



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea magistrale
(ordinamento ex D.M. 270/2004) in
*Economia e Gestione delle Arti
e delle Attività Culturali LM-76*

Tesi di Laurea

—
Ca' Foscari
Dorsoduro 3246
30123 Venezia

**Un'idea di benessere.
Un'idea di città.
Rimini Venture 2027, il piano
strategico di Rimini.**

Relatore

Prof. Daniele Goldoni

Correlatore

Prof.ssa Cinzia Di Novi

Laureando

Lorena Fonti

Matricola 841684

Anno Accademico 2013/2014

A Rimini. La mia città.

Os-cia è la bellezza più corta e sta nella parola, un'esclamazione.

È il motto verbale che festeggia la vita.

Marco Missiroli

Un ringraziamento speciale ad

Andrea Gnassi

Valentina Ridolfi

Sara Visintin

Monia Colonna

Lucia Amantini

Jacopo Galavotti

Indice

Introduzione	9
Capitolo primo. Una, Nessuna, Centomila	15
1. Dalla “riminizzazione” all’Anello Verde	16
2. Dal turismo d’élite alla distruzione di Rimini	18
3. La fenice romagnola. Gli anni Cinquanta e Sessanta	26
3.1 Contraddizioni, interessi, sfruttamento: i piani regolatori	33
4. Gli ideologici anni Settanta	36
4.1 De Carlo e la pianificazione	39
5. Anni Ottanta: tutti al mare!	42
6. Anni Novanta e Duemila: la Rimini Congressuale	45
7. Conclusioni e riflessioni	49
7.1 Il distretto dei servizi	49
7.2 Un nuovo spazio pubblico	53
Capitolo secondo. Pesce d’Aprile	57

1. Uno sguardo d'insieme	62
1.1 Una ricetta tante realtà	64
1.2 Piccolo vocabolario neoliberale	67
2. I Consumattori	77
Capitolo terzo. Un'idea di città ideale	81
1. La pianificazione strategica	82
2. I caratteri salienti dei piani strategici	88
2.1 <i>Vision</i>	88
2.2 <i>Governance</i>	92
3. Il marketing urbano	96
4. Il modello europeo	101
Capitolo quarto. Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale	109
1. Come nasce un piano strategico	110
- Linee di principio	110
- Caratteristiche della <i>governance</i>	110
- Il campo d'azione	112
- Passaggi fondamentali	112
- I <i>project financing</i>	114
- La ruota delle strategie	120
- Il mandato di lavoro	121

- Seconda parte del piano	124
- La carta dei valori	126
2. Il nuovo <i>concept</i> del benessere	127
3. Le principali proposte per la città	132
a. Rimini città mobile senz'auto	132
b. Adriapolis e AdriaLeaders	135
c. Il paradigma delle città competitiva e la dimensione relazionale d'impresa	136
d. Rimini Cultura	139
4. Limiti manifesti del piano	142
5. Il piano strategico di Venezia: un confronto	145
5.1 Se Venezia muore	152
Capitolo quinto. Benessere. Felicità. Comunità.	161
Conclusioni	175
Appendice – Materiali Integrativi	179
Bibliografia	221

Introduzione

Queste società moderne non si possono valutare solo sulla base dell'efficienza della loro struttura economica, ma soprattutto dal tipo di uomo che producono e dal tipo di vita che gli fanno fare.¹

Cos'è il benessere? Quanti tipi di benessere esistono? Può un Piano Strategico portare benessere a una città? Perché questo concetto fondamentale non diventi vuoto materiale pubblicitario, è necessario un ragionamento profondo sulla sua natura e il suo significato sociale. È necessario confrontarsi coi soggetti del benessere e qui sorgono altri quesiti. Chi sono i destinatari del benessere? Dei clienti? Dei cittadini? Una comunità? Sono attivi o passivi nei confronti di ciò che ricevono? O sono loro stessi a generarlo coi loro comportamenti? A questi e numerosi altri interrogativi questa tesi cerca di dare risposta. Perché non basta proclamare di avere una *vision* e una *mission* per costruire una proposta per la città che sia integrata, plurale, previdente, sostenibile e attuale. È necessario avere prima di tutto un'idea di città e un'idea di benessere. È necessario stabilire delle priorità e definire chiaramente il tipo di relazione che le connette. Questo lavoro si connota come multidisciplinare e non ha dunque la pretesa, anche e soprattutto a livello bibliografico, di essere esaustivo, ma si propone di contestualizzare la proposta del Piano Strategico di Rimini all'interno delle

¹ T. Terzani, *La fine è il mio inizio*, Milano, Longanesi, 2011, pag. 163.

dinamiche globali di sviluppo economico e di pensiero sulla città, per sottolinearne affinità, divergenze, proposte alternative. Fra le sue aspirazioni vi è quella di mostrare la strettissima relazione che intercorre fra il linguaggio usato per parlare di città, benessere, crescita economica, cittadinanza e lo sviluppo di un'idea di città, benessere, crescita economica e cittadinanza. Il contesto culturale in cui si sviluppa un determinato intervento sullo spazio urbano e le persone che vi risiedono, è determinato da un linguaggio che si fa pensiero. Un Piano Strategico redatto senza ascoltare le voci della città e delle comunità su cui questo verrà applicato, non può che risultare invasivo e fallimentare. Lo strumento di pianificazione urbana riesce veramente a conseguire risultati importanti quando riesce a diventare portavoce di un'idea condivisa di presente e di futuro. È un lavoro complesso che deve uscire dalle stanze dei Comuni per essere concepito collegialmente, con tanta pazienza, dedizione e diplomazia, ma che può restituire vantaggi insperati. Se nasce come strumento democratico di coinvolgimento può avere importanti ripercussioni urbanistiche e sociali. Non basta attrezzare un'area verde per renderla un parco frequentato, non basta che un'amministrazione elargisca servizi a una cittadinanza che passivamente attenda di riceverli, per creare comunità e *welfare*, non basta costruire un teatro per rendere colta una comunità. È necessario generare le condizioni per cui le persone sentano proprio quel parco, per cui si sentano responsabili dei servizi che ricevono e dell'uso che ne fanno, è fondamentale offrire la possibilità di essere in grado di apprezzare la prosa o la lirica *prima* di istituire quel servizio. Inutile e deleterio è parlare di crescita economica per un territorio senza chiedersi quale crescita per quale benessere, per quale comunità. In una società italiana sempre più caratterizzata da cittadini – soprattutto giovani e giovanissimi – apoliti, piuttosto che cittadini del mondo, è chiaro che il rischio è l'incapacità di godere ed esercitare quei diritti fondamentali democratici che rendono uno spazio comune rappresentativo, condiviso e pacificato.

Oggi siamo tutti in movimento. Molti di noi si spostano, cambiano abitazione, o vanno avanti e indietro tra posti che casa loro non sono. [...] Ma non vi sostiamo mai tanto a lungo da diventare qualcosa in più di semplici visitatori, da sentirci a *casa nostra*.²

Perché, ovviamente, per essere attivi su un territorio è necessario conoscerlo, relazionarsi con i residenti, capirlo, sentirsi a proprio agio, altrimenti la reazione normale è di paura, disinteresse, isolamento.

Il peso politico costituisce una dimensione fondamentale della qualità della vita. A livello intrinseco la capacità di partecipare come cittadini a tutti gli effetti, di avere voce in capitolo nella definizione delle politiche, di dissentire senza timori e di esprimersi apertamente contro ciò che si considera sbagliato sono libertà essenziali. A livello strumentale, il peso politico può fungere da correttivo della politica governativa; può [...] portare alla luce ciò di cui la popolazione ha bisogno e ciò che considera importante [...]. Il peso politico, inoltre, riduce le probabilità che sorgano conflitti e incrementa quelle di raggiungere un consenso su questioni fondamentali, incidendo positivamente sull'efficienza sociale, sull'equità sociale e sul coinvolgimento nella vita pubblica.³

Ecco perché uno strumento che generalmente viene concepito come funzionale a dinamiche di normale amministrazione, seppur lungimirante, può davvero diventare strumento di differenziazione di una città dall'altra. Non certo nell'ottica di un'ulteriore frammentazione, ma di difesa della diversità e della propria specificità, pur salvaguardando i principi di accoglienza e ospitalità. In una recente presentazione del suo ultimo libro Salvatore Settis ha dichiarato che l'unico modo che Venezia possiede per salvarsi dall'appiattimento e dalla mercificazione è chiudersi in sé stessa come fece, pur costretto, il suo ghetto ebraico.⁴ Noi ci permettiamo di affermare che, più che chiudersi in se stessa, Venezia, come qualsiasi altra città italiana, dovrebbe interrogare i propri cittadini

² Z. Bauman, *Dentro la globalizzazione* [1998], Laterza, Bari, 1999, pag. 87.

³ J. E. Stiglitz, A. Sen, J. Fitoussi, *La misura sbagliata delle nostre vite*, Etas, Milano, 2010, pagg. 87-88.

