

Città di Savigliano

Non solo commercio.

Dal centro commerciale alle polarità integrate



10 novembre 2011

Grazia Brunetta
Professore di Urbanistica - Politecnico di Torino

Una premessa. Commercio e Territorio

- Non è *tema* di settore ma *tema* inerente la progettazione del territorio
- E' attività produttiva (in Piemonte nel 2008 corrisponde al 30% del PIL) capace di innescare investimenti e iniziative locali di sviluppo
- Gli insediamenti del commercio generano effetti territoriali pervasivi (transcalarità e multifunzionalità)

da *LUOGHI* del commercio a *TERRITORI* del commercio
Centralità per il piano e progetto urbanistico

La logica del processo di riforma del commercio

- Il processo di riforma - nazionale e regionale

D.lgs. 114 del 31 marzo 1998 (legge Bersani)

Riforma della disciplina del commercio

LR 12 novembre 1999, n. 28 - “Disciplina, sviluppo ed incentivazione del commercio in Piemonte in attuazione del D.lgs. 114/1998”

D.lgs. 114 del 31 marzo 1998 (legge *Bersani*)
'Riforma della disciplina del commercio'
art. 1 – oggetto e finalità

La disciplina in materia di commercio persegue le seguenti finalità:

- a) la **trasparenza del mercato**, la concorrenza, la libertà di impresa e la libera circolazione delle merci;
- b) la **tutela del consumatore**, con particolare riguardo all'informazione, alla possibilità di approvvigionamento, al servizio di prossimità, all'assortimento e alla sicurezza dei prodotti;
- c) l'efficienza, la **modernizzazione e lo sviluppo della rete distributiva**, nonché l'evoluzione tecnologica dell'offerta, anche al fine del contenimento dei prezzi;
- d) il **pluralismo e l'equilibrio tra le diverse tipologie delle strutture distributive** e le diverse forme di vendita, con particolare riguardo al riconoscimento e alla valorizzazione del ruolo delle piccole e medie imprese;
- e) la **valorizzazione e la salvaguardia del servizio commerciale** nelle aree urbane, rurali, montane, insulari.

D.lgs. 114 del 31 marzo 1998 (legge *Bersani*)
'Riforma della disciplina del commercio'

Due principi:

- Liberalizzazione
art. 2. - Libertà di impresa e libera circolazione delle merci

- Decentramento in materia di programmazione alle Regioni

Legge 114/98 *decentramento*

- ❑ A livello nazionale viene definito il *quadro degli obiettivi*
La legge affida alle Regioni l'adattamento della riforma ai contesti locali
- ❑ A livello regionale vengono definiti gli *indirizzi generali e criteri di programmazione e per la pianificazione urbanistica*

Riforma del titolo V della Costituzione (legge Costituzionale 3/2001)

Il settore del commercio diventa materia di competenza esclusiva delle Regioni

autonomia delle Regioni in materia di programmazione del commercio

→ *differenze e specificità dei quadri normativi regionali*

Cosa è successo in Piemonte?

LR 12 novembre 1999, n. 28
la logica

- norme di indirizzo per l'insediamento delle attività commerciali e i criteri per la pianificazione urbanistica
- si rimanda ai Comuni (art.4) l'adozione dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni e l'adeguamento degli strumenti urbanistici
- **RUOLO DEI COMUNI → Individuare le localizzazione commerciali (da applicazione dei nuovi criteri regionali)**

Piemonte - Il sistema di rete

Rete primaria	<i>Centro metropolitano</i>	Centri attrattori di aree di programmazione commerciale, con concentrazione di servizi commerciali. Su di essi si concentrano flussi di gravitazione naturale che interessano vaste zone del territorio regionale.
	<i>Comuni polo</i>	
	<i>Comuni subpolo</i>	Erogano servizi commerciali competitivi con quelli del polo della rete primaria, anche se per un numero limitato di funzioni.
Rete secondaria	<i>Comuni turistici (non compresi nella rete primaria)</i>	È riconosciuta la presenza evidente di popolazione turistica, anche giornaliera
	<i>Comuni intermedi</i>	Comuni con popolazione superiore a 3.000 abitanti non compresi nelle altre categorie
	<i>Comuni minori</i>	Comuni con popolazione inferiore a 3.000 abitanti non compresi nelle altre categorie

Il territorio regionale è classificato (art. 9) :

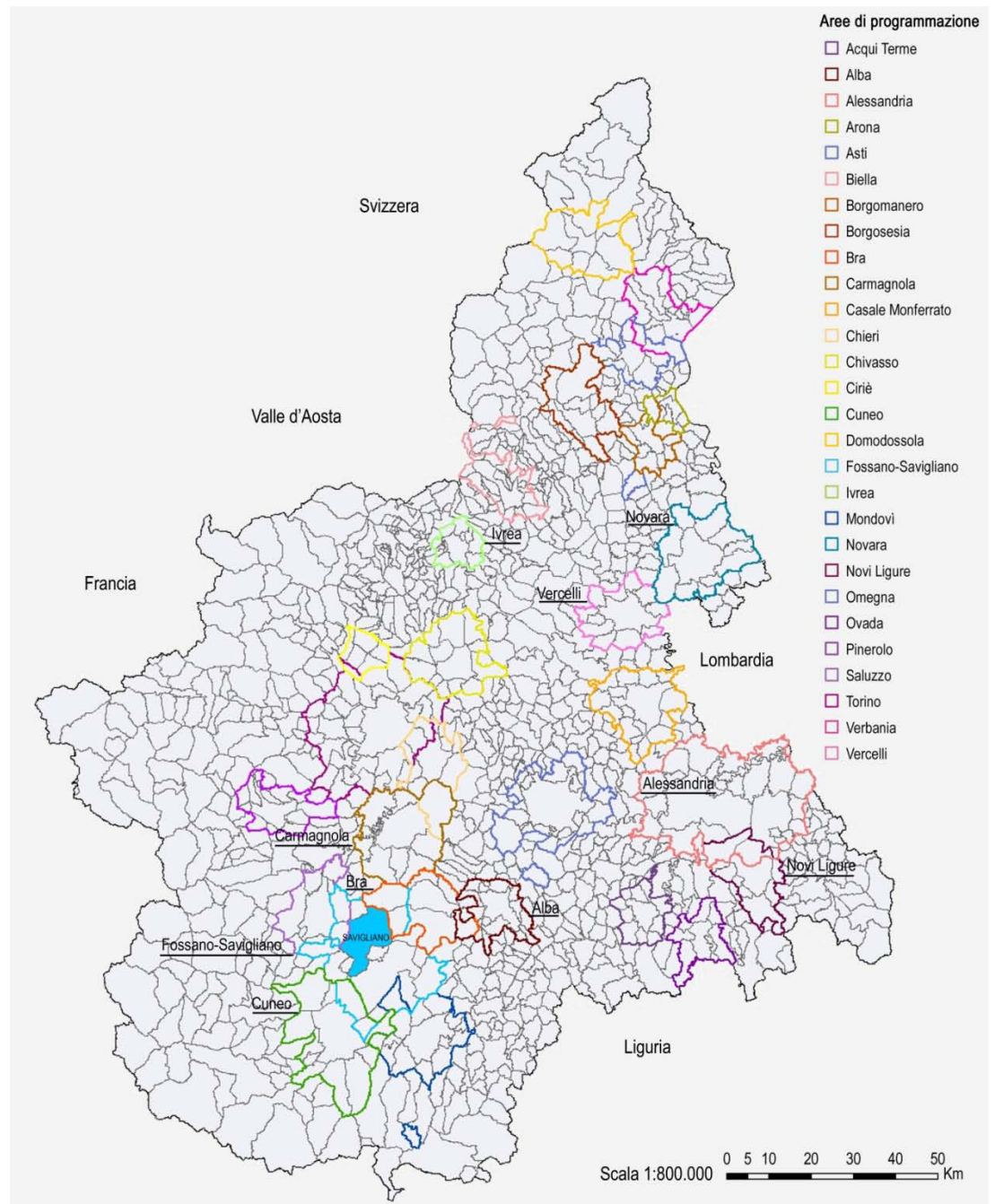
- Aree di programmazione commerciale di interesse sovracomunale (comune attrattore e comuni confinanti) – in totale 28
meno di un terzo della superficie regionale dove è concentrata 75% della popolazione con una distribuzione dell'offerta così articolata per tipologia al 2006: 77% del totale degli esercizi di vicinato; 72% delle medie strutture; 76% delle grandi strutture a localizzazione singola e dei grandi centri commerciali; 65% dei centri commerciali di medie dimensioni.
- Altre aree di programmazione commerciale (comuni o ambiti urbani)

LE AREE DI PROGRAMMAZIONE

SAVIGLIANO è COMUNE POLO (19.287 ab.)

AREA DI PROGRAMMAZIONE FOSSANO-SAVIGLIANO

Nei **comuni polo** e subpolo della **rete primaria** si concentra oltre il 46% della popolazione della regione; nei comuni intermedi il 18%; nei comuni “minori” il 25%.



