

Regione Umbria
Giunta Regionale
Direzione Programmazione, Innovazione
e competitività dell'Umbria
Servizio Politiche della Casa e Riqualifi-
cazione Urbana
Servizio Riqualificazione Urbana



Programmi Urbani Complessi 3.

Approvato dal D.G.R. n. 281 del 3.4.2013 e successive modifiche e integrazioni.

PROGETTO STRATEGICO A RILEVANZA URBANA DI RIVITALIZZAZIONE E RIQUALIFICAZIONE DEL CENTRO STORICO DI TORGIANO E SUE SUCCESSIVE ESPANSIONI

**OGGETTO:
PIANO DI MARKETING URBANO
RELAZIONE SINTETICA**

Sindaco:
Marcello Nasini

Assessore all'Urbanistica:
Enzo Morbidini

Assessore ai lavori Pubblici:
Eridano Liberti

Responsabile Area Tecnica
Geom. Bruno Rosignoli

Progetto:
AREA TECNICA EDILIZIA
Corso V. Emanuele II, 25
06089 Torgiano PG
Tel. 075 9886028
urbanistica@pec.comune.torgiano.pg.it

1. PREMESSA

1- Premessa

La presente relazione documenta i contenuti del piano di marketing urbano redatto per la valorizzazione dell'ambito urbano di Torgiano e delle aree commerciali ad esso limitrofe oggetto del Programma Urbano Complesso PAR-FSC -2007-2013.

Gli interventi del Piano sono volti a qualificare ed accrescere l'attrattività del centro urbano e delle aree commerciali ad esso limitrofe, all'interno del perimetro del PUC 3 con particolare riferimento ai seguenti obiettivi generali:

- a) Rivalorizzazione della città tramite il miglioramento di molteplici funzioni riguardanti il potenziamento dell'offerta commerciale, il potenziamento dell'attrattività residenziale, il miglioramento dei servizi e l'implementazione delle connessioni sia veicolare che pedonale dell'area;
- b) Incrementare la fruizione degli spazi pubblici e qualificare l'offerta commerciale, artigianale e dei servizi in genere;
- c) Aumentare nel complesso l'attrattività dell'area di intervento;
- d) Qualificare e caratterizzare l'immagine dell'ambito di intervento tramite strumenti di comunicazione e di qualificazione urbana.

2. CONTESTO DI RIFERIMENTO

2.1 Nota metodologica

Gli elementi di analisi derivano da I progetto " Torgiano –città commercio Laboratorio di Progettazione Partecipata DOCUMENTO DI INDIRIZZO PER LA RIQUALIFICAZIONE URBANA E LA RIVITALIZZAZIONE ECONOMICA" elaborato a cura della CONFCOMMERCIO di Perugia e Comprensorio, della CONFCOMMERCIO Commissione Consiliare Politiche Per Le aree Urbane, dal Comune di Torgiano e della associazione VIVI Torgiano – City Mail.

2.2 La perimetrazione del PUC 3

La perimetrazione del PUC 3 comprende l'area del centro storico di Torgiano e alcune aree ad esso limitrofe come meglio indicate nella planimetria generale.

2.3 Il territorio

Torgiano è un centro collinare fondato nel Medioevo, con un'economia basata sulle tradizionali attività agricole, su un discreto ventaglio di imprese industriali e sul turismo ecologico e culturale.

Superficie: 37,88 Kmq Altezza s.l.m.: 219 mt Abitanti: 6.667

Fonte ufficio anagrafe e statistica Comune di Torgiano

La maggiore urbanizzazione si è prodotta negli anni 60/80 e ha riguardato il capoluogo, sviluppandosi lungo le direttrici viabili quali la SP 403 Torgiano Bevagna, SP 401 in direzione ponte san Giovanni e Brufa, SP 400 la Torgiano Bastia, sostanzialmente del tipo spontaneo carente di infrastrutture pubbliche quali parcheggi, gli interventi di edificazione recenti hanno in parte riequilibrato tale carenza non ancora del tutto colmata.

2.4 Inquadramento demografico e sintesi

A fine 2012 la popolazione residente nel comune di Torgiano risulta di 6667 abitanti raggruppata in n° 2661 nuclei familiari la popolazione interessata dall'ambito delimitato del PUC3 riguarda 2939 abitanti pari al 45,60 % dell'intera popolazione.