⁴ S. Settis, presentazione del nuovo lavoro *Se Venezia muore*, Istituto Veneto delle Scienze, Lettere ed Arti, Venezia, 9 dicembre 2014.

su cosa veramente reputano importante nella loro esistenza, perché le città sono questo: spazi in cui le persone vivono e vogliono vivere bene, amando le proprie specificità, generate dal lavoro collettivo di tutti. L'Italia, come l'Europa, è davvero arrivata a un bivio. Redigere questa tesi nei giorni degli attentati a Parigi e dei massacri in Nigeria non ha fatto che confermare questo nostro punto di vista.

La scelta è fra trasformare le nostre in città in luoghi di terrore «in cui dover temere o diffidare degli estranei» o restare fedeli alla loro eredità di cortesia reciproca tra i cittadini e di «solidarietà tra estranei», solidarietà rafforzata dalle prove più difficili a cui viene sottoposta [...].⁵

Interrogarsi, prima di redigere un Piano Strategico, su quali siano le idee di città e benessere che lo fondano, è il primo passo per creare una comunità di comunità, in cui ognuno si senta libero di esprimere le proprie specificità, in un'ottica di collaborazione, accoglienza e ascolto, che renda attivi politicamente e dunque pienamente cittadini.

La tesi sviluppa cinque macro tematiche. Non si può cominciare un discorso su Rimini senza conoscere le tappe salienti del suo turismo balneare, perché sono queste ad aver segnato la conformazione fisica del territorio, su cui agisce l'aspetto urbanistico e architettonico del Piano Strategico e quella sociale. Non si capisce una città se non si conosce la *forma mentis* dei suoi cittadini e non si comprende nulla dei cittadini se non si conosce la storia del territorio. Il secondo capitolo è dedicato al contesto globale in cui si colloca la città, la sua storia e le sue scelte. Questo consentirà di comprendere al meglio quali siano le logiche che hanno regolato il ragionamento sullo spazio pubblico e i suoi soggetti negli ultimi vent'anni. La terza macro area ci introduce nel vasto mondo dei piani strategici, illustrandone brevemente la storia e le principali tipologie. Largo spazio è dedicato all'uso del lessico utilizzato da pensatori di scuole diverse. Lo scopo, è

⁵ Z. Bauman, *L'etica in un mondo di consumatori* [2008], Laterza, Bari, 2010, pag. 223.

mostrare chiaramente come dietro alla terminologia si nascondano precise accezioni di città, cittadinanza e azioni prevedibili, già latenti in essa. Il capitolo quarto finalmente illustra il Piano Strategico di Rimini, mettendone in luce pregi, difetti e, soprattutto, i segni distintivi che lo rendono tanto studiato e apprezzato in Europa. Infine, la tesi si conclude con una riflessione sul benessere, connesso ai temi della felicità sociale e individuale, secondo le principali scuole che si sono interrogate su questi temi. Viene ribadita l'importanza, per la salute della città e dei singoli, di una vita relazionale forte. Non può esistere comunità senza spazi relazionali e senza un'educazione alla socialità, che può anche semplicemente nascere dall'emulazione dei propri concittadini. Si dimostra che la collaborazione e il confronto sono meccanismi fondamentali per un corretto funzionamento della democrazia, per la nascita di una più forte coesione sociale e per lo sviluppo un benessere diffuso.

Capitolo Primo

Una, nessuna, centomila

Rimini ha profuso tutti i propri sforzi per lo sviluppo di una “industria dei bagni”, ha sacrificato a volte la valorizzazione del proprio patrimonio artistico e culturale di città romana millenaria per investire tutto il proprio capitale, finanziario e non, per lo sviluppo dell’industria dei servizi legati alla spiaggia e al divertimento.⁶

Più e più volte i turisti, la stampa, le televisioni hanno fatto notare a Rimini di avere il naso storto e, come è accaduto al pirandelliano Vitangelo Moscarda, più e più volte la comunità che abita la città romagnola si è interrogata sulla propria immagine pubblica. Cos’è Rimini? La capitale delle vacanze? La capitale del divertimento, dell’eccesso, della droga, della prostituzione? Un borgo antico e tranquillo, profondamente romagnolo per usi e costumi? Rimini è una contraddizione in termini, un dedalo di ossimori. È la seconda città in Italia per incidenza di reati denunciati in rapporto alla popolazione⁷ e allo stesso tempo meta prediletta da centinaia di famiglie. È il centro nevralgico del vanesio e contemporaneamente territorio caratterizzato da un patrimonio storico e archeologico invidiabile. È provinciale per stili di vita e tradizioni, ma grande città per mentalità, spirito d’intraprendenza e progettualità. Per comprendere

⁶ A. Ronci, *Rimini dal turismo d’élite al turismo di massa*, Panozzo, Rimini, 2011, pag. 5.

⁷ R. Cadeo, *Le classifiche 2011 dei reati nelle province italiane*, «Il Sole 24 ore», 20 Agosto, 2012, www.ilsole24ore.com.

appieno le scelte attuali della città, il suo desiderio di oculata gestione e pianificazione dello spazio urbano, risulta necessaria una conoscenza della sua storia, o meglio della storia del suo turismo e della grande influenza che ha avuto sulla vita dei cittadini. Nell'atteggiamento della città davanti alle difficoltà, nelle scelte intraprese, nelle modalità di pubblicizzazione del prodotto turistico, nella scelta dei *brands* da impersonare e vendere e, infine, nella capacità di reinventarsi continuamente, sono insite non solo le potenzialità del territorio, ma il *modus operandi* di una comunità. Riteniamo dunque che per analizzare l'approccio riminese alle sfide di un turismo che cambia, alla crisi economica di questi anni e alla pianificazione strategica, sia fondamentale comprendere cosa Rimini sia stata per i suoi cittadini, per il territorio e per le milioni di persone che l'hanno scelta come meta di un viaggio, o magari come "seconda casa" per più di trent'anni. Perché Rimini travalica il concetto di "fidelizzazione del cliente", Rimini è già di per sé uno stile di vita.

1. Dalla "riminizzazione" all'Anello Verde⁸

Nel 1988 apparve sul *Dizionario Italiano Ragionato* di Angelo Gianni, il termine "riminizzare" che significava "deturpare con un'eccessiva concentrazione di costruzioni o, come si dice, con colate di cemento."⁹

⁸«Il Masterplan strategico nel suo complesso coinvolge tutta la città, pur fondandosi su un cuore centrale costituito dall' "Anello Verde", una grande circonvallazione verde interamente ciclabile che lambisce il lungomare da piazzale Kennedy al porto, costeggia il porto canale e attraversa il parco Marecchia, per poi ricongiungersi al deviatore Ausa, alla Grotta Rossa ed attraversare tutto il parco Ausa fino alla stazione e ricongiungersi al mare al piazzale Kennedy. L'anello verde segue le linee naturali del territorio, dei suoi parchi urbani e delle sue linee d'acqua, per poi riconnettersi attraverso assi da un lato con il centro storico e dall'altro a tutto il lungomare nord e sud e al territorio rurale, operando in tal modo una forte ricomposizione territoriale della città e promuovendo la riqualificazione di aree strategiche. L'anello verde costituisce un percorso ecologico che consente lo spostamento senza l'utilizzo dell'auto, trasferendo su un tracciato ciclo-pedonale una parte dell'attuale mobilità interna, con conseguente riduzione delle emissioni inquinanti, e contribuendo ad avviare un processo di rinnovamento delle abitudini delle persone. Come "un sistema di vasi sanguigni" l'intero reticolo/sistema si connette all'anello verde e connette questo con il resto dell'intero sistema ciclabile.», Rimini Futura, www.riminifutura.it/anello-verde.

Tratteggiare brevemente i passaggi fondamentali della storia del turismo balneare riminese ci servirà a porre le domande giuste alle risposte che cerchiamo. È complesso analizzare la storia e le prospettive di una città poiché è necessario scindere la propaganda dalla prassi, la pubblicità dalla realtà, il campanilismo e l'individualismo, dall'intraprendenza. Per comprendere dunque il Piano Strategico appare dunque fondamentale chiedersi come sia possibile che una città "riminizzata" nel 1988, possa diventare capitale del turismo del benessere entro il 2027. In secondo luogo è necessario anche domandarsi cosa s'intenda col termine "benessere". Rimini ha sempre inseguito il benessere, ma il termine ha, nel corso degli anni, cambiato significato e l'uso comune ha cominciato a mettere in luce aspetti differenti, in qualche caso addirittura contrapposti, del medesimo concetto. Non è dunque perfezionismo filologico partire dal valore semantico di un termine ultimamente talmente alla moda da essere usato spesso a sproposito. Il Vocabolario Treccani definisce il concetto di benessere

Stato felice di salute, di forze fisiche e morali.

Condizione prospera di fortuna, agiatezza.¹⁰

Rimini ha saputo relazionarsi, nel corso della sua storia, con entrambe le accezioni del termine. Ora guarda con attenzione alla salute dei suoi cittadini e dei turisti che la popoleranno per costruire un nuovo marchio della riviera, ma negli anni passati ha dovuto saper innescare meccanismi che generassero prosperità economica per risorgere dalle ceneri del secondo conflitto mondiale e, talvolta, ha saputo seppellire l'interesse pubblico sotto le colate di cemento dell'interesse individuale e della crescita a tutti i costi.

