

LABORATORIO NAZIONALE SU RIGENERAZIONE URBANA

2^ TAPPA - ROVERETO, 31 MAGGIO 2018



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



REPORT DEI TAVOLI TEMATICI

Interventi al Tavolo “*Sport ed economia, opportunità per la nascita di nuove imprese*”

Coordinato da **Cristian Sala**, delegato Confcommercio Rovereto e Vallagarina per il Progetto di Rigenerazione Urbana e Project Manager CONI di Trento, e da **Michele Tosi**, Direttore Area Incubatori e Nuove imprese di Trentino Sviluppo.

Diversi rappresentanti delle Confcommercio territoriali e delle Amministrazioni comunali si sono confrontati sul tema dello sport per indagare come questo fattore possa contribuire alla rigenerazione urbana ed economica di un territorio, portando testimonianza delle diverse esperienze in corso. Il confronto si è arricchito, anche, di due testimonianze video, una dell'Ascom Cesena e una dell'Università di Trieste - Master in Town Centre Management, i cui rappresentanti non hanno potuto partecipare fisicamente all'incontro.

Vengono riportate, di seguito, le iniziative illustrate al Tavolo.

Rovereto/Padova. Il rappresentante della startup padovana *sport-tech* Wearit, **Carlo Bianchi**, ha illustrato la loro piattaforma che offre agli sciatori il monitoraggio delle proprie performance e lo stile di sciata, grazie all'uso di dispositivi tecnologici installabili sugli scarponi. Il progetto è rivolto, oltre che agli sportivi, anche alle imprese del settore dei servizi turistici invernali (scuole sci, noleggiatori di attrezzature sportive, etc.), i dati raccolti ed elaborati - infatti - possono essere utilizzati per creare/fornire servizi e prodotti sempre più rispondenti alle esigenze degli “sciatori avanzati” o possono integrare l'offerta turistica dedicata a coloro che, anche solo occasionalmente, vogliono migliorare le proprie prestazioni sciistiche. E' stato inoltre comunicato che la piattaforma è risultata, recentemente, vincitrice della prima edizione di SPIN Accelerator Italy, contest-programma di accelerazione internazionale delle startup che si muovono nell'ambito delle tecnologie e delle soluzioni per lo sport, con il patrocinio del CONI.

In continuità con questo intervento, il dott. **Michele Tosi**, Direttore Area Incubatori e Nuove imprese di Trentino Sviluppo, ha illustrato l'esperienza del “Progetto Manifattura” di Rovereto - *hub* innovativo della *green economy*, dove la startup Wearit è ora incubata, avendo così a disposizione servizi di tutoraggio, formazione e la possibilità di entrare a far parte di un network composto da scuole, enti di ricerca e grandi gruppi industriali. Il Direttore ha concluso ponendo l'accento sulla necessità che i territori puntino di più sulle specificità dei luoghi, assecondandone le inclinazioni, senza forzarle, per la migliore riuscita dei progetti.

Bologna. Il Direttore di Vivi Appennino, agenzia di promozione turistica del territorio appenninico, **Enrico Della Torre**, ha illustrato il progetto Appennino Bike Tour, finalizzato a creare un brand turistico dell'Appennino e a far riscoprire il patrimonio culturale e naturale della dorsale montuosa che attraversa l'Italia, dalla Liguria alla Sicilia. L'idea nasce in via sperimentale nell'Appennino bolognese, come rete d'imprese promossa da professionisti del marketing e della comunicazione e Confcommercio Bologna, per valorizzare la montagna locale, e si struttura dando avvio ad un Giro appenninico che ha coinvolto diversi

