

Rigenera Rovereto

Presentazione al consiglio comunale esiti prima fase
22 ottobre 2019

promosso da:



in collaborazione con



Laboratorio
Rigenerazione
Urbana
Rovereto



Premessa

Perché può essere utile un'analisi fatta da un soggetto terzo, non direttamente coinvolto con il territorio...

Il percorso di questa sera

1. Quadro delle **attività di analisi svolte** nella prima fase dell'incarico
2. I **principali elementi** che sono emersi utili allo **sviluppo del percorso rigenerativo** che «fotografano» la città nella sua naturale complessità e trasformazione
3. Le **linee strategiche per lo sviluppo della fase propositiva dell'azione di rigenerazione**
4. Le **attività relative alla seconda fase di progettazione** del Percorso di Rigenerazione Urbana

ATTIVITA' DI ANALISI SVOLTE

1. Attivazione **cabina di regia**
2. **Colloqui e interviste di profondità** con osservatori privilegiati
3. **Focus group** con stakeholder
4. **Momenti informali** di coinvolgimento
5. **Analisi e inquadramento** del contesto di riferimento
6. **Indagini di mercato** sui frequentatori ed operatori economici
7. **Rilevazione flussi pedonali e veicolari**
8. **Sopralluoghi** e rilievi sul campo

La cabina di regia

- **Un percorso di affiancamento.** Lo sviluppo dell'attività di analisi e delle specifiche azioni è stato accompagnato dalla costituzione di una cabina di regia composta da tecnici di Iscom group e dai componenti del Laboratorio della Rigenerazione, cioè Comune di Rovereto e Confcommercio Rovereto.
- **Periodico resoconto delle attività.** In Cabina di Regia sono stati seguiti i diversi step di attuazione dell'attività di analisi con la relativa restituzione degli elementi emersi e la narrazione delle attività svolte. La cabina di regia si è riunita ogni due settimane a partire dall'affidamento dell'incarico.

NOTA BENE IMPORTANTE: un percorso di rigenerazione urbana per essere efficace implica la condivisione della lettura della situazione e delle necessità di azione, quindi deve affiancare il percorso e allargarsi.

L'OBIETTIVO è **coinvolgere una molteplicità di soggetti.**

Colloqui e interviste di profondità con osservatori privilegiati

- L'attività di **colloqui e interviste di profondità** svolta dai tecnici di Iscom group si è sviluppata mediante **incontri di approfondimento** con rappresentanti **politici e tecnici dell'amministrazione comunale** e con osservatori privilegiati e stakeholder del territorio.
- Nel corso degli appuntamenti, oltre alla presentazione del progetto e delle diverse attività previste sono stati raccolti elementi sulla **visione di Rovereto e delle progettualità previste o in corso**.

Colloqui e interviste di profondità con osservatori privilegiati

1. 14 maggio 2019: comandante Vigili Urbani – c/o ufficio Marisa Prezzi
2. 23 maggio 2019: assessore Lavori Pubblici e dirigente – c/o ufficio Cartiera
3. 23 maggio 2019: assessore Cultura e dirigente – c/o Mart
4. 23 maggio 2019: assessore Mobilità e Ambienti e dirigente – c/o ufficio Cartiera
5. 30 maggio 2019: assessore Sport e Comunicazione e dirigente – c/o ufficio Mart
6. 6 giugno 2019: assessore Urbanistica, Patrimonio, Cultura e dirigente – c/o ufficio Prezzi
7. 6 giugno 2019: assessore Politiche Sociali e dirigente – c/o ufficio Prezzi
8. 6 giugno 2019: assessore Commercio e Turismo e dirigente – c/o ufficio Prezzi
9. 6 giugno 2019: assessore Istruzione/Vicesindaco e dirigente – c/o ufficio Servizio Istruzione
10. 13 giugno 2019: presentazione progetto conferenza dei Dirigenti del Comune di Rovereto – c/o Comune Rovereto
11. 27 giugno 2019: giunta Unione Turismo e Commercio Rovereto
12. 4 luglio 2019: presidente Consorzio Rovereto Incentro – c/o Moschini
13. 18 luglio 2019: direttore generale Comune di Rovereto – c/o sala giunta
14. 18 luglio 2019: direttore APT – c/o sede APT
15. 25 luglio 2019: presidente e responsabile Associazione Artigiani Trentino – c/o Laboratorio della Rigenerazione
16. 25 luglio 2019: direttrice Fondazione Museo Civico – c/o Palazzo Sichardt
17. 1 agosto 2019: direttore Museo della Guerra – c/o Castello Rovereto
18. 4 settembre 2019: delegato Confindustria Vallagarina – c/o Capi Group
19. 9 settembre 2019: direttore MART – c/o ufficio Iscom Group – intervista telefonica
20. 12 settembre 2019: capoufficio Servizio Turismo e Grandi Eventi – c/o ufficio Servizio Turismo

20 interviste
di profondità

Focus group con stakeholder per ascolto e coinvolgimento degli operatori per zona

- L'attività di **coinvolgimento degli operatori economici** attraverso una serie di **focus group realizzati presso il Laboratorio della Rigenerazione**.
- I focus sono stati organizzati per **zona di riferimento del centro storico**: un primo ciclo focalizzato **sull'ascolto** e un secondo sulla presentazione di **case history** di valorizzazione.

I focus che hanno visto la partecipazione complessiva di circa **60 operatori** si sono tenuti secondo il seguente calendario:

- 30 maggio 2019: ore 13.30 focus group zona 1, operatori presenti 3
- 30 maggio 2019: ore 19.30 focus group zona 2, operatori presenti 1
- 6 giugno 2019: ore 13.30 focus group zona 3, operatori presenti 11
- 6 giugno 2019 ore 19.30 focus group zona 4, operatori presenti 13
- 13 giugno 2019 ore 13.30 focus group zona 5, operatori presenti 2
- 27 giugno 2019 ore 16.00 focus group zona 1, operatori presenti 3
- 27 giugno 2019 ore 19.30 focus group zona 2, operatori presenti 4
- 25 luglio 2019 ore 16.00 focus group zona 1,2, 3 operatori presenti 6
- 25 luglio 2019 ore 19.30 focus group zona 1,2, 3 operatori presenti 10
- 1 agosto 2019 ore 16.00 focus group zona 4,5, 6 operatori presenti 3
- 1 agosto 2019 ore 19.30 focus group zona 4,5, 6 operatori presenti 7