L'espansione demografica che il Comune di Torgiano ha vissuto in questi ultimi dieci anni siamo passati da 5522 di abitanti agli attuali 6667 (dato al 31/12/2012) con un incremento del 20,74 % è stata frutto della posizione strategica che l'agglomerato urbano ha nei confronti di Perugia e Foligno cioè dei due snodi, di un complesso sistema infrastrutturale viario.

Il capoluogo è stato interessato in forma marginale da questo complesso movimento di espansione demografica, anzi è stato interessato da un lento e crescente modificazione della tipologia residenziale che sempre più a riguardato l'inserimento in tale contesto di persone extracomunitarie.

Tale aspetto se da un lato comporta un migliore inserimento dei soggetti stranieri nel contesto sociale, dall'altro denota una carenza di servizi nel centro storico che facilitano la non permanenza dei cittadini italiani in tale contesto.

2.5 L'economia Locale

Il comune di Torgiano è essenzialmente un fiorente centro agricolo, da notare la presenza di tre grosse concentrazioni terriere che da sole rappresentano circa il 70% di tutto il territorio agricolo, la viticoltura, l'olivocultura accanto alla produzione di mais rappresentano le produzioni più diffuse. Altro aspetto legato alla conduzione agricola è la presenza di strutture turistiche ricettive di particolare pregio e classificazione, con l'incremento dagli anni 90 di strutture agrituristiche .

La presenza di strutture museali di rilievo quali il Museo del Vino e a seguire quello d'olio accanto al centro museale comunale che raccoglie la collezione di Nino Caruso e le vaselle d'autore sono un punto indiscusso di richiamo turistico a livello Regionale, Nazionale e Internazionale.

2.6 Il sistema commerciale : caratteristiche

L'analisi del sistema commerciale ha riguardato tre aspetti nodali:

- a) La domanda e l'offerta commerciale
- b) La relazione domanda / offerta ed evasione commerciale
- c) La sosta

Dall'analisi dei punti sopra riportati si è giunti in sintesi alla seguente conclusione: in relazione alla domanda commerciale Torgiano e soprattutto il suo centro storico presentano una evasione commerciale pari a € 517 annuo pro capite per il settore alimentare e a € 2.422 annui pro capite per il settore non alimentare.

L'analisi riferita alla sosta determina che rispetto ai punti di parcheggio in essere la distanza complessiva da essi al centro storico varia da 65 a 365 ml in linea per esempio con il centro commerciale di collestrada (60-365ml). Le distanze dei parcheggi e lo sviluppo del sistema urbano-commerciale del centro storico presentano, pertanto, aspetti fisici comparabili a quelli del centro commerciale quindi le criticità rilevate si conclude che siano imputabili ai seguenti aspetti: a) gradevolezza dei percorsi b) sicurezza percepita dei percorsi; c) capacità attrattiva del sistema urbano – commerciale, d) disponibilità di posti auto con la conseguente gestione della sosta.

2.7 Il sistema commerciale : qualità

Dalla analisi effettuata si rileva una continua e crescente discontinuità commerciale nel centro storico accanto ad una non uniformità di trattamento delle vetrine e delle insegne, è evidente la necessità di ottimizzare il sistema di illuminazione pubblica e di migliorare l'ambiente urbano. (strade marciapiedi ecc.)

3. LE STRATEGIE E LE LINEE DIRETTRICI DI VALORIZZAZIONE

3.1 Le criticità e i punti di forza

Dalle analisi e dai sopralluoghi effettuati si evidenziano punti di forza e criticità del centro storico che costituiscono la base dalle quali sono scaturite le linee di intervento operative.

PUNTI DI FORZA

- Torgiano epicentro della vita cittadina, sociale e amministrativa e dei servizi
- tradizione commerciale di Torgiano

CRITICITA'

- Aumentare il grado di accuratezza dell'ambiente urbano nell'area centrale
- Commercio disperso (non continuità commerciale)
- Scarsa animazione soprattutto nelle ore serali
- Cura nella presentazione in maniera uniforme delle attrattive commerciali (mancanza di comunicazione delle opportunità)
- Adeguamento e completamento dell'offerta commerciale

3.2 Le direttrici strategiche di valorizzazione

La valorizzazione di Torgiano passa attraverso la vitalità del centro urbano come luogo principale di identità cittadina, di incontro, shopping e tempo libero.