⁹ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pagg. 153-154.

¹⁰ *Vocabolario Treccani*, www.treccani.it.

2. Dal turismo d'élite alla distruzione di Rimini

Alla fine della prima guerra mondiale il riminese era un territorio principalmente votato all'agricoltura, scarsamente industrializzato. Persistevano forme di mezzadria che riducevano la stragrande maggioranza della popolazione a condizioni di vita difficoltose. Nel 1921 il tasso di disoccupazione raggiunse il 47,42% polverizzando il record del 44,69% del 1911. Forme di moderna industrializzazione erano assenti e il turismo rimase estraneo ai successivi tentativi di sviluppo capitalistico dell'economia locale. La mentalità Ottocentesca, con la sua rigida divisione delle responsabilità e la sua ferrea disciplina e limitazione delle libertà individuali, si era posta come antagonista nei confronti di uno sviluppo reale del turismo dei bagni.

La famiglia patriarcale, oltre a impedire la crescita della domanda di turismo balneare, svolge un ruolo negativo anche dal lato dell'offerta in quanto ostacola la realizzazione di investimenti in iniziative innovative. [...] Il rinnovamento delle strutture familiari avviene attraverso la rivendicazione delle libertà individuali e l'individuazione di alcuni diritti, definiti inviolabili, dell'uomo. [...] Nel Riminese questo rinnovamento tarda però molto a manifestarsi.¹¹

Con l'arrivo del nuovo secolo le stagioni dei bagni assumono un'importanza sempre più rilevante, nonostante i divieti di carattere morale e religioso, continuano a costituire un impedimento di non secondario rilievo ad un vero e proprio sviluppo capitalistico. Nel primo decennio del Novecento la crescita del settore sarà determinata da un'indiscriminata speculazione edilizia; dunque già agli albori del secolo breve, l'imprenditoria che opera sul territorio riminese presenta quelle caratteristiche di aggressività e sfacciato dinamismo, che diventeranno un tratto distintivo della libera impresa nella Rimini successiva.

¹¹ A. Gardini *Il turismo di massa (1919-1939)*, in *Storia Illustrata di Rimini*, a cura di Piero Meldini e Angelo Turchini, vol. II, Nuova Editoriale AIEP, Milano 1990, pagg. 497-504.

A Rimini la pianificazione urbanistica del Lido è episodica, poco lungimirante ed assume più i caratteri di una lottizzazione che della progettazione urbana.¹²

Anche il valore positivo che può avere la pianificazione urbanistica nel disciplinare le voraci lottizzazioni del lido, viene riconosciuto solo nel 1912, con la redazione del primo Piano Regolatore di Rimini e della zona litoranea da Rimini a Riccione, quando ormai le infrastrutture e la morfologia urbana sono state compromesse dalle speculazioni edilizie e private.¹³

I tentativi di intervento delle giunte socialiste sulle gravissime problematiche del territorio e della popolazione, vennero aspramente contestati e impediti dalle associazioni dei proprietari, mentre le banche si rifiutarono di concedere crediti all'amministrazione "rossa." Ben presto in Romagna l'operato delle opposizioni, con i loro tentativi di delegittimazione delle giunte regolarmente elette, preparò la strada alle violenze squadriste e alla rivalsa del ceto medio-borghese in camicia nera.¹⁴

Dopo il "biennio rosso", non tardò a giungere quello che gli storici hanno definito il "biennio nero" del 1921-22: anche Rimini subì una marcia fascista, nell'Ottobre del 1922 quando circa quattrocento uomini si riunirono in via Castelfidardo e per tre giorni occuparono gli edifici pubblici, la Sottoprefettura, la Questura, Telegrafo e Poste, obbligando alle dimissioni la giunta regolarmente eletta.¹⁵

Anche a Rimini si avrà una breve esperienza di Amministrazione comunale da parte del Partito Socialista (1919-1922). Esperienza breve, ma fedele nel confermare la scelta della "monocultura balneare". Una esperienza che viene interrotta da una brutale aggressione: la "presa di Rimini", che rappresenta un rilevante obiettivo strategico mussoliniano: una prova generale della "Marcia su Roma", tendente a "serrare l'Emilia e la Romagna". Giunti alla fine del 1922, il Fascismo è

¹² G. Conti, P. Pasini, *Rimini città come storia*, Tipolitografia Giusti, Rimini, 2000, vol II, pag. 171.

¹³ *Ivi*, pag. 201.

¹⁴ Cfr. *Dai campi alle officine: le prime lotte sindacali in Italia*, puntata di "Il tempo e la Storia" trasmessa da RAI 3 il 29 Settembre 2014.

¹⁵ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 10.

ormai al potere ed anche a Rimini il nuovo regime non farà altro che confermare le tradizionali strategie di sviluppo turistico/immobiliare¹⁶.

A Rimini dunque,

A livello politico il regime significa [...] accentramento del potere in poche mani, sua identificazione col partito fascista, riconferma al governo cittadino di quel gruppo di potere, trasversale alle istituzioni pubbliche e private, che costituisce un partito occulto e potente: quello “balneare immobiliare”. Il partito delle rendite [...]. Definitivamente accantonati i progetti relativi alla creazione di una Rimini industriale, la monocultura balneare viene assunta come unico riferimento per lo sviluppo economico della città. Pur di non intaccare le rendite fondiari ed immobiliari derivanti dall’espansione della Marina, al fine di pareggiare il deficitario bilancio comunale, si preferisce inasprire le imposte indirette che incidono pesantemente sul tenore di vita delle classi popolari. La monocultura balneare soddisfa gli agrari: poiché i fedeli mezzadri non possono abbandonare la campagna trasformandosi in operai, agevola gli speculatori fondiari ed immobiliari privati che traggono enormi vantaggi dallo sfruttamento della manodopera in esubero e a basso costo.¹⁷

Non dovremo mai dimenticare queste affermazioni, indispensabili per comprendere i mali endemici del modello di sviluppo riminese: lo sfruttamento indiscriminato dell’ambiente tutto, terra e mare, la presenza costante di manodopera a buon mercato, con conseguente lavoro nero e forme gravissime di sfruttamento, infine la crescita e lo sviluppo a tutti i costi in un ambiente che molto avrebbe potuto offrire, ma che per motivi storici e a causa di influenti interessi privati, sarà per molto tempo votato alla monocultura balneare-immobiliare.

Dal punto di vista prettamente turistico-urbanistico possiamo sottolineare che nei primi anni del Novecento Rimini appare una città-giardino, meta prediletta di

¹⁶ G. Conti, P. Pasini, *Rimini città come storia*, cit., vol.II, pag. 203.

¹⁷ *Ivi*, pagg. 235-237.

benestanti in cerca di relax e cure idroterapiche. I protagonisti indiscussi di questa stagione di turismo elitario sono il Kursaal, inaugurato nel 1843, eletto Stabilimento privilegiato dei Bagni Marittimi, venne demolito nell'immediato dopoguerra, nonostante fosse sopravvissuto ai bombardamenti. Le piattaforme sul mare, punto di riferimento nella Belle Epoque della vita mondana, vennero tutte rimosse nel 1938. Il Grand Hotel, inaugurato nel 1908, dovrà subire modifiche strutturali importanti nel 1920 a causa dell'incendio che ne distrusse le cupole. Questo evento costituisce il passaggio simbolico da turismo d'élite al turismo medio e piccolo borghese. L'edificio, divenuto celebre grazie al film *Amarcord* di Fellini, ad oggi non ha subito modifiche di rilievo e dal 1950, anno della riapertura dopo la pausa del secondo conflitto mondiale, è in attività. L'idroterapico, inaugurato nel 1876 e affidato ai prestigiosi medici Mantegazza prima e Murri in seguito, fu per attrezzature e dimensioni il primo esempio in Italia di struttura sanitaria di questo genere.¹⁸ L'offerta turistica dell'epoca prevedeva spettacoli mondani di alto livello e il pubblico di fine Ottocento, inizi Novecento, si configura come sofisticato, esigente e cosmopolita. Gli anni successivi vedranno invece un'amministrazione fascista non solo concentrata sullo sviluppo della marina rispetto al centro storico, ma fortemente indirizzata alla creazione di un turismo, seppur benestante, meno abbiente. Verrà incentivata la nascita di pensioni e locande meno pretenziose e si farà del turismo uno strumento di fascistizzazione delle masse. Aumentò dunque ulteriormente l'offerta di spettacoli ed eventi culturali fino a trasformare la città, in breve tempo, in un vero e proprio salotto mondano.