11 focus group
60 operatori

Momenti informali di coinvolgimento

- Sulla base del percorso di coinvolgimento attivato mediante i focus group con operatori presenti ai momenti di lavoro o che hanno contattato il Laboratorio sono stati anche **avviati colloqui e momenti informali di coinvolgimento svolti per via o presso la singola attività.**

1. 20 giugno 2019: referenti Associazione Santa Maria Incontra – c/o Circolo Operaio
2. 4 luglio 2019: ore 12.15 incontro con Associazione informale operatori via Rialto, numero operatori presenti n. 5 – c/o Loco's
3. 4 luglio 2019: ore 19.30 incontro con Associazione Santa Maria Incontra via Santa Maria, numero operatori presenti n. 2 - c/o Circolo Operaio
4. 25 luglio 2019: ore 17.30 incontro con titolare attività di Vicolo Parolari
5. 1 agosto 2019: ore 10.30 visita e incontro con titolare attività di Via Acquedotto
6. 29 agosto 2019: ore 12.00 visita e incontro con titolare attività di Via Rialto
7. 4 settembre 2019: ore 12.00 incontro con titolare attività di Via Rialto
8. 4 settembre 2019: ore 15.00 incontro con titolare attività di Via Negrelli

8 momenti
informali
20 operatori

Inquadramento del contesto di riferimento

- L'inquadramento del contesto di riferimento si è sviluppato mediante analisi desk, raccolta di informazioni in possesso dell'amministrazione comunale e analisi sul campo.
- L'inquadramento ha visto l'affronto e l'analisi delle seguenti tematiche: **andamento demografia e sviluppo socio economico, attività economiche e commercio, turismo e musei e dotazione parcheggi.**

Indagini di mercato a frequentatori ed operatori

- **L'indagine ai frequentatori:** è stata orientata a raccogliere indicazioni sulla provenienza e il **bacino di gravitazione**, le modalità e le **motivazione di frequenza**, la frequenza e la propensione agli acquisti nonché **le valutazioni sull'offerta del centro urbano**
 - E' stato intervistato nel periodo che va da fine giugno a inizio luglio un campione di **297 intervistati**, nelle giornate di **martedì, venerdì e sabato in tre luoghi distinti, ovvero Piazza Erbe, Piazza Battisti, Piazza Nazario Sauro.**
-
- **L'indagine rivolta agli operatori economici:** è stata orientata a raccogliere indicazioni su andamento e provenienza della clientela, le valutazioni sull'offerta del centro, la disponibilità a partecipare ad iniziative per il centro.
 - **È stato intervistato nel periodo che va tra fine giugno e inizio luglio un campione di 107 intervistati in modalità «face to face» presso le attività presenti nei principali assi commerciali del centro storico (48%), nell'area Bettini – Paoli (23%) e Dante – Santamaria (29%).**

Rilevazione flussi pedonali e veicolari

- Per l'attività di rilevazione dei flussi pedonali e veicolari si è provveduto all'installazione dei sensori e dispositivi in **sei assi del centro urbano**.
- **Le vie** in cui sono stati installati i sensori sono le seguenti: **Corso Bettini, Corso Rosmini, Via Dante, Via Mazzini, Via Rialto, Via Mercerie**.
- La raccolta dati ha preso avvio a partire dal mese di **luglio 2019** e si concluderà nel mese di **gennaio 2020**.

Sopralluoghi e rilievi sul campo

- L'attività di **sopralluoghi e rilievi sul campo** si è sviluppata nell'area del centro storico e del centro urbano e ha compreso complessivamente circa **40 vie/piazze** organizzate in **sei zone omogenee** concordate con la cabina di regia.
- L'attività ha visto, in sintesi, la raccolta dei seguenti elementi di analisi:
 - **Distribuzione e tipologia dell'offerta commerciale e di servizi presenti** per singola via/luogo
 - **Rilevazione ed analisi dei vuoti** commerciali presenti ai piani terra
 - **Analisi del livello di qualità urbana** e degli elementi che definiscono lo spazio pubblico per singola via/luogo

2 SINTESI E OSSERVAZIONI EMERSE DALLE ATTIVITA' DI ANALISI

Il contesto di riferimento e le principali trasformazioni

- Rovereto, città storicamente industriale, ha attraversato negli ultimi 50 anni profonde e **radicali trasformazioni del comparto industriale** stesso, segnate dalla chiusura progressiva di importanti realtà (Manifattura Tabacchi, Pirelli, Merloni/Ariston, e più di recente Grundig, Alpe, Filtrati, etc.) con anche un forte ridimensionamento del peso del settore sul totale degli occupati.
- Il **riposizionamento del comparto** può essere esemplificato dall'importante sviluppo del progetto del Polo della Meccatronica, prima polo tecnologico, che oggi vede presenti diverse aziende di eccellenza nazionali e internazionali con centri di produzione, centri ricerca e startup innovative (Bonfiglioli, Ducati energia, Zeiss, etc.).
- Anche il **sistema commerciale ha subito e vive profonde trasformazioni**, con l'insediamento di medie e grandi superfici lungo l'asse della Via del Garda, la crescita dell'e-commerce, i profondi mutamenti delle abitudini di acquisto e della disponibilità di spesa da parte dei consumatori che impattano sul sistema dell'offerta tradizionale e, in particolare, del centro urbano (nell'area di riferimento sono stati **mappati circa 100 locali vuoti pari al 18% dei locali disponibili**, dato in linea purtroppo con altri contesti urbani in cui si registra una percentuali di negozi chiusi variabile tra il 15% e il 20%).

