

The background of the slide is a faded, historical-style map of the Casalese region. It shows a network of roads, rivers, and various settlements. The map is rendered in a light, sepia-like tone, providing a historical context for the strategic plan.

PIANO STRATEGICO TERRITORIALE DEL CASALESE

Conservare ed Innovare

A cura di
Filippo MONGE
Università degli Studi di Torino

Marketing del territorio

Marketing territoriale



Offerta del prodotto
"territorio"

COME ?

Conoscere
Condividere
Tutelare
Regolare
Promuovere

Il territorio

Le politiche di marketing territoriale

Devono tendere a generare/produrre :

- 1. Coesione:** sia in termini di funzionalità che di unitarietà, leggibilità e riconoscibilità dell'immagine complessiva
- 2. Identità:** rafforzamento dei caratteri identitari
- 3. Qualità:** mitigazione dei fattori di criticità che ostacolano il perseguimento degli obiettivi

Competitività

- Vantaggi competitivi
- Cogliere le future opportunità
- Preservare il territorio dalle future minacce



Che cosa è un piano strategico?

- Nuovo strumento di partecipazione negoziata (processo *bottom-up*)
- Consultivo e NON sostitutivo dell'attività di *government*
- Coerente con gli strumenti programmatici vigenti

Sistemi locali a confronto

Analisi dell'evoluzione degli addetti e delle unità locali in Piemonte dal 1971 al 2001

Unità Locali per SSL	1971	2001	Variazione 1971/2001
Casale Monferrato	5.405	5.611	3,8 %
Alba	5.335	8.585	60,9 %

Addetti per SSL	1971	2001	Variazione 1971/2001
Casale Monferrato	21.432	22.909	6,9 %
Alba	23.120	36.556	58,1 %

Crescita inferiore rispetto alla media regionale

Sondaggio URP

“Disegna il tuo territorio, descrivi il tuo futuro”

- Campione di 670 cittadini
- Metodo: casuale con punti di raccolta
- 53% scenari immutati, territorio non cambia
- 33% scenario in declino

Dal 2005

- Animazione territoriale attraverso lo SPUN (informazione, formazione, ricerca, studio, divulgazione)
- 3 gruppi di lavoro (p.a., attività produttive, cultura/turismo/non-profit)
- 3 fasi di ascolto (1500 opinioni: sondaggio URP, indagine Casalesi nel mondo, gruppi di lavoro, antenne (7 junior) a fiere ed eventi)
- 2 tesi di laurea;
- Allineamento con la fase progettuale strategica della Regione Piemonte

3 possibili scenari di sviluppo

NEUTRO

Scenario 1

- **Mantenimento** a livello regionale e locale dei trend espressi in Piemonte negli anni Novanta

NEGATIVO

Scenario 2

- **Immobilità** e “non agire” portano a “ripiegamento della società su se stessa”

POSITIVO

Scenario 3

- **Crescita polarizzata:** costellazione di eccellenze
- Crescita integrata: riorganizzazione e cooperazione interistituzionale, attraverso il principio di *sussidiarietà*

I macrotemi del casalese

ACCESSIBILITA'

Garantire i collegamenti
che diventano la
piattaforma su cui
orientare il business

ATTRATTIVITA'

Creare un sistema
territoriale in grado di
attivare *loop positivi*

Assi strategici

**Asse
A**

Qualità urbana, Ambiente,
Infrastrutture

**Asse
B**

Sviluppo locale ed Innovazione

**Asse
C**

Territorio, Ricerca e Cultura

**Asse
D**

Territorio, Turismo e Sapori

Asse A: Qualità urbana, ambiente ed infrastrutture

- Piano di **mobilità** interna
- Piano di mobilità esterna e di accesso al Casalese
- Sviluppo urbano **eco-sostenibile**
- Casale per tutti: promozione dell'autonomia delle persone **disabili**

- Carta dei diritti del pedone e della bicicletta
- **Piano Sociale** Territoriale
- **(sportello di assistenza e fund raising per le associazioni non profit)**
- Volontariato
- **Bilancio sociale** del Comune
- Salute & sicurezza (difesa sociale)
- Progetto Casale + Monferrato

Asse B: Sviluppo locale ed Innovazione



- Il Casalese come **hub** dei grandi corridoi
- Lo **SPUN**: polo attrattore di investimenti internazionali
- Piano locale di sviluppo rurale
- **Casale “cittadella dell’innovazione”**
- Centro per l’artigianato
- Politiche promozionali del sistema creditizio locale
- **Urban center** del Casalese

Casale

“Cittadella dell’Innovazione”

- Progetto “cittadella dell’innovazione”
- Promozione tra i giovani delle scuole superiori della **cultura scientifica e dell’innovazione**
- Attivazione di **summer school**
- Centri di ricerca e di eccellenza (bonifiche amianto e cure patologie derivanti)
- Mobilità di ricercatori da Università a imprese e viceversa
- **Incubatore** per *spin-off* company (partendo dal Protocollo del Freddo)

Asse C: Territorio, Ricerca e Cultura

- Economia della conoscenza
- Relazioni con l'Università (non solo location ma anche valore sul territorio: es tesi, un dottorato di ricerca?)
- Ricerca di eccellenza