Potremmo dire che negli anni venti e trenta esisteva già una cultura imprenditoriale del settore turistico, che ragionava in termini di investimenti e di rendimenti e aveva completamente superato la concezione di un turismo di rendita, basato sulla semplice presenza del mare e della spiaggia. Questa "atmosfera industriale" [...] coinvolgeva non solo il settore ricreativo, ma a maggior ragione quello ricettivo. [...] in sintesi, sin dagli anni Venti si era diffusa la convinzione

¹⁸ Cfr. G. Conti, P. Pasini, *Rimini, città come storia*, cit.

che occorresse investire in attività alberghiere e che a queste, piuttosto che alle ville e alle seconde case, fosse affidato l'avvenire turistico della riviera.¹⁹

Anche il mare cominciò ad essere percepito in modo nuovo e cambiò la sua funzione: da fonte di salute e cura del corpo, si trasformò in attrazione turistica, protagonista di una vacanza incentrata sul divertimento. Sono questi gli anni di "Rimini Ostenda d'Italia" e dell'inclusione della città romagnola nelle prime quattro stazioni balneari del paese per importanza dopo Venezia, Viareggio e San Remo. Mussolini, che si recava in vacanza a Riccione, volle fare della Riviera Romagnola la spiaggia delle vacanze per antonomasia e Rimini, ben presto, divenne bandiera della sua campagna per l'ampliamento del consenso al fascismo, nonostante il Duce non nutrisse particolare simpatia per la città "di affittacamere e di ruffiani".²⁰

L'illusione da parte degli strati borghesi e popolari, di "contare come i ricchi", o comunque di partecipare a svaghi e divertimenti un tempo riservati a ristrette élite, è uno degli aspetti primari su cui si basa il consenso al regime fascista. Anzi, uno dei più significativi sintomi di quella nazionalizzazione del tempo libero che il fascismo esperì su larga scala. In un regime che avrebbe elevato la produttività a virtù nazionale, il tempo libero, lo svago e la ricreazione configuravano non solo un nuovo modello sociale dell'italiano medio ma stavano a dimostrare la "giusta ricompensa" di uno stato paterno che a tutto provvedeva: anche alle vacanze. In questa cornice Rimini diveniva in un certo qual modo il modello esemplificativo della mutazione sociale del tempo libero nell'Italia degli anni Venti e Trenta.²¹

L'offerta turistica di Rimini dunque si diversificò e, in modo diverso, coinvolse strati sociali della popolazione italiana che prima ne erano rimasti esclusi. La

¹⁹ P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, in *Sviluppo economico e trasformazione sociale a Rimini nel secondo Novecento*, a cura di Vera Negri Zamagni, Capitani Editore, Rimini, 2002, pagg. 120-121.

²⁰ Cfr. C. Cederna, *Casa Nostra*, Mondadori, Milano, 1983.

²¹ S. Pivato, *Il fascismo*, in *Economia e società a Rimini tra '800 e '900*, a cura di A. Varni e V. Zamagni, Cassa di Risparmio di Rimini, Rimini, 1992, pag. 481.

propaganda di regime cominciò a far entrare nell'immaginario comune la città romagnola e la sua costa, rendendola protagonista di stampe e pubblicazioni a carattere pubblicistico e artistico: desiderata e temuta, in quanto capitale del "vizio" aberrato dal mondo cattolico, Rimini divenne l'agognata meta delle vacanze dell'italico popolo in camicia nera. Non è da sottovalutare infatti, anche per la fama post-bellica della località balneare, la spinta propagandistica che il regime diede alle vacanze del Duce come modello per la famiglia italiana e fascista. D'altro canto, per favorire l'afflusso di un numero sempre crescente di bagnanti, si diede definitivamente avvio alla sistematica distruzione del paesaggio e alla spregiudicata edificazione in aree dal grande valore ambientale-paesaggistico. Se in epoca liberale più stretta era la morsa dei controlli all'iniziativa privata, durante il regime si giunse alla totale liberalizzazione degli interventi e all'assenza completa di una direzione urbanistica: il più piccolo proprietario terriero poteva diventare imprenditore di se stesso ed elargitore di servizi turistici per una classe media impiegatizia entusiasta e desiderosa di avvicinarsi al modello pubblicizzato dal Fascismo.

Sono quelli gli anni dell'emergere di inedite problematiche derivanti dall'alterazione dell'equilibrio morfologico ed ecologico del litorale. [...] La graduale ma inesorabile scomparsa del sistema dunale, per far fronte alla balneazione di massa, provoca cambiamenti radicali nel funzionamento dell'ecosistema costiero. La sabbia, non più protetta e trattenuta dall'ecosistema dunale, comincia a disperdersi con le mareggiate o i venti impetuosi. Per la prima volta la spiaggia [...] è interessata massicciamente da un progressivo processo di depauperamento delle sue strutture naturali.²²

Sulle ceneri del governo municipale socialista scaturì la reazione fascista che sancì la rivincita della rendita fondiaria e portò come risultato alla "città lungomare": la "città giardino" abbozzata dal Piano Regolatore dell'ing. Saffi del 1912 si era trasformata in una città dove lo sviluppo edilizio aveva generato progetti caotici e disordinati, secondo gli interessi della speculazione piuttosto che in base ad esigenze di pianificazione territoriale.²³

²² G. Conti, P. Pasini, *Rimini città come storia*, cit., vol.II, pag. 269.

²³ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 25.

Rimini è caratterizzata dalla presenza a ridosso del mare, di costruzioni enormi, ora in disuso a parte rari casi, che un tempo furono le colonie marine del regime. Man mano che l'idea dell'Uomo Nuovo temprato e reso vigoroso dal mare e dal sole veniva propagandato, sempre più ci si rendeva conto che la realtà italiana era quella di bambini cronicamente mal nutriti, affetti da scrofola e malattie tubercolari. Il regime cercò dunque di coniugare indottrinamento, consenso e la necessità di avere una popolazione più sana, con la costruzione di edifici enormi sulle spiagge romagnole, dove ospitare i piccoli italiani provenienti da tutta la penisola. Nel 1945 Rimini possedeva tredici colonie; la riviera, coi suoi 330.000 metri quadri di costa, ventisei, per un totale di mezzo milione di metri cubi edificati e 150.000 presenze annue per tutti gli anni Trenta.²⁴ Quella che nel Ventennio fu l'imposizione mare, sole, ginnastica, nel progetto Rimini 2027, come vedremo, diventa il centro di un'offerta, di una proposta, turistica e di vita cittadina, ma l'idea di fondo è la medesima: il mare come fonte di benessere fisico e morale. Interessante sarà vedere come, cambiate le premesse e le prassi, l'idea sottostante sarà la medesima seppur con presupposti completamente differenti.

Aspetto ampiamente sottolineato dagli studiosi della storia del capoluogo è la volontà della politica fascista di intervenire sul territorio con bonifiche, nuovi insediamenti e infrastrutture, non per scopo assistenziale – migliorare le condizioni di vita della popolazione e rendere meno insalubri i loro quartieri o abitazioni – quanto piuttosto per incentivare uno sviluppo economico che poco aveva a cuore le condizioni degli abitanti. Il fascismo fece letteralmente pagare il turismo ai più indigenti, innalzando la tassazione sui beni di prima necessità. Quando i venti di guerra cominciarono a spirare sempre più forte, la città cominciò a presagire, dal calo delle presenze, l'avvicinarsi di anni sempre più difficili, ma mai avrebbe potuto immaginare cosa stava per succedere. L'Estate del 1942 vide l'affluenza di un alto numero di bagnanti, ma il 1943 fu una stagione ben più difficile. Il primo bombardamento alleato si abbattè sulla Rimini

²⁴ Cfr. *Ivi*, pagg. 30-32.

occupata dai nazisti 1° Novembre. Ne seguirono altri 385 sia aerei che navali. La battaglia di Rimini per lo sfondamento della Linea Gotica cominciò il 25 Agosto 1944 e si concluse solo il 29 Settembre dello stesso anno. Altri due bombardamenti tedeschi squassarono la città stremata addirittura dopo la liberazione. Il conflitto portò un coefficiente di distruzione pari all' 82,02% , il più alto in Italia e solo il 2% degli edifici rimase indenne, per un totale di 30 miliardi di lire di danni, 43.000 senz'altro di cui 12.000 impossibilitati al rientro in città per mancanza di alloggi.²⁵ Nel 1961 a Rimini fu conferita la medaglia d'oro al valore civile per il comportamento mostrato in tempo di guerra.

La ricostruzione fu incredibilmente rapida: già la stagione balneare 1947 aveva visto una marina ripulita dalla distruzione e dagli orrori del Secondo conflitto mondiale, gli alleati erano partiti e il campo di prigionia di Miramare smobilitato. Il numero di giornate di presenza era già tornato ai livelli prebellici. Questo dimostra un impegno politico-economico di pubblico e privato focalizzato prevalentemente sulla compagine turistica, identificata come fonte del reddito necessario alla ricostruzione.

Dopo la città dei villini, dopo il grande albergo d'élite, dopo le vacanze della buona borghesia è l'ora adesso del turismo di massa; successivamente alla parentesi bellica l'attività riprende rapidamente incanalandosi sui binari già tracciati dalle soluzioni turistiche del decennio precedente e sull'edificazione selvaggia, ma tutto si sviluppa in un differente contesto economico generale. [...] La struttura ricettiva del modello riminese era imperniata sul vertiginoso aumento delle pensioni di categoria medio-bassa (una o due stelle) a scapito degli alberghi. [...] A guidare lo sviluppo turistico e la promozione del prodotto vacanze non fu l'intervento più o meno pianificato di qualche grande impresa o della pubblica amministrazione, ma un sistema di piccole medie imprese che interagirono con tutte le istituzioni economiche e sociali presenti sul territorio.²⁶

²⁵ Cfr. *Ivi*, pagg. 46-49.