Crescita demografica e polo di riferimento

- Rovereto dal dopoguerra ha vissuto una storia di **crescita demografica abbastanza continua**, derivante da un mix di crescita endogena e di immigrazione di diversa origine e motivazione (trentini, stranieri, etc.).
- Dopo un forte sviluppo registrato negli anni 60 e 70 con un incremento di quasi il 35%, (34,6%) dei residenti; nel successivo ventennio la popolazione è cresciuta più lentamente, nel 2000 era ferma a 34.153 abitanti (crescita del 3,4%). Nei primi anni 2000 la crescita si presenta leggermente più vivace tanto da portare la popolazione a 38.151 abitanti nel 2010 con una crescita dell'11,7%. Negli ultimi otto anni il ritmo di crescita è di nuovo rallentato con una crescita del 5,2%, per un totale di **40.135 residenti al 31/12/2018.**
- Dall'indagine di mercato condotta sui **frequentatori** del centro storico è emerso come circa il **28% del campione proveniva da altro comune** (circa il 20% in provincia di Rovereto e l'8% da fuori Provincia).
- Gli **operatori economici** hanno evidenziato, nell'indagine campionaria realizzata, come l'8% della loro clientela provenga dalla Provincia e il 10% da fuori Provincia per un totale pari al **18% di clientela non residente nel Comune di Rovereto**. Nei focus group gli operatori hanno segnalato come il trend dei loro clienti provenienti da fuori Comune risulti in calo.
- Rovereto ha una **funzione di "polo" attrattivo** della Vallagarina (91.574 residenti), e, per alcune attività, anche da altre zone della provincia, come testimoniato ad esempio dall'importanza del sistema di scuole secondarie di secondo grado.
- Più in generale l'**isocrona** che consente di identificare i confini dell'area di gravitazione teorica del centro urbano di Rovereto registra la presenza di circa **45 mila abitanti** a una distanza **in auto fino a 10 minuti, 70 mila fino a 20 minuti e 145 mila fino a 30 minuti.**

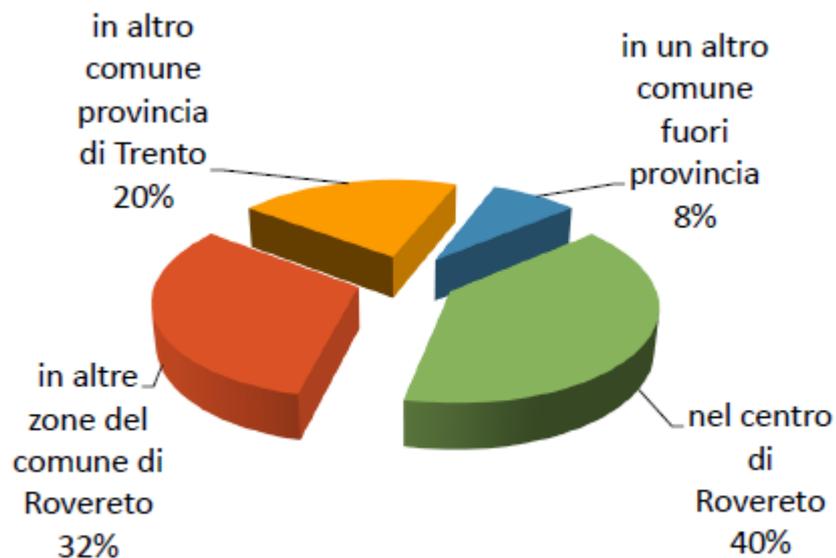
Il commercio, il sistema dell'offerta

- Il centro storico di Rovereto è caratterizzato da un **elevato numero di esercizi commerciali**, artigianali e pubblici esercizi gestiti per lo più da **imprese locali di piccola dimensione** (quasi il 90%).
- Una situazione che lo accomuna ad altri centri storici Italiani di dimensioni analoghe che **non risultano attrattivi per molte catene distributive e per i franchisor**. Il mantenimento di una rete distributiva articolata dipende quindi in gran parte dalle **capacità e dalle risorse imprenditoriali locali**.
- Anche nel centro urbano di Rovereto sono evidenti le **trasformazioni e i principali trend che il commercio tradizionale sta subendo e vivendo**, si segnalano:
 - L'impatto dell'**evoluzione tecnologica** che sta portando alla riduzione di alcune tipologie di attività presenti nei centri urbani (non solo attività commerciali, basti pensare ad esempio al settore bancario e alle relative filiali), appare quindi importante poter avere un ricambio con nuove tipologie di attività;
 - E' in atto una forte **ibridazione delle attività su strada**, molte attività artigianali e di somministrazione hanno in questi anni iniziato a vendere prodotti e viceversa molte attività commerciali somministrano alimenti e bevande o forniscono nuovi servizi;
 - Le nuove attività per essere sul mercato oltre alla complessità della gestione del punto vendita devono necessariamente **integrarsi col tessuto locale, sviluppare servizi comuni e azioni di gruppo tra gli operatori, posizionandosi anche su tematiche di natura sociale e ambientale**;

Il commercio, le opinioni dei frequentatori

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

- Il centro viene vissuto sia per opportunità di **acquisti, tempo libero e luogo di lavoro**, risulta **discreta la presenza in centro di turisti** e persone che abitano fuori dal centro e comuni del trentino;



Il commercio, le opinioni dei frequentatori

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

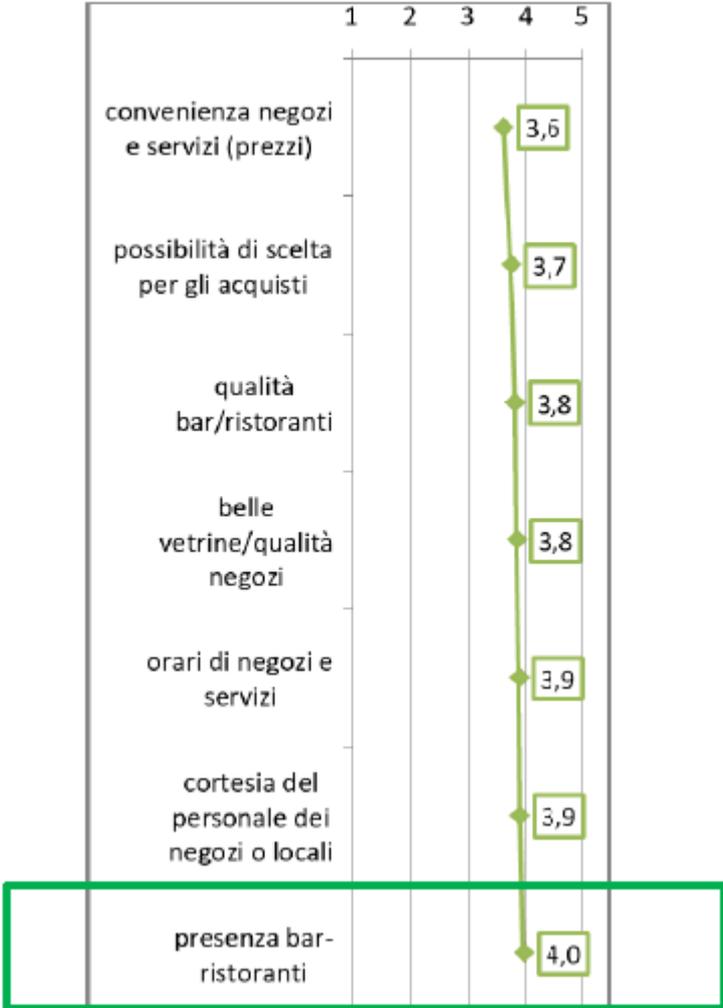
- Le iniziative più note alla popolazione che vive o frequenta il centro, emerse da domande aperte, sono: «**Natale**», «**Educa**», «**Un borgo e il suo fiume**» e «**Notte Verde**»;

