

APPENDICE C

Le variabili statistiche dell'*Analisi Cluster* e delle *Componenti Principali*

LE VARIABILI STATISTICHE DELL'ANALISI CLUSTER E DELLE COMPONENTI PRINCIPALI

Sono riportate nella tabella sottostante le variabili utilizzate nella stime per il posizionamento dei Comuni dell'Area vasta e dei "Comuni Unesco" secondo la tecnica delle *componenti principali* e della *cluster analysis*. Le stime che sono state effettuate nell'"Area vasta" non hanno compreso una serie di variabili culturali i cui dati, sono stati forniti dagli otto Comuni dell'area "Unesco".

Variabili utilizzate nell'*analisi cluster*

	Variabili economico-sociali	21	farmacie
1	alunni scuole superiori	22	superficie agricola utilizzata
2	totale alunni	23	superficie totale
3	totale aule	24	popolazione
4	sportelli bancari		Variabili turistico-culturali
5	reddito disponibile	25	occupati turismo
6	consumi energetici	26	presenze alberghiere
7	unità locali industria	27	presenze complementari
8	addetti industria	28	ristoranti e pubblici esercizi
9	unità locali commercio	29	righe Touring per i beni culturali
10	addetti commercio	30	n° beni culturali
11	unità locali altri servizi	31	feste popolari
12	addetti altri servizi	32	musei e aree archeologiche
13	unità locali istituzioni	33	alberghi
14	addetti istituzioni	34	posti letto alberghi
15	Pil	35	agriturismo
16	altri consumi	36	posti letto agriturismo
17	imprese artigianato	37	altre strutture ricettive
18	unità locali artigianato	38	posti letto altre strutture ricettive
19	agenzie di mediazione	39	posti letto totale strutture ricettive
20	totale servizi personali		

APPENDICE C

Lavori in corso: alcune esperienze nazionali ed internazionali

LAVORI IN CORSO: ALCUNE ESPERIENZE NAZIONALI ED INTERNAZIONALI

In questa parte vengono illustrati alcuni casi in cui sono state realizzate con successo esperienze simili alle Azioni proposte nel presente Piano di Gestione

Esperienze nazionali di “tourist-card”

L'integrazione organizzativa riconducibile alla formazione di assetti reticolari nel settore museale è un fenomeno che assume particolare rilievo negli ultimi anni e prende forma attraverso la creazione di carte integrate per promuovere e favorire la fruizione del patrimonio culturale ed in particolare dei musei. Dopo una fase nella quale il “biglietto cumulativo”, l'acquisto cioè di un biglietto unico per accedere a più siti culturali, è stato individuato come un valido strumento per questo scopo, ci si è orientati a strategie integrate di *marketing* attente a collegare insieme le diverse tipologie di servizi (cultura, trasporti, ristorazione, svago, sport) al fine di migliorare il grado di soddisfacimento della domanda. Le esperienze più significative hanno individuato nell'integrazione tra accesso al patrimonio culturale e servizi sul territorio, primi fra tutti i trasporti, la modalità di realizzazione della carta, che è stata in taluni casi destinata al solo turista, in altri estesa o perfino limitata ai residenti.

Sperimentate dapprima in un ambito territoriale ristretto, normalmente un grande centro urbano, le carte **si sono venute progressivamente estendendo ad una dimensione regionale**, modificando le proprie caratteristiche sia rispetto alla durata della validità (da pochi giorni ad un anno), che alla tipologia dei servizi coinvolti e dei vantaggi offerti all'utente finale.

Le principali carte sono oggi le *tourist card*, le *card musei*, le *artecard*, l'abbonamento annuale ai musei, ma altre se ne contano con specificità diverse (come le *family card*), comunque sempre orientate al *marketing* e alla *customer satisfaction*.

Molte città, soprattutto nel centro nord, hanno introdotto una carta turistica.

Venezia ha realizzato la VENICEcard, con tariffe Senior (per maggiori di 29 anni) e Junior (per minori di 29 anni). La carta è proposta in varie versioni, per soddisfare le diverse esigenze: la *Venice Card Ora* comprende i musei, i trasporti pubblici e le *toilettes*, la *Blu* esclusivamente trasporti pubblici e *toilettes*. In entrambi i casi è possibile includere nella card prescelta il servizio Alilaguna da e per l'Aeroporto Marco Polo, oppure prenotare il proprio posto auto al parcheggio di S. Giuliano, collegato a Venezia tramite linea di navigazione dei trasporti pubblici. La carta ha validità per un giorno, tre giorni o sette giorni. I possessori di VENICEcard Senior, hanno diritto all'ingresso gratuito alle sedi del Casinò di Ca' Vendramin e di Ca' Noghera. Il prezzo varia per ciascuna tipologia di carta da un minimo di 11,00 euro ad un massimo di 137,00 euro.

