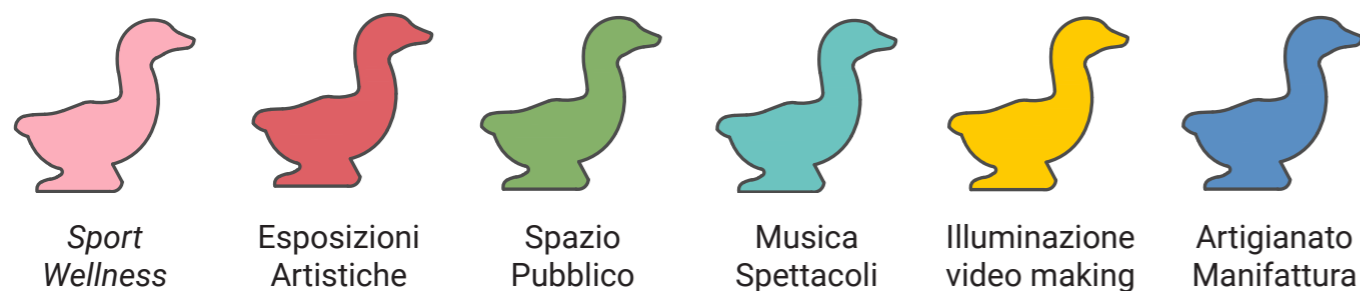


RIGENERA RECANATI

01. Preparazione

In prima istanza verranno formate le **6 squadre** di lavoro, così divise:

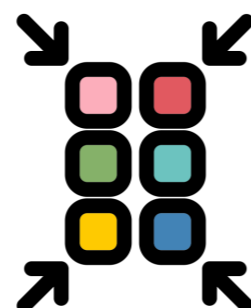


Le squadre, seppur concentrate su temi specifici, saranno composte da un **team interdisciplinare**, sempre **assistito** dai membri del raggruppamento. Per appartenere ad una delle squadre sarà necessario partecipare e vincere un **bando** appositamente predisposto.

02. Obiettivo della rigenerazione

Le squadre affronteranno i temi loro assegnati attraverso una serie di passaggi successivamente illustrati, con lo scopo di realizzare un **prodotto commercialmente appetibile** che riporti l'interessi di turisti ed investitori nei confronti di Recanati, **riassumendo** in maniera esauriente le tante ricchezze del territorio.

Questo obiettivo sarà perseguibile quando le squadre inizieranno ad **integrare il lavoro sviluppato** sul piano **progettuale, sociale, economico, e commerciale**. Possibili catalizzatori del lavoro, imprevedibili ad oggi, saranno costituiti dal **sapere sommerso** dei cittadini, degli amministratori e degli stakeholders, vere e proprie **parti attive** del processo di rigenerazione.



03. Fasi del lavoro

Ogni squadra svolgerà il proprio lavoro attraverso una serie di **passaggi consequenziali**, sempre accompagnati dal **team** avente ruolo di **supervisore, catalizzatore** di interessi, **facilitatore** e **sintetizzatore** delle idee. Ogni step sarà accompagnato da un **momento di confronto** tra le squadre, seguono i passaggi:

	Studio Preliminare	1, 2, 3, 4, 5, 6.		Ascolto: Stakeholders	25, 26, 27, 28, 29, 30.
	Campagna di Coinvolgimento	7, 8, 9, 10, 11, 12.		Elaborazione Progettuale	31, 32, 33, 34, 35, 36.
	Ascolto: Amministrazione	13, 14, 15, 16, 17, 18.		Presentazione Del lavoro	37, 38, 39, 40, 41, 42.
	Ascolto: Comunità	19, 20, 21, 22, 23, 24.		Revisione ed Implementazione	43, 44, 43, 46, 47, 48.

04. Materiali finali prodotti



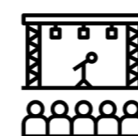
1
Video pro - loco



1
Modello complessivo



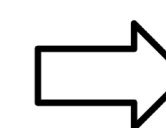
3
Proposte di spazio pubblico



3
Esibizioni temporanee

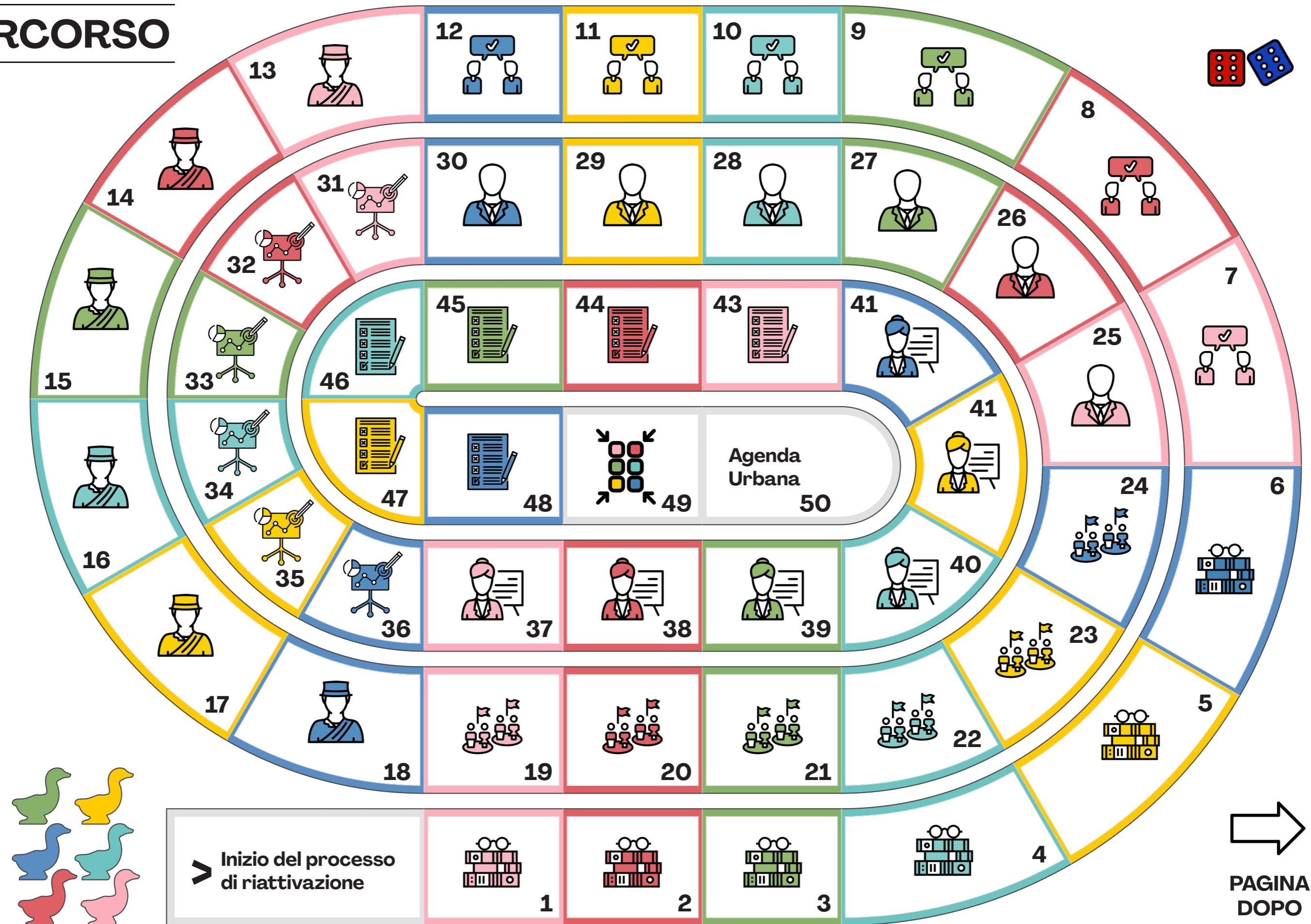


1
50 azioni della agenda urbana



PAGINA DOPO

PERCORSO



ESITI

Precisazioni

Si è optato per una forma di **rappresentazione** della proposta che prende spunto dal celeberrimo **gioco dell'oca**, prodotto da una delle tante **eccellenze** di Recanati.

Seppur **anticonvenzionale**, l'esperienza pluriennale e gli **inteventi in corso** sul territorio nazionale hanno dato al raggruppamento la consapevolezza di poter affrontare il tema con un lessico di questo tipo.

La **metafora** che il gioco rappresenta, in questo caso, si estrinseca nella scelta di una azione di **gruppo**, a cui **qualsiasi fascia di età** possa partecipare e che faccia **divertire** chi ne partecipa, suscitandone la **creatività**.

Allo stesso modo, **l'immagine affianco** rappresenta uno scenario in cui il progetto, sedimentatosi sul territorio, raccoglie **consensi** e approvazione anche a livello **internazionale**, divenendo un modello.



Interconnessioni

L'area di Recanati è ricca di **risorse creative e produttive**.

Esse vanno a costituire **l'intelligenza del territorio**, fatta di elementi di spicco ed **eccellenze** per tutto il panorama nazionale.

Come accade in un cervello, però, è necessario che questi elementi siano **interconnessi** come i neuroni tra loro.

Intelligenza, capacità di reazione e creatività sono infatti prodotte dalla connessione tra le varie della nostra mente.

In questo senso, il progetto ha una **matrice sinaptica**, mira cioè a costituire o rafforzare questi legami attraverso una fitta rete di interconnessioni.

Così facendo, **esperienza** e **conoscenza** di gruppi multidisciplinari potranno fondersi assieme, andando a costituire un **partimonio comune** che renda **reattiva** la comunità e la prepari ad affrontare le sfide del futuro.

CRITERIO 1

MIGLIORAMENTO DIFFUSO E RIGENERAZIONE URBANA INTEGRATA: ANALISI DEL CONTESTO

Premessa

L'analisi mira a definire un quadro di dettaglio del contesto di riferimento - dalla scala territoriale alla scala locale/particolare - per un miglioramento diffuso e di rigenerazione urbana integrata del Centro Storico di Recanati.

Contesto territoriale

Territorialmente, Recanati, è un Comune che si colloca sulle colline a ridosso della costa adriatica della provincia di Macerata, ad un'altitudine di 293 m s.l.m., in una posizione privilegiata da un punto di vista paesaggistico che le consente di spaziare visivamente dal Conero agli Appennini. La sua estensione territoriale è di circa 100 kmq ed il comune oltre al capoluogo è articolato in diverse frazioni.

A livello di area vasta, i comuni limitrofi gravitanti in un raggio di 30 km in linea d'aria da Recanati sono i seguenti:

- ad una distanza < 10 km – Loreto, Porto Recanati
- ad una distanza compresa >10 <20 km – Osimo, Macerata, Civitanova Marche
- ad una distanza compresa >20<30 km – Ancona, Jesi, Tolentino, Fermo

La loro dimensione in termini di abitanti, varia dai quasi 12.000 di Porto Recanati, ai 99.000 di Ancona.