Le zone di insediamento commerciale si distinguono in:

- ADDENSAMENTI (zone A) → *urbane e periurbane*
- LOCALIZZAZIONI COMMERCIALI (zone L) o singole zone di insediamento commerciale concentrato → inizialmente *periurbane e extraurbane*

dal 2006 → Delibera CR 59-10831 (24 marzo 2006) vengono eliminate le ***localizzazioni extraurbane L3***

Localizzazioni commerciali (aree L)

Nel 2006 la programmazione regionale in materia di nuovi insediamenti commerciali viene riformulata in senso più restrittivo:

- vengono eliminate le localizzazioni extraurbane L3 e sono resi più stringenti i criteri per la valutazione *ex ante* degli aspetti strutturali, territoriali e ambientali inerenti il riconoscimento delle tipologie di localizzazione A5 (addensamento arteriale extraurbano) e L2 (localizzazione urbano-periferica non addensata).
- le localizzazioni L2 e A5 devono essere individuate previa approvazione da parte del comune del ***progetto unitario di coordinamento***

Le **superfici di vendita** vengono classificate in base a dimensione e popolazione del comune di localizzazione

- ❑ **Esercizi di vicinato** (*fino a 150 mq comuni fino a 10000 ab. e fino a 250 mq comuni >10000 ab*)
- ❑ **Medie strutture di vendita** (*tra 151 e 1500 mq comuni fino a 10000 ab. e tra 251 – 2500 mq comuni > 10000 ab.*)
- ❑ **Grandi strutture di vendita** (*>1500 mq comuni fino a 10000 ab. e più di 2500 mq comuni > 10000 ab*)

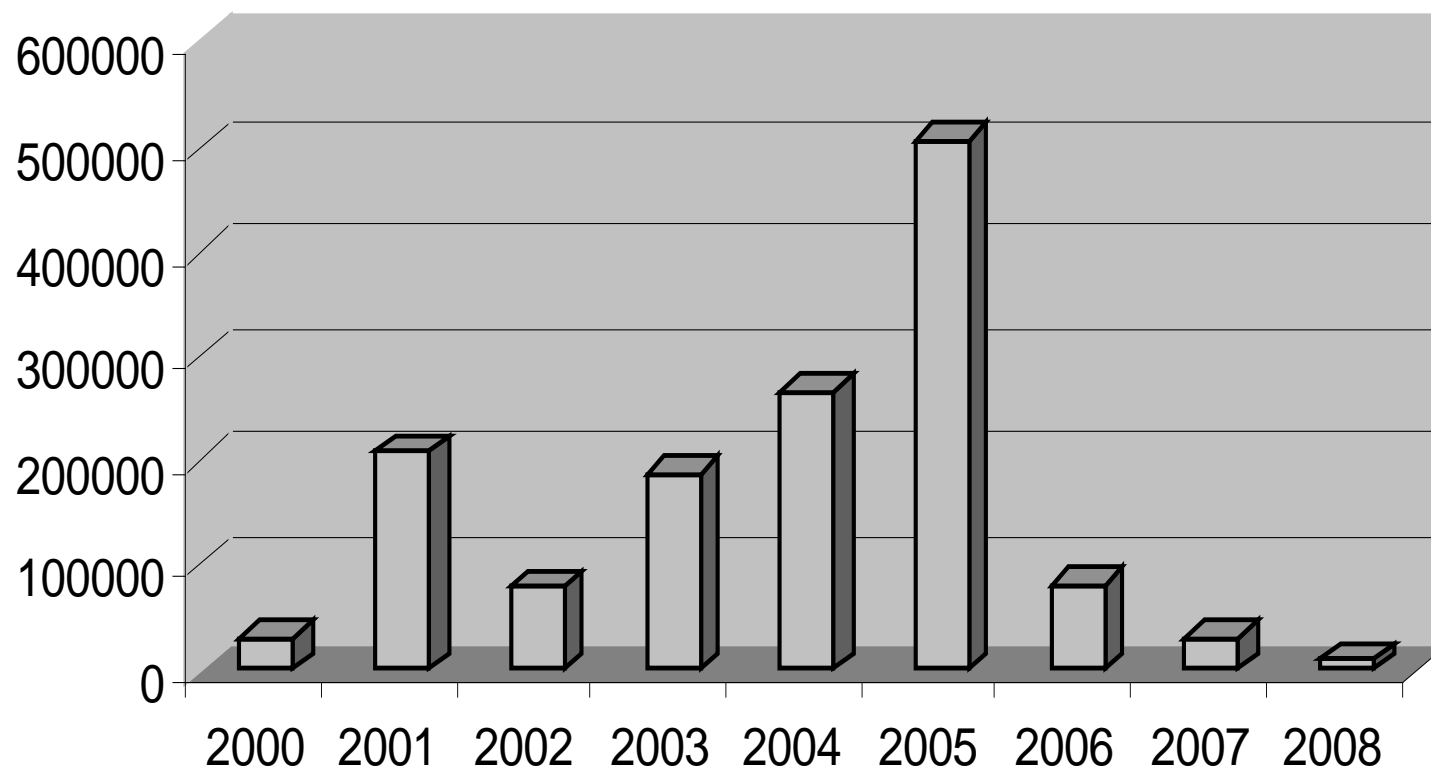
Grandi strutture di vendita → insediamenti commerciali con una superficie lorda di vendita **superiore a 1500 metri quadrati**, per i comuni **fino a 10000 abitanti**, e **superiore a 2500 metri quadrati**, per i comuni con oltre **10000 abitanti**.

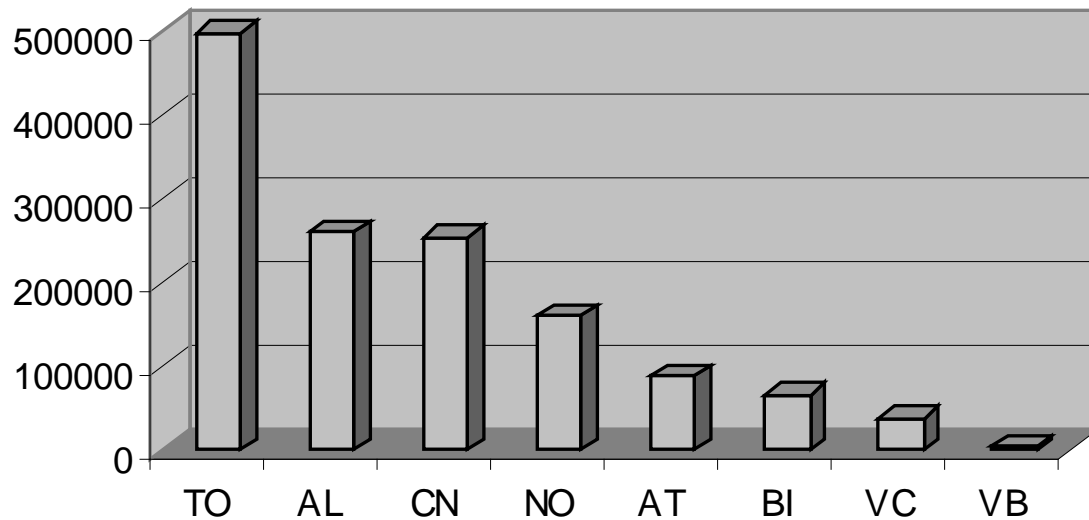
Le dinamiche in atto nei territori del commercio

Dinamica espansiva – dal 2000 al 2008

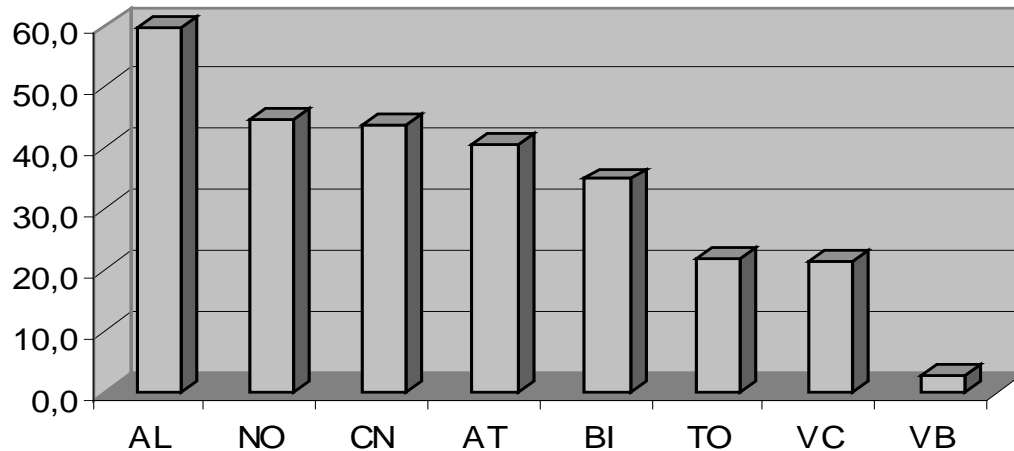
- in provincia di Cuneo rispetto a Regione
- a Savigliano rispetto a area di programmazione regionale

dicembre 2000 – aprile 2008, dinamica delle autorizzazioni amministrative per **grandi strutture di vendita**