A **Torino** sono disponibili tre diverse carte. *Torino Card* è valida 48 ore, permette di viaggiare gratuitamente su tutti i mezzi di trasporto pubblici della rete urbana e di avere riduzioni del 50% su quella suburbana. Consente di entrare gratuitamente in 82 musei di Torino, dell'Area Metropolitana e del Piemonte. Inoltre offre riduzioni dal 15 al 40% su eventi ed alcuni accessi gratuiti, per esempio, all'ascensore panoramico

della Mole Antonelliana o per la navigazione sul fiume Po. Il costo è assai contenuto (14 Euro). L'abbonamento *Musei Torino Piemonte* ha una validità di 13 mesi ed offre servizi ancora più convenienti quali l'accesso libero a tutti i mezzi di trasporto pubblico gestiti dall'ATM ed altri vantaggi nel campo degli eventi e degli spettacoli. Una nuova carta della validità di 30 giorni viene incontro ad un'altra tipologia di turisti.

Palermo, nell'ottobre 2000, ha dotato la città di uno strumento analogo, destinato ai turisti che pernottano almeno una notte. La carta è gratuita, ha validità 30 giorni e offre al titolare la possibilità di usufruire di sconti in strutture e per l'accesso a servizi. All'iniziativa aderiscono 13 musei statali, civici e privati, ma i servizi riguardano la mobilità, i teatri, i cinema, i ristoranti, gli eventi culturali e le strutture commerciali convenzionate.

In **Campania**, la *Artecard* nata inizialmente solo per Napoli, è stata successivamente estesa ai Campi Flegrei ed ha assunto subito il nome di *CampaniaArtecard*, con l'idea di andare ad una generalizzazione del prodotto a livello regionale. *CampaniaArtecard* è un biglietto integrato della durata di 3 giorni che permette di accedere direttamente, senza fare file e a condizioni particolarmente favorevoli, ai musei napoletani più rappresentativi e all'area archeologica dei Campi Flegrei. Consente di usufruire gratuitamente di tutta la rete dei trasporti pubblici (compreso il trasporto dall'aeroporto alla città) via terra e via mare ed infine di viaggiare gratuitamente su navette dedicate che collegano i musei e i siti archeologici; Inoltre offre particolari agevolazioni sugli eventi e le manifestazioni culturali della città e dell'area flegrea.

Anche Bologna, Cremona, Genova, Padova, Pisa, Siena, Udine e Vicenza hanno già attivato le loro carte, ognuna con propri servizi e destinatari. Siena, ad esempio si è orientata ad una carta magnetica che ha ottenuto grande successo presso i residenti: *le chiavi della città*. Venduta al prezzo di 5 Euro, consente l'accesso a quindici servizi, inclusi quelli museali. La carta ha avuto una diffusione altissima nella città.

Il Comune di Siena ha percorso la strada descritta fino in fondo attraverso la creazione del **Centro Servizi del Comune di Siena**. Questo si caratterizza come un polo di aggregazione tra il mondo dei beni culturali, il mondo tecnologico e quello dei servizi al cittadino. Il Centro mira alla realizzazione di un sistema integrato che, pur tenendo conto delle singole caratteristiche degli utenti (cittadini, visitatori, piccole e medie imprese, operatori pubblici, operatori museali, turistici e culturali, ecc.), possa garantire economicità di gestione, celerità ed efficienza nell'accesso alle informazioni e una complessiva ridefinizione organizzativa dei servizi della città a vantaggio della comunità e dell'utenza. Il centro prevede tre aree di intervento:

- turismo: sarà possibile prenotare biglietti per manifestazioni culturali, prenotare visite guidate a musei, mostre, ecc., programmare visite didattiche e servizi accessori (es. ristorazione per gite scolastiche), elaborare itinerari personalizzati (stampati), da usare come guida turistica, selezionare e acquistare a distanza oggettistica museale e prodotti multimediali. Sarà inoltre possibile acquisire tutte le informazioni necessarie su alberghi, campeggi, residenze, agriturismo, ristoranti, manifestazioni culturali, artistiche, sportive ecc. ed effettuare le relative prenotazioni;
- cultura/musei: attraverso i servizi collegati all'area Cultura/Musei, è possibile non solo accedere ai principali musei senesi con la Siena Card, ma acquisire informazioni sui beni culturali del territorio, prenotare visite guidate singole o

per gruppi, effettuare percorsi multimediali all'interno di palazzi, musei, ville ecc., accedere ai servizi bibliotecari, svolgere ricerche storico artistiche e documentarie specialistiche, accedere alle informazioni sui grandi eventi culturali internazionali, "navigare" in musei virtuali;