Eventi	Numero di citazioni
Natale	76
Educa	49
Un borgo e suo fiume	43
Notte Verde	29
Rovereto in fiore	13
Street Food	12
Vintage festival	9
Strongman run	7
Meteo Orologia	6
Bande in Piazza	5
Jazz	5
Oriente Occidente Danza festival	4
Festival artisti di strada	3
Festival cibi internazionali	3
Halloween	3
Rassegna teatrale	3
Carnevale	2
Festival	2
Festival Mozart	2
MART eventi	2

Il commercio, le opinioni dei frequentatori

- I frequentatori del centro apprezzano la **qualità dell'ambiente urbano, la dotazione di pubblici esercizi e il livello di servizio fornito dall'insieme delle attività economiche**; qualche problema si rileva nelle percezioni del livello di scelta fornito dall'offerta commerciale oltre che dalla convenienza;

Valutazioni su alcuni aspetti del centro
Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO

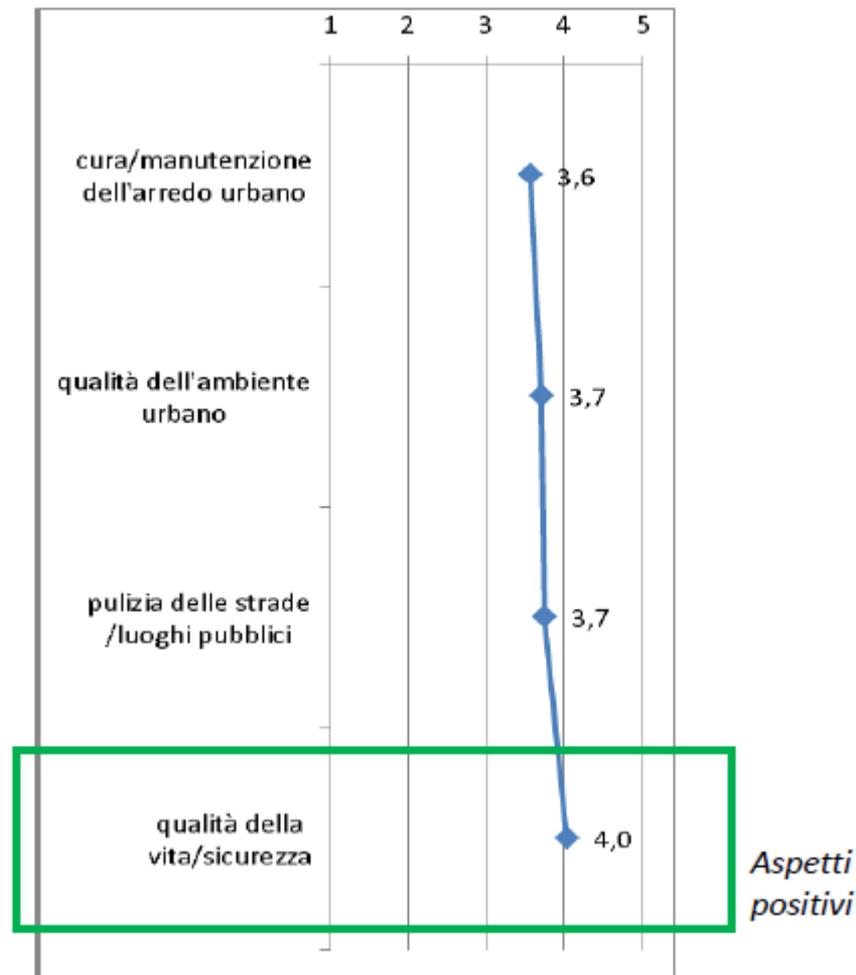


Il commercio, le opinioni degli operatori

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

- **Gli operatori** sono concordi nel considerare come punti di forza del centro la qualità della vita e la dotazione di bar e ristoranti. Inoltre indicano alcune **criticità su aspetti di qualità dell'ambiente urbano, in particolare la cura/manutenzione;**

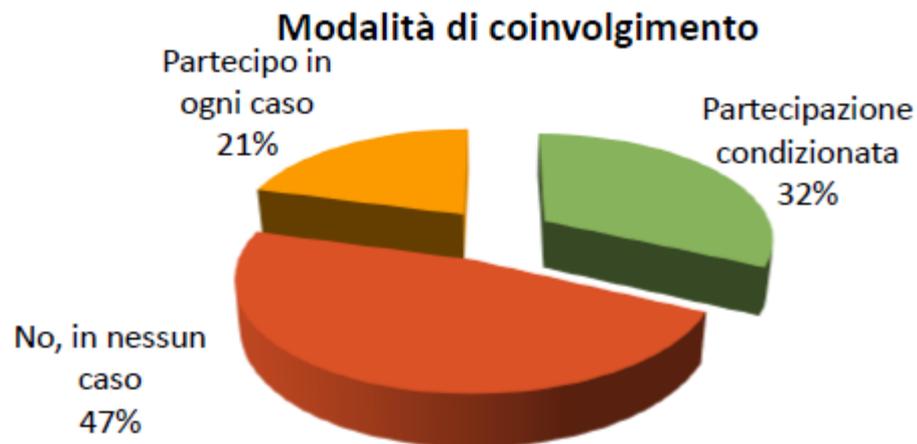
Valutazioni su alcuni aspetti del centro
Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