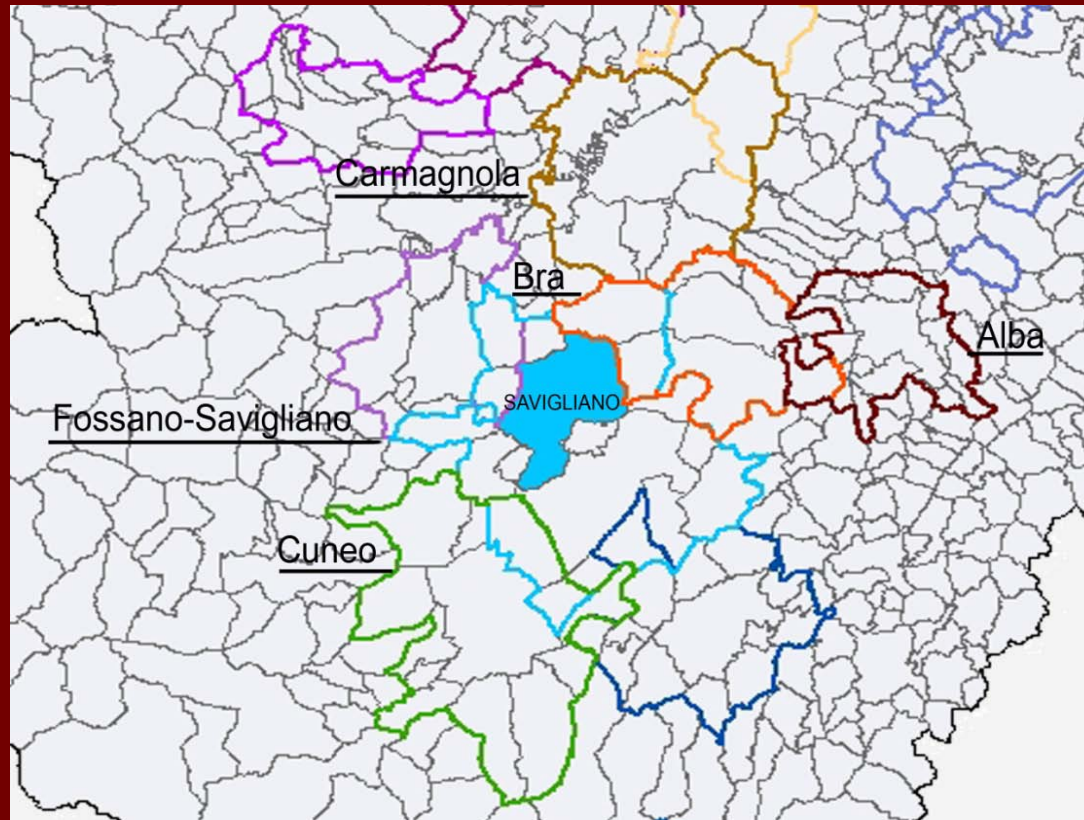


➤ Disaggregando il dato su base provinciale emerge la prevalenza in termini assoluti della provincia di Torino, seguita da Alessandria e Cuneo.



➤ Rapportando però il dato alla popolazione residente (*mq/100 ab.*), si nota come le province di **Al, No, Cn** siano quelle con una densità più elevata.

Le dinamiche in atto a Savigliano



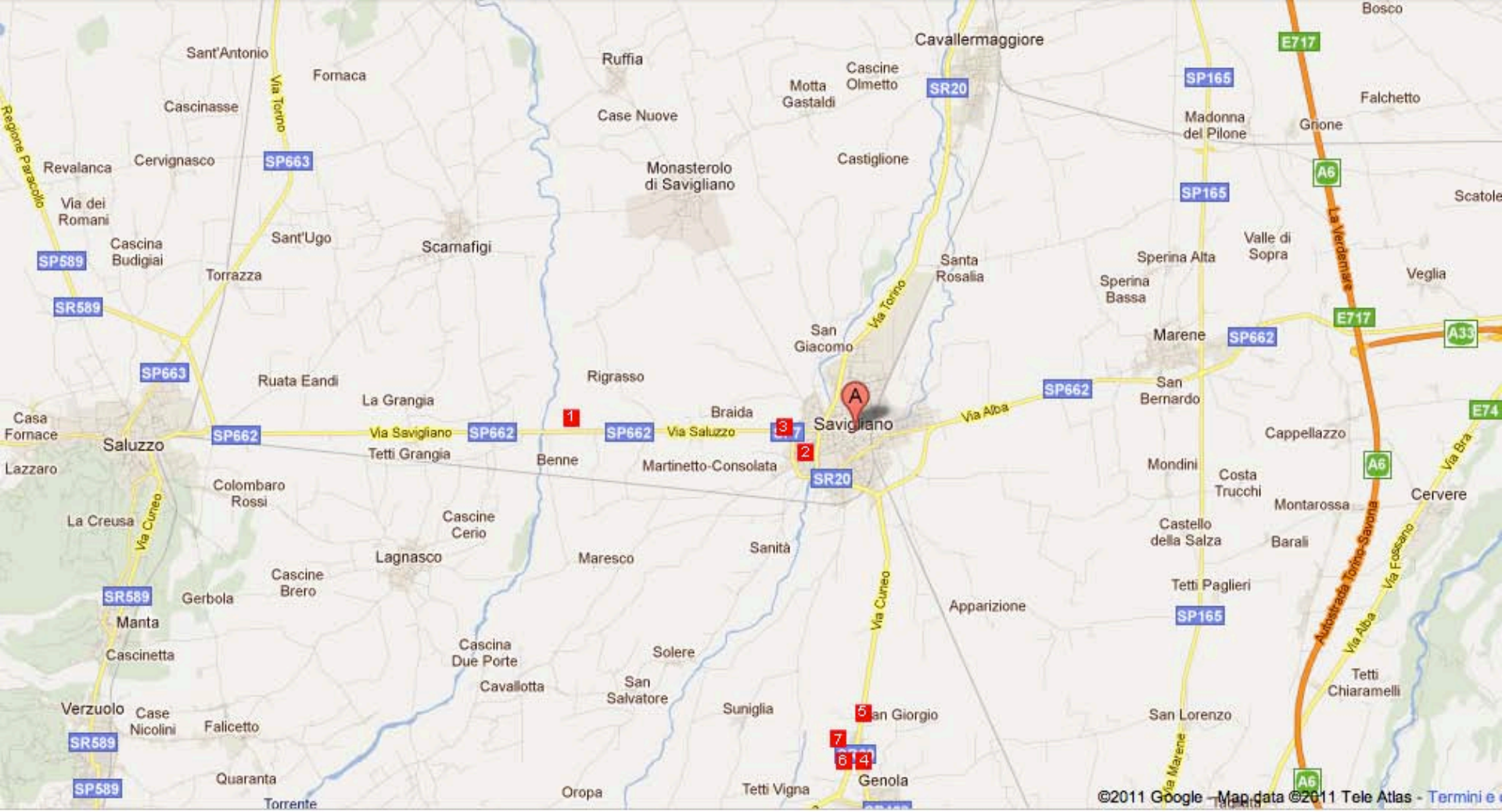
Medie Strutture e Grandi Strutture di Vendita Savigliano e Genola

COMUNE	DENOMINAZIONE ESERCIZIO	INDIRIZZO	TIPOLOGIA	SdV (mq)	SETTORE MERCEOLOGICO	INSERITO IN C.C.
GENOLA	BENNET	VIA G.MARCONI 31	G	8.510	Misto	sì
	FACIT S.P.A.	VIA FRASSINETTO 24	G	1.850	Non alimentare	sì
	UNIEURO S.P.A.	VIA FRASSINETTO 24	G	2.500	Non alimentare	sì
SAVIGLIANO	SELF	VIA MELLONERA	G	2.510	Non alimentare	sì
	BRICOFER	VIA METALMECCANICI 25	M	383	Non alimentare	no
	CONFEZIONI SCASSA	PIAZZA SANTAROSA 26	M	293	Non alimentare	no
	COOP	VIA NOVELLIS 21/D	M	295	Misto	no
	DI PER DI	PIAZZA TURLETTI 3	M	310	Misto	no
	DIMAR	VIA MONTE GRAPPA 13	M	399	Misto	no
	DIMAR	C.SO VITTORIO VENETO 29	M	800	Misto	no
	DPIU'	VIA MELLONERA 22	M	489	Alimentare	sì
	E. LECLERC - CONAD	VIA SALUZZO 65	M	2.500	Misto	sì
	FEILONG BAZAR	VIA DELLA CONSOLATA 39/B	M	398	Non alimentare	sì
	IPERCOOP	VIA TORINO 223	M	2.500	Misto	no
	MAXISCONTO S.R.L.	VIA MONTE BIANCO, 2	M	900	Alimentare	no
	NOVACOOP	VIA GALIMBERTI 10	M	1.565	Misto	no
	PENNY MARKET	VIA SALUZZO	M	788	Alimentare	sì
	RENAULT MARELLO	VIA CONSOLATA 43	M	285	Non alimentare	sì
	SCARPE MATTE	VIA CONSOLATA 43	M	392	Non alimentare	sì
	SIGMA	VIA DELLA MORINA 4/A	M	310	Misto	no
	MEGA S.R.L.	VIA SALUZZO 69	M	392	Non alimentare	no
	EURODISTRIBUZIONE S.P.A.	VIA LIGURIA 30	M	616	Non alimentare	no
	BIANCO ANTONIO	VIA SPRINA 18	M	614	Non alimentare	no
	MAES S.R.L.	VIA MONTE BIANCO 14	M	766	Non alimentare	no
	GRUPPO DINAMICA S.P.A.	C.SO ROMITA 1	M	520	Non alimentare	no
	RIBAUTO 2 S.R.L.	VIA DELLA MORINA 4	M	925	Non alimentare	no
	B.E.B. S.R.L.	VIA TOGLIATTI 50	M	755	Non alimentare	no
BERNARDI GROUP S.P.A.	VIA GALIMBERTI 10/12	M	600	Non alimentare	no	
EDILSOMMARIVESE S.R.L.	VIA SAN CIRIACO	M	374	Non alimentare	no	