- mobilità: nella ridefinizione complessiva della mobilità urbana è compreso il sistema di automazione dei parcheggi il quale, con la Siena Card, già ora consente ai cittadini e ai visitatori di accedere al centro storico in breve tempo e in modo capillare grazie ai numerosi punti di attracco, alcuni dei quali già attivi. E' inoltre previsto un sistema di gestione delle zone a traffico limitato (ZTL), per disciplinare l'accesso al centro storico dei veicoli autorizzati e un sistema di gestione della logistica della città.

In Europa, da Vienna a Parigi, in tutte le capitali la city card è attiva ormai da anni, si caratterizza per la quantità e la varietà dei servizi offerti al turista. La *Die Wien-Karte* è attiva a Vienna dal 1995, vende ogni anno oltre 200mila unità e include ben 150 servizi scontati, tra cui musei, monumenti, teatri, concerti, negozi, caffè e ristoranti ha un sistema di diffusione particolarmente agevole potendosi acquistare anche per telefono. In Olanda, l'*Amsterdam pass* ha inserito un cheap che registra gli spostamenti e permette di effettuare interventi migliorativi dove servono, oltre ad avere un costante monitoraggio dei flussi. Attiva dal 2001 è valida da uno a tre giorni, permette l'utilizzo gratuito del sistema di trasporto urbano, ingressi gratuiti o ridotti in 30 musei e altre attrazioni della città e molti sconti e convenzioni con ristoranti e negozi. La card di Monaco è offerta in cinque versioni differenti e può includere i trasferimenti dall' aeroporto con la metropolitana, oltre a riduzioni fino al 50 per cento per 38 monumenti, musei ed eventi vari. Esiste una card anche a Lisbona, a Madrid e a Barcellona, con oltre 90 servizi scontati. A Berlino le card sono due: un *pass* per i musei statali valido tre giorni e una *welcome card*, che offre la libera circolazione sulla rete dei trasporti di Berlino e del Brandeburgo e riduzioni fino al 50 per cento per molte manifestazioni culturali. In Francia, si segnala la *Strasbourg card*, 9,90 euro per tre giorni, con carnet per ingressi gratuiti e sconti del 50 per cento ai luoghi di attrazione della città.

La valorizzazione delle risorse agroalimentari. Alcune esperienze già realizzate in Italia

Nell'ex deposito del grano del Consorzio Agrario di Roma, a Ostiense, è stata appena inaugurata (ottobre 2002) la **Città del gusto**, un complesso articolato su cinque piani interamente cablati, in modo da trasformare l'intera città in un centro di produzione televisiva, per un totale di circa 5000 mq coperti e 2500 mq di terrazze. L'edificio ospita aule/laboratori/scuole di formazione nel settore enogastronomico, un teatro della cucina, negozi di oggettistica specializzata, terrazze sul Tevere, attività di comunicazione multimediale attraverso studi televisivi e sarà gestito dal *Gambero Rosso*, il marchio *leader* in Italia nella produzione e certificazione di contenuti dedicati al vino, al cibo e al turismo italiano.

Il Salone del Gusto di Torino è una mostra mercato che si svolge a Torino, nella struttura di Lingotto Fiere. L'iniziativa trova nella qualità il suo punto di forza: ospita il [Mercato del Buon Paese e il Mercato del Mondo](#), con 500 espositori italiani e internazionali selezionati da Slow Food, e una [Enoteca](#) che propone 2500 etichette italiane e estere da degustare. Ospita una grande scuola di educazione sensoriale con i

suoi [309 Laboratori del Gusto](#), oltre a eventi, conferenze e convegni sul tema dell'agroalimentare e dell'enogastronomia. Infine offre la possibilità di costruire in anticipo il proprio programma, grazie alle iniziative che si possono prenotare e acquistare, come i Laboratori del Gusto, gli Appuntamenti a Tavola, i Comizi Agrari, gli Itinerari Slow.

Casi esemplificativi degli Strumenti di Gestione Locale Integrata

E' da tenere presente che nella Sicilia Sud-Orientale sono già state avviate esperienze di partnership pubblico-privata. La presenza di iniziative locali rivela una maturazione della situazione socio-economica del territorio ed una tendenza recente all'attivazione di risorse e all'utilizzo degli strumenti di programmazione negoziata ai fini dello sviluppo locale.