Il commercio, le opinioni degli operatori

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

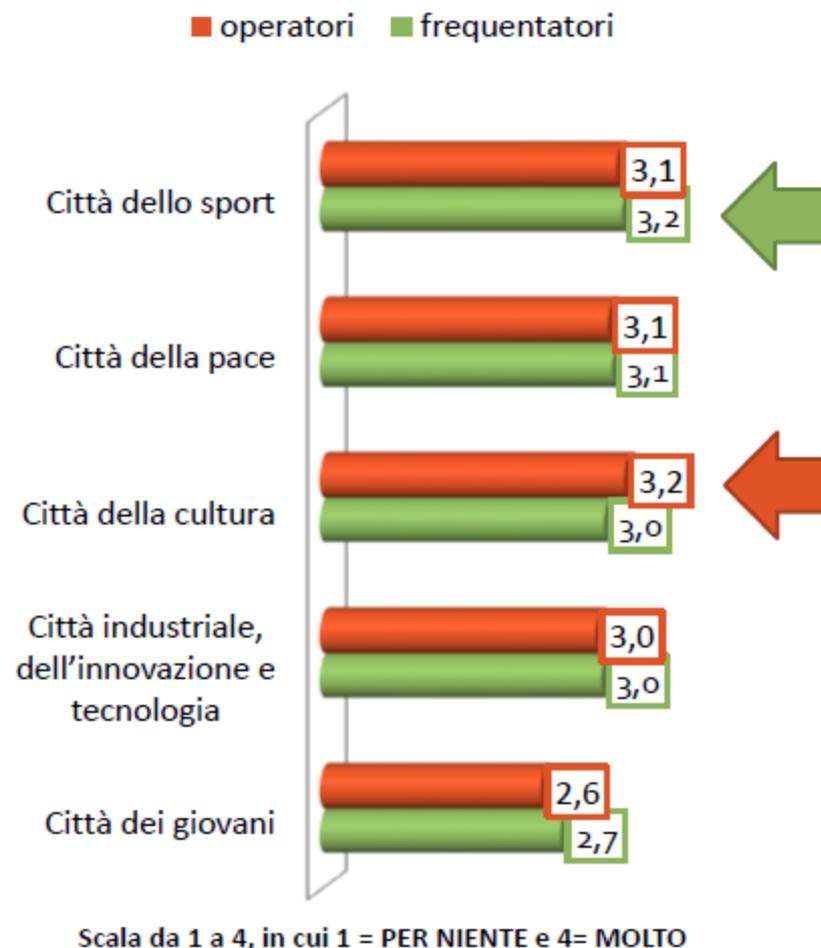
- La **disponibilità al coinvolgimento a iniziative di valorizzazione insieme ad altri operatori della zona/strada è sottoposta a condizioni non sempre esplicitate;**



Il commercio, le opinioni di operatori e frequentatori a confronto

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

- L'immagine che rappresenta maggiormente la città di Rovereto per i frequentatori è «**città dello sport**» e per gli operatori «**città della cultura**»; si concorda sull'espressione anche di «**città della pace**»;

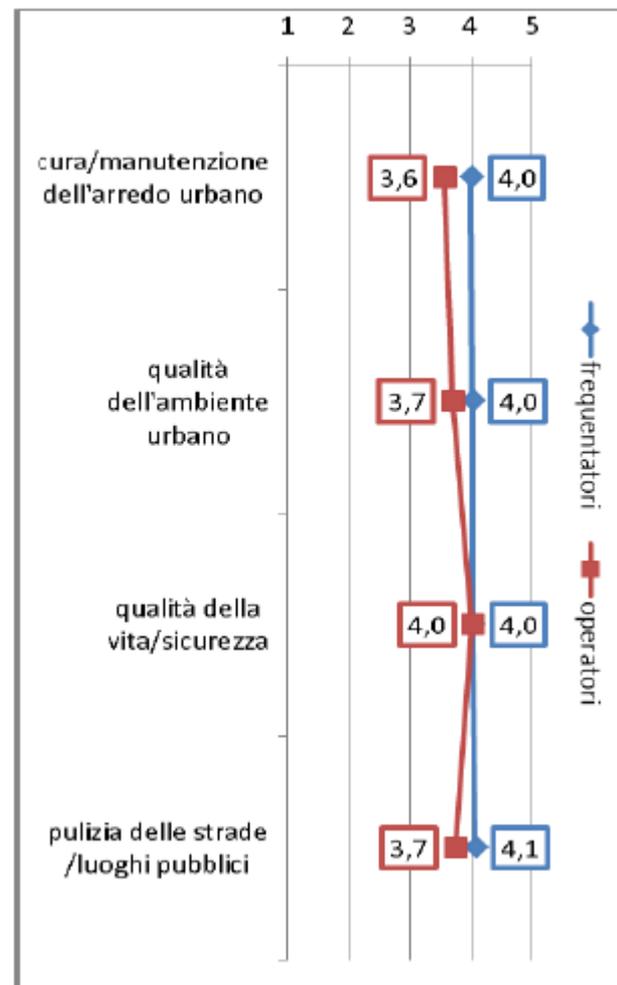


Il commercio, le opinioni di operatori e frequentatori a confronto

Alcuni altri elementi sono emersi dall'attività di indagine di mercato rivolta ad operatori e frequentatori tra cui segnaliamo:

- Confronto tra percezione frequentatori e operatori...

Valutazioni su alcuni aspetti del centro
Scala da 1 a 5, in cui 1 = PESSIMO e 5 = OTTIMO



Il centro urbano, conformazione e qualità urbana

- Il centro urbano presenta a livello urbanistico e di «forma urbis» **una conformazione molto complessa, articolata ed eterogenea.**
- Dalla lettura della conformazione urbana, si sono individuate 6 Macro Zone Omogenee, sulle quali ci siamo orientati le analisi ed i sopralluoghi sul campo.
- Dall'analisi condotta nel centro urbano di Rovereto, in via generale, si rileva **una buona qualità urbana ed una buona qualità/diffusione degli elementi che definiscono lo spazio pubblico.**
- Vi sono tuttavia **differenze rilevanti legate alla singola Via/Piazza ed alle singola zone analizzate**, delineando quindi, un quadro complessivo di buona qualità, ma ad ogni modo **migliorabile.**
- **Tra le maggiori criticità riscontrate a livello generale** , si segnalano: lo stato di conservazione e la qualità dei sistemi di raccolta dei rifiuti, lo scarso grado di coordinamento tra gli elementi che compongono l'arredo urbano.
- **Tra le maggiori criticità localizzate** riscontrate, si registrano invece: la bassa qualità di alcuni fronti edilizi, la disomogeneità e lo stato di conservazione di alcuni tratti del percorso pedonale, la scarsità/mancanza di fioriere/zone verdi ed arredi per la qualificazione di alcuni percorsi, la scarsa cura di alcuni spazi verdi presenti, la sporcizia e l'imbrattamento rilevati e localizzati in alcuni punti, la presenza di manufatti incongrui che impattano sulla percezione dello spazio in alcuni luoghi, la mancanza di una chiara gerarchizzazione degli ambiti di fruizione (pedonale, ciclabile e carrabile), Il conflitto di fruizione degli spazi per effetto del transito veicolare e del carico-scarico.
- Risulta fondamentale **lavorare sui concetti di ricucitura, cura e manutenzione, percorsi, micro interventi di qualificazione**, sperimentazione di nuove forme d'uso dello spazio pubblico.