Centri Commerciali Savigliano e Genola

COMUNE	CENTRO COMMERCIALE	Tipologia esercizi inseriti nel Centro	Num.	SdV alimentare (mq.)	SdV non alimentare (mq.)	SdV alimentare e non al. (mq.)	SdV (mq.)	
SAVIGLIANO	KAPPA . Via Saluzzo	Esercizi di vicinato						
		Medie strutture	4	788	1.075		1.863	
		Grandi strutture						
		Totale	4	788	1.075		1.863	
	ICC IMMOBILIARI COMMERCIALI CENTRALI S.R.L. VIA Mellonera	Esercizi di vicinato						
		Medie strutture	1	489				489
		Grandi strutture	1		2.510			2.510
		Totale	2	489	2.510			2.999
	SAVIDIS - LECLERC CONAD Via Saluzzo 65	Esercizi di vicinato	4			381	119	500
		Medie strutture	1				2.500	2.500
		Grandi strutture						
		Totale	5			381	2.619	3.000
GENOLA	BENNET Via G.Marconi 31	Esercizi di vicinato						
		Medie strutture	2		1.354		1.354	
		Grandi strutture	1			8.510	8.510	
		Totale	3		1.354	8.510	9.864	
	EUROFUTURO Via Frassinetto 24	Esercizi di vicinato						
		Medie strutture						
		Grandi strutture	2		4.350		4.350	
		Totale	2		4.350		4.350	
	M.BUSINESS Via G. Marconi 90	Esercizi di vicinato	2			183		183
		Medie strutture	1		1.201			1.201
		Grandi strutture						
		Totale	3		1.384		1.384	
	WALLFLOR Via Frassinetto 3	Esercizi di vicinato						
		Medie strutture	2			985		985
		Grandi strutture						
		Totale	2			985		985

Localizzazioni centri commerciali Savigliano - Genola





Centro commerciale E. LECLERC



Centro commerciale UniEuro



Direttrice Savigliano- Genola : via Frassinetto/ via Marconi

TEMI E QUESTIONI EMERGENTI

Dimensione urbanistica processi riorganizzazione commercio

- ❑ **Rapporto con il sistema infrastrutturale**
 - ❑ **Rapporto con il contesto urbano (città storica/ città dell'espansione/ aree rurali)**
 - ❑ **Rapporto con il sistema territoriale (non solo dell'offerta commerciale)**

 - **Pervasività effetti**
 - **Necessità di integrazione e complementarità funzionale**
- Liberalizzare senza rinunciare a governo fenomeno***

Necessità di nuovi approcci per analisi e monitoraggio del fenomeno

PROPOSTE DI LAVORO IN DUE RICERCHE REGIONE PIEMONTE - OSSERVATORIO COMMERCIO

- ❑ **La metodologia di Valutazione Integrata Territoriale (Vit)**

Brunetta G. (2005- 2008)

- ❑ **Atlante territoriale del commercio in Piemonte. Classificazione e interpretazione di sistemi territoriali d'offerta nei territori dei distretti commerciali**

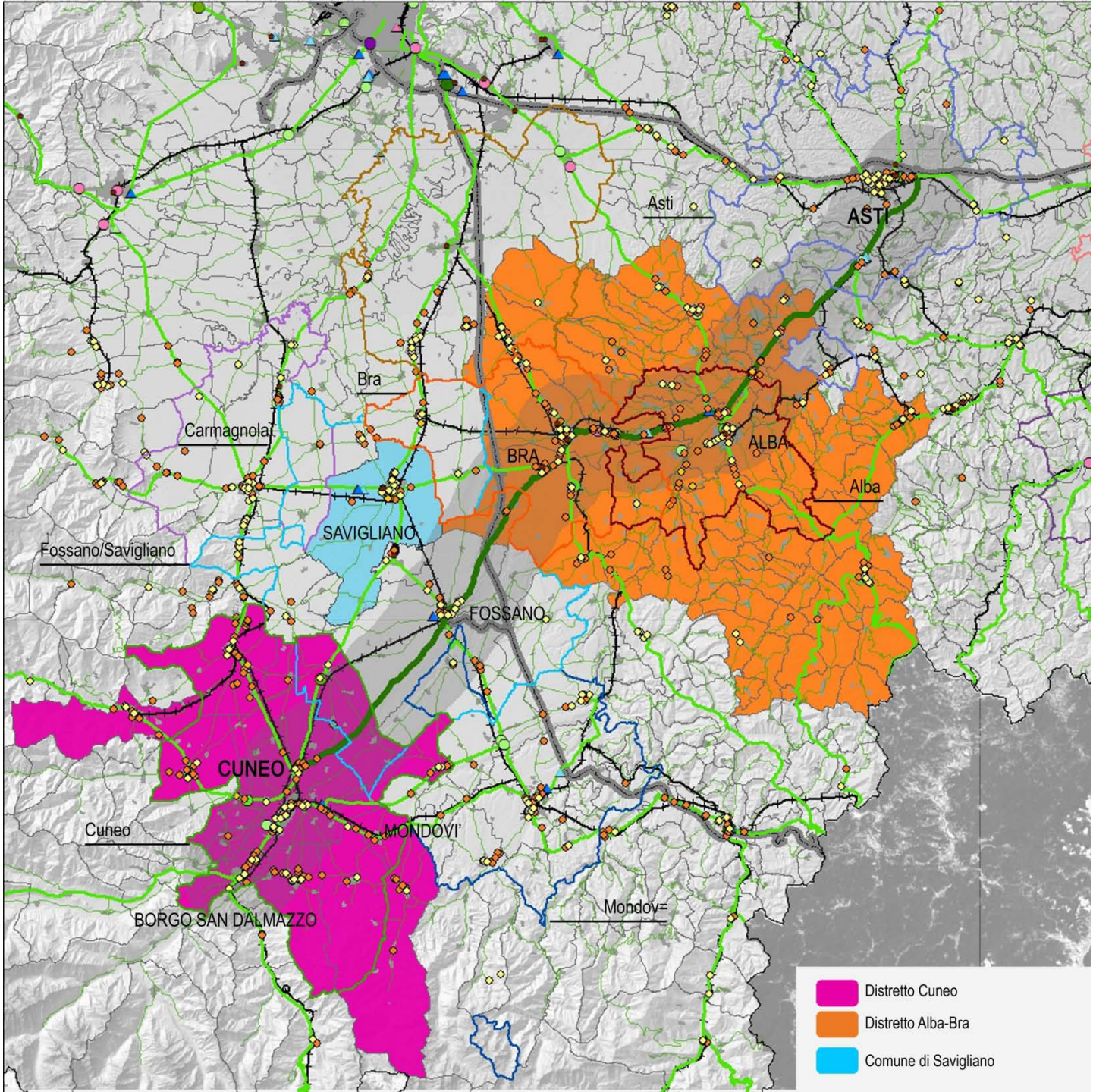
Brunetta G. (2009- 2010)