L'Agenzia di Sviluppo Integrato S.p.A. del Calatino è una società mista a partecipazione pubblica maggioritaria, costituita dai comuni del comprensorio del Calatino Sud Simeto, da enti pubblici economici e da rappresentanze di categoria del partenariato economico e sociale. Il suo scopo è quello di svolgere, per l'area, un ruolo di sostegno alla programmazione dello sviluppo locale, di promozione e di attuazione di programmi di investimento territoriale.

I comuni coinvolti sono quelli di Caltagirone, Castel di Judica, Grammichele, Licodia Eubea, Mazzarrone, Militello Val di Catania, Mineo, Ramacca, San Cono, San Michele di Ganzaria, Mirabella Imbaccari, Palagonia, Raddusa, Scordia e Vizzini.

In attuazione della sua missione statutaria, l'Agenzia è Soggetto di Intermediazione Locale per l'attuazione del PTO del Programma Operativo Multiregionale per l'Occupazione - Patti Territoriali. I risultati di monitoraggio del Ministero del Bilancio pongono il patto del calatino al primo posto per capacità di spesa tra i nove patti europei per l'occupazione finanziati per l'Italia. L'agenzia svolge funzioni di GAL di un programma Leader II; cura l'assistenza tecnica per la realizzazione del Patto Specializzato per l'Agricoltura, risultato tra quelli finanziati; cura le attività di assistenza tecnica per la realizzazione del PRUSST "Le economie del turismo" del Calatino Sud Simeto, in concertazione con il PRUSST della provincia catanese, risultato finanziato per le attività di assistenza tecnica; è responsabile dello Sportello Unico per le Imprese; per incarico del Comune di Caltagirone, cura la progettazione del programma URBAN II; per incarico dei 15 comuni, sta curando la progettazione della società Ambiente Kalat, per la gestione del ciclo integrato dei rifiuti nel comprensorio; presta assistenza alle amministrazioni locali per la partecipazione ai tavoli provinciali di concertazione di Agenda 2000; ha avuto incarico dal tavolo di concertazione per la realizzazione del PIT del Calatino Sud Simeto.

Uno dei compiti principali dell'Agenzia ha riguardato la gestione del Patto Europeo per l'Occupazione. Il patto per lo sviluppo del Calatino sud Simeto ha avuto il suo elemento catalizzatore nel partenariato tra forze pubbliche e private. Comuni, associazioni di categoria, forze imprenditoriali ed intellettuali: tutti uniti attorno ad un'unica idea e legati dal desiderio di valorizzare le risorse del Calatino Sud Simeto, trasformando l'area in un importante polo turistico ed economico. Ai tavoli di concertazione sono state definite le Linee Guida di tutti i programmi per i quali il Calatino sud Simeto ha poi ottenuto il finanziamento di interventi complessi: il

Leader II, il Prusst "Le economie del Turismo", il Patto Specializzato per l'Agricoltura, il Programma URBAN II per la città di Caltagirone e per i quali si avvia a candidarsi con i Programmi Integrati Territoriali del POR 2000/2006 Sicilia. Il partenariato del Calatino Sud Simeto si va oggi allargando man mano alle componenti del sociale, riconoscendo sempre così maggiore attenzione al mondo del no profit e dell'associazionismo. Al tavolo di concertazione siedono così oltre ai comuni, alle organizzazioni dei lavoratori e degli imprenditori, gli istituti finanziari più impegnati dell'area, il Consorzio ASI di Caltagirone, la Lega Nazionale delle Cooperative e mutue, Unione Nazionale Cooperative Italiane), la Confederazione Italiana Agricoltori, l'Associazione Produttori Olivicoli, l'API provinciale, il Movimento Imprenditori Giovani del Calatino, l'Ente di Sviluppo Agricolo, il Centro sperimentale di granicoltura, l'Azienda Autonoma Soggiorno e Turismo di Caltagirone.

Si sono così innescate le condizioni tecnico - politiche che hanno favorito l'accesso, tra l'altro, a programmi comunitari mirati, come l'iniziativa comunitaria Leader II per l'attuazione del Piano di Azione del Calatino Sud Simeto, promosso con la partecipazione finanziaria dei fondi strutturali FESR, FSE e FEOGA. Il piano prevede misure per l'assistenza tecnica allo sviluppo rurale, al turismo rurale, per le piccole e medie imprese del settore e per il sostegno alla valorizzazione dei prodotti agricoli locali.

