



SCHEDA INTERVENTO n.10.3.1.4 - Promozione del Parco fluviale

QUADRO CONOSCITIVO

Breve descrizione dell'intervento

Il parco fluviale di Cuneo trova origine in una proposta avanzata dai cittadini nel lontano 1979 e finalizzata, tra il resto, al ripristino della funzione sociale dei fiumi. Finalità che non può prescindere da un coinvolgimento attivo delle persone, siano esse residenti della zona, cittadini o turisti, affinché ritorni a "vivere" lungo il torrente Gesso e il fiume Stura e conferisca vitalità al parco nascente.



parco Fluviale di Cuneo

Per questo il Comune di Cuneo ha scelto di avviare attività di promozione e di sensibilizzazione fin dalle prime fasi della progettazione del parco fluviale e nel corso del primo anno ha coinvolto circa 9.000 persone.

Per il futuro non si può che prevedere l'ampliamento del calendario di attività e, allo stesso tempo, l'approfondimento tematico dei vari aspetti del parco che si intendono valorizzare e divulgare.

In particolare, un progetto di promozione dovrà considerare momenti ricreativi e di aggregazione con varie forme di animazione (spettacoli, laboratori per bambini, intrattenimento ecc.) oppure momenti ufficiali di presentazione di opere e interventi realizzati, attività di formazione e informazione a vari livelli di approfondimento e relativi alle svariate tematiche naturalistiche, storiche, culturali, scientifiche ed economiche legate al parco (accompagnamenti naturalistici, convegni, seminari, ricerche, ecc.), iniziative di sensibilizzazione al rispetto dell'ambiente (giornate di pulizia), attività pubblicitaria per dare visibilità alle risorse territoriali e alle iniziative proposte.

Considerando inoltre la specificità delle diverse aree di intervento potranno essere promosse iniziative più mirate e settoriali: per esempio manifestazioni sportive per la valorizzazione impianti sportivi che hanno sede nel parco, attività di birdwatching nelle aree di riserve naturali.

Sulla scia di quanto avviato sarà opportuno potenziare alcuni canali dedicati di comunicazione capaci di informare e dialogare con i cittadini e dare voce ai soggetti che operano sul territorio, quali possono essere il notiziario aperiodico "Metronatura" e il sito internet: il primo, che attualmente ha una tiratura variabile tra le 10.000 e le 15.000 copie e viene distribuito a livello provinciale, dovrebbe avere una periodicità più elevata e soprattutto un bacino di utenza più vasto.



Il sito web, invece, andrebbe integrato con una serie di servizi on-line capaci di aumentarne il dinamismo e la funzionalità pratica. Soprattutto risulta importante riuscire a stimolare la positività dei cittadini e, più in generale, dei fruitori del parco attivando modalità nuove per la cattura di idee e proposte.

Altresì potranno essere elaborate pubblicazioni tematiche collegate a specifiche iniziative o interventi realizzati nel parco.

A tutto ciò andrà affiancata l'attività pubblicitaria che potrà comportare la realizzazione di una linea coordinata di gadget del parco, l'acquisizione di adeguate strutture per l'allestimento di uno stand del parco, la produzione di materiali e supporti pubblicitari vari da collocare sul territorio in modo strategico.

L'attività di marketing è, invece, stata avviata con un progetto di monitoraggio e analisi delle potenzialità/risorse economiche del parco fluviale in termini di valorizzazione e sviluppo degli insediamenti economici e produttivi presenti, sostegno per la nascita di iniziative imprenditoriali, la conciliazione delle esigenze ambientali e naturalistiche con le potenzialità turistiche dell'area parco.

Gli sviluppi del progetto prevedono un'attività di divulgazione dei risultati del monitoraggio verso i cittadini e le imprese, l'organizzazione di workshop, l'istituzione di tavoli di lavoro permanenti e, più in generale,

l'elaborazione un modello di sviluppo sostenibile, condiviso dagli attori economici locali che coinvolga e stimoli le attività imprenditoriali nell'ambito agro-silvo-colturale, turistico-ricettivo, sportivo e dell'artigianato locale ed eventualmente promuova l'istituzione di un marchio di qualità per le produzioni di qualità.

