



SANDONÀ D'EUROPA

GOVERNANCE URBANA E PROCESSI EUROPEI PARTECIPATIVI PER IL CITY BRANDING, L'IMPREDITORIA E IL TURISMO

[Rigenerazione umana nella città che cambia]

**Overtourism – Mediterranean Cities in Comparison
15 Novembre 2018 - Venezia**

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

“Data l’interrelazione tra gli spazi urbani e il comportamento umano, coloro che progettano edifici, quartieri, spazi pubblici e città, hanno bisogno del contributo di diverse discipline che permettano di comprendere i processi, il simbolismo e i comportamenti delle persone. Non basta la ricerca della bellezza nel progetto, perché ha ancora più valore servire un altro tipo di bellezza: la qualità della vita delle persone, la loro armonia con l’ambiente, l’incontro e l’aiuto reciproco. Anche per questo tanto importante che il punto di vista degli abitanti del luogo contribuisca sempre all’analisi della pianificazione urbanistica”.

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

Per rispondere alle numerose **SFIDE** che le aree urbane incontrano, le amministrazioni cittadine devono costantemente migliorare e sviluppare conoscenze e competenze che le mettano nelle condizioni di elaborare e attuare una **POLITICA INTEGRATA SOSTENIBILE**. Le politiche di sviluppo messe in atto dal Comune di San Donà di Piave cercano di favorire i processi di adattamento al **CAMBIAMENTO** di una **città moderna e con un'identità poco definita**



RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA



Occuparsi della città è, anche, occuparsi del rapporto tra **libertà e individuo**.

Porre al centro del pensiero la comunità intesa come luogo di relazioni, di economia possibile e opportunità di bellezza, di identità, di vita e di cambiamento.

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA



In questi anni l'amministrazione ha lavorato per consolidare i progetti in corso inquadrandoli in una **VISIONE STRATEGICA** adatta al mondo uscito dalla crisi economica (che non prevede uscita). Per una politica efficace di sviluppo di un territorio, la comunità deve avere la capacità di individuare e condividere delle visioni strategiche di lungo termine

Uno dei temi centrali: **lo sviluppo urbano come occasione di pensare gli spazi per la qualità della vita della popolazione.**

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

Rigenerazione urbana come modo di farsi carico anche della condizione umana delle persone a prescindere dalle “categorie” di appartenenza delle stesse e, quindi, come modo di farsi carico anche delle contraddizioni che ciò comporta.

Rifiutiamo l'idea che ci debbano essere aree della città “dedicate” agli anziani, ai giovani, agli immigrati, ai disabili, rincorrendo il **mito dell'esclusivo**, semplicemente perché l'esclusivo prelude all'esclusione e quindi alla solitudine.

Le persone che sanno trasformare il vivere urbano in un'esperienza comunitaria, rompendo l'isolamento personale, determinano un netto **miglioramento delle condizioni sociali**.

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

Tutto ciò significa progettare insieme la città come ecosistema funzionale alla nascita e allo sviluppo di relazioni tra le persone e tra diverse organizzazioni che collaborano per lo sviluppo economico e umano della città anche in spazi nuovi, sottoutilizzati, degradati o percepiti come distanti (waterfront Piave, risorsa turistica)



RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

I principali problemi e le opportunità

- ➡ **Fattori di attrazione:** il centro città deve essere più accessibile, ben curato e sicuro
- ➡ **Crisi economica:** I centri città soffrono della crisi del retail, spesso connessa alla presenza dei Centri Commerciali, con conseguente degrado a causa degli spazi rimasti vuoti
- ➡ **Gap generazionale:** in molte città aumenta la popolazione anziana e diminuisce quella giovane, i bisogni di questi gruppi sono spesso diversi
- ➡ **Nuove tecnologie per la comunicazione:** crescono lo shopping on line e i servizi interattivi, modelli di lavoro diversi (coworking) fenomeni che devono essere compresi e sviluppati dai centri città
- ➡ **La competizione con le grandi città:** imprese locali creative e culturali possono ricevere benefici: nuove imprese che stimolano la crescita di una economia locale unica, originale e creativa, c'è bisogno di nuove competenze nei centri città

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

Nel dettaglio del progetto

GLI OBIETTIVI GENERALI

1. Adattare **il tessuto commerciale** ad una innovazione nel commercio che rompa i classici schemi;
2. **Ridisegnare il lavoro** e gli ambienti di vita in modo tale da trattenere e **attrarre giovani talenti**;
3. Fornire un ambiente adatto allo sviluppo di una “**classe creativa**” attraverso la creazione di un ecosistema specifico nei centri cittadini.

LE SFIDE CHE RACCOGLIAMO

1. Sviluppare abilità e capacità di lavorare come “facilitatori”, anche e soprattutto nel “ciclo dell’innovazione”, e di **attivare sistemi di gestione della città basati su approcci collaborativi**;
2. **Incentivare la formazione** di un nuovo ecosistema lavorativo per **favorire l’imprenditoria giovanile**, più conscia delle opportunità offerte dal territorio e capace di lavorare con noi sullo sviluppo del branding
3. **Rilanciare il centro città**, come luogo di vita del quotidiano;
4. Favorire la comprensione, da parte dei decisori, di nuovi meccanismi di risposta sostenibili fondati sull’attivazione della comunità.

MINACCE E DEBOLEZZE

Decentrata rispetto ai principali flussi turistici

Assenza, di un centro storico, città moderna

Presenza di luoghi non utilizzati vicino al centro città

La mission di San Donà di Piave

Modificare i punti di debolezza in opportunità!

OPPORTUNITA'

Definire un nuovo "brand" della città capace di intercettare questi flussi

Sviluppare la flessibilità in termini di funzioni degli spazi urbani

Definire & Testare progetti pilota di "urban recovering" per valorizzare talenti (della città e dei cittadini, es. i giovani)

RIGENERAZIONE URBANA E UMANA NELLA CITTA' CHE CAMBIA

Costruire una San Donà Europea

San Donà di Piave è impegnata a livello europeo nella ricerca di nuove soluzioni per il lavoro, specie in ambito giovanile e per il rilancio del centro urbano in ambito turistico (city branding)

Per 2 anni San Donà è stata **leader** del progetto **Urbact “City centre doctor”** che ha coinvolto 10 città di medie dimensioni appartenenti a diversi stati dell’Unione Europea (Francia, Olanda, Spagna, Portogallo, Irlanda, Repubblica Ceca, Slovenia, Croazia e Polonia) e partner associato Horizon2020 per “WeGovNow” con Londra e Torino



City branding replacement

- Venezia / Monaco (mobilità leggera)
- Romea strata (turismo lento)
- Ciclovia Ven-To
- Valorizzazione waterfront golenale fiume Piave
- Attracchi house boats
- Branding sull'elemento dell'acqua e greenjobs
- Adventure River fest (2° edizione)
- Fiume Festival (4° edizione)
- Estensione pedonalizzazione
- Bici plan / Ufficio Biciclette
- Collaborazioni con TPL (ATVO)
- Residenze case d'artista



Per ulteriori informazioni

Assessore Daniele Terzariol

Bilancio / Rigenerazione Urbana partecipata / Fondi strutturali

www.facebook.com/UrbactSanDona

www.urbact.eu/citycentredoc

www.wegovnow.eu

Twitter: @SanDonaOfficial // @CityCentreDoc //
@Wegovnow