In base quindi ai punti di forza e criticità si definiscono tre direttrici strategiche per la valorizzazione del centro storico e la rivitalizzazione delle funzioni di attrazione dell'area (residenziale, animazione, shopping)

- 1) Riqualficazione dell'ambiente urbano e dell'offerta commerciale e artigianale
- 2) Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazione delle opportunità
- 3) Comunicazione degli eventi ed animazione dell'area
- 4) Fruibilità e accessibilità dell'area

3.2.1 Riqualificazione dell'immagine dell'ambiente urbano e degli esercizi

Sono compresi in questa direttrice strategica, azioni ed interventi di tutela della qualità urbana, perciò sulle componenti dell'ambiente urbano.

Si fa riferimento sia a quelli di pertinenza degli operatori economici e dei privati (quinte edilizie, elementi di comunicazione esterna degli esercizi: tendaggi, insegne, vetrine, "sedute" dei pubblici esercizi e sia pubblica per interventi sulle componenti di arredo urbano e per la pulizia di esso.

Gli interventi sul rinnovo e coordinamento degli elementi di comunicazione esterna degli esercizi o delle sedute dei pubblici esercizi rientrano anche nella direttrice strategica della "qualità e attrattività del sistema commerciale".

1) **Abaco** dei componenti dell'arredo urbano per dare indicazione ai privati per la riqualificazione (vedi punto successivo)

2) **Ristrutturazione** interna degli esercizi e loro **riqualificazione** esterna, (insegne, tendaggi, vetrine, sedute dei pubblici esercizi (incentivi alla sostituzione e al coordinamento d'immagine)

3) **Rifacimento** della pavimentazione stradale, dei corpi illuminanti, segnaletica, dei cestini per l'immondizia con riferimento alla raccolta differenziata,

3.2.2 Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazione delle opportunità

In questa direttrice sono compresi gli interventi di pertinenza degli operatori economici singoli o in forma associata e del "Pubblico" per mantenere la continuità degli esercizi del sistema di attività economiche che operano nell'area PUC 3 e per comunicare le opportunità che tale sistema offre.

Obiettivi sono:

- Aumentare l'attrattività del sistema commerciale
- Mantenere la continuità degli esercizi nell'area

Tali obiettivi di innalzamento dello standard qualitativo sono rivolti alle singole imprese commerciali, artigianali, pubblici esercizi e servizi operanti nell'area

In questo ambito sono compresi le azioni di comunicazione delle opportunità:

- *azione di fidelizzazione (fidelity card)*

La carta fedeltà diventa in realtà, un progetto che finanzia la scuola locale: gli acquisti fatti nei negozi del centro storico danno origine ad un contributo alla scuola, finalizzato ad attività didattiche, di laboratori anche esterni, o acquisto di materiali per il funzionamento scolastico. Tale iniziativa tende a valorizzare l'aspetto sociale, rendendolo doppiamente utile da un aspetto si argina il fenomeno dell'evasione commerciale fuori Torgiano e dall'altro aspetto si favorisce lo sviluppo della scuola e quindi dei ragazzi. Altro elemento degno di nota deriva dalla gestione centralizzata dei dati e della movimentazione punti, nonché la raccolta di informazioni attraverso i movimenti dei clienti per ora, giorno e volumi di acquisto come dati aggregati per studio di nuove strategie commerciali.

- *Portale web sul commercio*

Strumento questo che permetterebbe la scoperta delle opportunità che offre il centro in termini commerciali e di servizi. Non un semplice sito " vetrina" ma un punto di riferimento per conoscere il centro di Torgiano oltre alla possibilità di essere trasformato in un vero e proprio portale di e commerce con la possibilità di prenotare o ordinare la merce (specialmente la spesa alimentare con la verifica della possibilità della consegna entro certe distanze). Si pensi al carattere sociale della cosa, considerando il fatto di una popolazione più anziana della media e considerando anche casi di immobilità o malattia..