Rapporti instaurati sul territorio con altri soggetti pubblici o privati (sinergie)

L'ottica di sviluppo del progetto del parco, sia dal punto di vista strutturale che promozionale, è proprio quella partecipativa, cioè di sostenere e valorizzare le proposte provenienti dalle varie parti sociali. Il Comune di Cuneo sta pertanto promuovendo un'opera di coinvolgimento degli attori locali che, attraverso una fitta rete di relazioni, possono collaborare, in varie forme, al progetto del parco: le associazioni di categoria, l'università e la scuola, gli enti locali, le realtà aziendali che potranno così sviluppare azioni comuni di promozione e comunicazione con indubbi vantaggi in termini di visibilità.

L'Amministrazione comunale ha già avuto modo di confrontarsi con i responsabili delle sedi universitarie cuneesi delle facoltà di Agraria e di Economia e Commercio che hanno espresso il loro interesse per il parco fluviale di Cuneo quale strumento di valorizzazione e di sviluppo per il territorio. L'università procederà all'individuazione di alcune proposte di studio che potranno spaziare dall'introduzione di nuove specie faunistiche al monitoraggio quali-quantitativo della risorsa idrica, all'avvio di nuove tecnologie e sistemi di coltura.

Più approfondito è invece il rapporto con sei comuni limitrofi al parco - Cervasca, Vignolo, Borgo San Dalmazzo, Boves, Castelletto Stura e Centallo – con cui è stata sottoscritta una convenzione per l'avvio di interventi sinergici sul territorio fluviale.

Ma molti altri sono gli enti e i soggetti con cui sono state realizzate iniziative diverse: Legambiente, L.I.P.U., l'Associazione Accompagnatori Naturalistici delle Alpi Occidentali, il Consorzio Socio-Assistenziale del Cuneese, il Centro Italiano di Riqualficazione Fluviale (C.I.R.F.), l'Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente (A.R.P.A.), l'Università, le scuole elementari, medie e superiori della città, associazioni sportive e culturali locali, cooperative sociali, professionisti in ambito faunistico, naturalistico, didattico ecc...

Risultati ed effetti attesi

La sfida che si pone di fronte al parco fluviale oggi è quella di riuscire a penetrare e ad integrarsi nel migliore dei modi con l'ambiente territoriale circostante, cui è legato indissolubilmente: quello della città. Questo comporta il cambiamento della mentalità rispetto all'area fluviale che, se finora è stata trascurata e considerata un semplice contorno del centro abitato, intende ora ribaltare la sua subalternità e modificare la percezione che dei cuneesi, diventando luogo strategico di collegamento, punto di partenza per uno sviluppo della città più compatibile con l'ecosistema naturale circostante e luogo ricreativo e socializzante per il miglioramento della qualità della vita dei cittadini di tutte le fasce di età.

L'attività di promozione e sensibilizzazione dovrebbe portare alla condivisione dei valori di fondo del progetto del parco, quali il rispetto e la valorizzazione dell'ambiente naturale di Cuneo, la qualità della vita, ecc , garantendo il sostegno da parte della cittadinanza e delle varie parti sociali e consentendo anche una progettazione partecipata degli interventi futuri che sono ancora pienamente discutibili. La riscoperta e la fidelizzazione della popolazione al territorio dei fiumi saranno i fattori trainanti dello sviluppo del parco anche in senso turistico, economico e culturale.

A tal fine sarà determinante l'attuazione di un modello di sviluppo coordinato e sostenibile, elaborato e condiviso dagli attori locali mediante il progetto di marketing territoriale con l'obiettivo di fare del parco anche un motore, o almeno un fattore di stimolo, dello sviluppo economico locale.

Soggetto attuatore dell'intervento/erogatore del servizio

Il progetto di sensibilizzazione e di marketing territoriale dovrà essere attuato dal Comune di Cuneo che potrà avvalersi della collaborazione di agenzie specializzate per specifiche fasi del progetto.

Modalità di gestione

Il progetto dovrà essere coordinato dal Comune di Cuneo che, mediante affidamento di incarichi, si avvarrà della consulenza di agenzie o personale specializzato per la realizzazione delle specifiche attività (esempio animazione, campagne pubblicitarie, indagini, strumenti di informazione e formazione della popolazione, ecc.) previste nelle varie fasi.