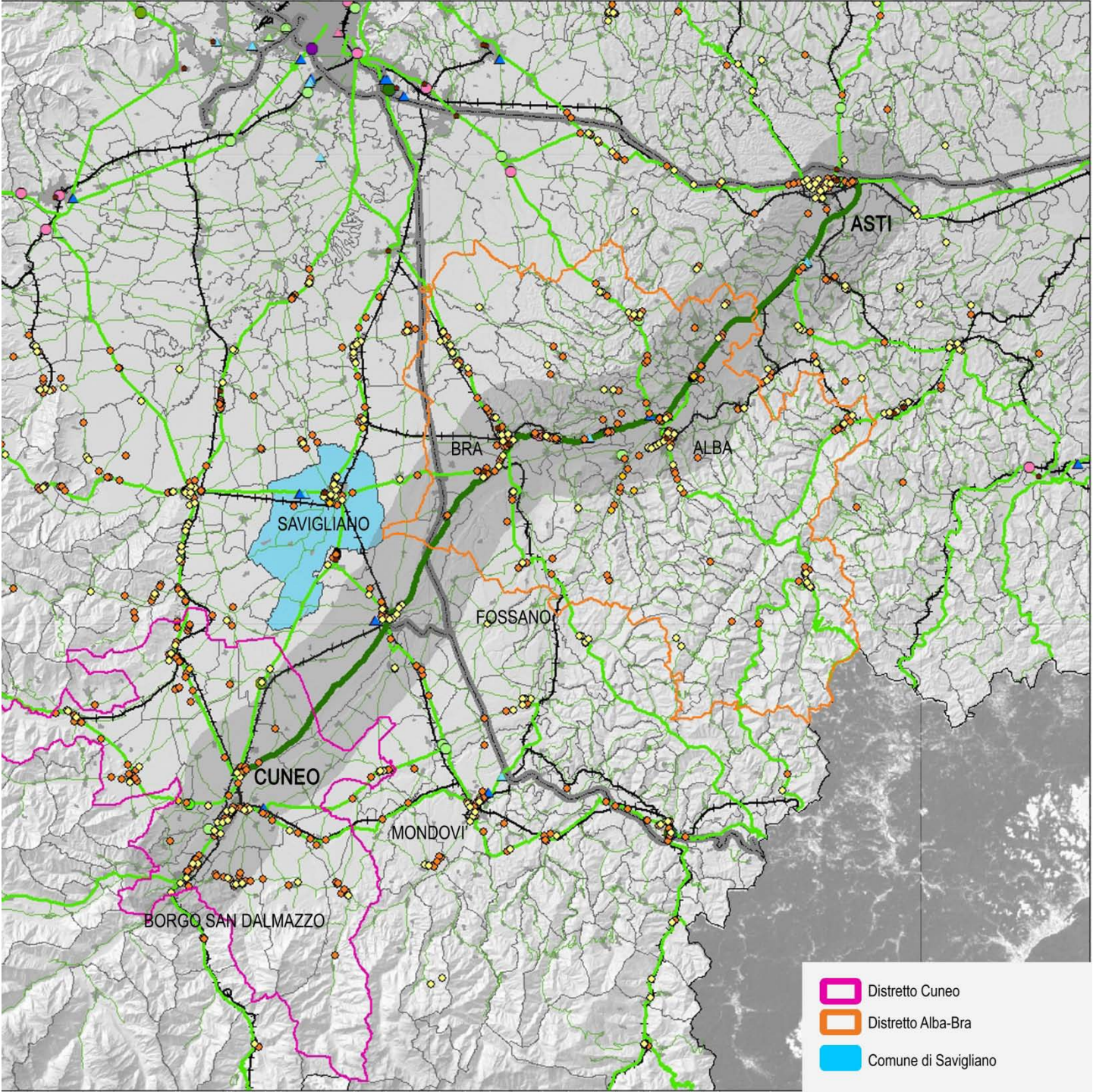
I distretti del commercio e del tempo libero in Piemonte

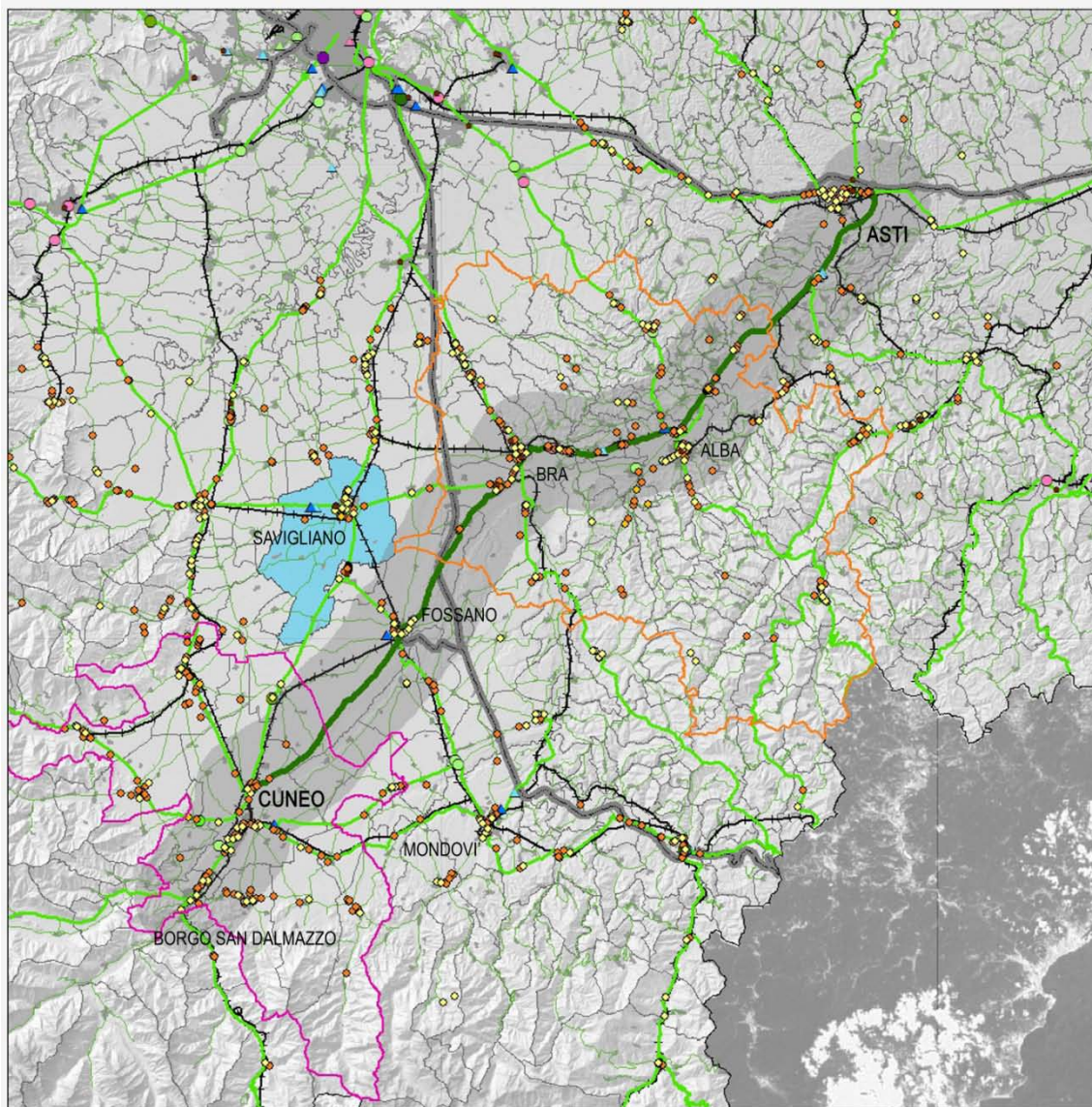
Prime sperimentazioni (Piemonte, Lombardia, Puglia)

- dal 2006 sperimentazione dei *Distretti del commercio e del tempo libero* (DR n. 45-3566 del 2/8/06 e n. 65-7506 del 19/10/07),
- istituzione di cinque distretti: Alba-Bra, Cuneo, Ivrea, Novi Ligure e Vercelli

“porzioni del territorio nelle quali la Regione “tutela e promuove il commercio di prossimità in tutte le sue forme, anche in sinergia con le altre attività peculiari del territorio”.







GRANDI C.C. AUTORIZZATI	GRANDI C.C.	GRANDI STRUTTURE	MEDIE STRUTTURE	
▲ G-CC1	■ G-CC1	● G-SE1	● Alimentare	■ Distretto Cuneo
▲ G-CC2	■ G-CC2	● G-SE2	● Misto	■ Distretto Alba-Bra
▲ G-CC3	■ G-CC3	● G-SE3	● Non alimentari	■ Comune di Savigliano
▲ G-CC4	■ G-CC4	● G-SE4	● CC medi	■ Autostrade
		● G-SM1		— Ferrovie
		● G-SM2		■ Statali
		● G-SM3		■ Provinciali
				■ Fiumi

Distretto è sistema di *governance*

comprendono i comuni che ne hanno sottoscritto volontariamente il protocollo costitutivo e non coincidono perciò con le “aree di programmazione regionale

Due famiglie di distretto:

la seconda comprende i *distretto di Cuneo*,

è connotata da un carattere “introverso” il tipo di localizzazione e di offerta commerciale (formato e categoria di vendita) appaiono essere rivolti unicamente verso un bacino interno al distretto, senza esercitare potere attrattivo al di fuori dei suoi confini

✓ **VALUTARE LE SINERGIE NELLA LOGICA DI SISTEMA**

Distretto è sistema di *governance*

forte componente relazionale di tipo territoriale, risorsa intrinseca di ciascuna area, necessità di essere “messa in valore” dagli attori locali per efficace fattore di valorizzazione territoriale

- decisivo il ruolo degli attori locali
dal loro grado di adesione e partecipazione dipenderà infatti il successo, o meno, delle politiche di riqualificazione territoriale messe in atto da questa forma di *governance* intercomunale.