L'Agenzia Sviluppo Nord Milano (ASNM) è una società per azioni creata nel 1996 su iniziativa del Comune di Sesto San Giovanni e partecipata anche dai Comuni di Bresso, Cinisello Balsamo e Cologno Monzese. L'Agenzia è una società per azioni mista a prevalente capitale pubblico partecipata, oltre che dai quattro Comuni, dalla Provincia di Milano, dalla Camera di Commercio, da aziende a partecipazione pubblica e da aziende private del territorio. ASNM è stata avviata per fare fronte alla crisi delle grandi industrie manifatturiere insediate sul territorio e per rilanciare da un punto di vista economico ed occupazionale l'area, denominata Nord Milano. La società non ha fini di lucro e si autofinanzia attraverso la promozione e la gestione di progetti e di interventi che sono sostenuti da istituzioni pubbliche (Comuni, Provincia di Milano, Regione Lombardia, Ministeri, Unione Europea) o cofinanziati da enti privati.

In particolare, ASNM svolge la sua attività principalmente in questi ambiti: **(i)** reindustrializzazione, a partire dal riutilizzo delle aree dismesse attraverso l'insediamento di nuove attività produttive; **(ii)** supporto alle piccole e medie imprese, attraverso la creazione di sportelli atti ad erogare servizi e ad offrire opportunità specifiche; **(iii)** innovazione, promuovendo il trasferimento tecnologico e l'uso delle nuove tecnologie; **(iv)** terzo settore, con azioni di sostegno alle cooperative sociali e al settore non profit; **(v)** sostenibilità, attraverso la promozione del recupero ambientale e della qualità urbana; **(vi)** infrastrutture e interventi strategici, coordinando azioni e politiche a livello territoriale; **(vii)** comunicazione e marketing territoriale, promuovendo le potenzialità dell'area Nord Milano in Italia e all'estero.

L'Agenzia Langhe Monferrato Roero è una società consortile nata dall'unione di settanta realtà del settore pubblico e privato, che si sono associate per contribuire, attraverso l'attuazione di progetti, interventi e servizi, allo sviluppo e al rinnovamento economico e sociale del territorio piemontese. Le attività dell'agenzia sono suddivise

in tre macro aree: informazione e animazione territoriale, orientamento e formazione, progettazione.

Nella prima macroarea, l'agenzia svolge attività di informazione sulle iniziative e sugli strumenti di finanziamento previsti a livello regionale, nazionale e comunitario, attraverso una Newsletter mensile curata dal *Carrefour Piemonte*, centro di informazione e animazione rurale della Commissione Europea. L'agenzia coordina inoltre, quale attività di animazione territoriale, la rassegna "Castelli Aperti – Viaggio nelle terre del Basso Piemonte", promossa dalle Province di Alessandria, Asti e Cuneo, con il patrocinio del Ministero per i Beni e le Attività Culturali. La rassegna consente l'apertura alle visite guidate di castelli, ville, dimore storiche, palazzi, giardini, presenti sul territorio del Basso Piemonte e di proprietà pubblica e privata, per buona parte abitualmente chiusi al pubblico. Langhe Monferrato Roero promuove inoltre lo strumento della cooperazione al servizio dello sviluppo del territorio. Viene fornita assistenza nella ricerca in rete e sul territorio di partnership per l'attuazione di progetti rilevanti per lo sviluppo locale del territorio piemontese.

Nel campo dell'orientamento e formazione, l'agenzia realizza attività seminariali e corsi di formazione su temi specifici, rivolte alla crescita formativa e professionale di giovani in cerca di occupazione, occupati, donne. Nell'area della progettazione, l'Agenzia offre servizi di studio, ricerca e messa in rete (in particolare relativamente alle risorse ambientali e naturali, ai prodotti tipici, ai beni culturali), assistenza e consulenza tecnica nella stesura delle domande di finanziamento, promozione e sostegno di nuove iniziative imprenditoriali (o di lavoro autonomo) costituite da soggetti deboli del mercato del lavoro. Vengono inoltre predisposti piani di marketing turistico e realizzati studi e progetti per attirare investitori e migliorare l'immagine del territorio.