FATTIBILITÀ TECNICA

Scelte tecniche di base

Il progetto di promozione del sistema dei trasporti prevede un'attività di informazione affiancata da un processo di comunicazione che consenta uno scambio bidirezionale di messaggi dall'Amministrazione al cittadino e viceversa, e dal marketing territoriale volto ad offrire nuove prospettive di sviluppo alle diverse economie del parco.

Si predilige un'attività partecipata che coinvolga, a diversi livelli, tutti i soggetti interessati dal progetto di riqualificazione del territorio fluviale e che possa fare degli stessi cittadini e fruitori del parco i promotori del rispetto ambientale e degli altri valori alla base della progettazione intrapresa dall'Amministrazione Comunale.

Il progetto di comunicazione dovrà inoltre essere flessibile in modo da tenere conto delle istanze che emergono durante l'attuazione degli interventi.

Per quanto concerne l'informazione, il coinvolgimento e la sensibilizzazione dell'utenza, considerando l'attività finora svolta, si prevede:

- l'individuazione di una più rigorosa linea grafica da declinare per i diversi contesti e per le varie forme di pubblicazione dei contenuti: dalle brochure ai manifesti, alla carta intestata e degli altri strumenti che si renderanno necessari alla promozione del parco fluviale;
- l'individuazione di una linea diversificata di gadget pubblicitari che dovranno essere caratterizzati da un'estetica accattivante e coordinata nei colori e nelle forme grafiche;
- l'ideazione e la produzione di adeguate opere/strutture di richiamo del parco dal centro cittadino al fine di portare sempre di più "il parco in città" e "la città nel parco";
- l'acquisizione degli allestimenti e delle strutture idonee all'allestimento di uno stand completo e coordinato che, insieme ad un'attività di ricerca e di contrattazione per l'ottenimento degli spazi fieristici, determinerà un sensibile aumento della visibilità del parco a livello nazionale e internazionale;
- l'aumento della tiratura della pubblicazione Metronatura, potenziando parallelamente il canale distributivo per raggiungere in modo capillare la cittadinanza, ma anche ampliare il bacino di utenza a livello provinciale e regionale;
- il potenziamento del sito internet con nuove funzionalità a servizio dei fruitori reali o potenziali del parco: servizi per i cittadini che per esempio intendono conoscere opportunità e vincoli del parco, dialogare con gli amministratori; servizi per i turisti quali mappe interattive per indicare gli accessi, suggerire percorsi tematici, ecc; servizi per le scuole o altri enti che siano interessati ad attività nel parco; inoltre sarà opportuno prevedere appositi spazi e stimoli per proposte, suggerimenti e idee dei cittadini;
- l'organizzazione di eventi ufficiali di presentazione di opere e interventi realizzati finalizzati principalmente alla promozione politica del progetto;
- l'organizzazione di attività formative e informative sugli aspetti naturalistici, storici, culturali ed economici del territorio del parco; attività che potranno concretizzarsi tanto con escursioni guidate quanto mediante convegni, seminari e ricerche tecniche;
- la realizzazione di eventi ed iniziative di tipo ricreativo, ma sempre finalizzati alla sensibilizzazione al rispetto ambientale e al valore dell'ambiente naturale; le attività andranno strutturate a seconda dei diversi target di riferimento: potrà trattarsi di pic nic in riva al fiume, di laboratori per bambini, di corsi o laboratori per adulti o anziani, di momenti di animazione vari;
- l'affiancamento promozionale, logistico e organizzativo dei soggetti locali che intendono promuovere attività varie nel territorio del parco.

Per quanto riguarda l'attività di marketing territoriale si ipotizzano le seguenti fasi:

- pubblicazione dei risultati dell'attività, in corso, di monitoraggio e analisi delle attività economiche esistenti nel parco fluviale;
- organizzazione di workshop e tavoli di confronto con i principali attori locali: cittadini, imprese, associazioni di categoria, istituzioni pubbliche;
- elaborazione di un modello di sviluppo che preveda sia interventi tecnici e incentivi di vario tipo a sostegno delle attività produttive tipiche, sia attività promozionali sinergiche relative alle strutture ricettive e ai prodotti tipici del parco (es. marchio di qualità)

Planimetria e cartografia dell'area interessata

Vedasi cartografia allegata alla scheda dell'intervento 1.1.1.8-9

Stime del costo delle attività

COSTO DELLE ATTIVITA'

INTERVENTO 10.3.1.4

QUADRO ECONOMICO SINTETICO

a) Totale importo attività	€ 236.000,00
b) Somme a disposizione	
b1) arredi	
b3) consulenze, indagini, pubblicità, ecc.	
b4) imprevisti	
b5) IVA totale	
Totale costo realizzazione	€ 236.000,00

parziale

Eventuali problemi

Sulla base delle attività promozionali finora svolte, non si prevedono particolari problematiche per la realizzazione del progetto illustrato.

