

# CiTIES - Città e Terziario: Innovazione, Economia, Socialità

## Descrizione sintetica del progetto

### Finalità

CiTIES è il nuovo percorso di Confcommercio sulle economie urbane, un progetto che considera la città come “laboratorio del cambiamento” e si propone come una piattaforma di conoscenza multidisciplinare per migliorare i centri urbani e sostenere il tessuto delle imprese.

#### Tre sono gli elementi ispiratori di CiTIES:

- le città come il luogo di rilancio del Paese,
- il terziario di mercato come la leva di sviluppo delle città,
- Confcommercio come soggetto di rappresentanza che promuove i valori innovativi del vivere urbano.

Da questa prospettiva il progetto ha l'ambizione di: 1) avanzare una nuova visione per le città e i territori; 2) promuovere un'immagine positiva del terziario di mercato, creando consapevolezza presso cittadini e istituzioni sulla sua importanza in ambito urbano; 3) collocare Confcommercio al centro del dibattito nazionale sulle città.

### Obiettivi

Per il perseguimento delle finalità sopra enunciate, gli obiettivi di CiTIES sono i seguenti.

**CONOSCENZA** - Comprendere, quantitativamente e qualitativamente, i fenomeni che incidono sull'attuale assetto delle città e tracciare scenari evolutivi per immaginare il futuro del terziario di mercato e delle aree urbane.

**PROPOSTA** - Definire soluzioni di miglioramento ai problemi urbani e applicarle sul campo coinvolgendo gli attori istituzionali, economici e sociali delle realtà locali.

**DIFFUSIONE** - Generare cultura, nel Sistema Confederale e nel Paese, attraverso la condivisione di proposte e indirizzi di portata fortemente innovativo nei contenuti e nel linguaggio.

### Linee di attività

Gli obiettivi di CiTIES sono declinati, per l'anno 2023, nelle seguenti 5 linee di attività, che si avvalgono delle indicazioni e dei contributi di un Comitato di indirizzo scientifico e del supporto del Settore Urbanistica e Rigenerazione Urbana di Confcommercio nell'ambito della Direzione Centrale Relazioni Istituzionali e Servizi Legislativi e degli altri Settori della Confederazione competenti per tema.

#### 1. ANALISI

**Obiettivo:** conoscenza

**Soggetti coinvolti:** Settori della Confederazione, Istituto Tagliacarne.

**Attività:** questa linea fornisce gli elementi di conoscenza quantitativa e si articola in due filoni:

- a) definizione e analisi di una serie di indicatori statistici innovativi a livello di FUA, le aree urbane funzionali individuate da OCSE e Commissione Europea;
- b) costruzione di metodi e modelli originali, a partire dai big data e nella logica “città della prossimità”, per l'analisi di fenomeni urbani a scala micro-locale, attraverso la georeferenziazione e la restituzione in mappe, applicata alle 12 città che prenderanno parte alla linea 3 “Sperimentazione”.

#### 2. APPROFONDIMENTO

**Obiettivo:** conoscenza

**Soggetti coinvolti:** Settori della Confederazione, accademici di diversi ambiti disciplinari, esperti tematici.

**Attività:** questa linea fornisce gli elementi di conoscenza qualitativa, con una riflessione specifica e altamente qualificata che consenta di cogliere gli elementi caratterizzanti dei fenomeni urbani, ipotizzarne gli sviluppi e avanzare proposte di ampio respiro. Nello specifico, le attività consistono in:

- impostazione delle elaborazioni statistiche sui fenomeni urbani e conseguente lettura critica dei risultati della linea 1;

- impostazione degli indirizzi strategici, supporto scientifico e metodologico e rilettura degli esiti delle attività che verranno realizzate a livello territoriale nella linea 3;
- contributo alla formulazione di proposte (sviluppate nelle delle linee 4 e 5) per promuovere nel Paese la consapevolezza del ruolo delle imprese del terziario di mercato per la qualità e la vitalità delle aree urbane.

### 3. SPERIMENTAZIONE

**Obiettivo:** proposta

**Soggetti coinvolti:** Settori della Confederazione, team locali composti da esperti tematici, facilitatori, direttori e funzionari delle Associazioni territoriali e di settore, istituzioni e altri soggetti.

**Attività:** con questa significativa e innovativa linea del percorso progettuale si prevede di individuare, analizzare, comprendere e risolvere (almeno in via sperimentale) i problemi che impediscono ai fenomeni urbani di orientarsi al miglioramento della qualità di vita nelle città, anche facendo leva sul ruolo del terziario di mercato nell'innovazione dell'ambiente urbano.