Comuni e diversi rappresentanti delle istituzioni, estendendo la progettualità all'intera dorsale con il sostegno anche del Ministero dell'Ambiente. Nasce, così, l'idea dell'Appennino Bike Tour, la più grande ciclovia d'Italia attraverso le strade secondarie dell'Appennino. L'obiettivo è quello di rendere il ciclismo (inteso come sport) e il ciclo-turismo il trait d'union tra le eccellenze - culturali, ambientali, enogastronomiche e folkloristiche - già presenti lungo il territorio appenninico, mettendo così in rete i circa 1.400 comuni della dorsale e lanciando un *brand* turistico facilmente spendibile sui mercati nazionali e internazionali. Al contempo, è stato quindi necessario portare avanti un percorso di formazione degli operatori economici dell'Appennino affinché siano in grado di rispondere alle esigenze dei ciclisti che percorrono l'asse (orari flessibili della ristorazione, servizi dedicati alla bicicletta, etc). Ad oggi, Vivi Appennino è impegnata nella stesura di una proposta di legge per il riconoscimento ufficiale della ciclovia Appenninica, al fine di poterla sviluppare e potenziare negli anni a venire con il supporto anche di fondi pubblici. Per maggiori approfondimenti si rimanda ai seguenti link: <http://appenninobiketour.com/> e <https://viviappennino.com/>

Alessandria. Alice Pedrazzi, Direttrice dell'Ascom, ha sottolineato come lo sport abbia aiutato l'Associazione a recuperare il senso di comunità tra gli operatori economici e, conseguentemente, tra i cittadini. L'esperienza, partita dall'intuizione di creare una partnership tra la Confcommercio e l'Alessandria Calcio, ha messo in campo diversi progetti per la promozione dello sport e delle eccellenze alessandrine. Da un lato l'Ascom si è fatta sponsor dei "Grigi" mentre, dall'altro lato, sono state sviluppate iniziative congiunte che hanno contraddistinto il legame tra sport e territorio. Tra queste, sono state citate: la creazione dell'Alessandria *Village*, per promuovere l'enogastronomia locale, seguendo la squadra anche in trasferta ed esportando così le eccellenze *food*; il rafforzamento delle azioni di *incoming* dedicate ai tifosi delle squadre avversarie che arrivano in città per assistere alle partite; l'ideazione del gioco-concorso AscomMVP che, coinvolgendo, con una *app*, i tifosi che assistono alle partite, permette di vincere buoni sconto negli esercizi commerciali associati; la realizzazione di vetrine tematiche e *gadget* nei giorni delle partite. Dato il buon successo delle iniziative ed essendo riusciti a ricreare quel senso di comunità perduto, si è quindi pensato di rafforzare il binomio sport-città replicando il modello anche per altri eventi sportivi (ad es. finali di Coppa Italia di basket femminile).

Cesena. Il Direttore Giorgio Piastra, con un video intervento, ha illustrato l'idea-progetto che la Confcommercio locale ha sviluppato per il centro città, in collaborazione con un professionista locale. L'idea è quella di caratterizzare Cesena come città del benessere e della salute, prevedendo la realizzazione di un *Wellness Park* negli spazi pubblici cittadini, al fine di diffondere uno stile di vita sano e sviluppare un nuovo modello turistico, capace di rilanciare le imprese e le attività culturali locali. Il progetto coinvolgerebbe una delle piazze centrali, da poco riqualificata, collegandola agli altri spazi pubblici cittadini attraverso percorsi per lo sport *outdoor* e prevedendo l'installazione, sulla piazza, di *corner* dedicati all'attività fisica. Inoltre, per contrastare la desertificazione commerciale che caratterizza l'area, si è pensato di rafforzare il sistema economico con nuove attività legate, anch'esse, al tema *wellness*, come pubblici esercizi che offrono menù salutistici, negozi di abbigliamento e attrezzature sportive, enogastronomie, etc. C'è anche un tema di mobilità, che prevede di rafforzare il sistema di *bike sharing* già esistente, soprattutto quello di collegamento con i parcheggi di attestazione, e un tema "tecnologico", che prevede il potenziamento della rete Wi-Fi pubblica. L'Amministrazione comunale condivide il progetto presentato poiché ritiene che sport e benessere possano ben convivere con le dinamiche del centro storico, sostenendo la naturale inclinazione dei cesenati per la pratica dello sport all'aria aperta e incoraggiando a vivere il centro storico come luogo di aggregazione sociale. Proprio per questo, è intenzione dell'Ascom ampliare il tema della caratterizzazione *wellness* urbana anche ad altri luoghi della città, come le periferie.