Si riporta di seguito, la distribuzione degli abitanti dei Comuni limitrofi di area vasta – dati al 1 gennaio 2020 (fonte: Sistema Statistico Regione Marche)

- Loreto - 12.900 abitanti
- Porto Recanati - 11.952 abitanti
- Osimo - 34.847 abitanti
- Macerata - 41.047 abitanti
- Civitanova Marche - 42.147 abitanti
- Ancona - 99.077 abitanti
- Jesi - 39.579 abitanti
- Tolentino - 18.772 abitanti
- Fermo - 36.812 abitanti

Ecco che a livello di area vasta, al netto di Recanati, che vanta 21.133 abitanti, nel raggio di 30 km da essa, si possono trovare altri 9 comuni che contano complessivamente un bacino di circa 340.000 abitanti.

A livello geografico, Recanati gode di una posizione privilegiata, nelle colline tra il mare e le montagne.

Le vie d'accesso principali sono quelle legate alla rete stradale viaria. L'orografia collinare, non permette di raggiungere in tempi rapidi le città ed i centri presenti ad un raggio di 30 km sopra citati, che possono variare dai 15 minuti di Loreto ai 50 di Fermo.

Si riportano di seguito, le distanze in auto da Recanati ai comuni più significativi presenti nel raggio di 30 km (Fonte: elaborazioni gruppo di lavoro)

- Loreto - 15 minuti
- Porto Recanati - 25 minuti
- Osimo - 25 minuti
- Macerata - 25 minuti
- Civitanova Marche - 35 minuti
- Montegranaro - 40 minuti
- Ancona - 40 minuti
- Jesi - 50 minuti
- Tolentino - 40 minuti
- Fermo - 50 minuti

La linea ferroviaria, segue la linea di costa adriatica, e le stazioni di riferimento del territorio recanatese sono quelle di Loreto e Porto Recanati, collegate con il trasporto pubblico provinciale.

Come detto il trasporto pubblico, si basa sostanzialmente sulle linee autobus verso Loreto, Porto Recanati, Macerata. La scarsa frequenza delle corse, le tempistiche e l'elevato numero di fermate, non rendono il trasporto pubblico competitivo rispetto all'uso del mezzo privato.

Si riportano di seguito, i tempi e le fermate in Autobus da Recanati ai comuni limitrofi collegati nel raggio di 30 km (Fonte: elaborazioni gruppo di lavoro)

- Loreto Stazione FS: 37 minuti - 17 fermate
- Porto Recanati Stazione FS: 42 minuti - 22 Fermate
- Macerata: 32 minuti - 27 fermate

Turismo e andamento demografico

A livello di arrivi e presenze turistiche il totale dei comuni di area vasta indicati precedentemente sviluppano (dati 2019 - Fonte: Sistema Statistico Regione Marche) un totale di 580.873 arrivi e 1.975.761 presenze, con una media di circa 3,4 notti di pernottamenti medi per ogni arrivo.

Tolte le località di mare, quali Porto Recanati e Civitanova Marche, la media dei pernottamenti dei restanti comuni di area vasta del bacino recanatese, si attesta sulle 3 notti di pernottamento medio per ogni arrivo.

Recanati dal canto suo, sempre in riferimento al 2019, ha sviluppato 24.445 arrivi e 50.073 presenze, pari a circa 2 notti di pernottamento medio per ogni arrivo, ovvero 1 notte di media in meno, rispetto al dato rilevato per l'area vasta analizzata, ad esclusione delle località di mare.

Si riportano di seguito, gli arrivi e le presenze turistiche 2019 dei Comuni limitrofi di area vasta

(Fonte: Sistema Statistico Regione Marche)

- Loreto: 62.205 arrivi - 108.416 presenze – 1,74 pernottamento medio
- Porto Recanati: 67.982 arrivi - 475.540 presenze – 7 pernottamento medio
- Osimo: 26.092 arrivi - 51.735 presenze – 1,98 pernottamento medio

- Macerata: 43.012 arrivi - 237.984 presenze – 5,53 pernottamento medio
- Civitanova Marche: 84.853 arrivi - 73.962 presenze – 2,05 pernottamento medio
- Ancona: 171.082 arrivi - 332.331 presenze – 1,94 pernottamento medio
- Jesi: 33.746 arrivi - 66.091 presenze – 1,95 pernottamento medio
- Tolentino: 9.950 arrivi - 24.268 presenze – 2,43 pernottamento medio
- Fermo: 57.616 arrivi - 455.361 presenze – 7,90 pernottamento medio
- **Recanati: 24.335 arrivi - 50.073 presenze – 2,05 pernottamento medio**

Focalizzando l'analisi alla scala comunale di Recanati, a livello demografico, attualmente il comune conta 21.133 abitanti, e l'evoluzione demografica dall'unità d'Italia al 2011 è sempre stata in crescendo (Fonte: Istat).

Nell'ultimo decennio si è assistito ad interruzione del trend di crescita, con una perdita in valori assoluti di abitanti di 283 unità, pari a circa il 2% del totale (Fonte: Sistema Statistico Regione Marche, Istat). Confrontando i trend demografici di Recanati con quelli dei comuni limitrofi, in particolare Loreto, Osimo e Porto Recanati, si evince che questi ultimi a livello di popolazione, sono cresciuti nell'ultimo decennio, rispettivamente del 3 - 2,5 - 4%. In sostanza, nell'ultimo decennio Recanati ha perso abitanti, mentre i comuni limitrofi ne acquisivano.

A livello turistico, come anticipato in precedenza si registrano i seguenti numeri (Fonte: Sistema Statistico Regione Marche – Dati 2019): 24.335 arrivi - 50.073 presenze – 2,05 pernottamento medio.

Gli stranieri occupano il 15% degli arrivi ed il 25% delle presenze.

Il pernottamento medio, in riferimento ai soli stranieri, è in media di 3,5 notti per singolo arrivo.

Il pernottamento medio, in riferimento ai soli italiani, è in media di 1,8 notti per singolo arrivo.

In sostanza, il pernottamento medio degli stranieri è il doppio rispetto agli italiani.

La capacità ricettiva, in riferimento all'anno 2019 è la seguente (Fonte: Sistema Statistico Regione Marche):

ALBERGHIERA
 Strutture Alberghiere - 6
 Numero letti - 319
 Numero Camere - 164
 Numero Bagni - 174

EXTRA ALBERGHIERA
 Numero strutture - 26
 Numero letti - 362

BED AND BREAKFAST

Numero strutture - 23

Numero letti - 111

TOTALE

Numero strutture – 55

Numero letti - 792

Stante il numero di strutture e di letti disponibili, confrontate con il numero di presenze ed arrivi turistici, emerge un tasso di saturazione delle strutture ricettive medio-basso.

Altri elementi di inquadramento socio-economico

Le imprese attive al 2017 sono 2.158 di cui 359 Commercio ingrosso o dettaglio (Fonte: Sistema Statistico Regione Marche). Nel 2011 erano 1.810 con 7.594 addetti (Fonte:Istat).

A livello scolastico, sono presenti all'interno del territorio comunale 22 scuole di vario ordine e grado, di cui 5 nel centro storico e 10 nelle zone di prima espansione fuori dal centro storico.

A livello infrastrutturale è presente un parcheggio in struttura a ridosso del centro storico, con una disponibilità di 309 posti. Si registrano parcheggi gratuiti in Via Lorenzo Lotto (60 posti circa), Lungo Viale Monte Conero (120 posti circa), Piazzale Jan Palach (30 posti circa). Altri parcheggi a pagamento invece: Via Passero Solitario: 23 posti (strisce Blu) Via Porta Cerasa: 19 posti (strisce Blu) Via Cesare Battisti: 128 posti (strisce Blu) V.le Matteotti: 46 posti (strisce Blu) Via Campo Sportivo: 11 posti (strisce Blu). Fonte: Comune di Recanati

A livello di connettività, Il territorio comunale è coperto al 98% da linea ADSL, ed all'84% da fibra ottica tecnologia FTTC. Fonte: AgCom 2018.

Focus su Recanati e il suo centro storico

Come anticipato in precedenza, il comune si colloca sulle colline a ridosso della costa, ad un'altitudine di 293 m slm, in una posizione privilegiata da un punto di vista paesaggistico che le consente di spaziare visivamente dal Conero agli Appennini. La sua estensione territoriale è di circa 100 kmq ed il comune oltre al centro urbano è articolato in diverse frazioni.

A livello urbanistico, il centro storico occupa la parte sommitale del territorio Comunale, seguendo uno sviluppo prettamente lineare a forma di "C", che si apre verso il Conero ed il mare da un lato, e verso l'appennino dall'altro, nella tipica conformazione delle "città balcone" marchigiane.

La forma urbana si è evoluta a partire dal centro storico, di origine e conformazione medioevale, per espandersi prevalentemente nella vallata verso il mare adriatico secondo le principali direttrici stradali, ovvero SP 105 ed SP 77 (direzione Loreto).

Questi ambiti, a vocazione residenziale prevalente, si connotano anche per la presenza di un mix di offerta commerciale e di servizi. Lungo la SP 77 risiede una zona produttiva/commerciale di assoluto rilievo e consistenza, posta a neanche 1 km dal centro storico cittadino.

Un'altra espansione urbana storicizzata, si registra lungo la SP 82 (direzione Montefano) a partire da Via del Risorgimento, caratterizzata dalla presenza di un mix funzionale: residenza, commercio, servizi.

Lungo la SP 77 (direzione Macerata) vi è l'espansione che segue lo sviluppo di Via le Grazie a vocazione residenziale prevalente, in cui vi è un'offerta commerciale e di servizi.

In definitiva, al di fuori del centro storico si registrano 5 polarità rilevanti, di cui 4 a vocazione residenziale prevalente in cui risiede un'offerta commerciale e di servizi ed 1 polarità rilevante a vocazione commerciale/produttiva prevalente.

Passando al centro storico, come detto, si configura come un centro di conformazione tipicamente medioevale con uno sviluppo lineare di circa 2 km di estensione, seguendo l'orografia del territorio.

Lo sviluppo lineare prevalente lo si percepisce dal fatto, che la città storica è attraversata da un asse principale centrale a cui afferiscono delle vie laterali che conducono o ai vari ambiti urbani secondari conformati in isolati o a delle biforcazioni viarie in direzione alle vie d'uscita dal centro storico.

Al suo interno sono presenti circa 45 tra Luoghi ed Edifici d'interesse storico ed architettonico, tra Chiese, Palazzi, Piazze, Torri e Campanili.