ProMo, società di promozione dell'economia modenese, è una società consortile, nata nel 1987, nella cui compagine sociale trovano espressione le forze economiche ed istituzionali della provincia di Modena: gli Enti Pubblici (Comune, Provincia e Camera di Commercio che detengono la maggioranza del capitale sociale), le Associazioni Imprenditoriali, le banche locali e l'ERVET. ProMo opera per favorire la convergenza strategica, in termini di obiettivi e strumenti di intervento, tra le diverse realtà economiche ed istituzionali e sviluppa le sue attività principalmente per la promozione dell'innovazione, della qualità e del territorio. L'agenzia opera analizzando i bisogni del territorio modenese, ideando e coordinando i progetti rilevanti per lo sviluppo economico locale, sviluppando nuovi servizi nel campo del terziario avanzato. L'agenzia ha partecipato alla promozione del quartiere degli affari di Modena, favorendo la nascita di Democenter (Centro di servizi per la diffusione dell'automazione industriale), di Modena Esposizioni (società di gestione del quartiere fieristico di Modena) e di Cittanova 2000, di cui è socia.

L'agenzia è impegnata nella realizzazione di progetti, servizi, strumenti e studi. I progetti in corso sono: Progetto Domotica per la diffusione di tecnologie avanzate alla gestione degli edifici e delle abitazioni, Progetto Neo Impresa, Progetto Collina (che interviene nell'area della collina modenese per valorizzarne le risorse ambientali a fini di fruibilità sostenibile), Marketing Territoriale, Osservatorio degli Appalti, Qualità nel piccolo commercio, Qualità alimentare, Qualità nell'impiantistica per l'edilizia, Progetto R.In-Form (che ha l'obiettivo di fornire alle imprese un servizio di informazione tecnica e scientifica attraverso un apposito sistema telematico), Valorizzazione dell'artigianato artistico, Valorizzazione del comparto del legno e del

vetro. I servizi riguardano l'Agenzia Tecnologica Virtuale (ATV), InforMo (un servizio specialistico che fornisce supporto professionale e informativo alle aziende, ai professionisti e alle organizzazioni che operano nel settore della macellazione, sezionamento e trasformazione delle carni), Osservatorio degli Appalti. Gli strumenti sono: Guide alla qualità ISO 9000, Mappe dell'artigianato artistico modenese, Legno e vetro: video e schede mestiere, Museo Civico su CD ROM, Piastrelle su CD ROM. Gli studi riguardano infine l'Osservatorio dei corredi ceramici, l'Osservatorio del distretto biomedicale, il Transit Point (che riguarda la realizzazione di uno studio di fattibilità sulle modalità innovative di rifornimento delle merci nei negozi del Centro storico, il Progetto IN.TE.G.R.I.

La **Colline Romane Turismo S.p.A. (CRT)** è una società consortile mista — a prevalente capitale pubblico — per lo sviluppo e la promozione del territorio, la quale ha individuato nella **internazionalizzazione** e **promozione** dei **sistema territoriale** omogeneo e integrato, l'idea forte per lo sviluppo del territorio e della **new economy**, offrendo servizi innovativi e di elevata qualità ad operatori privati e pubblici, nei campi del turismo, dei prodotti artigianali della piccola e media impresa, dei prodotti agroalimentari, dei servizi e degli investimenti di capitali. L'area delle Colline Romane comprende i Castelli Romani, i Colli Albani, i Monti Lepini, Monti Tiburtini e i Monti Predestini.

Obiettivo primario della CRT è quello di creare un sistema territoriale integrato che coinvolga tutto il territorio, valorizzando tutte le risorse esistenti e attivando l'evoluzione socioeconomica dell'area. La CRT si pone come una società di servizi per gli enti pubblici territoriali con i quali promuove iniziative di sviluppo e promozione territoriale, e per gli operatori privati dei vari settori. Importanza primaria ricopre, pertanto, l'azione di marketing territoriale e di internazionalizzazione dei differenti settori che, operando sinergicamente hanno dato vita a un sistema territoriale integrato e uniforme.

L'Agenzia per l'Occupazione e lo Sviluppo dell'Area Nord Barese - Ofantina ha gestito il Patto Territoriale per l'Occupazione che ha interessato quest'area — comprendente i comuni di Andria, Barletta, Canosa di Puglia, Corato, Margherita di Savoia, Minervino Murge, Spinazzola, Trani e Trinitapoli — a valere sul POM 1994-1999 "Sviluppo Locale". Oltre alle attività legate alla realizzazione del Patto, l'Agenzia ha "diversificato" il proprio campo d'azione: promuovendo la partecipazione al bando per i patti agricoltura e per il bando PRUSST; fornendo assistenza tecnica ai comuni del Patto per la sperimentazione del reddito minimo di inserimento, previsto dalla legge finanziaria 2001; elaborando le linee guida del piano di azione 2000-2006 del Patto e le relative attività di supporto alla concertazione; elaborando la proposta di Progetto Integrato Settoriale "Normanno Svevo Angioino" candidato al POR; mettendo a punto un protocollo di intesa con la Regione Puglia per l'attivazione di un servizio di assistenza alla promozione di nuove imprese giovanili; attivando un progetto di formazione a distanza sul marketing territoriale; sottoscrivendo un protocollo di intesa con l'Agenzia Nazionale per la Protezione Ambientale (ANPA), per favorire pratiche di sviluppo sostenibile; sottoscrivendo un protocollo di intesa con l'Agenzia Provinciale per la Protezione Ambientale (APPA) di Trento per il trasferimento della metodologia sperimentata in tema di rapporto sullo stato dell'ambiente e di valutazione ambientale strategica; attivando un progetto per l'internazionalizzazione delle imprese del territorio in coordinamento con il Centro Estero Regionale della Puglia. Si tratta, in definitiva, di