²⁶ *Ivi*, pagg. 54-55.

3. La fenice romagnola. Gli anni Cinquanta e Sessanta

Negli anni Cinquanta e Sessanta molte famiglie si allontanarono dall'entroterra per cercare fortuna sulla costa, spesso improvvisandosi, quasi sempre lavorando senza contratto. Il lavoro nero era e resta una costante delle attività connesse al turismo costiero, un male endemico. Sono anni caratterizzati da sacrifici, tanto lavoro e una buona dose di inventiva. I romagnoli promuovono l'immagine di una Rimini ospitale, caratterizzata da spiagge uniche nel loro genere.

Molti albergatori spedivano ai loro clienti lettere e auguri di Natale, facevano visite e grigliate di pesce anche a domicilio, distribuivano volantini durante le occasioni più disparate; cercavano quindi di mantenere il più possibile i contatti durante i mesi invernali. L'inventiva non mancava: nel 1953 alla Fiera Campionaria di Milano, Umberto Bortolani, straordinario campione di "riminesità", distribuì ventunmila bustine con un campione di sabbia prelevato a Miramare con la scritta "Riviera di Rimini, la più bella e accogliente spiaggia d'Italia."²⁷

Il modello proposto è quindi quello familiare, economico e volto alla fidelizzazione del cliente, condito con un pizzico di ingenuità e faciloneria. Battilani, in *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, scrive che il 66,2% degli arrivi nel 1964 erano dati da turisti di ritorno, con una percentuale del 70% di turisti italiani fidelizzati²⁸. La Cassa di Risparmio di Rimini in quegli anni fu il vero motore economico dello sviluppo. Negli anni Cinquanta il 90% degli impieghi della banca erano costituiti da mutui alberghieri. Il settore industriale invece non crebbe altrettanto confermando la vocazione turistica e monoculturale della città romagnola. Un aspetto fondamentale, che ci servirà per comprendere meglio come sia potuto nascere un progetto partecipato come il Piano Strategico e la sua volontà programmatica, emerge dalle parole di Ronci

²⁷ *Ivi*, pag. 59.

²⁸ Cfr. P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pagg. 131-132.

Rimini si configura come uno degli esempi di sviluppo basti sull'imprenditorialità diffusa; questo ha come pregio una grande creatività e flessibilità, la tipica capacità di inventarsi non comune a tutti, ma come rovescio della medaglia ha una carente capacità programmatica. La popolazione riminese nel secondo dopoguerra seppe far fronte sia alla ricostruzione materiale che all'aumento della domanda turistica rivelando ricchezza di talenti imprenditoriali, intraprendenza e flessibilità nel lavoro.²⁹

Dunque la Rimini del Dopoguerra è un' amalgama di numerose piccole imprese famigliari, caratterizzate da forte indipendenza e spirito imprenditoriale e solo secondariamente da un'interdipendenza in grado di permettere loro di pubblicizzare un'unica offerta turistica. In secondo luogo è percepibile una forte vocazione al lavoro, capace di permettere ai neo imprenditori di sacrificarsi per lo sviluppo della propria attività. Teniamo presente e ricordiamo questi elementi perché, senza tenere a mente l'atteggiamento stacanovista e il forte individualismo, non riusciremo a comprendere l'emergere di numerosissimi centri d'interesse e associazioni così attive e nella tutela dei propri interessi e per lo sviluppo del proprio campo d'azione. Scopriremo che l'atteggiamento della cosa pubblica, del Comune, dell'Amministrazione, protagonista di quella "capacità programmatica" che era mancata in origine, non varierà molto. Ovvero il tentativo sarà sempre quello di offrire condizioni favorevoli allo sviluppo della libera iniziativa. Ciò che è cambiato è il contesto sociale e i protagonisti. Ovvero con libera iniziativa non intendiamo più soltanto la libera imprenditoria alberghiero-edile, ma anche associazioni di cittadini riuniti per i più svariati motivi, che lottano per la protezione delle proprie aree d'interesse, siano esse la salvaguardia delle acque, i circuiti ciclabili per le cicloturistiche o gli orari d'apertura degli uffici pubblici. La capacità dimostrata dalle amministrazioni e dall'amministrazione riminese in particolare nel progetto Piano Strategico, è stata quella di cominciare a concertare le varie istanze traducendole in un

²⁹ *Ivi*, pag. 63.

disegno, in una progettualità, in un'idea se vogliamo, collettiva. Cosa che non era mai accaduta prima.

La promulgazione della Costituzione nel 1948, con la definitiva messa per iscritto dell'Articolo 36

Il lavoratore ha diritto ad una retribuzione proporzionata alla quantità e qualità del suo lavoro e in ogni caso sufficiente ad assicurare a sé e alla famiglia un'esistenza libera e dignitosa.

La durata massima della giornata lavorativa è stabilita dalla legge.

Il lavoratore ha diritto al riposo settimanale e a ferie annuali retribuite, e non può rinunciarvi.³⁰

sembra sancire il diritto di Rimini a diventare la capitale delle vacanze e la meta più gettonata d'Italia per un turismo che diventa "di massa". Ci sembra opportuno sottolineare che a Rimini la Costituzione sancisce e sancirà questo diritto solo per chi non lavora nel settore turistico. Non stiamo facendo ironia, ma sociologia. Rimini da subito si configura come una struttura con regole precise, la prima fra queste è che durante "la stagione" non esistono orari, malattia o diritti per nessun lavoratore, imprenditore o sottoposto che sia.

Nell'Ottobre del 1946, le prime elezioni amministrative repubblicane decretarono la vittoria del Partito Comunista Italiano che col 40,43% iniziò la "stagione delle amministrazioni rosse" in aperto contrasto col governo centrale, decisamente intimorito per le sorti della città con giunta social-comunista. Accanto a scelte discutibili come la demolizione del Casino Municipale nel 1948 – il Kursaal coi suoi settantacinque anni di attività nelle cure idroterapiche e un rapporto fin troppo stretto, secondo le autorità dell'epoca, col passato fascista, borghese ed elitario – le spinte dell'amministrazione pubblica andarono nella direzione dello sviluppo, aumento dei posti di lavoro e promozione di un

³⁰ *La Costituzione della Repubblica Italiana*, Sito istituzionale del Governo Italiano, www.governo.it/Governo/Costituzione.

prodotto all'avanguardia. L'attenzione all'innovazione e alla ricerca si palesa già nel 1949, con la prima Fiera Internazionale della Promozione e della Tecnica Alberghiera.

Nel 1952 il comune cedette la proprietà del principale albergo della città all'imprenditore Manfredo Duranti, ad un prezzo simbolico, ma con l'impegno di restaurarlo e di riaprirlo al più presto. Ed ecco che già nel 1954 aprirono i battenti del Grand Hotel di felliniana memoria, tutt'ora in attività. Ricomincia in questo periodo anche la corsa deregolamentata all'edificazione in nome della ricostruzione e del "benessere", inteso come mera prosperità economica.

Dai 257 esercizi alberghieri esistenti alla data del 31 Dicembre 1948 si passerà ai 1.076 del 1961, mentre nel maggio 1967 tali esercizi saranno già 1491 con 32.625 camere e 56.877 letti di un'intera città destinata esclusivamente ad alloggio di turisti. Alla fine del 1959 il 12 per cento della capacità ricettiva nazionale è concentrato a Rimini. Gli operatori turistici della Riviera romagnola costruirono liberamente sul turismo di massa la maggiore struttura ricettiva alberghiera del paese: la mancanza di un piano regolatore che tutelasse l'assetto ambientale della costa fu nel breve periodo un'importante agevolazione per lo sviluppo edilizio e turistico.³¹

A Rimini tutto diventa turismo e il turismo diventa il volano che permette alla città di risorgere dalle ceneri dei bombardamenti e di aspirare a una vita migliore. La libera iniziativa è incentivata, molti adattano la propria abitazione all'accoglienza dei turisti nei mesi estivi per avere proventi extra. Di non secondaria importanza in questi anni sono l'incremento della domanda estera, che nel 1961 toccherà punte del 26,7% delle presenze³², l'affermazione sul territorio delle agenzie di viaggio straniere, e la presenza dell'aeroporto, eredità fascista, inaugurato nel 1938. Dal 1958 infatti l'aeroporto di Miramare poté in parte essere usato per scopi civili, mentre, con l'ingresso nel Patto Atlantico,

³¹ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 67.