La qualità urbana riscontrata durante i sopralluoghi, risulta migliorabile, specialmente per quanto riguarda gli ambiti secondari e le lateralità del centro storico, lo stato di mantenimento generale dell'edilizia privata e nello specifico di alcuni ambiti distinti.

In tal senso, e dalle ricognizioni fatte, si sono individuati i seguenti 10 Luoghi / Spazi / Ambiti di Rigenerazione urbana e miglioramento diffuso:

- Piazzale XVIII Settembre
- Piazzetta Vitali
- Piazzale Duomo
- Piazzetta Lombardi
- Piazzetta Verzelli
- Piazzetta Scuole limitrofa a Piazzetta Verzelli
- Piazzale Monaldo Leopardi
- Terrazza in zona "Campo dei Fiori"
- Lastricato limitrofo al Liceo Leopardi
- Ex Cinema Sabbatini

Per quanto riguarda le Piazze e Piazzette, oggi sottoutilizzate, scarsamente qualificate, possono rappresentare degli ambiti di lavoro per un miglioramento qualitativo, per sperimentare nuove forme d'uso degli spazi e per contribuire ad una riattivazione sociale dei luoghi.

La terrazza ed il lastricato possono invece offrire delle occasioni per immaginare nuove funzioni ed usi all'aria aperta in chiave rigenerativa, mentre l'ex Cinema Sabbatini può configurarsi come un contenitore in cui avviare delle pratiche partecipative per la riattivazione dei luoghi a servizio della comunità.

Per quanto riguarda **il sistema d'offerta commerciale**, sono state condotte delle rilevazioni per singole Vie e Piazze presenti nel centro storico, al fine di individuare:

- Tipologia e distribuzione dell'offerta commerciale presente
- Tasso di occupazione commerciale
- Censimento e mappatura dei vuoti commerciali presenti

Dall'analisi su 33 Vie e Piazze del centro storico, sono stati rilevati 264 locali presenti al piano terra, la cui distribuzione dell'offerta commerciale risulta essere la seguente (Fonte: elaborazioni gruppo di lavoro – Maggio 2021) :

- Alimentari 5%
- Supermercati 1%
- Ristorazione e Somministrazione 9%
- Abbigliamento / Calzature 6%
- Non Alimentari 14%
- Servizi 17%
- Ospitalità 2%
- Locali Pubblici 6%
- Vuoto / Sfitto 40%

Dai dati della distribuzione emerge la bassa quota di attività commerciali di tipo alimentare e di abbigliamento/calzature. Significativa poi l'assenza di attività di tipo "cartoleria" e di "cinema" e la presenza di una sola attività di minimarket.

Inoltre, altamente significativo è il tasso di occupazione commerciale, pari a solo il 60% del totale dei locali presenti.

Questi dati possono essere interpretati per descrivere un centro storico scarsamente vocato all'offerta commerciale legata alla residenzialità.

I locali vuoti o sfitti rappresentano il 40% del totale delle attività presenti al piano terra, ed in valore assoluto rappresentanti di 105 unità.

Nelle 6 Vie/Piazze significative del Centro Storico, ovvero Corso Persiani, Piazza Giacomo Leopardi, Via Cavour, Via Calcagni, Via Roma, Via Falleroni si sono riscontrati 166 locali al piano terra di cui 69 vuoti, pari al 42%.

Piazza Giacomo Leopardi, che con il suo tasso di occupazione commerciale pari all'88% del totale dei locali presenti, rappresenta il contesto più vivo ed attrattivo del centro storico cittadino, la cui vocazione commerciale prevalente è legata alla vendita alimentare, alla ristorazione ed alla ristorazione, ovvero un'offerta strettamente legata alla presenza di flussi turistici.

La limitrofa Corso Persiani invece, presenta un tasso di occupazione commerciale pari al 48% del totale dei locali presenti, con 22 locali vuoti/sfitti su un totale di 42 locali rilevati.

Quest'ultimo dato, risulta significativo e può essere interpretato, per descrivere un centro storico che presenta importanti sofferenze di tipo commerciale anche e specialmente nelle vie principali.

Per quanto riguarda gli **eventi**, la tradizione culturale recanatese, trova i suoi propulsori nelle eredità lasciateci da Giacomo Leopardi e Beniamino Gigli. Mostre, teatro e manifestazioni: dal centro storico ai quartieri più periferici, tutto il territorio di Recanati è coinvolto ogni anno nella realizzazione di un ricco cartellone di eventi.

Analisi SWOT del Contesto di Riferimento

<p align="center">Punti di Forza (S)</p> <p align="center">Fattori Interni</p>	<p align="center">Punti di Debolezza (W)</p> <p align="center">Fattori Interni</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Buon numero di imprese attive nel territorio comunale, in crescita nell'ultimo decennio; • Buona capacità di strutture ricettive e di posti letto disponibili; • Buon numero di strutture scolastiche presenti in centro storico ed in prossimità di esso; • Buona dotazione di parcheggi; • Buon livello di connettività digitale con fibra ottica in tecnologia FTTC; • Posizionamento paesaggistico e naturalistico privilegiato, con ampi panorami sulla riviera del Conero da un lato, e sugli appennini dall'altro; • All'interno del centro storico sono presenti numerosi Luoghi ed Edifici d'interesse storico ed architettonico, tra Chiese, Palazzi, Piazze, Torri e Campanili; • Leopardi, luoghi Leopardiani e Beniamino Gigli; • Presenza di un ricco cartellone di eventi e rassegne di carattere culturale; 	<ul style="list-style-type: none"> • Presenza di numerosi centri rilevanti nel raggio di 30 km; • Accessibilità legata esclusivamente alla rete stradale viaria e trasporto pubblico scarsamente competitivo rispetto all'uso del mezzo privato da e per Loreto, Porto Recanati e Macerata in termini di tempistiche e numero di corse giornaliere; • Perdita demografica del 2% nell'ultimo decennio, a cospetto dell'aumento demografico dei comuni limitrofi: Loreto, Osimo, Porto Recanati; • Permanenza media turistica in termini di pernottamenti medio-bassa, legata prevalentemente al 75% delle presenze di provenienza nazionale; • Tasso di saturazione delle strutture ricettive medio-basso; • Presenza a ridosso del centro storico di 5 polarità rilevanti, di cui 4 a vocazione residenziale prevalente in cui risiede un'offerta commerciale e di servizi ed 1 polarità rilevante a vocazione commerciale/produttiva prevalente; • Qualità urbana e stato di mantenimento dell'edilizia privata migliorabili; • Tasso di occupazione commerciale medio-basso e conseguente tasso di locali vuoti o sfitti elevato, sia in termini percentuali che in valore assoluto, contando 105 unità censite; • Centro storico scarsamente vocato ad un mixitè d'offerta commerciale, legato quindi alla residenzialità, ai city users ed alle presenze di turisti e visitatori; • Centro storico che presenta importanti sofferenze di tipo commerciale anche e specialmente nelle vie principali; • Chiusura del Cinema Sabbatini;

Opportunità (O) Fattori Esterni	Minacce (T) Fattori Esterni
<ul style="list-style-type: none"> • Bacino potenziale di utenti residenti entro i 30 km di distanza, superiore ai 350.000 abitanti; • Bacino potenziale di turisti intercettabili elevato, stante la prossimità ad altre polarità turistiche rilevanti della zona; • Pernottamento medio degli arrivi stranieri medio-alto; • Risorse europee del PNRR per la connettività digitale, il tpl e l'alta velocità ferroviaria adriatica; • Risorse statali per il recupero edilizio e della funzione abitativa nei centri storici; • Numerosi Luoghi / Spazi / Ambiti di Rigenerazione urbana e miglioramento diffuso in centro storico, intesi come ambiti di lavoro per un miglioramento qualitativo, per sperimentare nuove forme d'uso degli spazi e per contribuire ad una riattivazione sociale dei luoghi; • Cinema Sabbatini come contenitore in cui avviare pratiche partecipative per la riattivazione dei luoghi a servizio della comunità; 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantenimento del Trend di perdita demografica comunale ed in centro storico nel lungo periodo; • Mantenimento del Trend di perdita di locali ed imprese attive in centro storico; • Crescita delle polarità comunali a vocazione commerciale a ridosso del centro storico; • Consolidamento dell'offerta commerciale esclusivamente legata alla presenza di flussi turistici; • Eccessiva polarizzazione dell'offerta turistica legata a Leopardi ed ai luoghi leopardiani;

CRITERIO 2

ILLUSTRAZIONE DELL'IDEA PROGETTUALE DEGLI EFFETTI SOCIO-ECONOMICI DERIVANTI DALLA SUA REALIZZAZIONE

Premessa

Stante l'analisi preliminare del contesto di riferimento illustrata nel criterio 1 e in virtù degli obiettivi previsti: iniettare elementi di vitalità e di presidio sociale, evitare fenomeni di progressivo abbandono ed evitare rarefazione delle reti socio-economiche l'idea progettuale proposta dal nostro raggruppamento si basa sui seguenti elementi chiave:

1. Favorire, assistere e avviare un percorso di rigenerazione più che un progetto;
2. Sviluppare una reale attività di ascolto e coinvolgimento degli attori locali;
3. Attivare una visione e un metodo di lavoro multi disciplinare.

Riteniamo infatti che per raggiungere gli ambiziosi obiettivi che l'amministrazione si pone occorra promuovere un percorso più che un progetto, la rigenerazione degli spazi, dei luoghi e delle relazioni oltre che fisica richiede una continua evoluzione, una capacità di intervento su diverse tematiche, la possibilità di correzione, la sperimentazione di possibili soluzioni, la verifica dei risultati e, soprattutto, la capacità di coinvolgere più attori locali possibili anche in diverse fasi di attuazione. Ecco perché, in estrema sintesi, proponiamo un percorso.

Altra fondamentale caratteristica della nostra proposta è quella di sviluppare una reale attività di ascolto e di coinvolgimento degli attori locali, siamo infatti pienamente consapevoli che oltre ai progetti, agli interventi e alle idee (che non mancheremo di proporre) i veri protagonisti del percorso debbano essere gli attori locali e le eventuali energie positive che sapranno coinvolgersi nel percorso. La rigenerazione richiede certamente la costruzione insieme di una strategia condivisa e una visione realistica per Recanati e una serie di azioni di breve, medio e lungo termine in cui gli attori locali si possano riconoscere, sulla base della quale possano trovare fiducia nel futuro e quindi essere loro stessi attori, ognuno nel proprio ambito, di questa trasformazione, per questo è necessario un approccio e un gruppo di lavoro multidisciplinare che il nostro raggruppamento è in grado di proporre.