un ampio spettro di attività di promozione economica, di natura prevalentemente “istituzionale”, svolto a favore dei Comuni che formano la partnership.

Come nei casi precedenti, la partnership di questa Agenzia è ampia e diversificata. Ne fanno parte Amministrazioni Comunali, istituti di credito, associazioni ambientali, rappresentanze degli imprenditori e dei lavoratori, aziende speciali di comuni, ordini professionali.

Anche **La Città del fare** (società Cooperativa per Azioni) è un'Agenzia di Sviluppo — a controllo pubblico — originariamente sorta per la realizzazione del Patto Territoriale per l'Occupazione Area Nord-Est della Provincia di Napoli (area composta da nove comuni), che ha progressivamente assunto una missione operativa di più ampio respiro, che ha per oggetto la promozione di attività dirette al rilancio ed allo sviluppo produttivo e occupazionale dell'area a Nord-Est di Napoli. L'Agenzia svolge in primo luogo funzioni di programmazione attraverso la formulazione e l'implementazione di un Documento di Orientamento Strategico, imperniato su alcuni assi prioritari per lo sviluppo dell'area a Nord Est della Provincia di Napoli. Gli assi del Documento sono: **(i)** Potenziamento, rifunionalizzazione, riqualificazione ambientale e messa in rete delle aree industriali (“Parchi industriali”); **(ii)** Rafforzamento e razionalizzazione delle principali filiere produttive (“Imprese in rete”); **(iii)** Recupero, riconversione e rifunionalizzazione dei siti industriali dismessi, a sostegno di attività produttive eco-compatibili e di attività culturali e ricreative (“Siti dismessi”); **(iv)** Programma integrato di completamento, ridisegno e riqualificazione ambientale del sistema della mobilità e delle strutture urbane connesse (“Piano Integrato Sovracomunale di mobilità”); **(v)** Progetti integrati e partecipati per la riqualificazione ambientale, la coesione sociale e la rivitalizzazione economica dei centri storici e delle aree di crisi (“Quartieri in rete”); **(vi)** Interventi integrati di recupero, valorizzazione, riqualificazione e connessione delle risorse storiche, monumentali, culturali ed ambientali (“Città verde”); **(vii)** Infrastrutturazione telematica del territorio e sviluppo della società dell'informazione (“Città digitale”). L'Agenzia agisce per l'implementazione del Documento Strategico, dando impulso alle attività in grado di essere finanziate sul POR Campania e proponendosi come gestore di un Progetto Integrato Territoriale nell'ambito della nuova programmazione.

L'Agenzia ha lanciato un Programma Formativo Territoriale (P.F.T.) quale strumento finalizzato ad implementare lo sviluppo del capitale umano e sociale nel territorio della “Città del fare”, nell'ambito della programmazione del POR Campania. È stato inoltre realizzato il Portale territoriale della Città del fare ed è in corso di costituzione la costruzione di una Rete telematica territoriale che mette in connessione l'Agenzia di sviluppo locale, i nove Comuni soci ed il Consorzio per l'Area di Sviluppo Industriale della Provincia Napoli. Il Portale dovrà, in particolare, erogare i seguenti servizi, mirati a differenti comunità di utenti: **(i)** definizione dell'offerta localizzativa relativa ad ogni singola area industriale nel territorio di riferimento, attraverso l'organizzazione sistematica e la pubblicizzazione in forma analitica di tutte le informazioni attinenti dati tecnici, finanziari, socio-occupazionali, procedurali e localizzativi; **(ii)** attivazione on line della già istituita “Rete dello Sportello Unico in forma associata” tra i Comuni aderenti al Patto Territoriale per l'Occupazione, attraverso la creazione di uno sportello d'area collocato presso Città del fare - soggetto capofila della rete - e di sportelli locali presso i Comuni; **(iii)** realizzazione e gestione di un GIS, distribuito sul territorio dei nove Comuni e finalizzato alla raccolta, archiviazione ed elaborazione dei dati territoriali ed ambientali; **(iv)**