A livello operativo:

- saranno organizzati 6 “cantieri d'innovazione urbana”, incentrati su altrettanti fenomeni;
- i fenomeni verranno affrontati dai team locali di 12 città, strutturati in coppie, composti da una “città pilota”, in cui sono già state realizzate esperienze d'avanguardia sui temi di interesse che formalizzerà il percorso fatto, e da una “città sperimentatrice”, in cui applicare principi, metodi e procedure;
- nei team, oltre alle Associazioni Confcommercio locali, saranno presenti due figure tecniche principali: un esperto tematico, per l'analisi del fenomeno e delle relative pratiche, e un facilitatore locale, per la gestione del confronto, del trasferimento e dell'applicazione delle conoscenze;
- l'output dei cantieri consiste in linee guida operative su procedure e applicativi per le Associazioni del Sistema (vademecum) che possono comprendere innovazioni normative e regolative, accordi con attori istituzionali e informali, indirizzi sull'impiego delle risorse finanziarie private e pubbliche.

CANTIERI DI INNOVAZIONE URBANA				
Fenomeno	Output	Città pilota	Città sperim.	Esperto tematico
1. Spazio pubblico	Vademecum sui temi del place management (creazione, gestione, manutenzione e animazione partecipata dello spazio pubblico).	Milano	Parma	Antonella Bruzese, PoliMI
2. Silver economy	Strumenti e azioni per la realizzazione della città age-friendly. Definizione di linee guida per la realizzazione di Case di Comunità e di processi di rigenerazione per l'accoglienza diffusa.	Genova	Verona	Alessandro Rosina, Cattolica di Milano
3. Mobilità urbana sostenibile	Guida operativa per la partecipazione propositiva delle Associazioni territoriali alla redazione del PUMS della propria città.	Bologna	Cosenza	ISFORT
4. Turismo e city branding	Progettazione di un piano di city branding per la rigenerazione urbana e l'attrattività turistica, formulandone posizionamento, obiettivi, identità visiva e campagna di comunicazione, da cui ricavare indicazioni operative per le Associazioni territoriali.	Firenze	Palermo	Esperto da individuare
5. Comunità energetiche urbane	Guida sulle questioni connesse alla realizzazione di comunità energetiche che prevedano il coinvolgimento delle attività commerciali e dei servizi in ambito urbano.	Trento e Rovereto	Ancona -Marche centrali	Esperto ENEA (da definire)
6. Urban data	Definizione di modalità per l'efficace uso dei big data per la pianificazione/programmazione delle azioni e il ruolo delle Associazioni territoriali; individuazione di modelli operativi per l'implementazione di cruscotti di analisi dell'area urbana.	Varese	Perugia	Ist. Tagliacarne + esperto (da individuare)

### 4. CONDIVISIONE

**Obiettivo:** diffusione

**Soggetti coinvolti:** Settori della Confederazione, team locali e componenti del Sistema Confcommercio, fornitori servizi web, docenti per servizi di formazione.

**Attività:** con questa si linea prevede di portare a valore dell'intero Sistema il patrimonio di conoscenze e competenze accumulato nelle linee 1, 2, e 3 e di arricchirlo ulteriormente attraverso:

- una piattaforma web, quale strumento privilegiato, organizzata secondo i sei temi principali ma con possibilità di approfondire sotto-temi specifici, che permetta la nascita di “comunità di pratiche” nelle quali i componenti delle Associazioni Confcommercio possano discutere e confrontarsi, anche con esperti e altri soggetti locali, sulla base delle reciproche esperienze e competenze.
- una serie di attività di informazione/formazione, in presenza o via web, pubblicazioni, raccolte di buone pratiche, ecc.
- la possibile attivazione di un percorso di alta formazione per formare professionisti qualificati sulle politiche e sulla gestione urbana con competenze specifiche sulle economie urbane.

## 5. COMUNICAZIONE

**Obiettivo:** diffusione

**Soggetti coinvolti:** Direzione Comunicazione Confcommercio, Uffici Comunicazione Associazioni territoriali, fornitori servizi di comunicazione.

**Attività:** questa fondamentale linea prevede una serie di attività di comunicazione che promuovano, verso i soggetti istituzionali e l'opinione pubblica, una visione positiva del terziario di mercato in ambito urbano. Per questo:

- verrà adottato un marchio che renda riconoscibile l'iniziativa di Confcommercio nelle arene di discussione sulle città;
- verrà realizzato un piano di comunicazione, centrato principalmente sui canali social e web, che crei consapevolezza sul protagonismo della Confederazione sui temi urbani;
- si prevede di realizzare, a conclusione del primo anno di attività di CiTIES, un evento di richiamo nazionale, nel quale portare a confronto i protagonisti dei percorsi di sperimentazione e gli attori del Sistema.

### Prime scadenze

Indicativamente, le prossime scadenze sono le seguenti:

- entro fine novembre: costruzione dataset sulle Aree Urbane Funzionali;
- entro metà dicembre: primo indice dettagliato dei temi di approfondimento dei rilasci di febbraio;
- Metà gennaio: presentazione ufficiale del progetto al Sistema (Meeting dei direttori);
- entro fine gennaio: avvio dei cantieri nelle città della sperimentazione;
- entro fine febbraio: primi rilasci di analisi dati quantitativi su FUA e contenuti di approfondimento sui temi individuati a metà dicembre.

## Schema operativo