Sulla base di tali considerazioni metodologiche e "preliminari" qui di seguito si riportano i macro contenuti della nostra idea progettuale basati su tre elementi chiave:

1. Cabina di regia
2. Coinvolgimento
3. Linee di intervento
4. Laboratori e co-progettazione

La cabina di regia

Per i 12 mesi di sviluppo del percorso proponiamo la costituzione di una cabina di regia, da intendersi come un luogo strategico e operativo per il coordinamento e la condivisione delle varie attività dell'intero percorso di rigenerazione, secondo una logica di collaborazione tra soggetti pubblici e privati. Il coordinamento tra soggetti e la condivisione di interventi/azioni, rendono il processo rigenerativo agile e progressivo, favorendo il coinvolgimento e la motivazione di soggetti, idee e nuove energie.

In sintesi gli obiettivi della cabina di regia sono i seguenti:

- coordinare e dare organicità agli interventi ed alle azioni previste, creando un punto di sintesi condiviso, definendo le modalità di attuazione degli interventi e raggiungendo una sinergia tra i diversi soggetti pubblici e privati;
- condividere step by step sia la pianificazione delle attività previste sia i relativi esiti ed elementi emersi;
- raccogliere informazioni specifiche su progettualità già in corso;
- promuovere il confronto, la partecipazione, il coinvolgimento dei diversi soggetti nella definizione, pianificazione ed attuazione degli interventi, prestando particolare attenzione

all'ascolto del territorio mediante le attività di interviste di profondità, focus group, laboratori e workshop;

- implementare e coordinare le attività comunicative e la narrazione del processo rigenerativo per garantire la visibilità delle attività svolte, favorire il coinvolgimento, l'aggregazione e la collaborazione dei soggetti;
- implementare un sistema di monitoraggio, attraverso indicatori di risultato, per controllare l'attuazione del processo rigenerativo, misurare l'efficacia e gli effetti/impatti derivanti dall'attuazione dei singoli interventi ed azioni condivise.

In virtù degli obiettivi si propone di organizzare la cabina di regia come segue:

- Soggetti stabili: tecnici del raggruppamento, rappresentanti amministrazione comunale (politici e tecnici) e altri rappresentanti di associazione del territorio, ad esempio associazioni di categoria. Per soggetti stabili si intendono i rappresentanti del territorio che costituiscono la cabina di regia e che sono pertanto invitati stabilmente alle relative riunioni e momenti di confronto della Cabina di Regia stessa. Sulla base di specifiche esigenze espresse dall'Amministrazione comunale in fase di costituzione potranno essere inseriti, altri soggetti ritenuti utili.
- Soggetti ad invito: altri stakeholder e rappresentanti di enti, associazioni e organizzazioni del territorio. In aggiunta ai soggetti stabili in base ai temi (turismo, cultura, commercio e servizi, giovani, etc.) e all'ordine del giorno delle riunioni della Cabina di Regia, si potranno invitare altri soggetti di particolare rilevanza.

Appare opportuno specificare come la Cabina di Regia sia da intendersi come luogo di sintesi dell'intero percorso in cui condividere quanto emerso dalle varie fasi di sviluppo del progetto e seguire i tempi di attuazione nonché il relativo monitoraggio delle azioni implementate.

Dal punto di vista operativo e organizzativo si propone nella fase di start-up del progetto (indicativamente 4 mesi) di pianificare 1 incontro della cabina di regia ogni 2 settimane e durante il restante orizzonte temporale del percorso 1 incontro della cabina di regia ogni 4 settimane.

Come documentato e verificato dalla letteratura e dall'esperienza, i percorsi virtuosi di rigenerazione urbana si basano su una logica adattiva in progress in grado di mettere in moto e valorizzare energie positive del territorio sia come sistema di relazioni (stakeholder), sia come sistemi territoriali (zone, strade, piazze, etc.) nonché tematismi (turismo, cultura, commercio, etc.). Pertanto, oltre alla Cabina di Regia si prevede di attivare un'intensa attività di mappatura e incontri di conoscenza del territorio (mediante diverse tipologie di attività di seguito indicate) volti a favorire tali processi. In particolare, si prevede di attivare le seguenti attività di coinvolgimento e ascolto del territorio: colloqui e interviste di profondità con osservatori privilegiati, focus group con stakeholder, momenti informali di coinvolgimento.

Il coinvolgimento

L'attività di coinvolgimento degli attori locali verrà sviluppata mediante: colloqui e interviste di profondità, focus group e momenti informali di coinvolgimento.

Colloqui e interviste di profondità con osservatori privilegiati: tale attività prevede di realizzare interviste di profondità ad osservatori privilegiati del territorio al fine di raccogliere elementi di visione del contesto di riferimento e proposte progettuali oggetto di possibile attuazione. Gli interlocutori da intervistare saranno individuati in collaborazione con i membri stabili della cabina di regia. Si propone in questa fase un minimo di 10 interviste di profondità, incrementabili sulla base delle esigenze/ricieste emerse nella Cabina di Regia.

Focus group con stakeholder: tale attività prevede di realizzare focus group con gruppi di stakeholder tra cui: operatori economici, residenti, associazioni ed altri interlocutori da individuare in collaborazione con la pubblica amministrazione. Si propone di realizzare minimo 3 focus group. Anche in questo caso incrementabili sulla base delle esigenze/ricieste emerse nella cabina di regia.

Momenti informali di coinvolgimento: tale attività prevede di realizzare incontri informali di coinvolgimento sviluppati per zone (vie, piazze, zone) e per tematismi (commercio, turismo, cultura), finalizzati al racconto del percorso, alla raccolta di idee e soprattutto alla conoscenza di soggetti attivi che possono contribuire al processo come “amplificatori” e “antenne” del percorso. Nella fase iniziale del percorso è importante che tali appuntamenti siano realizzati andando incontro agli interlocutori quindi in luoghi a loro prossimi o per localizzazione o per frequentazione. Si propone di realizzare minimo 3 momenti informali di coinvolgimento.

Le linee d'azione

Il percorso rigenerativo proposto quindi anche i lavori della Cabina di Regia e le azioni di coinvolgimento previste dovranno fondamentalmente concentrarsi su cinque macro direttrici:

1. Marketing territoriale e urbano
2. Qualificazione, miglioramento e ricucitura
3. Ri-attivazione locali sfitti
4. Valorizzazione offerta commerciale
5. Politiche abilitanti

I lavori della cabina di regia e le azioni di coinvolgimento mirano a focalizzare le prime riflessioni, i primi punti di vista, le prime ipotesi relativamente alle cinque tematiche sopra indicate che verranno approfondite per trovare specifiche strategie, strumenti e progetti nella successiva fase di co-progettazione.

Marketing territoriale e urbano

Tale linea d'azione progettuale mira a definire nei 12 mesi di lavoro i seguenti obiettivi:

1. Oltre a Leopardi, quali altri elementi distintivi caratterizzano Recanati rispetto al bacino di riferimento e possono essere le basi per una promozione volta ad incrementare gli arrivi e le presenze turistiche?
2. In un bacino più ampio, grazie alla sua posizione e alla sua capacità ricettiva Recanati può proporsi come base di appoggio per muoversi e visitare un contesto più ampio?

3. Quali sono le “evidenze” di Recanati e del centro storico in grado di emozionare e attrarre visitatori?
4. Con quali strumenti Recanati si promuove oggi e quali sono le strategie e gli strumenti con cui promuoversi domani?
5. Quali eventi ed iniziative e, in particolare, su quali temi è possibile trovare un proprio posizionamento e una propria visibilità?

Qualificazione, miglioramento e ricucitura

Tale linea d’azione progettuale mira a definire nei 12 mesi di lavoro i seguenti obiettivi:

1. Quali interventi in termini di riqualificazione urbana pubblica e privata si rendono necessari in centro storico?
2. Dove è importante svolgere attività di miglioramento dell’arredo urbano, dei percorsi di visita, dei sistemi di orienteering per i visitatori del centro urbano?
3. Quali spazi fisici del centro urbano possono essere ri-pensati per nuovi usi, nuove funzioni anche temporanee al fine di favorire nuovi orizzonti, nuovi panorami e nuovi motivi di visita del centro?

Ri-attivazione locali sfitti

Tale linea d’azione progettuale mira ad individuare risposte in merito ai seguenti quesiti:

1. Stante l’effettiva quantità di locali sfitti ai piani terra e sulla base delle varie esperienze di ri-uso promosse in diversi contesti quali si addice maggiormente a Recanati?
2. Gli attori privati (proprietari immobiliari) sono favorevoli a ri-usi anche temporanei?
3. In quali condizioni specifiche ogni locali è attualmente come allacci, stato manutentivo, certificazione impianti, etc.?
4. Quali attori del territorio possono esser co-protagonisti di questo percorso di ri-attivazione anche temporaneo?

Su tale linea di intervento si allega alla seguente offerta tecnica un report metodologico

Valorizzazione dell’offerta commerciale

Tale linea d’azione progettuale mira ad individuare risposte in merito ai seguenti quesiti:

1. Quali politiche e strumenti possono favorire la sopravvivenza e lo sviluppo dell’offerta commerciale, di pubblici esercizi e di servizi oggi presente in centro storico?
2. Qual è la disponibilità degli operatori stessi a promuovere azioni congiunte?
3. Quali peculiarità e con quale distribuzione “spaziale” caratterizzano l’offerta?

Politiche abilitanti

Tale linea d’azione progettuale mira ad individuare risposte in merito ai seguenti quesiti:

1. Quali politiche l'amministrazione può promuovere per favorire la residenzialità in centro?
2. Quali progetti strategici occorre programmare ad esempio per avere le infrastrutture adeguate per velocità di connessione e trasferimento dati della rete internet?
3. Quali spazi per la socialità e le relazioni possono essere attivati anche in chiave temporanea nel centro urbano?
4. Quali politiche di mobilità occorre prevedere per risultare maggiormente raggiungibili e quindi poter essere facilmente collegati al bacino di riferimento?

I laboratori e la co-progettazione

Focalizzate le linee d'azione grazie al lavoro della cabina di regia e al coinvolgimento del territorio il percorso proposto prevede un'attività di co-progettazione per definire le specifiche progettualità previste per ciascuna linea di intervento e rispondere alle domande sopra indicate e ad altre che potranno emergere coinvolgendosi con il territorio.

I laboratori di co-progettazione a forte valenza operativa possono essere considerati essi stessi parte attuativa del percorso rigenerativo.

Le modalità di svolgimento dei laboratori e le prime proposte di strumenti che il nostro gruppo di lavoro intende proporre all'amministrazione comunale sono dettagliate nel successivo criterio 3.