attivazione di un "luogo virtuale" in cui le offerte di lavoro incontrano la domanda, attraverso la pubblicazione e l'aggiornamento di offerte da parte di imprese ed agenzie la pubblicazione di curricula, il cui data base è direttamente gestito dall'agenzia centrale; **(v)** attivazione di URP on line, per consentire l'accesso a molteplici informazioni e servizi per il cittadino.

Promosso il 20 novembre 2000, con l'insediamento del Tavolo istituzionale formato dai Comuni di Acerra, Afragola, Brusciano, Caivano, Cardito, Casalnuovo, Castello di Cisterna, Mariglianella, Pomigliano d'Arco e dalla Provincia di Napoli, il Partenariato della Città del fare è costituito da 136 soggetti. La rappresentanza degli attori sociali ed economici presenti/operanti sul territorio è articolata nelle seguenti categorie di partners: Enti pubblici territoriali, Enti/aziende Pubblici, Rappresentanze Sociali, Imprenditoriali e Professionali, Rete Associativa Locale, Partner del Mondo Finanziario, Partner del Mondo Accademico, della Ricerca e della Formazione

L'Associazione Torino Internazionale è stata costituita il 9 maggio 2000: vi aderiscono quasi centoventi soci fra cui, enti pubblici (più di venti comuni), sindacati, associazioni di categoria, istituti di credito, istituzioni culturali di diverso tipo, associazioni, case editrici, università e aziende, di dimensioni molto diverse, che operano nell'Area Metropolitana torinese.

I principali obiettivi dell'Associazione sono il coordinamento e il monitoraggio delle iniziative proposte dal "Piano strategico per la promozione internazionale di Torino", il documento che definisce le sei linee guida sulle quali impostare il rilancio del capoluogo piemontese: sei ambiti d'azione che riguardano l'area metropolitana nel sistema internazionale, la costruzione del governo metropolitano, lo sviluppo della formazione e della ricerca come risorsa strategica, la promozione dell'imprenditorialità e dell'occupazione, la promozione di Torino come città di cultura, turismo, commercio e sport, e il miglioramento della qualità urbana.

L'associazione verifica lo stato di attuazione dei progetti - con valutazioni di carattere economico, sociale, ambientale e culturale -, cura l'aggiornamento delle linee strategiche individuate dal Piano e sviluppa nuove proposte. L'associazione si propone inoltre di assicurare la massima circolazione di informazione sui contenuti, i tempi e le modalità di realizzazione del Piano Strategico.

Si tratta di una struttura snella e operativa, in cui l'organo decisionale più importante è l'Assemblea dei Soci, che si riunisce ogni due mesi: una volta in seduta plenaria e una volta articolata in gruppi corrispondenti alle sei linee strategiche. L'assemblea di Torino Internazionale è costituita dai rappresentanti di tutti gli enti, istituzioni e associazioni che hanno sottoscritto il Piano Strategico per la promozione della città di Torino ed è presieduta dal sindaco di Torino.

Ogni gruppo di lavoro assembleare è coordinato da un membro del Comitato di Coordinamento previsto dallo statuto dell'Associazione. Il Comitato di Coordinamento ha il compito di dirigere il processo di pianificazione strategica, prendere atto delle indicazioni emerse dai gruppi di lavoro, proporre all'Assemblea l'approvazione delle priorità, dare concreta attuazione alle linee fondamentali indicate dall'Assemblea.

L'**Agenzia di *Barcelona Activa*** che agisce a livello comunale, è riuscita ad essere uno strumento attuativo delle decisioni politiche che maturano tramite l'attivazione di un partenariato istituzionale e sociale in grado di proporre delle strategie condivise dal mondo politico e dalla società civile.

La **Direzione dello Sviluppo Economico della *Communauté Urbaine Marseille Provence Métropole*** è invece una struttura sovra-comunale che opera a livello top down, perseguendo delle linee di sviluppo adottate dagli eletti.

L'**Agence d'urbanisme de l'agglomération di Tours** è la più snella e indipendente dal punto di vista politico. La sua capacità consiste nel riuscire ad attivare la società civile, dialogando con gli organi istituzionali e politici e nel promuovere dei partenariati tematici tra i livelli di governo del territorio.