Valutazione integrata territoriale (Vit)

Valutare per rafforzare la dimensione territoriale delle politiche TERRITORIALI del COMMERCIO

- ❑ Vit è “strumento” tecnico-conoscitivo inserito nei processi decisionali per orientare politiche di valorizzazione territoriale

Obiettivi della Vit:


- ❑ superamento di un approccio di settore alla programmazione del commercio
- ❑ promuovere *integrazione* con gli scenari di sviluppo degli altri settori della programmazione regionale

VALUTAZIONE INTEGRATA TERRITORIALE

Vit è *azione valutativa istituzionale volontaria e tecnica* per il **monitoraggio** delle dinamiche insediative del commercio.

Principi alla base della Vit:

- **Ricostruire il quadro delle diverse categorie di effetti di tipo diretto e indiretto** - Visione territoriale della 'nebuola' di effetti e delle reciproche interazioni

-  **Dare attuazione ad un'azione di monitoraggio a supporto dei processi di decisione** - Approccio valutativo qualitativo, multi-scalare, multi-settore

- **Assumere il criterio di sostenibilità per programmare**
– Definisce obiettivi integrati di riqualificazione e valorizzazione territoriale nei sistemi di offerta regionale

Metodologia Vit

La Vit declina la logica *strategica* di valutazione secondo i seguenti caratteri

- ❑ è **processo di apprendimento in continua evoluzione** (*non è un'analisi statica*) perciò progettazione e realizzazione dei sistemi di monitoraggio sono parte integrante;
- ❑ è **orientata alla costruzione di politiche** (*non ha carattere solo analitico*), è un mezzo per migliorarne la progettazione, verificarne l'efficacia in fase di attuazione, correggerne gli errori e migliorarne le prestazioni;
- ❑ è una **forma di dialogo tra istituzioni** (*non è una procedura tecnica*), allo scopo di innalzare il grado di cooperazione, sussidiarietà.

Utilità della Vit

1. Vit è strumento conoscitivo di *grande efficacia operativa*

- **da un elenco di singole autorizzazioni ad una agenda territoriale**

La Vit consente la verifica del livello di integrazione interna (tra offerta esistente in un determinato sistema territoriale del commercio e quella che si intende programmare) e del grado di integrazione territoriale con l'insieme delle funzioni insediate e programmate.

- ***Alla scala di pianificazione territoriale: potenzialità della Vit quale strumento per costruire il quadro di riferimento delle azioni in gioco alla scala locale***

→ applicazione del modello di Vit in forma semplificata a Novi Ligure (Alessandria) per studiare proposte per l'adeguamento del PRG ai nuovi criteri insediativi introdotti nel 2006 dalla Regione

Utilità della Vit

*Vit è strumento di governance,
di apprendimento istituzionale,
di aiuto al governo dei processi di trasformazione*

***APPLICAZIONE PER LA COSTRUZIONE DI SCENARI
DI SVILUPPO TERRITORIALE DEL COMMERCIO IN
PROVINCIA DI TRENTO***

Scenari e approcci innovativi per governare i processi di insediamento – Tre questioni

- 1. Superare la logica di settore – es. distretti del commercio e del tempo libero**
- 2. Non solo azioni mitigazione ma di integrazione – funzioni, manufatti, aree – il commercio come risorsa per lo sviluppo territoriale – es. Vit**
- 3. Riuso e ri-progettazione - commercio come occasione di rigenerazione urbana e sviluppo territoriale – esperienze europee**

Commercio e rigenerazione urbana

Esperienze virtuose in Europa

- ❑ Vienna - GASOMETER CITY, *J.Nouvel, Coop Himmelb(l)au, M.Wedhorn, W.Holzbauer*
- ❑ Berlino - Kaufhaus des Westens (KaDeWe)
- ❑ Innsbruk - Kaufhaus Tyrol

VIENNA GASOMETER CITY,

*J.Nouvel, Coop
Himmelb(l)au,
M.Wedhorn, W.Holzbauer*

Fabbrica (1986) del gas dismessa

***Progetto di riconversione 1997-
2001***



VIENNA GASOMETER CITY



Zona urbana periferica
Sudest di Vienna (direzione
Aeroporto), non lontano dal
Danubio (Donaukanal) e dal
Prater.

← Sito dell'antica fabbrica
del gas con diversi edifici
industriali abbandonati

Sezione sudest di Vienna. I gasometri in una ex zona industriale in trasformazione

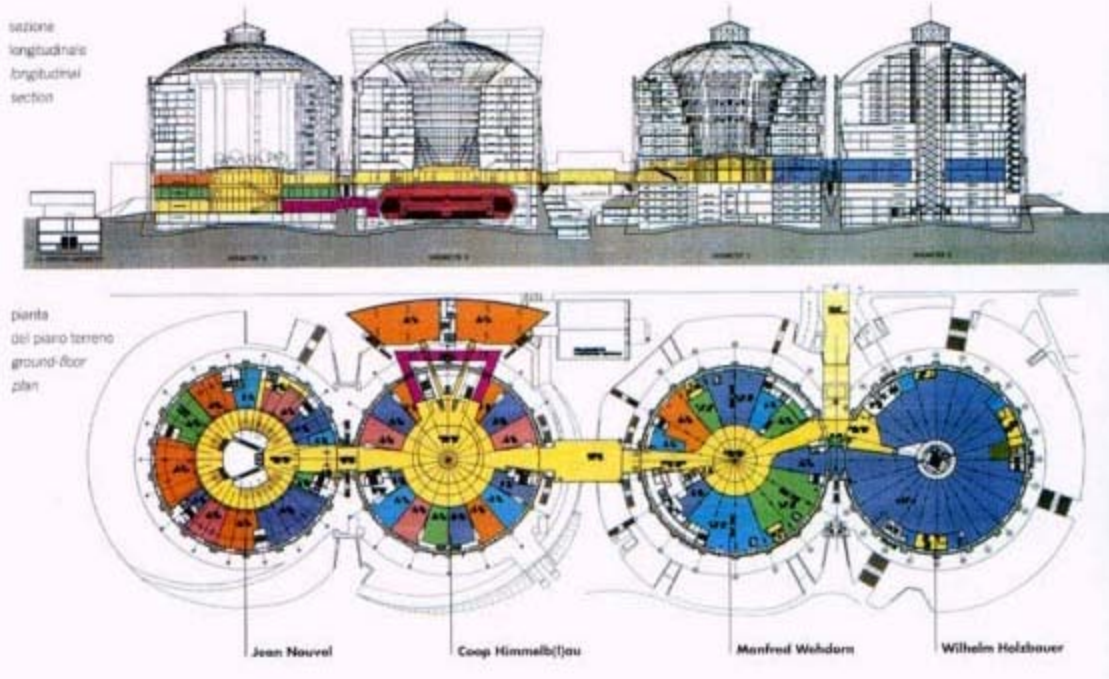


La Fabbrica del gas nel 1900

Costruiti alla fine del XIX secolo, i 4 gasometri erano serbatoi di riserva nella più grande unità di produzione di gas della città. Per evitare loro un aspetto puramente «tecnico», le strutture in ferro erano nascoste da un involucro in mattoni per una altezza di 70 metri, con finestre e sormontate da una cupola. Classificati monumenti storici a seguito dell'introduzione del gas naturale, per questi edifici molto imponenti si è cercata una nuova utilizzazione.



Un gasometro vuoto nel 1995



Planimetria e sezione dei 4 gasometri nel 1998

La municipalità di Vienna, proprietaria dei suoli, avvia l'operazione di rivitalizzazione dei gasometri promuovendo un progetto di riuso dei manufatti con obiettivi culturali, fruitivi, sociali per la città. Partecipano al progetto, oltre a privati, cooperative sociali e associazioni culturali locali.

La riconversione è stata realizzata tra il 1999 e il 2001.



