei sapori è infine visto come soggetto esperto, che può intervenire nella fase progettuale, così come in quelle promozionali e gestionali dell'operazione.

d. nuove residenze e nuovi residenti

12. sistema premiale per edifici di qualità

Il Comune ha la possibilità di adottare dei criteri per l'assegnazione di premialità in ragione dei miglioramenti, che i privati sono in grado di apportare in fase di ricostruzione dei propri edifici, rispetto a quanto previsto dalle normative nazionali e regionali.

Lo studio di un sistema che premi la qualità edilizia è funzionale a rendere più competitivo l'intero patrimonio immobiliare e quindi a rendere il centro più attrattivo, sia per quanto concerne le residenze che per quanto concerne i locali commerciali. In pratica, una consapevolezza diffusa che qui si sia lavorato nella ricostruzione degli edifici con criteri di qualità più stringenti che altrove, porterà più soggetti a considerare l'opzione di un trasferimento nel centro di Concordia.

I costi di manutenzione e conduzione di un alloggio o di un locale commerciale risultano sempre più importanti per chi si affaccia sul mercato immobiliare, e agire per la limitazione di tali costi su scala urbana, significa poter effettivamente incidere sull'attrattività delle singole unità, senza un proporzionale aumento dei costi realizzativi. L'innesco di un processo competitivamente virtuoso di ricerca di soluzioni che elevino gli standard costruttivi e le economie di scala che si possono ottenere coordinando gli interventi tra diversi lotti o diversi cantieri, evitano infatti ricadute negative a livello di prezzo di mercato e quindi di profitti, sia per quanto concerne le imprese, che per i proprietari.

Ciò che si propone in termini di meccanismi premianti non è quindi tanto una copertura di costi aggiuntivi in nome della qualità edilizia quanto piuttosto un incentivo all'impiego delle migliori tecnologie disponibili che, favorendo un più veloce trasferimento del bene (sia esso in vendita che in affitto), finisce col rappresentare un vero e proprio guadagno per chi se ne avvale.

Ora, la scelta della forma di erogazione dell'incentivo (cubature aggiuntive; scomputo di oneri; sgravio temporaneo di imposte o tariffe comunali; ...) non può che essere rimandata a un confronto tra Comune e proprietari, con un eventuale allargamento a progettisti e imprese.

Sui criteri di attribuzione dei premi invece la preferenza è più netta e comprende:

cosa: incentivi edifici di qualità per quanto concerne materiali e soluzioni impiantistiche

obiettivi: portare più persone ad abitare in centro operando sulla qualità della ricostruzione

chi: Comune, proprietari, progettisti, ordini professionali, imprese

quando: confronto da attivare al più presto per non creare disparità nella distribuzione degli incentivi

risultati: edifici in centro ad alta qualità per quanto concerne durata dei materiali e risparmio energetico

valore: un primo pacchetto sperimentale di incentivi potrebbe ammontare a ca. 50.000.000 euro, eventuali finanziamenti sono da programmare in modo mirato verso gli interventi risultati più efficaci nell'attrarre nuovi abitanti in centro

tra le soluzioni a carattere tecnico:

- l'adozione di tecniche costruttive e impiantistiche per il risparmio energetico e idrico, nonché per l'uso di energie rinnovabili, supplementari a quanto previsto dalle leggi regionali in materia;
- l'accordo stipulato tra proprietari per l'utilizzo di un unico impianto di riscaldamento e raffrescamento nel condominio o tra condomini contigui (ad esempio all'interno della medesima Umi);
- l'uso di materiali certificati con marchi di durevolezza e sostenibilità;
- l'inserimento di ascensori e/o montacarichi che rendano tutti gli spazi accessibili a tutte le forme di disabilità;

tra le soluzioni a carattere urbanistico:

- la previsione di un pubblico passaggio in caso di possesso di corti interne nelle quali si possa aprire un'attività commerciale o artigianale, ovvero attraverso le quali si possa raggiungere il lungo Secchia;
- l'accorpamento degli spazi privati a parcheggio o altre soluzioni che aumentino la disponibilità di posti macchina rispetto alla somma delle singole proprietà;

e tra le soluzioni a carattere socio-economico:

- un accordo tra proprietari affinché all'interno di un unico condominio o all'interno di una Umi, le tipologie prescelte, il taglio degli alloggi e le modalità di affitto e gestione rimandino a un mix tra famiglie con prole, anziani, giovani coppie o single;
- la disponibilità a: praticare un prezzo di affitto modulato, con un canone minimo nel periodo iniziale e gradualmente aumenti nel corso degli anni; o stipulare contratti di affitto temporaneo per lavoratori o studenti, in attesa che decidano se stabilizzarsi o meno in centro.