Il Direttore si è poi detto convinto che la rigenerazione non può essere un semplice progetto di riqualificazione urbana ma deve comprendere anche azioni di qualificazione economica e sociale ed è per questo che ha sottolineato l'urgenza di ri-avviare il dialogo tra politica e urbanistica.

Cremona. Il responsabile marketing e sportello SAI di Confcommercio Cremona, **Paolo Baldrichi**, ha portato al Tavolo l'esperienza dei "Giovedì d'Estate", serate tematiche cremonesi, promosse dalla Confcommercio locale e da "Botteghe del Centro", società con un'esperienza ventennale nell'organizzazione di eventi nel cuore cittadino. In particolare è stata illustrata l'esperienza della serata dedicata allo sport che, coinvolgendo gran parte delle associazioni sportive locali, ha l'obiettivo di promuovere lo sport in contesti non tradizionali, al fine di far vivere diversamente la città, dare maggiore visibilità alle associazioni e società sportive cremonesi e avvicinare i cittadini alle varie discipline, anche "di nicchia". Si spazia infatti dagli "sport classici", calcio - basket - pallavolo, alla *pole dance*, scherma antica, atletica leggera, *orientering*, golf, arti marziali, *beach volley* etc., programmando, quest'anno, 38 punti di esibizione, ragione per la quale si sta prevedendo di estendere l'evento anche al di fuori dal centro. Attività di animazione e intrattenimento sportivo sono poi dedicate anche ai più piccoli. L'iniziativa è patrocinata dal Comune che da in gestione i plateatici, lasciando anche massima disponibilità per la gestione della mobilità. Inoltre sono presenti sponsorizzazioni locali per l'evento oltre ad un contributo da parte dei negozianti del centro che nei "Giovedì d'estate" possono rimanere aperti fino alla conclusione delle manifestazione (ore 23).

Al dibattito è intervenuto anche il Vicepresidente di **Confcommercio Gallarate -Malpensa**, **Marco Introini**, che ha sottolineato l'importanza di instaurare, a livello locale, una comunicazione costante con il CONI di riferimento, specialmente per ciò che riguarda la calendarizzazione degli eventi sportivi sul territorio affinché le Confcommercio possano, ad esempio, collegare le iniziative sportive con *business* specifici del territorio oppure sviluppare/creare, per tempo, pacchetti servizi dedicati appositamente ai partecipanti delle manifestazioni (hotel, ristorazione, etc.).

Un ulteriore contributo video è pervenuto da **Alessandra Marin**, docente dell'**Università degli Studi di Trieste** e coordinatrice del **Master in Town Centre Management**, realizzato in collaborazione tra Università di Trieste, Università di Udine e Confcommercio Nazionale. La professoressa ha sottolineato l'importanza che lo sport sia inteso, nelle politiche urbane, come vettore di conoscenza collettiva, di rivitalizzazione dei luoghi e di cura comune degli spazi pubblici e del territorio. Due sono stati i casi studio presentati, sviluppati dall'Università: il primo a **Trieste**, il secondo a **Gorizia**. Il primo progetto, ha riguardato, negli anni passati, la realizzazione di alcuni percorsi pedibus (bus a piedi per i bambini delle scuole), sviluppati in collaborazione con UISP (Unione Italiana Sport per Tutti). L'obiettivo era quello di sensibilizzare i cittadini sui temi della mobilità sostenibile, dell'educazione civica/stradale e dell'attività motoria dolce, riqualificando al contempo lo spazio pubblico. Il secondo caso, è un'idea progetto che riguarda la città di Gorizia e in particolare la rigenerazione, in chiave sportiva ma anche sociale, del colle/parco di 9 ettari, a ridosso di Nova Gorica, dov'è situato l'edificio dell'Università di Trieste - Polo di Gorizia.