Prospettiva aerea nel 2003

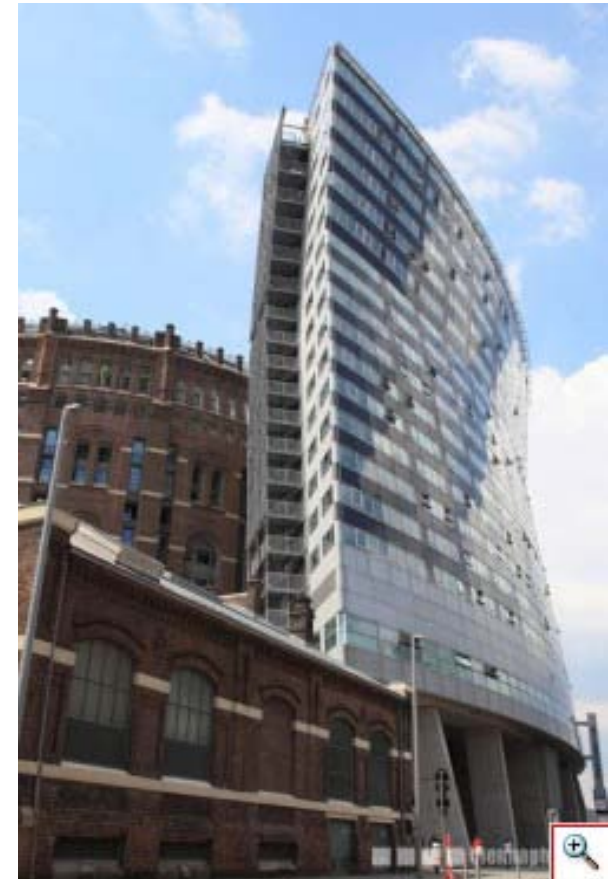


Interno del Gasometro A con abitazioni



Zona commerciale

Si è deciso di realizzare all'interno una utilizzazione mista : 615 abitazioni, un centro commerciale e una sala per concerti, uffici, archivi municipali.



Gasometer A

Gasometer B

L'apertura è avvenuta nello stesso tempo della messa in servizio della stazione Gasometer della nuova linea della Metropolitana che serve il quartiere.



Gasometer C



Gasometer D



Il risultato della riconversione è considerato un grande successo per la rivitalizzazione dell'intera zona Sudest e per la città.

KAUFHAUS

Grandi strutture commerciali nord europee che sorgono nel centro storico delle città -

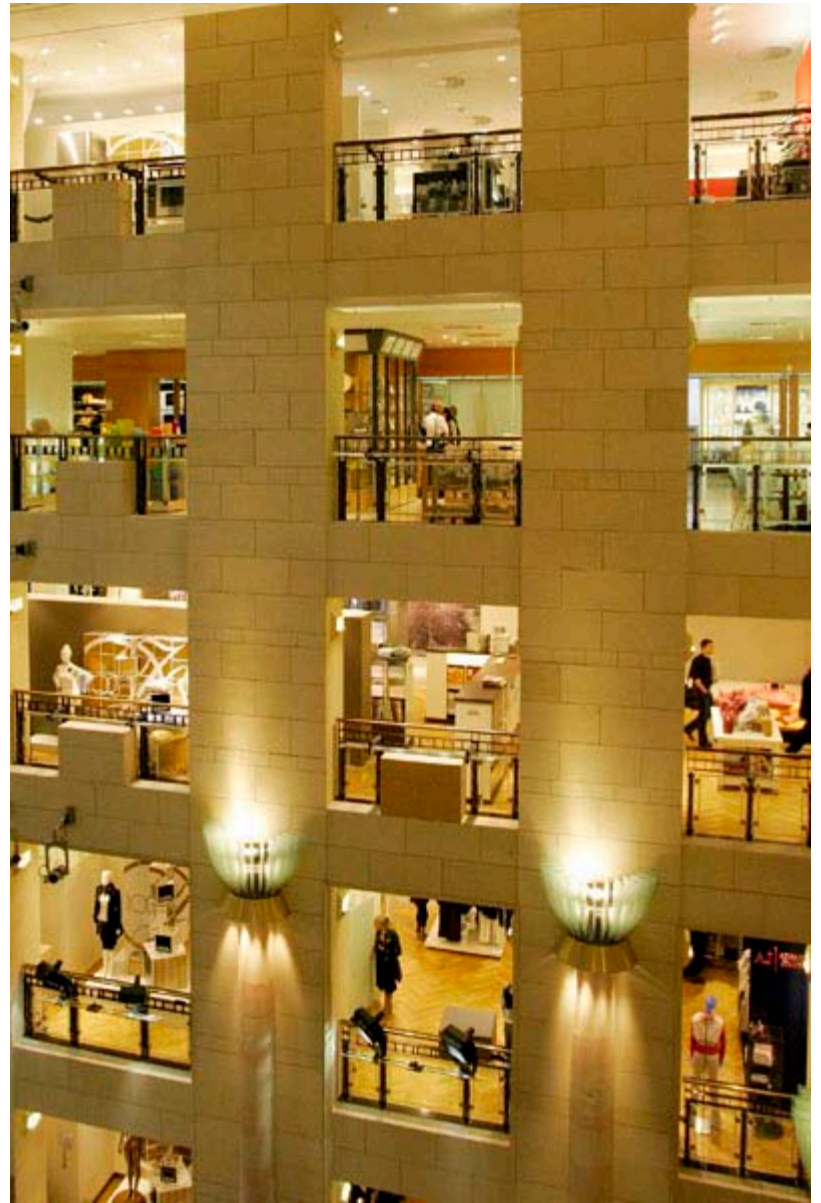
Berlino - Kaufhaus des Westens (KaDeWe)

Innsbruk - Kaufhaus Tyrol

Berlino - *Kaufhaus des Westens*









KAUFHAUS

Innsbruck - *Kaufhaus Tyrol*



Innsbruck - *Kaufhaus Tyrol*



Temi e obiettivi di lavoro

Non solo
commercio

- Integrazione funzionale
- Complementarità d'offerta (ampliare le possibilità)
- Diversificazione funzionale (mix di attività)

Rigenerazione
urbana

- Riuso del patrimonio edilizio esistente
- Riprogettazione dello spazio per la collettività
- Nuovi servizi urbani



DIter

Città di Savigliano

Politecnico di Torino

Dipartimento Interateneo Territorio

Ciclo di conferenze-dibattito sul futuro della città e del suo territorio

a cura di Attilia Peano

CONCLUSIONI E DIBATTITO

Giovedì, 24 novembre 2011

Conclusioni e dibattito

1. **Le città del futuro: verso “smart city”?** (Attilia Peano)
2. **Spazi e paesaggi rurali: una risorsa per la città e l’economia**
(Angioletta Voghera)
3. **Centro storico e “altra” città: un sistema integrato o universi separati?** (Attilia Peano e Luigi La Riccia)
4. **Non solo commercio. Dal centro commerciale alle polarità integrate** (Grazia Brunetta)

1. Le città del futuro: verso “smart city”?

(Attilia Peano)

Giovedì 22 Settembre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Smart city, smart planning

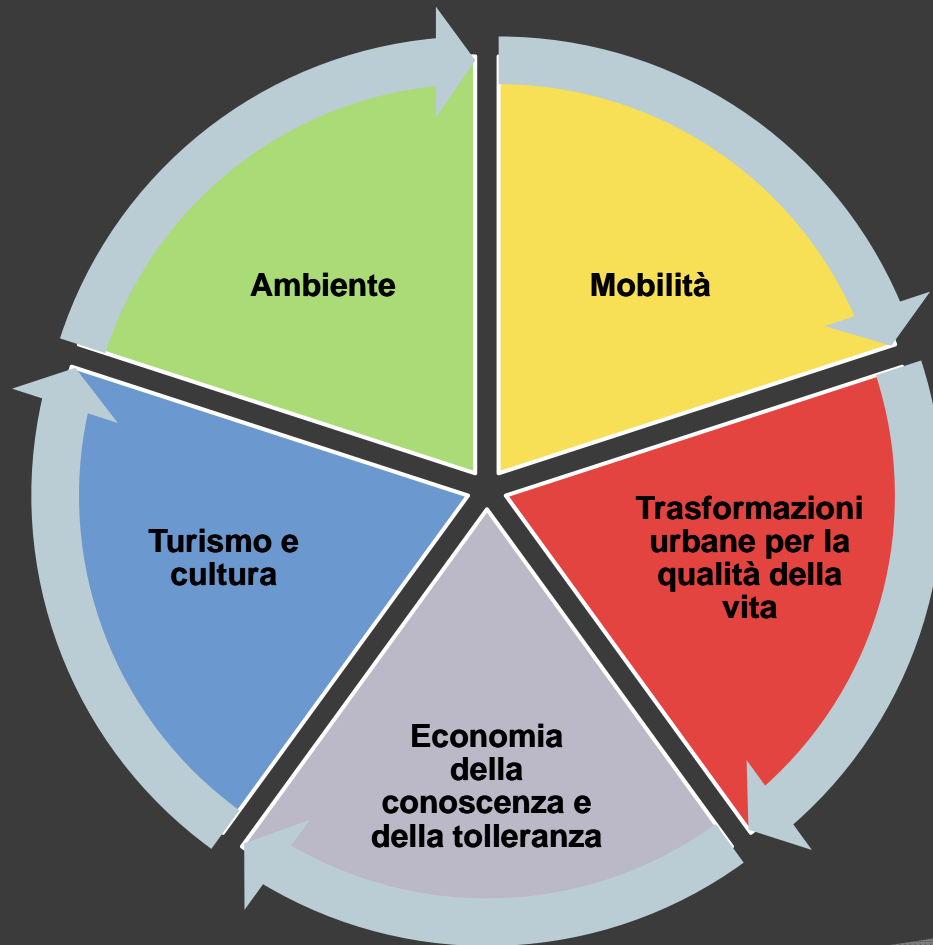
- Oggi la performance di una città dipende non solo dalla dotazione di infrastrutture hard (capitale fisico), ma anche e in modo crescente dalla **qualità di infrastrutture sociali** (capitale sociale e umano)
- “**Smart city**” rappresenta una **visione strategica di una produzione moderna ed efficace della città.**
- La presenza di **una classe creativa, la qualità e l’attenzione all’ambiente urbano, il livello della formazione, l’accessibilità multimodale, l’uso dell’ICT nella pubblica amministrazione** sono tutti elementi correlati positivamente con la dotazione urbana, nel solco dello **sviluppo sostenibile.**