Il centro urbano, tesori visibili e «nascosti»

- Una delle principali caratteristiche che contribuisce a connotare il centro urbano di Rovereto, ed in particolar modo la sua parte storica, è in assoluto la **qualità e la ricchezza delle innumerevoli evidenze storiche, artistiche, culturali ed architettoniche presenti.**
- Tali evidenze, risultano essere dei veri e propri tesori. Alcuni visibili ed altri nascosti.
- Tra i tesori visibili, rientrano ad esempio quelli che si possono incontrare, nel passeggiare dal **Mart a Santa Maria, partendo quindi da Corso Bettini, attraversando Via Orefici, Piazza Battisti, Via Rialto/Via della Terra - oppure Via Mercerie - Piazza Malfatti, Via Portici, Piazza del Podestà, Via Santa Maria. In poco più di 1000 metri, si possono ammirare una moltitudine di «meraviglie»,** che senza dubbio rendono questo percorso una delle passeggiate storico-artistiche più belle del Trentino.
- Tra i tesori meno noti, a causa della loro ubicazione, si possono citare ad esempio: il caratteristico Vicolo Basadonna, le edere rampicanti di Via Castelbarco, il giardino e la statua del cavallo dell'Ex Catasto, i Cortili di Via Santa Maria, La sala e l'organetto di fine '800 del Caffè Due Colonne di Piazza del Podestà, etc...
- **Occorre senza dubbio dare visibilità e risalto alla qualità e bellezza della città mediante una maggior «comunicazione» di questi suoi tesori.**

Poli di attrattività, l'offerta museale

La città di Rovereto è dotata di poli attrattivi di particolare rilevanza, in primis, il sistema museale composta da: **Mart, Museo Civico, Museo della città, Casa d'arte futurista Depero, Museo storico italiano della guerra e la Fondazione Opera Campana**. Di questi importanti poli museali ben **5 sono ubicati nel centro urbano**.

- L'Istat censisce a Rovereto 6 siti museali che risultano avere avuto nel **2017 oltre 300.000 visitatori di cui il 51% paganti** (% inferiore al dato provinciale e nazionale).
- Si tratta di poco più del 15% dei visitatori dei musei della provincia, nel complesso Rovereto si colloca al **44-imo posto fra i comuni italiani per numero di visitatori dei musei pur occupando il 206-imo posto della classifica nazionale dei comuni italiani per numero di residenti**.
- Dall'attività di analisi, di coinvolgimento e di interviste di profondità emerge, oltre all'auspicato incremento del numero di visitatori dei vari poli museali, la necessità di un **posizionamento della città più marcato sull'offerta museale, in particolare sul '900**, nonché una maggior **sinergia tra le diverse strutture** finalizzata anche a garantire una **maggior permanenza dei visitatori in città** e, in particolare, nel centro urbano.

Poli di attrattività, il sistema scolastico, l'Università e lo Sport

- Altri poli di attrattività e che contribuiscono al posizionamento della città sono rappresentati dal sistema scolastico, dalla presenza universitaria e dal sistema dell'offerta sportiva.
- Seppur con obiettivi, «pesi» e ricadute diverse la presenza di Istituti di scuole secondarie di secondo grado contribuisce a fare di Rovereto un polo di riferimento per la Vallagarina, l'offerta Universitaria con i circa 1.500 studenti (anche se in gran parte pendolari) rappresenta un punto di partenza importante per lo sviluppo del territorio e le numerose strutture sportive connesse con il sistema di oltre 100 associazioni rendono possibili diverse pratiche sportive per i residenti fino alla realizzazione di eventi di importanza nazionale e internazionale.

Turismo, un'opportunità da cogliere e sviluppare

- ❑ Rovereto non ha una tradizione turistica, tuttavia in questi anni le presenze sono cresciute in maniera lenta, ma costante ed il turismo può iniziare ad essere considerato una componente significativa della città non tanto in valore assoluto, ma come potenzialità di crescita e di spesa portata sul territorio.
- ❑ Rispetto al territorio provinciale Rovereto si caratterizza per un prodotto turistico peculiare in quanto non fondato principalmente sul prodotto “montagna” nelle sue diverse accezioni.
- ❑ La posizione del comune è baricentrica e sul percorso per raggiungere le diverse destinazioni turistiche di maggior richiamo (Garda, Trento, Montagna ecc.), ma l'attrattività del comune non è particolarmente legata a nessuno di questi prodotti, che quindi rischiano di non apportare flussi sul territorio.
- ❑ I segmenti su cui si orienta il turismo roveretano sembrano quindi essere: Città d'arte, Natura, Sport ed eventi ad esso collegati, Affari e «transito»
- ❑ Per accompagnare ed accelerare questa crescita è importante che l'intero territorio come sistema di offerta, promozione/marketing e servizi migliori le proprie capacità per rispondere alle specifiche esigenze di target di dei turisti.

3 LINEE STRATEGICHE DI RIGENERAZIONE

- **Rovereto è stata oggetto nel tempo di una serie di investimenti sull'hardware della città**, in particolare: sullo spazio pubblico, sui collegamenti viari. In tale contesto di elevata qualità urbana perdurano elementi critici che possono essere oggetto di attenzione utili per un'ulteriore fase di sviluppo e rilancio. In un contesto di qualità un dettaglio che stona è subito in evidenza.
- Nel passato anche più recente, Rovereto ha evidenziato la sua capacità di investire in innovazione e conoscenza raggiungendo dei punti di eccellenza a livello nazionale (sistema scolastico, incubatori per la promozione di innovazione e start-up, etc.).
- La capacità attrattiva di Rovereto è documentata dal suo sviluppo demografico e dall'indice di densità della popolazione il maggiore della Regione. **Le politiche di sviluppo della città è bene siano collocate non in un ambito esclusivamente locale**, ma con una specifica caratterizzazione per la Val Lagarina, il contesto regionale e nazionale.
- Risulta inoltre evidente un elevato sistema di dotazioni strutturali nel mondo dello sport, dell'arte, della cultura, tali dotazioni non sono rappresentate solo dagli edifici ma soprattutto da un sistema di risorse umane, di associazioni, di organizzazioni capaci di sviluppare eventi ed iniziative. **Tale sistema di relazione rappresenta un punto di partenza per sviluppare ulteriori politiche di valorizzazione.**
- In sintesi, **l'hardware è ben dotato, ha bisogno di alcuni interventi per la sua "manutenzione", occorre ora mettere a sistema il software di funzionamento**, il sistema di relazioni che possano produrre una nuova fase di sviluppo di Rovereto.
- In tal senso la rigenerazione va intesa come un percorso basato su tre concetti chiave: **relazioni, attrattività e comunità.**