Obiettivi attesi ed effetti socio economici

In estrema sintesi gli obiettivi del percorso sono pertanto i seguenti:

- Favorire l'avvio di un percorso di rigenerazione del centro urbano in grado di intercettare ed innestare energie positive del territorio;
- Individuare progettualità fattibili e sostenibili dal punto di vista anche economico capaci di favorire una trasformazione del centro urbano;
- Ideare e co-progettare azioni di marketing urbano e territoriale in grado di favorire un rilancio in termini turistici, di eventi ed iniziative e quindi con ricadute positive anche per le attività economiche del centro urbano;
- Ideare e co-progettare uno specifico percorso di ri-uso e ri-attivazione dei locali vuoti anche in chiave temporanea secondo indicazioni fornite dal nostro gruppo di lavoro e secondo la risposta del territorio;
- Avviare politiche di sviluppo del centro urbano in grado di rendere possibile una trasformazione anche nel medio lungo termine.

CRITERIO 3

ILLUSTRAZIONE DEGLI STRUMENTI DI MARKETING TERRITORIALE E DELLE MISURE DI TIPO URBANISTICO

Premessa

Stante il contesto di riferimento descritto nel criterio 1 e il percorso proposto nel criterio 2, nel presente criterio 3 si propongono alcune specifiche misure e strumenti al fine di prevedere interventi sugli spazi commerciali sfitti, far nascere nuove attività, coinvolgere il mondo associazionistico e le categorie economiche ed animare lo spazio urbano. Tali misure e strumenti saranno co-progettate con le modalità dei laboratori delineati ed anticipati nel criterio 2.

A completamento dei punti di lavoro e degli obiettivi indicati le misure e gli strumenti sono definitivi anche in funzione delle cinque linee d'azione previste dal percorso proposto, in particolare: Marketing territoriale e urbano - Qualificazione, miglioramento e ricucitura - Ri-attivazione locali sfitti - Valorizzazione offerta commerciale - Politiche abilitanti. In questo senso, l'obiettivo prefissosi dal raggruppamento consiste in un documento in grado di riassumere queste specifiche tecniche, radunando saperi multidisciplinari. Il modello identificato coincide con la recente esperienza, in fase di test ad Ancona, della Agenda Urbana.

Recanati LAB - Marketing territoriale e urbano

Stanti gli strumenti in essere di promozione turistici portale myrecanati.it e relativi canali social che risultano da una analisi preliminare ben strutturati e organizzati i laboratori di marketing territoriale e urbano da realizzarsi con il coinvolgimento degli stakeholder locali possono essere finalizzati a:

- Raccogliere suggerimenti, idee e proposte per migliorare, divulgare diversamente le peculiarità di Recanati oggi già promosse e raccontate diversificare l'offerta oggi concentrata esclusivamente sulla figura di Leopardi
- Mettere a sintesi tali idee e proposte co-progettate e finalizzarle in termini di visita al territorio, eventi ed iniziative con l'obiettivo di implementare le presenze, anche turistiche, migliorando il posizionamento di Recanati rispetto ai centri limitrofi
- Creare sinergie con le imprese locali che assieme ai cittadini di Recanati possano divenire i protagonisti della nuova Narrazione del territorio

Recanati LAB - Ri-attivazione locali sfitti

La ri-attivazione di locali sfitti è sicuramente un tema rilevante, soprattutto stante anche il contesto specifico di Recanati che abbiamo rilevato puntualmente. Rispetto a questa tematica si rischia spesso di "sottovalutare" la complessità dell'argomento andando in cerca di idee/soluzioni di ri-uso che non toccano i vari punti di complessità e che rischiano di minare la fattibilità della stessa. Stante la complessità del tema sono diverse le problematiche da affrontare (proprietà dei locali, dimensione, ubicazione, stato manutentivo, etc.) pertanto difficilmente esiste una "sola" soluzione/azione. Per il contesto di Recanati occorre pertanto avviare un percorso, in tal senso ben ha fatto l'amministrazione ad aprire la possibilità da parte dei proprietari immobiliari di rispondere alla manifestazione di interesse per la ri-attivazione dei locali. Dopo la mappatura a tappeto infatti, la raccolta della disponibilità dei proprietari a collaborare ad un percorso risulta fondamentale. Nel breve periodo alcune azioni possibili che potremmo progettare fanno riferimento alla "tecnica" del uso temporaneo per mostre artistiche, esposizioni o anche (se i locali lo permettono) nuove attività anche di servizio (fondamentale per tali tipologie di intervento è la disponibilità a titolo gratuito dei locali per alcuni mesi). Si sottolinea come l'uso temporaneo esposizioni, etc. non necessariamente richieda l'apertura del locale che potrebbe essere utilizzato anche "solo" come spazio espositivo visibile dall'esterno, in tal caso ad esempio si supererebbero alcune criticità legate allo stato manutentivo degli stessi e il rispetto ad esempio delle norme di sicurezza, della certificazione degli impianti, etc.

Tali azioni di breve periodo potrebbero servire per affrontare l'argomento, avviare delle soluzioni anche in chiave sperimentale in modo da testare varie ipotesi ed essere rapidi nell'adeguare il percorso in base agli effettivi risultati.

In parallelo si può intervenire con politiche più "strutturali" e strategiche rivolte sia ai proprietari immobiliari sia all'esterno, come ad esempio: favorire la crescita dimensionale dei locali anche in verticale, impedire il cambio d'uso residenziale al piano terra, utilizzare le tamponature delle vetrine sfitte per comunicare le bellezze del centro urbano e i relativi scorci significativi, attivare bandi e contributi per l'apertura di nuove attività, strutturare contratti di affitto gradualmente per favorire un ri-uso, etc.

Rispetto a questo abbiamo case history di esperienze e relative metodologie che potrebbero essere oggetto di confronto nei lavori della cabina di regia e, al tempo stesso, appare rilevante coinvolgere realtà associative del territorio al fine di favorire dei percorsi anche sperimentali di uso temporaneo.

L' Agenda Urbana: un nuovo strumento urbanistico

L'esito finale della proposta progettuale è costituito, oltre alle soluzioni temporanee puntuali già descritte, nella redazione del documento di Agenda Urbana, uno strumento nuovo già in fase di sperimentazione ad Ancona, la cui promozione deriva direttamente dall'INU.

La città di Ancona è ad oggi un grande laboratorio di sperimentazione e progresso. L'Istituto Nazionale per l'Urbanistica, infatti, ha deciso di ivi testare un modello di pianificazione completamente nuovo, la cui genesi trova il fondamento in un'attenta analisi delle necessità delle città nell'epoca contemporanea.

La pianificazione tradizionale, intesa come proiezione dell'espansione nel tempo di una città, è lentamente giunta al suo declino a causa di innumerevoli fattori contingenti, in primis la direzione indicata dai piani territoriali, che impongono lo *zero uso di suob*, cercando di arrestare il fenomeno dell'espansione a macchia d'olio delle città; spesso effettuata a danno del territorio. In virtù di queste premesse, l'Unione Europea ha sviluppato attorno al 2016 un modello che prende il nome di Agenda Urbana, che ha trovato la sua prima applicazione nel Patto di Amsterdam.

Alla base della proposta, vi è l'idea di spostare l'attenzione delle amministrazioni da possibili espansioni alla rigenerazione di aree dismesse o abbandonate. Il parallelismo con il caso di Recanati, in questo, risulta da subito evidente. L'amministrazione, in maniera lungimirante, ha da subito deciso di reagire al progressivo calo dell'appetibilità turistica del comune ridando vita al centro storico, elemento di grande lustro per il territorio. Costatando, quindi, che le premesse a livello europeo e a livello comunale coincidono, le proposte dell'agenda urbana costituiscono ad oggi un modello perseguibile ed adottabile, che si compone di una serie di peculiarità e novità.

In primis, il processo burocratico subisce un forte snellimento, grazie ad una serie di soluzioni ad hoc applicabili per casi specifici. Il presupposto dell'agenda risulta, pertanto, l'individuazione di un sistema di priorità, studiato appositamente per la rinascita del territorio sotto tutti gli aspetti: economico, del recupero del patrimonio edilizio esistente, della mobilità urbana e sovra-urbana, dei posti di lavoro, della qualità dell'aria, della transizione digitale ed energetica, degli appalti pubblici innovativi e responsabili, dell'inclusione sociale e della valorizzazione del paesaggio.

Tutti i temi precedentemente elencati vengono inseriti nel sistema di priorità che permette di prendere decisioni rapide ed efficaci minimizzandone l'impatto sociale - economico - ambientale. Rispetto al modello consolidato, infatti, risulta fondamentale il ricorso ai "bandi per manifestazione di interesse", così facendo, infatti, si potrà avere anche un riscontro sull'effettiva validità del sistema di urgenze descritto.

Nel caso di Ancona, a titolo esemplificativo, la massima priorità è il recupero di numerosi fabbricati abbandonati nel centro storico, cui sono seguiti bandi per manifestazioni d'interesse a cui i privati hanno risposto con entusiasmo e zelo.

Affinché le adesioni di investitori e privati cittadini siano strumenti vantaggiosi per entrambe le parti, dal lato dell'amministrazione deve avvenire, in accordo alle leggi europee in merito e prendendo il modello di Ancona come esempio, un processo di semplificazione burocratica, che renda più snelli i procedimenti di emissione dei titoli edilizi. Così facendo, le trasformazioni possono avvenire in maniera rapida, instaurando nel territorio nuove realtà economiche o rinnovate strutture del territorio che possono riattivare interi settori della città. In merito, il programma "Legiferare meglio" della Commissione garantisce la possibilità di conseguire gli obiettivi fissati a un costo minimo senza imporre inutili oneri amministrativi alle imprese e ad altre organizzazioni interessate.

Ulteriore aspetto di primaria importanza dell'Agenda Urbana è la possibilità che le amministrazioni riescano a beneficiare effettivamente dei numerosi finanziamenti che arriveranno con il recovery fund. In questo, il documento assume consapevolezza delle vicende urbanistiche passate e, grazie all'esperienza del gruppo di lavoro propone all'amministrazione indicazioni su come posizionarsi nel fare le domande di finanziamento di tutti i programmi nazionali ed europei.

Tramite il fondamentale apporto della cabina di regia, dei tecnici del raggruppamento, degli imprenditori e del sapere locale (raccolto tramite workshop, sondaggi e laboratori), il modello di città che verrà a crearsi punterà a risolvere gli attuali problemi legati all'attrattività del centro storico e a prevedere le trasformazioni future in maniera flessibile, agile e reattiva.

CRITERIO 4

BUDGET E ORGANIZZAZIONE DEL LAVORO (CAPITALE UMANO)

L'idea progettuale oggetto della presente offerta è stata pensata essa stessa come un percorso che permetta di innescare fin dal principio la strategia di rigenerazione del centro storico, contenendo al massimo l'impiego di fondi e di risorse umane interne da parte del Comune e creando al contempo occasioni di sviluppo e di formazione del territorio attraverso il sistema del learning by doing.

L'idea è quella di coinvolgere giovani risorse del territorio con formazione multidisciplinare: architetti, urbanisti, grafici, economisti, esperti di marketing, operatori culturali, comunicatori, che risiedono nel territorio di Recanati, selezionati tramite una call.