1. Le città del futuro: verso “smart city”?

(Attilia Peano)

Giovedì 22 Settembre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

La visione delle **Smart Cities** si basa su **cinque principali dimensioni** che, in quanto strettamente interrelate tra loro, richiedono **“pianificazione”**:



5 dimensioni interconnesse

↓
pianificazione

↓
Piano strategico inter-assessorile

↓ ↓ ↓ ↓
Politiche e strumenti per il governo del territorio

2. Spazi e paesaggi rurali: una risorsa per la città e l'economia

(Angioletta Voghera)

Giovedì 06 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Agricoltura e sviluppo territoriale sostenibile

CE, "The CAP towards 2020: Meeting the food, natural resources and territorial challenges of the future", 2010, Programma di Sviluppo Rurale 2007-2013

- **Multifunzionalità, multisetorialità**

Settore fondamentale per la produzione di beni pubblici di tipo ambientale, dei paesaggi rurali, della biodiversità e per la difesa da catastrofi naturali

- Presidio dei territori rurali e dei paesaggi locali tradizionali a cui garantire condizioni economiche e sociali adeguate

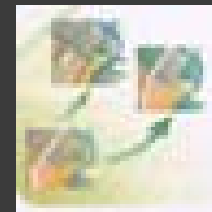
- Attore di sviluppo territoriale sostenibile in sinergia con la città

2. Spazi e paesaggi rurali: una risorsa per la città e l'economia

(Angioletta Voghera)

Giovedì 06 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Città e campagna



- Fenomeni trattati troppo spesso separatamente nelle politiche (in parte anche in quelle europee) e nell'azione di pianificazione
- Spazio rurale e urbano devono essere pensati come interdipendenti e legati nel processo di trasformazione e di crescita territoriale
- Rispondono ad esigenze diverse da integrare:
 - campagna** = adeguamento delle attività produttive all'evoluzione del mercato
adeguamento del sistema insediativo rurale
 - città** = disponibilità di beni dell'agricoltura e di paesaggio

2. Spazi e paesaggi rurali: una risorsa per la città e l'economia

(Angioletta Voghera)

Giovedì 06 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Necessità di:

- Riconoscere le nuove **forme “meticciate”** di paesaggio urbano/rurale
- Definire **“buone prassi”** per la valorizzazione dei territori rurali e urbani, con particolare attenzione agli spazi di confine
- **Coinvolgere gli operatori** per fare sistema e integrare funzioni, attività e progetti
- Costruire il futuro di città e campagna a partire da **visioni sinergiche** e da **reciproche responsabilità**



CONTRATTO DI COESIONE NATURALE E SOCIALE TRA CITTA' E CAMPAGNA

3. Centro storico e “altra” città: un sistema integrato o universi separati?

(Attilia Peano e Luigi La Riccia)

Giovedì 20 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Centro storico e “altra” città

L’evoluzione della cultura urbanistica ha posto al centro due questioni:

- Il rapporto tra **città storica** e “**altra**” città
- Il rapporto tra **città**, **agricoltura** e **natura**



Questo rapporto ispira non solo l’assetto insediativo, ma la **costruzione del paesaggio urbano** e la stessa architettura della città



3. Centro storico e “altra” città: un sistema integrato o universi separati?

(Attilia Peano e Luigi La Riccia)

Giovedì 20 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Cosa riconosciamo nella **trama** delle città storiche fino al secondo dopoguerra come elemento condizionante dell'intera forma urbana?



La trama riconoscibile delle vecchie città è data dagli spazi pubblici, strade, piazze, giardini: è questa trama che ha **guidato** e dato **forma** all'edificazione privata.



3. Centro storico e “altra” città: un sistema integrato o universi separati?

(Attilia Peano e Luigi La Riccia)

Giovedì 20 Ottobre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Oggi, invece, l'attività **urbanistica “per parti”** ha ribaltato il ruolo dello spazio pubblico: ora è la forma edilizia dell'iniziativa privata a delinearne il disegno e la funzionalità

Lo **spazio pubblico** appare **semplificato**, **frammentato** e **indifferente** dal punto di vista sociale.



Lo spazio pubblico resta la principale componente del **riconoscimento** e della **condivisione sociale** della città contemporanea.



4. Non solo commercio. Dal centro commerciale alle polarità integrate

(Grazia Brunetta)

Giovedì 10 Novembre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Commercio e territorio

- Non è tema di settore ma **tema inerente la progettazione del territorio**
- E' attività produttiva (in Piemonte nel 2008 corrisponde al 30% del PIL) capace di **innescare investimenti** e **iniziative locali di sviluppo**
- Gli insediamenti del commercio generano effetti territoriali pervasivi (**transcalarità** e **multifunzionalità**)



Da **LUOGHI** del commercio a **TERRITORI** del commercio

Centralità per il piano e il progetto urbanistico

4. Non solo commercio. Dal centro commerciale alle polarità integrate

(Grazia Brunetta)

Giovedì 10 Novembre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Temi e questioni emergenti

Dimensione urbanistica e processi di riorganizzazione del commercio

- Rapporto con il sistema infrastrutturale
- Rapporto con il contesto urbano (città storica, città dell'espansione, aree rurali)
- Rapporto con il sistema ambientale (non solo dell'offerta commerciale)



4. Non solo commercio. Dal centro commerciale alle polarità integrate

(Grazia Brunetta)

Giovedì 10 Novembre 2011, ore 21,00 – Palazzo Comunale – Sala Consiglio

Scenari e approcci innovativi per governare i processi di insediamento

Tre questioni:

1. **Superare la logica di settore** – es. distretti del commercio e del tempo libero
2. Non solo azioni di mitigazione ma di **integrazione** – funzioni, manufatti, aree – il commercio come risorsa per lo sviluppo territoriale – es. Vit
3. **Riuso e ri-progettazione** – commercio come occasione di rigenerazione urbana e sviluppo territoriale – esperienze europee

PROPOSTE PER AZIONI DI VALORIZZAZIONE DELLA CITTÀ DI SAVIGLIANO

Dove si può andare? Come intervenire?

Intersezioni tra i diversi temi trattati

1. Ridisegnare connettendo in rete gli **spazi pubblici** e il **verde urbano** in rapporto con il territorio rurale
2. Riqualficare e **valorizzare il fiume** e le **sponde fluviali** della città, le principali **aree agricole periurbane** come componenti ecologiche e paesaggistico-fruitive
3. Disegnare gli **accessi alla città** (porte urbane), anticipando con tecnologie innovative i valori del centro storico non visibili.
4. Implementare le **tecnologie per la fruizione** del patrimonio storico, architettonico e culturale e delle iniziative culturali (patrimonio materiale e immateriale)

PROPOSTE PER AZIONI DI VALORIZZAZIONE DELLA CITTÀ DI SAVIGLIANO

Dove si può andare? Come intervenire?

Intersezioni tra i diversi temi trattati

5. **Evitare nuovo consumo di suolo, lavorando sulla città contemporanea**, quella dei quartieri moderni e della città pubblica, delle aree produttive, con riuso, integrazione, sostituzione e ristrutturazione ambientale e paesaggistica.
6. Negli **interventi di completamento e sostituzione di insiemi edilizi desueti**, privilegiare l'applicazione di sistemi di innovazione, impianto e fabbricazione ambientalmente sostenibili e di criteri paesaggistici (ciclo delle acque, riduzione consumi energetici, permeabilità delle aree a parcheggio, inserimento del verde, varchi visivi...).
7. **Diversificazione funzionale** dell'offerta commerciale, complementarietà tra tipologie e integrazione con altri servizi e funzioni urbane
8. Insediamiento commerciale come potenziale **risorsa per la riqualificazione urbana**

PROPOSTE PER AZIONI DI VALORIZZAZIONE DELLA CITTÀ DI SAVIGLIANO

- Non c'è urgenza e forse neanche bisogno di una Variante del Piano Regolatore
- Sono invece necessari **progetti specifici**, ricercando un'integrazione di risorse pubbliche e private
- Per alcuni interventi sono sufficienti **Linee Guida** che accompagnino i progetti e costituiscano riferimento per le Commissioni locali Urbanistica e Paesaggio
- Se l'amministrazione intende definire un insieme organico di proposte per la città di domani, da sviluppare nel tempo, queste possono confluire in un



“**documento strategico**” che coinvolga tutti gli attori del territorio.