COMPATIBILITÀ URBANISTICA, AMBIENTALE E PAESAGGISTICA

Compatibilità urbanistica

Vedasi Studio di Fattibilità 10.1.1.8-9 relativo al Parco Fluviale di Cuneo

Descrizione sintetica dell'impatto ambientale e dell'inserimento paesaggistico

Vedasi Studio di Fattibilità 10.1.1.8-9 relativo al Parco Fluviale di Cuneo

SOSTENIBILITÀ FINANZIARIA

Stima dei costi di gestione

I costi di gestione del progetto sono stimati pari a € 236.000,00.

Coinvolgimento di soggetti attuatori privati

Si intende proseguire e intensificare il coinvolgimento di altri attori per la concretizzazione del programma. In particolare il progetto vedrà la partecipazione di associazioni quali Legambiente, L.I.P.U., l'Associazione Accompagnatori Naturalistici delle Alpi Occidentali, il Consorzio Socio-Assistenziale del Cuneese, il Centro Italiano di Riqualificazione Fluviale (C.I.R.F.), l'Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente (A.R.P.A.), l'Università, le scuole elementari, medie e superiori della città, associazioni sportive e culturali locali, cooperative sociali, professionisti in ambito faunistico, naturalistico, didattico ecc...

Sostenibilità dei costi a carico dell'Amministrazione locale

Il Comune potrà contare anche su alcune entrate ottenute con la vendita di eventuali gadget del parco e l'introduzione di minimi contributi spesa per la partecipazione ad eventi, laboratori e altre iniziative.

PROCEDURE

Descrizione dei passaggi procedurali

Le principali fasi attuative del progetto di sensibilizzazione sono così individuate:

- valutazione del livello di conoscenza attuale del parco e individuazione degli obiettivi quali-quantitativi dell'attività promozionale e di comunicazione;
- attività continua di stimolo e raccolta di idee, proposte e suggerimenti sul parco;
- pianificazione ed elaborazione di un calendario di attività di medio termine, sufficientemente flessibile in quanto soggetto a continue integrazioni e modifiche;
- ristrutturazione degli strumenti di informazione e comunicazione esistenti, ideazione e implementazione di nuove funzione telematiche;
- attuazione di eventi e attività organizzate internamente;
- acquisizione di una linea di gadget del parco;
- progressivo aumento di attività promosse da enti o soggetti esterni supportati dal Comune;
- valutazione del nuovo livello di conoscenza sul parco e valutazione del raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Per quanto riguarda l'attività di marketing territoriale si ipotizzano le seguenti fasi:

- pubblicazione dei risultati del monitoraggio sulle attività economiche esistenti;
- organizzazione di un workshop;
- avvio tavoli di lavoro permanenti;
- elaborazione di un modello di sviluppo locale.

Cronoprogramma

CRONOPROGRAMMA DI ATTUAZIONE

FASI	TRIMESTRE*	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
STUDIO DI FATTIBILITA' E PIANIFICAZIONE INTERNA											
VALUTAZIONE LIVELLO CONOSCENZA E OBIETTIVI											
PIANIFICAZIONE CALENDARIO ATTIVITA'											
PUBBLICAZIONE RISULTATI MONITORAGGIO ATT. ECONOMICHE											
ORGANIZZAZIONE WORKSHOP SUL MARKETING											
AVVIO TAVOLI DI LAVORO PERMANENTI											
ASCOLTO DEL TERRITORIO											
RISTRUTTURAZ. E IDEAZIONE STRUMENTI COMUNICAZIONE											
ATTUAZIONE EVENTI E ATTIVITA' PROMOZIONALI											
LINEA GADGET											
ELABORAZIONE MODELLO DI SVILUPPO LOCALE											
SUPPORTO EVENTI E ATTIVITA' ENTI ESTERNI											
VALUTAZIONE NUOVO LIVELLO CONOSCENZA E OBIETTIVI											