Attraverso la supervisione e il coordinamento del nostro team formato da architetti, economisti ed esperti di marketing territoriale, i giovani selezionati potranno dedicarsi, attraverso un percorso di un anno, a condurre analisi, studi e progettazioni sul contesto socio/economico e territoriale di Recanati.

Il gruppo di lavoro si svolgerà con le modalità di un workshop permanente: verrà scelto insieme all'amministrazione un luogo simbolo del Centro storico, tra gli spazi al momento non utilizzati, un luogo da "rigenerare" dove i giovani professionisti lavoreranno.

Il luogo prescelto diventerà un presidio, un luogo di ascolto aperto quotidianamente ai cittadini, dove oltre allo studio verranno organizzati momenti di incontro e di scambio con gli abitanti di Recanati, le istituzioni, gli enti e le realtà più significative del territorio.

Ogni mese saranno inoltre organizzati incontri pubblici dove verranno presentate e discusse best practices nazionali e internazionali di rigenerazione urbana.

Queste attività permetteranno di creare un vero "cuore pulsante" all'interno del centro storico, un luogo vivo e vitale, fucina di idee e di progetti da cui partirà gradualmente il processo di percezione di un miglioramento diffuso, capace di innescare il processo di rigenerazione urbana.

Allo stesso tempo, il workshop permanente permetterà di formare giovani professionisti del territorio attraverso una metodologia di apprendimento che permetterà lo sviluppo delle persone, dei gruppi

e delle organizzazioni attraverso l'esperienza concreta. Questo processo faciliterà e ottimizzerà il funzionamento di gruppi di persone selezionate per affrontare con un approccio multidisciplinare sfide reali e allo stesso tempo per imparare dall'esperienza attraverso la riflessione e l'azione, favorendo così l'apprendimento individuale e di gruppo.

Il gruppo di action learning lavorerà su problemi di diverse scale focalizzandosi su domande e riflessioni per estendere la propria capacità di pensiero, prendere coscienza del proprio livello di conoscenza e delle informazioni realmente disponibili, creando nuove idee.

Il workshop permanente verrà affiancato da un media partner che si occuperà progressivamente di narrare e comunicare le attività del workshop anche attraverso un blog e dei canali social attraverso i quali i cittadini e chi desidera potrà essere informato delle attività in corso e interagire nel percorso, contribuendo con i propri contenuti ad arricchire il progetto.

Il percorso di un anno si concluderà con la redazione di un apposito documento "Agenda Urbana" che individuerà le migliori strategie e gli strumenti più efficaci per la rigenerazione urbana.

L'agenda urbana che verrà presentata pubblicamente alla fine del percorso conterrà la programmazione delle attività di breve, medio e lungo periodo capaci di dar vita e ossigeno al centro storico.

Il gruppo di lavoro multidisciplinare, guidato da Diverserighestudio, contenente al suo interno professionisti con lunghe e significative esperienze nel campo della rigenerazione urbana e del marketing territoriale, con un compenso chiavi in mano, entro la soglia di un affidamento diretto, si occuperà di gestire e coordinare l'intero percorso.

In particolare, verranno garantite:

- 1) Selezione di un gruppo di lavoro formato da giovani professionisti del territorio in base al curriculum (4/6) scelti tra architetti, grafici, economisti, sociologi, esperti di marketing, operatori culturali che verranno retribuiti con un rimborso spese.
- 2) Individuazione di un media partner che affiancherà il workshop e si occuperà della comunicazione e dello storytelling a livello locale e nazionale e della gestione di un blog e dei canali social, in modo da permettere l'interazione e il coinvolgimento dei cittadini, delle associazioni e dell'intero territorio.
- 3) Cabina di regia in grado di coordinare e dare organicità agli interventi e alle azioni previste, creando un punto di sintesi condiviso che definisca le modalità di attuazione degli interventi.
- 4) Processo partecipato che promuoverà il confronto e il coinvolgimento dei diversi soggetti che operano sul territorio.
- 5) Programmazione e coordinamento di incontri pubblici.
- 6) Redazione di un documento finale di sintesi denominato "Agenda Urbana".

Tutte le attività elencate verranno gestite dal gruppo di lavoro, senza la richiesta di ulteriori fondi se non quelli oggetto dell'incarico.

Allo stesso modo il percorso non richiederà il coinvolgimento permanente di ulteriori risorse umane interne al Comune e verrà gestito in maniera autonoma dal gruppo di lavoro.

All'amministrazione, in questa fase, verrà chiesto unicamente di mettere a disposizione un luogo dove le attività del workshop permanente potranno essere svolte in libertà e di luoghi dove poter organizzare incontri aperti alla cittadinanza.

Il Presente concorso di idee non prevede la determinazione di un'offerta economica già in questa fase, tuttavia, il gruppo di lavoro multidisciplinare guidato da Diverserighestudio, contenente al suo interno professionisti con lunghe e significative esperienze nel campo della rigenerazione urbana e del marketing territoriale, con un compenso chiavi in mano, onnicomprensivo tutti i costi del progetto, che verrà concordato con l'amministrazione nel caso in cui il progetto si aggiudicherà il primo posto, e comunque entro la soglia di un affidamento diretto, si occuperà di gestire e coordinare l'intero percorso.

In particolare, verranno garantite:

- 1) Selezione di un gruppo di lavoro formato da giovani professionisti del territorio in base al curriculum (4/6) scelti tra architetti, grafici, economisti, sociologi, esperti di marketing, operatori culturali che verranno retribuiti con un rimborso spese.
- 2) Individuazione di un media partner che affiancherà il workshop e si occuperà della

comunicazione e dello storytelling a livello locale e nazionale e della gestione di un blog e dei canali social, in modo da permettere l'interazione e il coinvolgimento dei cittadini, delle associazioni e dell'intero territorio.

3) Cabina di regia in grado di coordinare e dare organicità agli interventi e alle azioni previste, creando un punto di sintesi condiviso che definisca le modalità di attuazione degli interventi.

4) Processo partecipato che promuoverà il confronto e il coinvolgimento dei diversi soggetti che operano sul territorio.

5) Programmazione e coordinamento di incontri pubblici.

6) Redazione di un documento finale di sintesi denominato "Agenda Urbana".

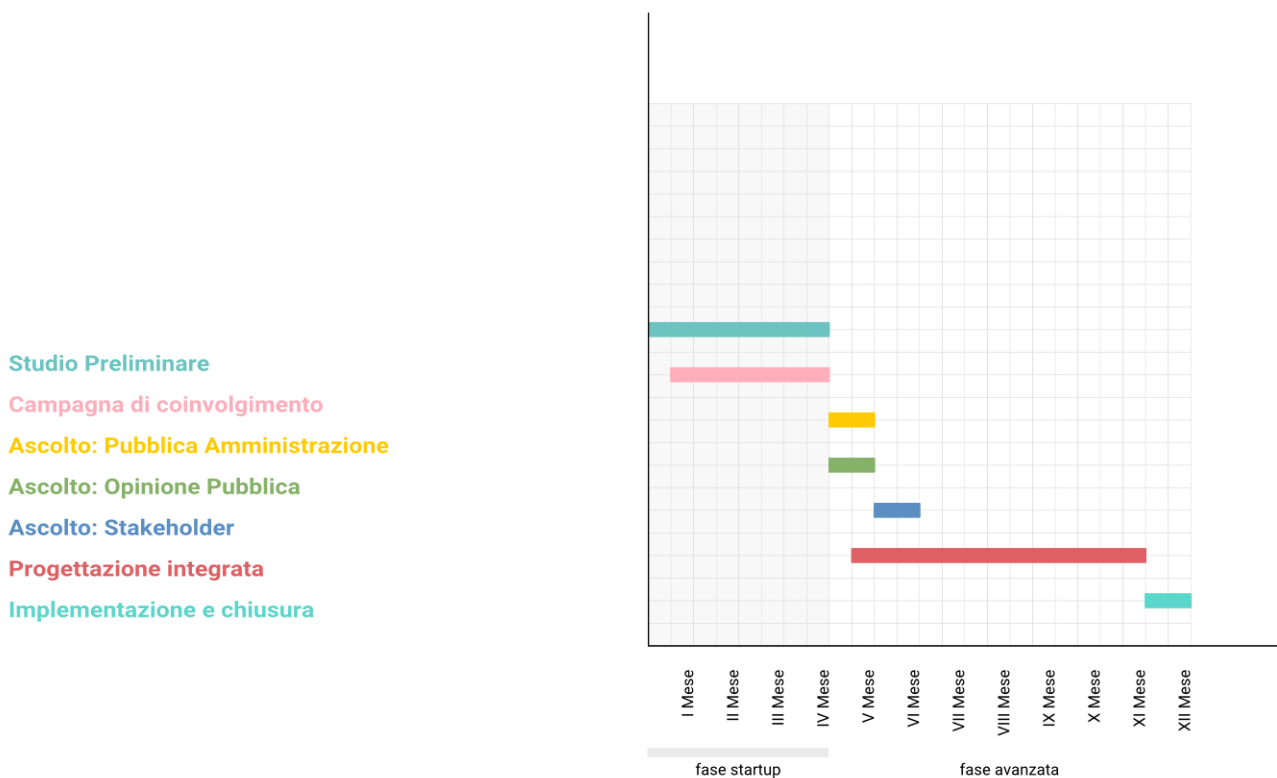
Tutte le attività elencate verranno gestite dal gruppo di lavoro, senza la richiesta di ulteriori fondi se non quelli oggetto dell'incarico.

Allo stesso modo il percorso non richiederà il coinvolgimento permanente di ulteriori risorse umane interne al Comune e verrà gestito in maniera autonoma dal gruppo di lavoro.