1. Potenziare il **sistema di relazioni** tra gli attori del territorio in un'ottica collaborativa e condivisa superando le logiche settoriali;
2. Valorizzare e **favorire l'aggregazione di soggetti attivi/attivabili** sul territorio di riferimento in modo puntuale al fine di liberare energie e accrescere il **senso di comunità e orgoglio di appartenenza**;
3. Migliorare il livello della **qualità urbana e del sistema dell'offerta commerciale** intervenendo con la riqualificazione di specifiche zone e accompagnando la riqualificazione dell'offerta commerciale;
4. Favorire una **politica di «ricucitura» integrata** con l'obiettivo di accompagnare i percorsi di crescita dei vari ambiti in maniera diffusa ed equa;
5. Potenziare **l'attrattività e la vitalità** del centro urbano puntando sulle diverse vocazioni consolidate dalle città (Pace, Culturale, Sportiva, Produttiva, etc.) e quelle da sviluppare/valorizzare (Turistica, legata all'Innovazione, ricerca ed Università, etc.);

LINEE D'AZIONE PROPOSTE

Sulla base delle linee strategiche per la ri-generazione del centro urbano si individuano le seguenti linee d'azione che saranno oggetto di successivi approfondimenti mediante l'attività di progettazione:

1. Implementazione **modello di governance e coordinamento** del centro urbano
2. Attivazione **sistema dei distretti del centro urbano**
3. **Qualificazione dell'offerta commerciale, formazione e innovazione**
4. **Incremento della qualità urbana, la ricucitura dei percorsi e degli spazi e la sperimentazione di nuove forme d'uso dello spazio pubblico**
5. **Miglioramento sistema delle mobilità, accessibilità e attestamento**
6. Valorizzazione, **racconto e condivisione delle «meraviglie»**
7. **Attrattività e vitalità** del centro urbano
8. **Molteplicità di eventi ed iniziative**

Modello di governance e coordinamento del centro urbano

A fine di migliorare la condivisione e la performance degli interventi (a partire dalla definizione dei desiderata sino alle successive di progettazione, attuazione e «manutenzione» e monitoraggio) si propone di attuare un sistema di governance del centro urbano mediante azioni sia interne all'amministrazione sia in un'ottica di partnership pubblico – privato, in particolare:

1. Introduzione di una figura interna all'amministrazione comunale con funzioni di **Town Centre Management** con funzioni di coordinamento trasversale di politiche e interventi;
2. Costituzione di una **Cabina di Regia** del centro urbano con componenti pubblici e privati per condivisione interventi, coordinamento strategico/operativo, attuazione e monitoraggio;
3. Sperimentazione delle **Antenne di via/zona** figure di raccordo che in una logica bottom-up favoriscono la raccolta delle informazioni e ad esempio il pronto intervento o la raccolta di desiderata utili alla trasformazione/ri-generazione di ambiti di riferimento;
4. Adozione **Regolamento per i beni comuni e amministrazione condivisa**, il percorso di ri-generazione è un percorso di comunità, cioè capace di valorizzare le risorse che intendono prendersi a cuore il centro urbano, partendo da specifici luoghi/aree.

Attivazione sistema dei distretti del centro urbano

Stante la conformazione fisica, le evidenze turistiche/culturali e le caratteristiche del sistema dell'offerta commerciale del centro urbano, si propone di individuare delle specifiche aree «omogenee» denominate **Distretti del centro urbano**. Tale politica è anche finalizzata a favorire un maggior coinvolgimento di operatori economici nel processo di ri-generazione e valorizzare le «energie» e i soggetti locali che si prendono cura di porzioni di territorio contribuendo al processo ri-generativo. Le attività per l'attivazione e lo sviluppo dei Distretti sono le seguenti:

1. Individuazione e perimetrazione dei Distretti;
2. Definizione del **piano di attività dei singoli Distretti**, con particolare riferimento a vocazione e caratterizzazione, riqualificazione e ricucitura puntuali, piano annuale di attività e iniziative
3. Individuazione di specifiche attività valide per tutti i Distretti
4. Attivare **politiche di sostegno per lo sviluppo dei Distretti** da parte dell'amministrazione comunale come, ad esempio: semplificazione delle procedure autorizzative le iniziative, eliminazione/riduzione dei costi di occupazione del suolo pubblico, contribuzione al piano di attività, sperimentazione di micro pedonalizzazioni da promuovere in occasione di specifiche giornate/weekend per iniziative di "libera" fruizione dello spazio urbano e dell'offerta commerciale

Qualificazione dell'offerta commerciale, formazione e innovazione

Il sistema dell'offerta commerciale risulta particolarmente numeroso e articolato con punti di eccellenza, innovazione e caratterizzazione, al tempo stesso sono evidenti necessità di adeguamento dell'offerta (difficili da attuare in momenti di incertezza e stagnazione/calò dei consumi).

Occorre favorire la ripresa e la capacità di investimento degli operatori perché una offerta commerciale adeguata e innovativa contribuisce al livello di vivacità, di qualità e di attrattiva dello spazio pubblico. Le azioni proposte sono le seguenti:

- 1. Incentivi agevolazioni e contributi per l'adeguamento dei punti vendita** (vetrine, tendaggi, dehor e ristrutturazione punti vendita);
- 2. Azioni formative** promosse anche dal mondo associativo sui temi dell'innovazione nel retail con particolare riferimento all'accoglienza turistica, alla comunicazione e alla presenza in rete;
- 3. Piano di valorizzazione dell'offerta mercatale** (mercato settimanale e mercati periodici a tema);
- 4. Implementazione di un Piano o di progettualità volte alla ri-attivazione / ri-uso** dei 100 locali vuoti, censiti e mappati all'interno del centro urbano di Rovereto.