Asse D: **Territorio, Turismo e Sapori**

- Il **Castello e San Evasio (Major European Cultural Route)** Consiglio d'Europa
- la Cittadella dei Giovani
- Il **Po** centro di manifestazioni cultural-ricreative
- Progetto *Casale International*
- **Fondazione** per la Cultura
- Casalese Tipico (favorire la **cucina tipica** monferrina). Ricerca di un prodotto tipo come identità del territorio

Considerazioni finali

Per rendere il territorio moderno, dinamico,
competitivo:

CONSERVARE

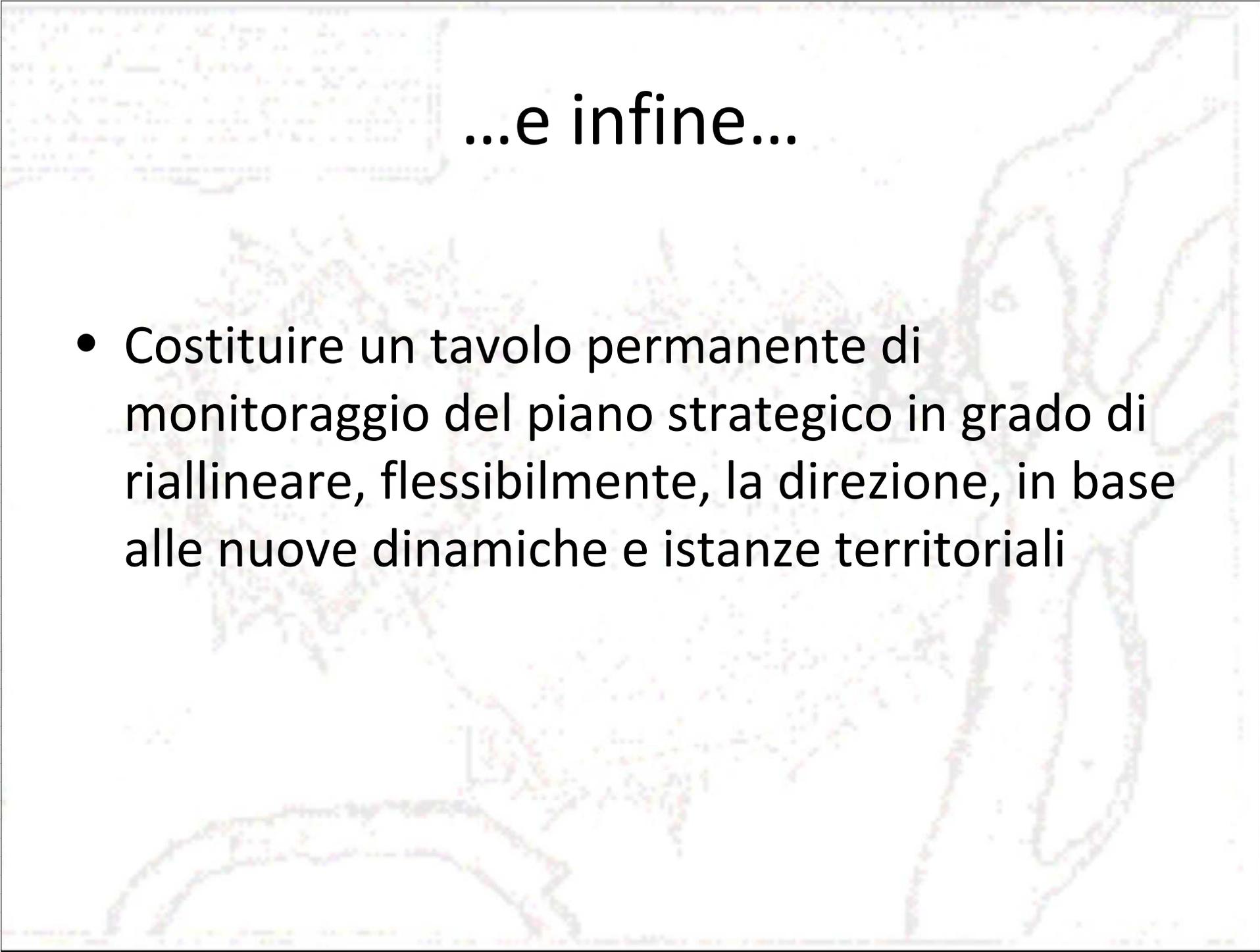
gli elementi di
eccellenza locale

INNOVARE

(4 assi strategici)

...ma soprattutto

- PROMUOVERE
 - a) Il territorio, con strumenti/esempi idonei (società strumentale di attrazione nuovi investimenti)
 - b) Il territorio, con cultura e sapori (un unico prodotto) e sport (come *incoming* ma anche come nuovo circuito sportivo es. cestistico)
 - c) Il territorio, cercando la domanda prima di cantierare l'offerta.....(es.fiere,eventi e congressi)



...e infine...

- Costituire un tavolo permanente di monitoraggio del piano strategico in grado di riallineare, flessibilmente, la direzione, in base alle nuove dinamiche e istanze territoriali



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

filippo.monge@unito.it