³² Cfr. *Economia e società a Rimini tra '800 e '900*, cit., pag. 154.

diventava base NATO. Nonostante venisse utilizzato per scopi civili solamente d'Estate

[...] divenne rapidamente il principale scalo italiano per i voli charter e negli anni Sessanta registrò un movimento di passeggeri stranieri paragonabile solamente a quello dei grandi scali italiani di Milano e Roma.³³

[...] La percentuale dei passeggeri in arrivo all'aeroporto di Rimini aumentò con grande rapidità, sino a raggiungere all'inizio del decennio successivo una percentuale pari al 40-60% degli arrivi di stranieri complessivamente registrati in provincia [...] Quello di Rimini era così diventato il 2° aeroporto italiano per i servizi internazionali e il primo per il trasporto a domanda.³⁴

È l'inizio dell'era del turismo di massa con tutti i pro e contro del caso. Il sindaco Walter Ceccaroni, in carica, seppur con brevi interruzioni di mandato, dal 1948 al 1970, dichiarò in interviste successive che non era stata fatta una scelta di campo. Non si rifiutava il turismo d'élite in virtù di una massificazione della domanda, ma si mettevano a frutto le potenzialità del territorio, che presentava una capacità ricettiva diversificata e che non chiudeva le porte a nessuna tipologia di accoglienza. Ancora una volta l'amministrazione comunale è caratterizzata da una filosofia votata al *laissez faire*, carta bianca alla libera imprenditoria e allo spontaneismo del territorio. Le parole di Ceccaroni in merito

Insiste l'intervistatore: "A giudicare dalla vostra azione amministrativa in quegli anni, prevalsero nel PCI riminese coloro che erano più in sintonia con il mercato capitalistico." La risposta è netta: "Avremmo retto se non avessimo fatto così? Non abbiamo mai avuto su queste cose, schemi preconcepi di natura ideologica. Quello che ci ha guidato è stato lo sviluppo della città.[...]"³⁵

³³ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 73.

³⁴ P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pagg. 133.

³⁵ Per approfondimenti sul tema, S. Gambini, *Più grande e più bella Rimini 1948-1958. I comunisti che scoprono la capitale europea del turismo*, Capitani Editore, Rimini 2005, pag. 139.

Curioso è questo PCI in controtendenza rispetto alle direttive nazionali. Ecco due spunti di riflessione interessanti

[...] la federazione riminese del PCI assunse come sua definitiva identità e missione politica quella di essere lo stimolo e l'artefice della crescita di un tessuto economico che aveva come protagonisti una vasta platea di piccoli imprenditori e che riconosce come motore dello sviluppo locale l'industria turistica.³⁶

Una serie di scelte , compiute nelle giunte comuniste che amministrarono quella che diverrà a tutti gli effetti la capitale del turismo europeo, che si distaccava dalla condotta del partito che questi rappresentavano, quel PCI che predicava a livello nazionale il centralismo, la pianificazione, la proprietà collettiva e la compressione dell'iniziativa privata. La situazione che si era creata era la seguente: all'ente pubblico spettavano i costi e le passività contratte per creare le infrastrutture, al privato il campo libero nell'invasione, senza vincoli, degli spazi e soprattutto toccavano gli utili, di lavoro o d'impresa che fossero.³⁷

Gli anni Sessanta furono caratterizzati da scontri accesi e dibattiti sul presente e futuro del turismo riminese. Il calo nella qualità dell'offerta stava lasciando posto a un turismo povero e impoverito, rivolto a persone con poche possibilità economiche, ma che si riversavano a migliaia sulla costa. Lo spontaneismo e la mancanza di pianificazione pubblicitaria, cominciavano a fare il loro tempo. Rimini stava diventando un'industria troppo grande per permettersi leggerezze.

La promozione, quindi si basava su alcune attività consolidate come le inserzioni pubblicitarie sui giornali e l'ideazione di iniziative estemporanee, spesso dovute all'intuito e alla fantasia di funzionari e consiglieri. Questo modo di procedere non sempre garantiva buoni risultati.³⁸

³⁶ *Ivi*, pag. 216-217.

³⁷ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pagg. 76-77.

³⁸ P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pag. 146.

La struttura produttiva diventava quindi, in questi anni, sempre più complessa. Si riuscì in parte a contrastare la frammentazione di interessi e iniziative grazie all'istituzione di associazioni, croce e delizia delle amministrazioni pubbliche. Fin dal primo dopoguerra a Rimini si costituirono numerose cooperative, sia per incentivare l'opera di ricostruzione, sia per far valere in sede decisionale le proprie posizioni. Un ruolo molto importante nella storia della città ebbe Promozione Alberghiera costituitasi nel 1968 con lo scopo precipuo di proteggere qualità e immagine di Rimini e lanciare nuove proposte di vacanza. Essa nacque da una costola dell'Associazione Albergatori e fu la prima cooperativa di albergatori in Italia. La finalità di tale associazione era quello di ottenere maggior potere contrattuale nel rapporto con i *Tour Operators* – gli albergatori individualmente non erano più in grado di trattare con essi – ma in breve tempo essa divenne un punto di riferimento nel panorama turistico e promosse la nascita di nuove o riedite forme di turismo che grande successo ebbero negli anni Settanta, decennio che altrimenti avrebbe comportato un calo vertiginoso nelle presenze sul litorale: turismo sociale e congressuale in testa, turismo scolastico.

La cooperativa si è sempre caratterizzata per un'intensa attività di promozione e soprattutto per la continua ricerca di nuovi mercati e prodotti. Ad esempio essa ha sempre prestato molta attenzione al settore fieristico e congressuale, con l'organizzazione di mega-eventi come il congresso dell'Imco, quello dei sindacati Cgil, Cisl e Uil e negli anni ottanta quello "scenografico" del Psi che ebbe una fortissima ricaduta di immagine o come i Meeting annuali di Comunione e Liberazione.³⁹

³⁹ *Ivi*, pag. 152.

3.1 Contraddizioni, interessi e sfruttamento: i piani regolatori

Analizzando la storia di Rimini è possibile accorgersi che la città, prima del 1965, non ebbe mai un Piano Regolatore Generale. Il primo arrivò nel momento in cui tutta l'area antistante la spiaggia era già stata completamente occupata. La pianificazione, l'ordine, la vivibilità erano stati temi messi da parte per permettere politiche di accumulazione, che concedessero crescita economica alle piccole medie imprese, nell'ottica di una ricostruzione tempestiva della città massacrata dai bombardamenti.

Esistono quindi attori del settore privato e gruppi di interesse professionale capaci di orientare le strategie pubbliche in modo da partecipare alla produzione di beni collettivi: gli attori privati giocano un ruolo attivo, anche nel caso di Rimini nella *governance urbana*.⁴⁰

Immediatamente dopo la guerra, accantonata l'idea di seguire il PRG di Alessandrini, che proponeva la privatizzazione della ricostruzione urbanistica ed edilizia, si decise di far proprio un Piano di Ricostruzione che, se da un lato si mostrava indispensabile per ottenere finanziamenti pubblici, non presentava quella lungimiranza che la pianificazione urbanistica richiede. Nonostante si tentasse di arginare lo strapotere e l'influenza degli speculatori, l'ordine e la pianificazione furono sacrificati sull'altare del diritto a un tempestivo ritorno alla normalità.

Sono finiti i tempi del "neorealismo" italiano, comincia l'era della lenta, ma inesorabile "americanizzazione" della Riviera Romagnola. [...] Forse più delle distruzioni belliche, era stato il

⁴⁰ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 82.

“costruttivismo-consumismo” senza regole della post-ricostruzione-rinascita, a far cambiare non solo il volto ma anche il modo di insediarsi nel territorio riminese.⁴¹

Già dai primi anni Sessanta il modello di sviluppo e di turismo proposti mostrano i propri limiti. Analisi di mercato dell'epoca mostrano che il turismo straniero lamentava scarsità di servizi, poca igiene negli alberghi e un rapporto qualità prezzo decisamente sveniente rispetto ad altre mete turistiche. Le amministrazioni si rendono conto che le problematiche riscontrate non erano prettamente turistiche. Rimini non era desiderabile e bella neanche per i cittadini. Mancavano spazi verdi e servizi, vigeva il più grande disordine urbanistico .

Occorreva organizzare almeno tre tipi di risposta: inventare nuove strategie di marketing, riqualificare la città e infine migliorare la qualità degli alberghi. La prima a farsi portavoce delle esigenze di rinnovamento fu l'amministrazione comunale di Rimini, che nel 1965 approvò un piano regolatore urbanistico che sposava un nuovo modello turistico⁴².

L'allora giovane architetto Giuseppe Campos Venuti redasse il Piano per l'edilizia economica e popolare, PEEP '64 e il Piano Regolatore generale, PRG '65, mettendo al centro le problematiche della comunità e concentrandosi su ristrutturazione e razionalizzazione, miglioramento dell'esistente e incremento delle aree verdi. Secondo gli storici il Piano regolatore generale del 1965 ha rappresentato un punto di svolta nella storia dell'urbanistica riminese in quanto, per la prima volta, la chiara finalità fu quella di migliorare le condizioni di vita e risolvere i problemi della comunità, non creare rendita per pochi. In realtà la messa in atto del piano mostrerà criticità e ombre, ma viene segnalato comunque come un passaggio fondamentale per un cambiamento di rotta a

⁴¹ G. Conti, P. Pasini, *Rimini, città come storia*, cit., vol.II, pagg. 323-324.