- *Guida di Torgiano*

Uno strumento cartaceo che funga da agile guida alle attività economiche (artigianato, commercio, pubblici esercizi), ai servizi e agli eventi che si svolgono in ambito comunale e in particolare nell'area oggetto di intervento (periodicità semestrale)

Inoltre è auspicabile attivare le seguenti azioni:

1) Favorire l'insediamento e la continuità di attività economiche commerciali e artigianali e di ristorazione nell'are centrale, attraverso incentivazioni riguardanti i proprietari di locali non utilizzati con la rimodulazione a tariffe agevolate delle tassazioni di competenza comunale.

2) Qualificare l'immagine esterna tramite incentivi alla trasformazione delle attività per il loro rinnovo, anche attraverso il ridimensionamento degli oneri riferiti all'occupazione del suolo pubblico, al ridimensionamento degli oneri del pagamento della nettezza urbana, al non pagamento della tassa di affissione pubblicitaria volta alla modifica e rinnovo delle insegne.

3.2.3 Comunicazione degli eventi e animazione dell'area

Una delle condizioni per realizzare una efficace strategia di comunicazione è la sua accurata pianificazione.

Ancor più se si ritiene utile l'integrazione tra diverse iniziative, da porre in sinergia attraverso una programmazione organica (piano di comunicazione annuale) che valorizzi le diverse funzioni del centro storico.

Sulla base di questi presupposti metodologici si prevedono un serie di azioni per affermare la notorietà, vivacizzare l'area centrale ed incrementare le opportunità di animazione.

- **Marchio d'area**

L'identità visiva è un primo approccio alla comunicazione integrata dell'area. A tale fine è importante potenziare uno strumento che identifichi ed innalzi la notorietà della stessa, in primo luogo attraverso un marchio con l'indicazione sintetica delle caratteristiche dell'area centrale di Torgiano.

- **Le giornate del commercio e dell'artigianato**

Occasioni per accedere al centro tramite eventi a tema legati allo shopping e agli acquisti, alla promozione/presentazione di nuove opportunità commerciali o artigianali che si svolgono in particolari periodi dell'anno (ad esempio Primavera, Autunno, Natale)

- **Animazione**

La pianificazione di eventi legati all'enogastronomia e alla tradizione locale rivitalizza l'area e ne aumenta la notorietà, contribuendo a mantenere la polarità verso il centro urbano.

Nella realizzazione degli eventi sono coinvolti gli operatori e le loro associazioni; oltre alle altre associazioni di volontariato presenti; l'amministrazione comunale è coinvolta per aspetti più levati alla comunicazione e programmazione.

3.2.4 Fruibilità e accessibilità (interventi pubblici ricompresi nel PUC 3)

Un'area è vitale e frequentata se la mobilità permette a tutti un accesso con un alto livello di fruibilità. Nel PUC 3 proposto si sviluppano un insieme di interventi che tendono a migliorare tale fruibilità in particolare:

- a) Realizzazione percorso pedonale area parcheggio Torre e centro storico
- b) Percorso pedonale di connessione tra impianti sportivi e centro storico
- c) Realizzazione di ulteriori 15 posti auto in prossimità delle mura cittadine
- d) Rifacimento pavimentazione stradale corso V. Emanuele

3. IL PIANO FINANZIARIO DEGLI INTERVENTI

Linea direttrice	Interventi	Contributo piano
Riqualificazione dell'immagine dell'ambiente urbano e degli esercizi	Ristrutturazione dei punti vendita e degli elementi esterni degli esercizi commerciali e artigianali Rifacimento della pavimentazione di corso V. Emanuele, segnaletica ecc.	
Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazioni delle opportunità	Servizi di facilitazione all'accesso e alla conoscenza degli esercizi commerciali dell'area: <ul style="list-style-type: none"> • azione di fidelizzazione agli acquisti • portale web • realizzazione guida di Torgiano 	€ 15.000
Comunicazione degli eventi e animazione dell'area	<ul style="list-style-type: none"> • Marchio d'area • Le giornate del commercio e dell'artigianato • Comunicazione eventi di animazione 	€ 10.000
Totale		€ 25000