Accessibilità, attestamento e percorsi

Occorre favorire l'accessibilità, l'attestamento e i percorsi di visita al centro storico, Stante l'attuale dotazione di zone parcheggio di attestamento al centro e il sistema di ZTL occorre attuare una specifica azione di comunicazione e implementare specifici interventi:

- 1. Comunicare le dotazioni di parcheggi di attestamento esistenti**, mediante strumenti di comunicazione orientati all'utente e di facile lettura con l'indicazione dell'area del centro storico servita da ogni parcheggio e i percorsi pedonali parcheggio/centro storico;
- 2. Revisione e adeguamento del sistema di segnaletica e indirizzamento ai parcheggi** a partire dalla strada statale mediante strumenti capaci di indicare il numero di posti auto e il tempo di percorrenza per l'arrivo ad ogni parcheggio di attestamento;
- 3. Riqualificazione percorsi** da aree parcheggio al centro storico;
- 4. Comunicazione della doppia regolamentazione ZTL con mappe e orari – Indicazione più agile del varco aperto o chiuso** (ad esempio semaforo verde o rosso) – **Controllo di un utilizzo rispettoso di percorsi e orari di accesso alla ZTL;**

Valorizzazione, racconto e condivisione delle «meraviglie»

Occorre dare visibilità e risalto alla qualità e bellezza della città mediante una maggior «comunicazione» dei suoi tesori. I tesori sono sia quelli già visibili sia quelli «nascosti» (come ad esempio: vicolo Basadonna, vicolo Castelbarco, Giardino ex catasto, Cortili via Santa Maria, organetto Caffè di piazza del Podestà, etc.) . Per esemplificazione basti pensare che nel percorso Mart – Borgo Santa Maria in circa 1.000 metri sono presenti numerosi tesori di valenza storico, artistica, culturale e monumentale che compongono di fatto una delle passeggiate più belle del Trentino;

- 1. Valorizzare il patrimonio visibile e nascosto** in un percorso di narrazione condivisa con interventi come ad esempio: installazione targhe palazzi storici, selfie point di scorci e panorami particolari, utilizzo delle vetrine dei negozi sfitti come vetrina/aggancio/rimando ai tesori dei dintorni, visite guidate e racconto agli operatori delle eccellenze presenti in prossimità delle loro attività per una narrazione condivisa;
- 2. Il km di bellezza, storia e tradizione** «utilizzo» del percorso Bettini, Orefici, Rialto/Mercerie/Terra /Portici, piazza del Podestà, Santa Maria come luogo del racconto della città, con punti fisici di meraviglia capaci di raccontare e veicolare le vocazioni della città presenti in centro o nel territorio più allargato (la grande guerra, progetto Seta, progetto Lavini, orme Dinosauri, Mozart, Depero, etc.);

Attrattività e vitalità del centro urbano

- In un'ottica di attrattività e vitalità del centro urbano, oltre agli eventi ed iniziative, risultano particolarmente significative le opportunità di azioni e progetti legati al tema del cicloturismo, ai giovani (sistema scolastico e universitario), al sistema dell'offerta museale nonché alle politiche di housing sociale. Pertanto si ritiene opportuno sviluppare le seguenti linee di intervento:
- Ciclabilità e cicloturismo**, potenziare la fruibilità ciclabile del centro urbano, partendo chiaramente dagli interventi previsti di **connessione dalla ciclabile lungo Adige** (uscita Nord), attivando una pianificazione di **aree sosta e servizi/attrezzature** per i cicloturisti nel centro urbano;
 - Co-progettazione mondo giovanile**, coinvolgimento degli Istituti superiori e delle sedi Universitarie presenti al fine di coinvolgere gli studenti sia nella **narrazione delle eccellenze** di Rovereto sia per la co-progettazione di servizi volti a favorire la permanenza degli studenti nell'area di riferimento;
 - Sistema museale**, sono molteplici le azioni presenti sul territorio legate al sistema museale (tra cui ad esempio: Museum Pass e After Mart) che rappresenta un'evidente sistema di eccellenza. Appare opportuno proporre una linea d'azione volta aumentare la presenza dei musei in una **logica «off» sia in termini di relazioni sia fisica**. A titolo esemplificativo in sinergia con progetti dei Distretti si possono prevedere abbellimenti di vie e piazze tematismi collegati ai Musei, prevedere eventi «off» in occasione di mostre temporanee e non solo (vedi ad esempio utilizzo spazi in Santa Maria), con i gruppi organizzati favorire percorsi tra aree parcheggio pullman e musei in grado di far apprezzare anche in pillole aree del centro urbano;
 - Welfare e housing sociale**, segnalata la densità abitativa di persone anziane residenti in centro e stante la funzione del commercio di vicinato occorre valorizzare le esperienze in atto di **collaborazione tra operatori economici e mondo del welfare**, al tempo stesso, occorre implementare politiche di housing sociale capaci di ottenere un **mix di abitativo intergenerazionale**;

Molteplicità di eventi ed iniziative

Sono molteplici gli **eventi promossi nel centro urbano (oltre 40 all'anno)** chiaramente di natura diversa (culturali, musicali, tematici, animazione, etc.) e con target specifici. Su tale tematica i punti di lavoro e approfondimento risultano molteplici e si possono riassumere nelle seguenti linee di azione:

- 1. Analisi integrazione calendario eventi con stagionalità turistica**, in funzione della stagionalità turistica e della distribuzione nell'arco dell'anno di arrivi e presenze verificare possibili ottimizzazioni del calendario di iniziative (ove possibile) volte a favorire flussi in specifici periodi dell'anno;
- 2. Comunicazione interna al sistema**, migliorare la condivisione del calendario di eventi ed iniziative in programma durante l'anno, già in fase di pianificazione, non solo di comunicazione e promozione al fine di favorire un maggior coordinamento, una maggior condivisione e l'eventuale attivazione di iniziative di integrazione tra sistema delle attività economiche ed eventi;
- 3. Eventi ed iniziative con protagoniste attività economiche e di Distretto**, occorre sostenere, favorire e responsabilizzare il sistema di attività economiche allo sviluppo di proprie iniziative volte a rendere le attività stesse principali protagonisti delle iniziative sia come sistema di offerta (centro urbano) sia come singoli Distretti (specifiche zone) cercando di attivare azioni «shopping oriented»;
- 4. Layout di base**, stante l'articolazione del centro urbano e le sue caratteristiche fisiche risulta evidentemente complesso coinvolgere l'intero centro urbano in ogni specifica iniziativa. Dal punto di vista metodologico e organizzativo si propone di definire una mappa degli spazi disponibili con particolare riferimento agli spazi all'aperto e ai possibili layout di utilizzo al fine di verificare le possibilità tecniche per lo realizzazione di iniziative;