⁴² P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pag. 150.

Rimini sull'idea di città, sul suo ruolo strategico e il suo rapporto con la cittadinanza.

La linea urbanistica che si affermò con il prg del 1965 tendeva a capovolgere la strategia precedente. Infatti, con il nuovo prg si cercò di porre un freno alla realizzazione di nuove costruzioni: si moltiplicarono le aree destinate a servizi e i pochi spazi vuoti rimasti fra la costa e la città vennero trasformati in parco pubblico. Secondariamente si riesaminò il rapporto fra la costa e l'entroterra, proponendo la visita dei tanti borghi antichi presenti sulle colline come un modo alternativo di impiegare il tempo libero durante il soggiorno a Rimini. Inoltre si chiese agli albergatori di impegnarsi nel rinnovamento delle strutture alberghiere. [...] ⁴³

Nel 1967 partì il piano "Mare Pulito". Il tema dell'igiene e sicurezza delle acque marine resta caldissimo anche oggi, nei territori romagnoli. All'epoca lo Stato centrale rimase insensibile alle richieste di sovvenzioni delle amministrazioni locali e così il Comune si fece carico da solo di una spesa di 18,5 miliardi di lire, da impiegare in strutture volte alla purificazione dell'acqua. L'opposizione si schierò in maniera apertamente contraria all'investimento, ma dopo la triste vicenda del colera a Napoli ci si rese conto che l'iniziativa di ingegneria sanitaria aveva un ruolo centrale per la salvaguardia della salute di cittadini e turisti. Rimini col suo depuratore capace di servire 160.000 abitanti, il più grande d'Italia, divenne una città all'avanguardia nella trattazione delle acque.

È comunque importante sottolineare che le problematiche affrontate dalle amministrazioni nella stesura e applicazione dei piani e nell'ideazione di interventi straordinari, rispecchiano l'intervenire incessante di interessi fondiari, le costrizioni, le interferenze, spesso indebite, dei centri di potere economico-finanziari capaci di bloccare, direzionare o snaturare piani e valutazioni. Questi deliri di onnipotenza, hanno trovato terreno fertile in una città incapace di coinvolgere gli abitanti delle campagne, o delle aree limitrofe, se non per

⁴³ *Ivi*, pag. 151.

sfruttarle come manovalanza nei periodi estivi, in cui la gestione estremamente liberale del territorio presentava palesi segnali della presenza di dinamiche di sfruttamento dell'ambiente e delle persone. Anche le vicende del 1972, che videro la contrapposizione fra amministrazione e bagnini sulla concessione delle spiagge con la, di fatto, privatizzazione, pur se in concessione, delle spiagge, mostra, secondo gli storici, come la società riminese sia animata da corporativismi capaci di neutralizzare la programmazione pubblica grazie ad una pesante commistione fra interessi privati e convenienze politiche.⁴⁴

4. Gli ideologici anni Settanta

Negli anni Settanta, dopo gli scricchiolii del decennio precedente, entra in crisi il modello ricettivo tipico di Rimini, tanto da poter definire il periodo che va dal 1968 al 1977 "stagnazione".⁴⁵ Ci si rese definitivamente conto che la cementificazione selvaggia era stata un errore: la città non era una meta turistica attraente né per tariffe, né per servizi o paesaggi. Infine erano arrivate nuove possibilità per i giovani lavoratori: posti fissi, lavoro annuale, stabilità economica. Dunque nessuno, se non i giovanissimi, era più disposto a lavorare nel settore turistico senza tutele, per un numero di ore altissimo, senza giorno di riposo e per uno stipendio basso. Gli alberghi erano piccoli, con servizi igienici comuni e gli albergatori non sembravano recepire gli *imput* dati dall'amministrazione: continuarono a lavorare come avevano sempre fatto, nonostante il mondo fosse cambiato. La capacità ricettiva diminuì, il prodotto offerto scade. In questo contesto, decisamente non incoraggiante e che avrebbe dovuto stimolare una

⁴⁴ «Scade la concessione del Ministero della Marina Mercantile che affidava la spiaggia all'Azienda di Soggiorno. Dopo battaglie politiche sul nuovo affidamento conteso tra Azienda, Comune e Regione, la concessione viene attribuita direttamente a cooperative di bagnini. L'attribuzione all'Azienda di Soggiorno, oltre a garantire un ricavo per investimenti sulle strutture balneari (lungomari, giardini, impianti turistici, Talassoterapico, etc.) e su eventi, aveva permesso un controllo sui prezzi e sulla qualità dei servizi gestiti direttamente dell'ente pubblico.» Ferruccio Farina, *Una costa lunga due secoli, storie e immagini della Riviera di Rimini*, Rimini, Panozzo editore, 2003, citato in *Balnea*, www.balnea.net.

⁴⁵ Cfr. P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pag. 149.

riflessione seria seguita da interventi incisivi, l'ennesimo salvagente venne lanciato all'imprenditoria alberghiera riminese: il calo di presenze straniere fu immediatamente soppiantato dall'aumento di turisti italiani. Di conseguenza gli albergatori continuarono ad offrire un servizio datato, senza ipotizzare un rinnovamento e i numerosi inviti ad effettuare ristrutturazioni e impegnarsi seriamente per un innalzamento degli standard di qualità, caddero nel vuoto.

In questi anni si cercò di diversificare l'offerta aprendo il mercato riminese anche a potenziali clienti mai, prima di allora, intercettati. Importante in questo senso fu il cosiddetto turismo sociale, incentivato in particolare dalla Cooptur, nata nel 1974. Questa cooperativa nacque da una costola politicamente schierata a sinistra della Promozione Alberghiera che raggruppava al suo interno piccoli proprietari, affittuari d'alberghi e pensioni di terza e quarta categoria, che non avrebbero trovato mai spazio nell'associazione madre. Questo tipo di strutture ben si adattava ad un turismo indirizzato soprattutto a gruppi organizzati di anziani e persone diversamente abili e aveva il pregio di allungare "la stagione", includendo anche maggio, giugno e settembre consentendo, in un periodo di crisi economica, la tenuta di immagine e offerta, fidelizzando un pubblico variegato che trovava, nel periodo dell'anno a sé più consono, la Rimini che desiderava.

Se gli albergatori non accolsero il nuovo e non mostrarono le capacità necessarie per adattarsi a un turismo più esigente, la città continuava invece a offrire momenti di riflessione e di programmazione. Attività pionieristica fu, nel Dicembre 1973, l'organizzazione presso l'Ente Fiera di Rimini, di un congresso dedicato al marketing dal titolo "Il marketing a servizio dello sviluppo turistico internazionale". Al centro del dibattito c'era la crisi energetica e l'innalzamento dei costi dei trasporti, che avevano portato al fallimento numerosi *tour operators*. Iniziative come queste testimoniano la lungimiranza, in campo imprenditoriale, di una parte della comunità riminese e la volontà, se non proprio la capacità, di prevedere andamenti futuri sulla base delle premesse

correnti. Tutto ciò può sembrare oggi normale tanto siamo abituati a parlare di *project management*, ma in quegli anni discutere di previsioni di flussi turistici, differenziazione dell'offerta, *marketing*, collocazione sul mercato, in un contesto provinciale, anche per mentalità, come Rimini, aveva dell'incredibile. La Fiera di Rimini, che aveva aperto il primo padiglione nel 1968, era nato come luogo di scambio e di riflessione sulle potenzialità connesse ad un territorio che poteva aspirare ad un turismo annuale e che nei mesi più freddi poteva investire sulla crescita economica del territorio tutto. Il turismo era dunque identificato come forza motrice per uno sviluppo molto più ampio. Non è un caso che il primo evento a carattere internazionale, nel Settembre 1970, avesse come titolo "Prima Biennale Internazionale di metodologia globale della progettazione" e che incassasse persino l'adesione delle Nazioni Unite, UNESCO e Governo Italiano. Da questa esperienza presero impulso dal 1971 le "Giornate Internazionali del Pio Manzù". Nel 1980 fu l'anno del primo "Meeting per l'amicizia dei Popoli" di Comunione e Liberazione e nel 1978, per la prima volta, si riunì a Rimini il movimento "Rinnovamento dello Spirito", che a metà degli anni Novanta portò nella città Adriatica la cifra sbalorditiva di ottantamila fedeli. La Fiera, come scrive Giovagnoli in *La Fiera di Rimini*, potrà vantare nel 1972 di entrate per 85.915.708 lire che nel 1981 diventeranno 2.500.314.991 lire per un incremento di fatturato del 2810,20%. A Rimini si svolsero per anni i più importanti congressi politici del paese, da quello che sancì l'ascesa di Bettino Craxi, alla morte del PCI guidato da Occhetto. Un ente, un'amministrazione e una struttura fondamentali per tenere Rimini in vetta agli onori della cronaca, pubblicizzare un *brand* estremamente differenziato per offerta e bacino d'interesse e muovere un'economia cangiante e adattabile alle situazioni, come lo spirito imprenditoriale che ha animato queste operazioni.