All'amministrazione, in questa fase, verrà chiesto unicamente di mettere a disposizione un luogo dove le attività del workshop permanente potranno essere svolte in libertà e di luoghi dove poter organizzare incontri aperti alla cittadinanza

CRITERIO 5

WORKPLAN E MONITORAGGIO IN ITINERE DEI RISULTATI



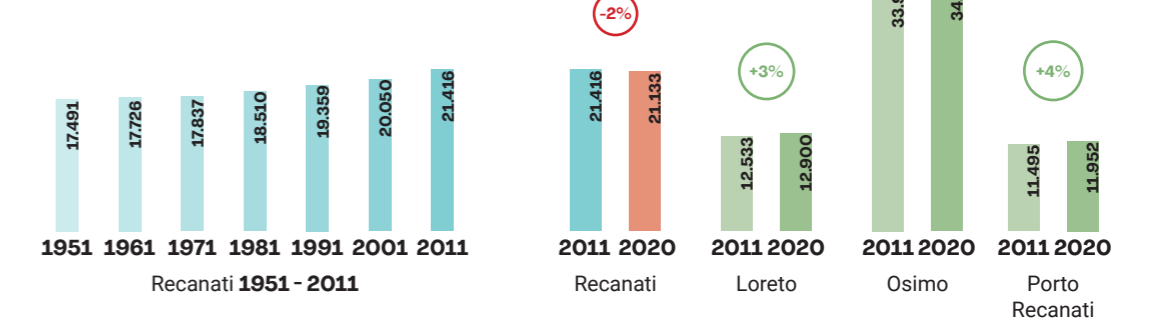
Come apprezzabile dal diagramma di GANTT, il lavoro si svilupperà in due macro fasi: una di "start up" ed una "avanzata". Nella prima, della durata di quattro mesi, il monitoraggio del lavoro sarà effettuato con cadenza bi-settimanale dalla cabina di regia. Questi incontri permetteranno di verificare gli esiti del lavoro prodotto fino a quel momento e calibrare il futuro sviluppo del progetto. Per quanto riguarda la "fase avanzata", la cabina di regia si incontrerà una volta ogni quattro settimane, in modo tale da lasciare allo sviluppo del progetto il necessario tempo di sedimentazione delle suggestioni ricevute dai numerosi attori del processo di trasformazione.

Al fine della redazione dell'Agenda Urbana, il controllo da parte dei tecnici del team sarà di continuo accompagnamento alle squadre di sviluppo tematiche. Affinché l'obiettivo sia raggiunto coerentemente con le aspettative del gruppo, infatti, sarà importante l'integrazione del lavoro non solo in fase di produzione, ma anche in fase di verifica degli esiti attesi. Così facendo, secondo il metodo "learning by doing" già esplicitato nel capitolo precedente, il progetto assorbirà suggestioni derivanti da tutti i membri del processo di trasformazione e si modificherà attraverso sondaggi e verifiche tecniche. In questo modo, la resilienza ed adattabilità della proposta raggiungono livelli quasi inediti per l'urbanistica tradizionale, ponendosi in accordo con la pratica innovativa che l'INU sta promuovendo nella regione Marche, partendo dal capoluogo Ancona.



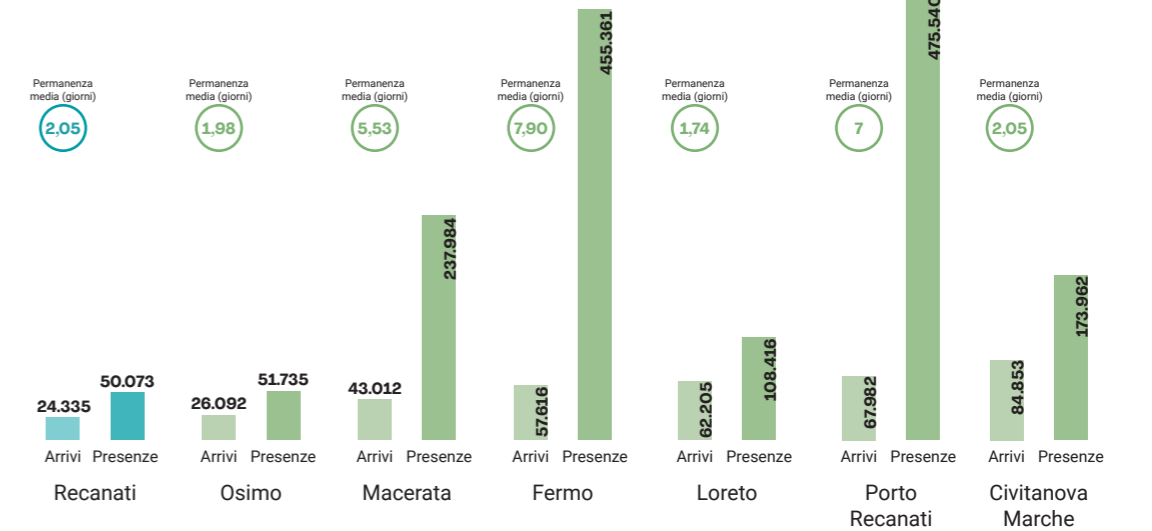
DEMOGRAFIA

Raggio **10 km**



ARRIVI E PRESENZE TURISTICHE

Raggio **20 km**



COMUNE DI RECANATI

Tessuto economico



1.810
Imprese attive nel 2011



7.594
Numero addetti nel 2011



2.158
Imprese attive nel 2017



729
Imprese artigiane attive nel 2017

Altri elementi



55 Strutture ricettive
792 Numero Letti



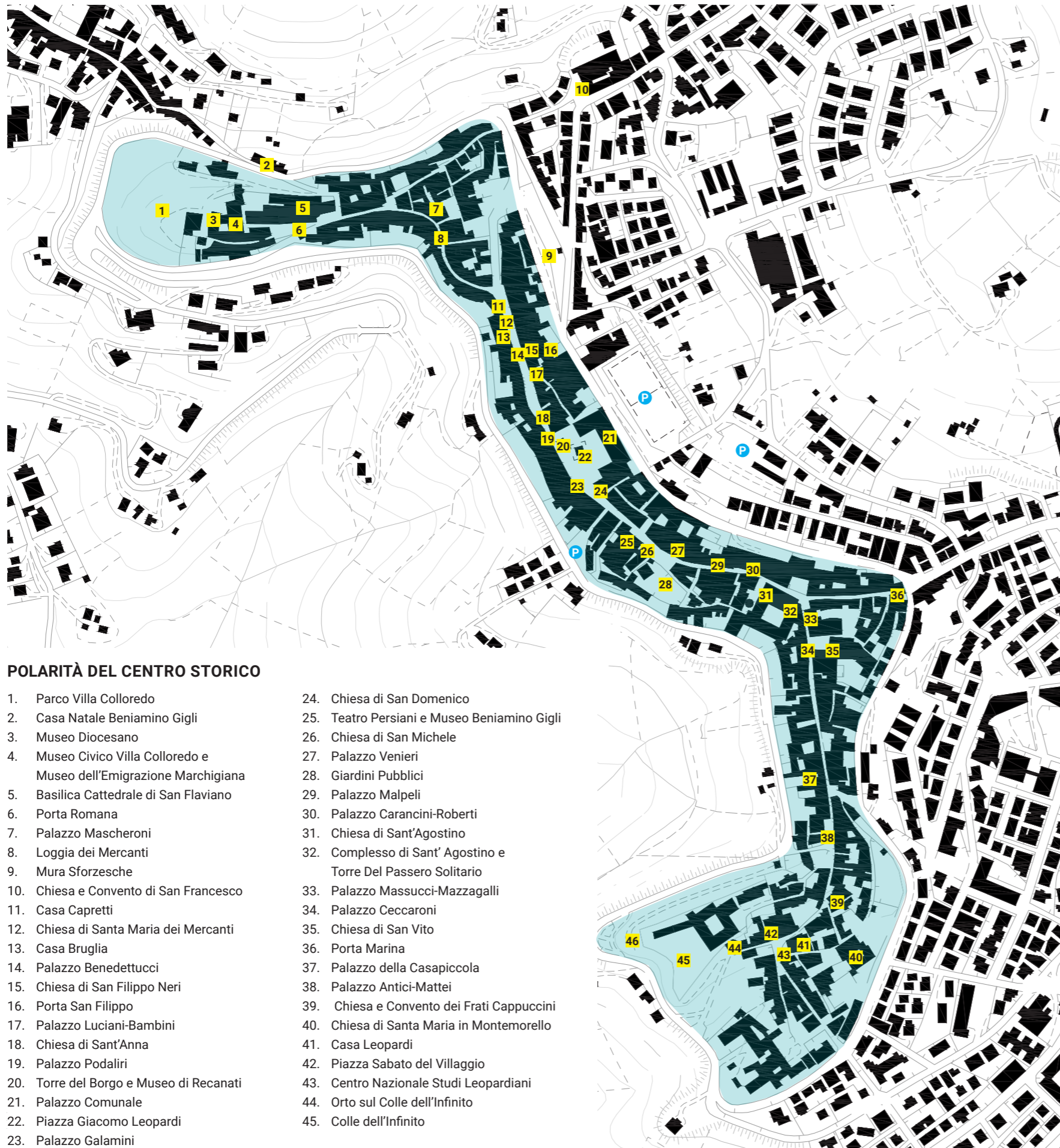
22
Scuole



84%
Del territorio coperto da fibra ottica



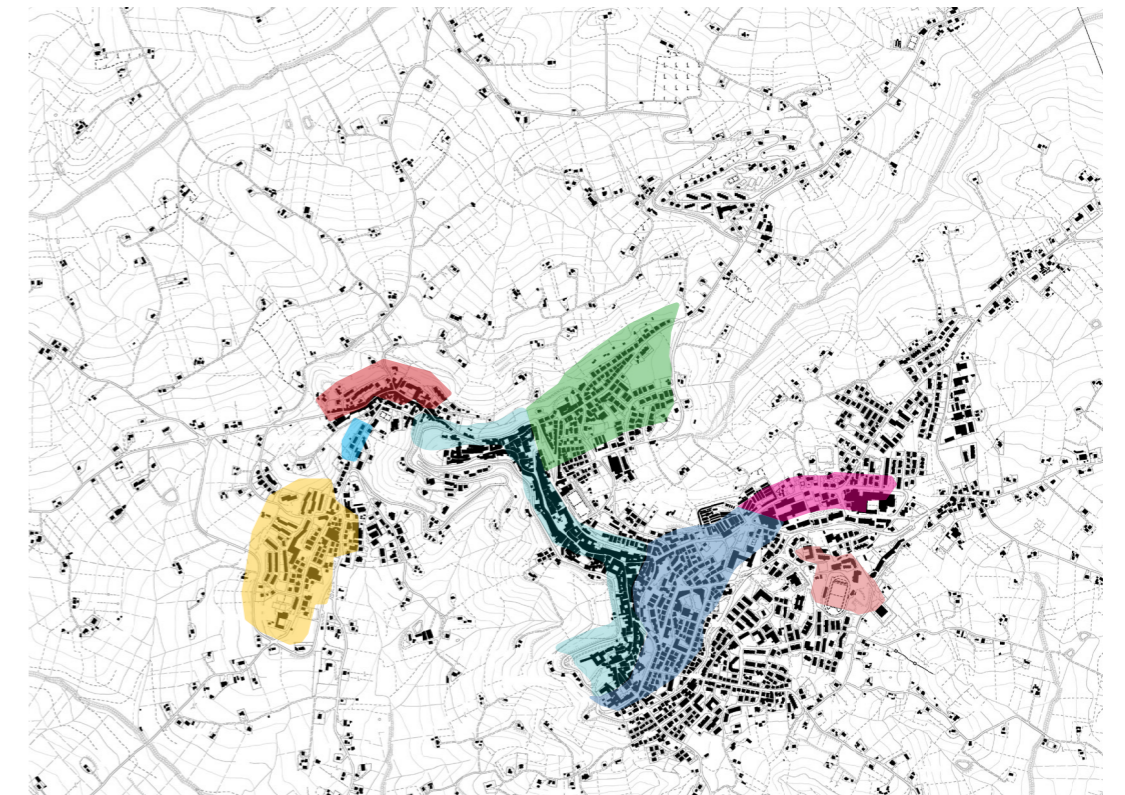
716
posti auto nei parcheggi del centro urbano