13. divulgazione conoscenze sulla qualità dell'abitare

Se sul fronte dei proprietari si possono trovare delle forme incentivanti verso l'impiego delle migliori tecnologie disponibili, anche sul fronte della sensibilizzazione della cittadinanza si può agire affinché siano pienamente riconosciuti i valori sociali e ambientali, oltre che economici, insiti nella scelta di un'edilizia di qualità, e siano altrettanto diffuse le ragioni e le modalità per il massimo risparmio delle fonti energetiche non rinnovabili oltre che per forme di organizzazione tra cittadini volte a minimizzare i costi aumentando il benessere.

Un contributo in questo senso è atteso dall'organizzazione di **attività divulgative orientate all'abbattimento dei costi dell'abitare e al miglioramento della qualità edilizia (un vademecum, incontri pubblici, laboratori, visite guidate, ...).**

Si tratta in pratica di un'attività culturale distesa nel tempo che da un lato fornisce informazioni su come perseguire la massima performance energetica negli edifici e dall'altro lato mostra tutte le possibilità di autorganizzazione, autoconstruzione, condivisione di spazi lavorativi e abitativi, che comportano, oltre al risparmio economico anche risvolti positivi a livello di scambio di tempo e di competenze, e, più generalmente, a livello di qualità della vita.

cosa: un sistema informativo (guida, incontri, laboratori e seminari) su qualità edilizia, e modalità di abbattimento dei costi aumentando il livello di benessere

obiettivi: diffondere nuovi modelli abitativi adeguati al contesto socio-economico locale

chi: Comune, associazioni culturali, ordini professionali, tecnici progettisti, esperti in co-housing, impiantistica innovativa, progettazione interattiva

quando: confronto da avviare al più presto per decidere formato e modalità di diffusione

risultati: una guida scaricabile online per scegliere l'immobile adatto alle proprie esigenze

valore: costi materiali ridotti all'osso; valore corrispettivo di ca. 6.000,00 per ricerca di buone pratiche e assemblaggio delle informazioni.

L'attività può partire con la produzione di un vademecum che stimoli la partecipazione a successivi incontri e laboratori. L'obiettivo è portare i cittadini a farsi promotori di una domanda effettiva in questo senso e fornire occasioni di confronto, facendo intervenire anche i protagonisti delle esperienze più riuscite di co-housing, co-working, e altre forme di produzione auto-organizzata.

e. un nuovo soggetto per la rivitalizzazione del centro

14. dal TdN alla Proloco

L'insieme delle azioni sopra descritte necessita di un soggetto che le affini sul piano progettuale ma che sappia anche, e soprattutto, fungere da coordinatore e da punto di riferimento per tutti i soggetti aventi un ruolo nella loro realizzazione.

Questo soggetto è stato via via riconosciuto in un manager, che ad esempio abbia esperienza diretta nel marketing territoriale e sappia su che tipo di prodotto è meglio puntare; o in un direttore artistico cui affidare la programmazione di rassegne ed eventi.

Solo nell'ultima fase del percorso è maturata la consapevolezza che il soggetto decisivo per passare all'azione non possa che essere composto da persone già attive a livello locale nell'organizzazione di manifestazioni ed eventi, coadiuvate eventualmente da un esperto sui temi via via affrontati.

Gran parte dei membri del TdN pensano quindi che una nuova associazione autonoma strettamente mirata alla promozione del territorio, nella tradizione delle proloco, possa costituire quel riferimento per tutti i soggetti pubblici e privati che, a livello locale vogliono attivarsi per la rivitalizzazione del centro storico di Concordia sulla Secchia.

cosa: una nuova associazione che riunisca tutti gli interessati alla promozione di eventi e manifestazioni

obiettivi: costituire un punto di riferimento per tutti i soggetti, affinare le idee finora emerse e avviarne la restituzione

chi: il TdN convoca altri soggetti locali e con loro elabora un progetto di proloco

quando: con la fine del progetto 'Calamita'

risultati: un soggetto di coordinamento con obiettivi di promozione del centro storico

valore: istituzione non onerosa (a parte registrazione statuto), azioni di evidente valore per la loro capacità di imprimere una svolta al centro storico



Il Responsabile dell'Area
Gestione del Territorio
arch. Elisabetta Dotti