Infine, **Francesco Cisternino**, della **Delegazione Confcommercio presso l'Ue**, ha ricordato come i fondi della programmazione europea, diretti e indiretti, possano aiutare a completare il recupero di immobili da rifunzionalizzare, finanziando, ad esempio, quelle tecnologie o infrastrutture mancati, necessarie però ad un moderno utilizzo di queste strutture (ad es. cablaggio internet).

Conclusioni "Tavolo Sport"

In sintesi, sono emersi tre spunti di riflessione per indagare come lo sport possa essere, anch'esso, un elemento della rigenerazione urbana e come la rigenerazione urbana possa, invece, rafforzare il ruolo, educativo, sociale ed economico, dello sport.

1. **Ruolo delle associazioni sportive:** la presenza capillare delle realtà associazionistiche sportive sul territorio nazionale e il coinvolgimento, nelle attività delle stesse, di larga parte della popolazione, sono due presupposti sui quali costruire la relazione sport - rigenerazione. Le associazioni, infatti, realizzando manifestazioni/eventi sportivi, contribuiscono alla creazione di azioni di vivacizzazione

e animazione dei contesti urbani, rivitalizzando, al contempo, i luoghi pubblici sia in termini di qualità urbana che in termini di sicurezza urbana. Inoltre, lo sport, agendo anche sul piano sociale, rinsalda e valorizza il senso di comunità, avendo un ruolo chiave anche nell'integrazione sociale.

- 2. Ricadute economiche di eventi e manifestazioni sportive:** tali eventi garantiscono, infatti, importanti ricadute in termini di visibilità e promozione del territorio, proponendo la realtà urbana interessata dalla manifestazione anche a livello nazionale o internazionale. Inoltre, evidenti sono le ricadute economiche che l'evento genera, nell'immediato, sul territorio. A tal proposito, per massimizzarne gli effetti, sarebbe necessario lavorare ancor più ad una calendarizzazione coordinata degli eventi per garantire continuità anche a quelle imprese indirettamente coinvolte, come quelle del settore turistico/ricettivo per l'ospitalità dei partecipanti, o per creare pacchetti servizi dedicati e formule di fidelizzazione e di *engagement* dei tifosi. Infine, molto importante, sarebbe riuscire ad organizzare tali manifestazioni negli spazi pubblici urbani, invece che al chiuso delle strutture sportive, affinché sia più facile, anche per le associazioni sportive, avere maggiore visibilità e di conseguenza aumentare il numero di tesserati.
- 3. Coinvolgimento delle ulteriori realtà economiche interessate al tema:** non bisogna dimenticare, che esiste una terza fattispecie di soggetti da considerare, potenzialmente interessati alle dinamiche del binomio città-sport, rappresentata dalle realtà economiche che operano imprenditorialmente nel settore dello sport o in ambiti affini. Ad esempio: i negozi di abbigliamento e attrezzature sportive, i gestori di spazi sportivi privati (palestre, piscine, etc.), i professionisti che affiancano lo sportivo, supportando il suo ben essere fisico (il medico sportivo, il fisioterapista, il nutrizionista, etc.) e altri. Queste realtà potrebbero avere tutto il vantaggio a consolidare la propria azione imprenditoriale, ampliandone gli orizzonti e facendo rete tra loro, al fine di ipotizzare integrazioni alle dinamiche di rigenerazione urbana che dovessero interessare il loro territorio. Sarebbe quindi necessario che il tema sport, in ambito urbano, venga declinato anche in termini di *wellness*, salute e attività motoria.