POLARITÀ DEL CENTRO STORICO

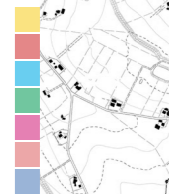
- | | |
|--|---|
| 1. Parco Villa Colloredo | 24. Chiesa di San Domenico |
| 2. Casa Natale Beniamino Gigli | 25. Teatro Persiani e Museo Beniamino Gigli |
| 3. Museo Diocesano | 26. Chiesa di San Michele |
| 4. Museo Civico Villa Colloredo e Museo dell'Emigrazione Marchigiana | 27. Palazzo Venieri |
| 5. Basilica Cattedrale di San Flaviano | 28. Giardini Pubblici |
| 6. Porta Romana | 29. Palazzo Malpeli |
| 7. Palazzo Mascheroni | 30. Palazzo Carancini-Roberti |
| 8. Loggia dei Mercanti | 31. Chiesa di Sant'Agostino |
| 9. Mura Sforzesche | 32. Complesso di Sant' Agostino e Torre Del Passero Solitario |
| 10. Chiesa e Convento di San Francesco | 33. Palazzo Massucci-Mazzagalli |
| 11. Casa Capretti | 34. Palazzo Ceccaroni |
| 12. Chiesa di Santa Maria dei Mercanti | 35. Chiesa di San Vito |
| 13. Casa Bruglia | 36. Porta Marina |
| 14. Palazzo Benedettucci | 37. Palazzo della Casapiccola |
| 15. Chiesa di San Filippo Neri | 38. Palazzo Antici-Mattei |
| 16. Porta San Filippo | 39. Chiesa e Convento dei Frati Cappuccini |
| 17. Palazzo Luciani-Bambini | 40. Chiesa di Santa Maria in Montemorello |
| 18. Chiesa di Sant'Anna | 41. Casa Leopardi |
| 19. Palazzo Podaliri | 42. Piazza Sabato del Villaggio |
| 20. Torre del Borgo e Museo di Recanati | 43. Centro Nazionale Studi Leopardiani |
| 21. Palazzo Comunale | 44. Orto sul Colle dell'Infinito |
| 22. Piazza Giacomo Leopardi | 45. Colle dell'Infinito |
| 23. Palazzo Galamini | |

POLARITÀ DEL CENTRO URBANO

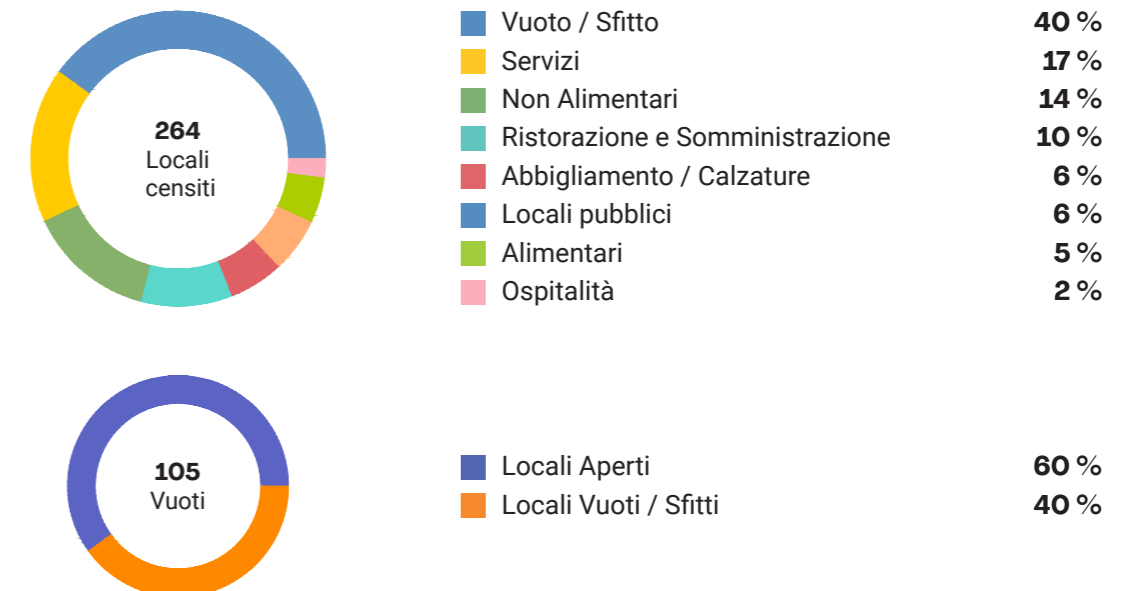


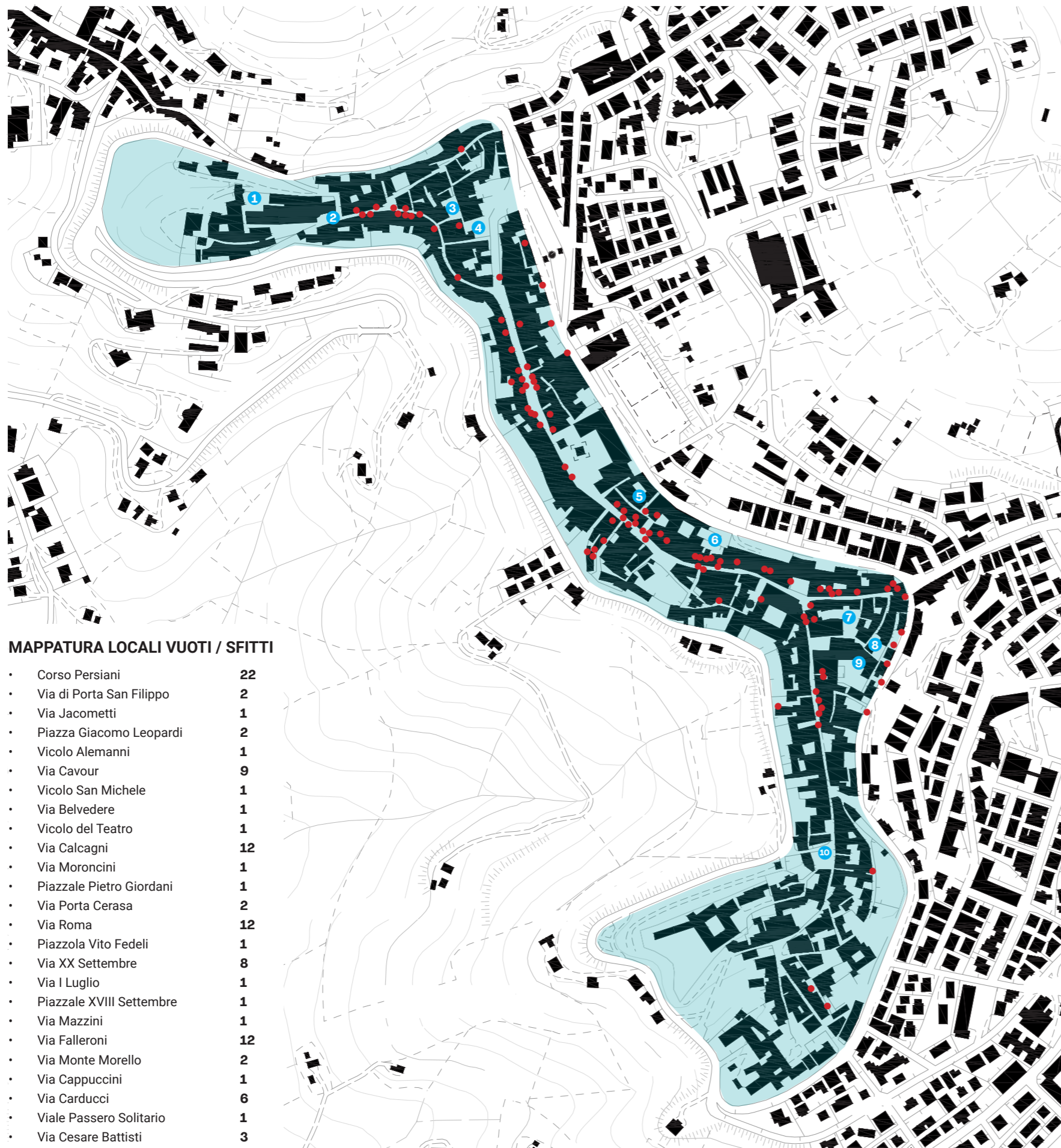
LUOGHI ED EDIFICI D'INTERESSE STORICO

- Zona Residenziale Espansione Ovest - Offerta Commerciale e di Servizi
- Ambito Storico - Offerta Commerciale e di Servizi
- Centro Sportivo - Circolo Tennis
- Zona Residenziale Espansione Nord - Offerta Commerciale e di Servizi
- Zona Produttiva/Commerciale
- Centro sportivo Comunale
- Zona Residenziale Espansione Sud - Offerta Commerciale e di Servizi



OFFERTA COMMERCIALE





MAPPATURA LOCALI VUOTI / SFITTI

• Corso Persiani	22
• Via di Porta San Filippo	2
• Via Jacometti	1
• Piazza Giacomo Leopardi	2
• Vicolo Alemanni	1
• Via Cavour	9
• Vicolo San Michele	1
• Via Belvedere	1
• Vicolo del Teatro	1
• Via Calcagni	12
• Via Moroncini	1
• Piazzale Pietro Giordani	1
• Via Porta Cerasa	2
• Via Roma	12
• Piazzola Vito Fedeli	1
• Via XX Settembre	8
• Via I Luglio	1
• Piazzale XVIII Settembre	1
• Via Mazzini	1
• Via Falleroni	12
• Via Monte Morello	2
• Via Cappuccini	1
• Via Carducci	6
• Viale Passero Solitario	1
• Via Cesare Battisti	3

AMBITI DI RIGENERAZIONE



1. Terrazza Campo dei Fiori
 2. Piazzale Duomo
 3. Piazzetta Vitali
 4. Piazzale XVIII Settembre
 5. Cinema Sabbatini
 6. Lastricato Liceo Leopardi
 7. Piazzetta Lombardi
 8. Piazzetta Verzelli
 9. Piazzetta Scuole
 10. Piazzale M. Leopardi

LOCALI VUOTI / SFITTI CENTRO STORICO