4.1 De Carlo e la pianificazione partecipata

Ci apprestiamo ora a presentare un progetto che grande rilevanza ebbe nel dibattito interno della città negli anni Settanta, ma che non venne applicato completamente e che nell'attuazione perse gran parte dello slancio innovativo e delle potenzialità che avrebbe potuto offrire. Troviamo molto del ragionamento di De Carlo e della sua vision della città nel Piano Strategico, ma anche nelle parole degli attuali amministratori.

Rimini può essere distinta in quattro fasce delimitate da vere e proprie barriere, che la spaccano geograficamente, ma anche socialmente: il centro e la marina, separate dalla ferrovia, campagna e periferia, separate oggi dal resto dell'agglomerato da autostrada e strada statale. Nel 1966 si scelse di affidare a De Carlo il Piano Particolareggiato del Centro Storico, quello per il Centro Direzionale e quello per l'area intermedia ivi compresa. Ovviamente il punto di partenza per la riflessione era il PRG '65, ma De Carlo introdusse una novità importata dagli Stati Uniti ovvero la "pianificazione partecipata". Essa consiste nel coinvolgimento della popolazione, che si sarebbe dovuta raggruppare in "Comitati urbanistici di base" rappresentanti le diverse nature della comunità: cultura, scuola, lavoro. La volontà era quella di avvicinare i cittadini ai processi decisionali, rendendoli attori diretti per arricchire il piano e realizzarlo al meglio, ma anche informandoli sugli obiettivi preposti, sul raggiungimento di questi e sulle tempistiche, tramite incontri pubblici.

De Carlo criticava aspramente l'operazione della Marina di Rimini e la direzione data alla sua espansione che avevano condizionato lo sviluppo riminese in tutti i suoi aspetti. [...] Era, a suo avviso, un esempio di come una minoranza avesse potuto sfruttare il territorio a svantaggio della maggioranza (i ceti popolari) e di come l'urbanistica potesse esercitare un ruolo di copertura

dello sfruttamento: a suo avviso, nel riminese, l'urbanistica non era affatto "sovrastruttura" ma struttura economica.⁴⁶

De Carlo metteva al centro della sua proposta la rivitalizzazione del centro storico, la riorganizzazione della viabilità e l'idea di una città come centro di servizi. Il piano di De Carlo perse ogni forza e di fatto non venne realizzato, sia per la strumentalizzazione che le opposizioni e i centri di potere fecero delle paure dei cittadini, sia per l'insufficiente coinvolgimento della popolazione operato da De Carlo, come ammetterà lui stesso, ma Giorgio Conti, che all'epoca fu incaricato della gestione del piano, ricorda come la guerra fredda e l'ideologizzazione di qualsiasi opinione, rendesse il dibattito sterile e la realizzazione dei progetti impossibile.

In una città dove la Guerra fredda faceva sentire i suoi nefasti influssi sul dibattito politico, fortemente ideologizzato, affrontare i temi concreti e nello stesso tempo strategici dello sviluppo futuro della città rappresentava una specie di disvelamento tra il dover essere autentico dei partiti e l'essere reale del vivere quotidiano. [...] Le proposte dell'arch. De Carlo, non rappresentavano certo scelte tecniche neutrali. Anche nelle sue argomentazioni, l'ideologia aveva un ruolo importante. Ma più che di ideologia la sua era una visione utopica del mondo, che trovava nell'opera dell'architetto-demiurgo il mezzo per affermare/affrontare con una regia forte i grandi temi dello sviluppo, in termini non puramente ancorati all'espansione del modello immobiliare-balneare, allora imperante.⁴⁷

Nonostante il fallimento del progetto, intuizioni dell'epoca tornano oggi a viva forza nel Piano Strategico e negli interventi operati dall'Amministrazione. Primo fra tutti l'abbattimento delle barriere fra centro, periferia e marina. De Carlo aveva immaginato una monorotaia, oggi si pensa al TRC. Ovviamente le differenze fra le proposte dell'architetto dell'epoca e i progetti per la Rimini di

⁴⁶ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 135.

⁴⁷ G. Conti, P. Pasini, *Rimini, città come storia*, cit., vol.II, pag. 324.

oggi sono consistenti, ma si può affermare che è proprio con questa esperienza pionieristica, in per la prima volta si è

Intervenuti affrontando organicamente il problema dell'uso della città e del territorio, non limitandosi a problemi individualistici e particolaristici come era stato in precedenza.⁴⁸

È col piano De Carlo, secondo noi, che sono stati gettati i semi di un progetto condiviso come il Piano Strategico che, addirittura, ha l'ambizione di guardare a tutta la Provincia di Rimini e alle sue relazioni con le Province limitrofe. I tempi sono cambiati, non siamo più negli anni Settanta dove "tutto è politica, la politica è tutto", dunque l'occasione che si presenta oggi alla città di Rimini è ben più ghiotta, perché più complessa e articolata e più universale dal punto di vista dei destinatari. Proprio per questo riteniamo si debbano tenere a mente le parole di Giorgio Conti

Il piano De Carlo non metteva in dubbio le finalità dello sviluppo, che continuava ad essere imperniato sul modello immobiliare-balneare, semmai aveva avuto il difetto di mettere in crisi quel legame/intreccio che teneva solidamente ancorata la rendita fondiaria/edilizia parassitaria al profitto della macchina turistico/consumistica. La coesistenza pacifica tra rendita e profitto, già incrinata dal PRG 65, avrebbe potuto essere definitivamente compromessa. Ma il dibattito e il vivace confronto, a volte violento e fortemente ideologizzato, che il Piano De Carlo seppe innescare, al di là delle più ottimistiche previsioni di piano partecipato, non rappresentò un'occasione per un reale confronto sul futuro della metropoli balneare.[...] Pur tuttavia nessuno (anche se avevano fatto la loro apparizioni i seguaci di un ripensamento del modello turistico-balneare, finalizzato a rispondere alle nuove esigenze produttive/ambientali imposte dai grandi *tour-operators*) metteva in dubbio che lo sviluppo socio-urbanistico dovesse continuare ad essere immobiliare-balneare.⁴⁹

⁴⁸ A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, cit., pag. 136.

⁴⁹ G. Conti, P. Pasini, *Rimini, città come storia*, cit., vol.II, pagg. 324-325.

Il piano De Carlo fallì, nonostante le sue premesse, per un'accentuata ideologizzazione del tema, per un mancato reale coinvolgimento della popolazione riminese, per la volontà di mettere in crisi i meccanismi di potere che regolavano la vita della città. Oggi la dicotomia cromatica non va più di moda e persino a Rimini molti pensano che lo sviluppo della città non si possa fondare unicamente sulla direttrice immobiliare-balneare, ma non si faccia l'errore di pensare che i progetti di oggi non corrano gli stessi rischi dei progetti di ieri, sarebbe uno sgarbo alla Storia e all'esperienza.

5. Anni Ottanta: tutti al mare!

Sarà proprio questo decennio a mettere nuovamente alla prova le capacità camaleontiche della città. Rimini infatti seppe di nuovo reinventarsi e toccò *record* assoluti. Se, da un lato, le presenze straniere diminuirono in maniera sensibile, a causa di un decremento delle tariffe delle mete balneari spagnole e jugoslave, il turismo interno continuò a crescere incessantemente fino a toccare le 17,7 milioni di presenze su tutta l'area dei riminese, nel 1988. Ancora una volta molti albergatori poterono evitare di riqualificare le proprie strutture ricettive perché una nuova tipologia di pubblico vacanziero, decisamente senza pretese, era in arrivo a Rimini: i giovani. I ragazzi italiani erano interessati al divertimento, non alla qualità della struttura che li ospitava, in cui trascorrevano una parte minima del loro tempo. Dunque in questi anni i maggiori investimenti si registrarono piuttosto nell'apertura di discoteche e sale-giochi, con un incremento delle licenze concesse dalla media annua di 24 a quella di 80. Sono gli anni del boom del turismo giovanile e del "divertimentificio" che si sviluppa d'Inverno ed esplode in Estate: 566 esercizi (fra ristoranti, bar, trattorie), 581 bar, 94 discoteche sono i numeri del primato nazionale del 1983 e le 3400 strutture alberghiere riminesi costituiscono addirittura un record europeo. Con l'aumento spropositato di presenze giovanili sul territorio, esplodono gravissimi problemi di

ordine pubblico che esigono un intervento repressivo. L'immagine di una Rimini trasgressiva, caratterizzata da droga e prostituzione, si coniuga male con il tentativo operato da anni di farne la capitale del turismo familiare. Le contraddizioni emergono con tutta la loro forza e la città appare sempre più una metropoli ricca, volgare e alienante: la protagonista di pellicole come *Rimini Rimini* e, allo stesso tempo, la meta prediletta dagli amanti del liscio. È una città impressionante per chi viene da fuori, qualcosa di mai visto, un ingranaggio talmente vasto, frammentato e diversificato da stordire.

Mi immersi nel flusso della passeggiata. Alzai gli occhi ma non mi fu possibile scorgere l'altezza dei palazzi. Ma erano veramente palazzi di cento piani come si era indotti a credere abbagliati da tutte quelle luci sospese a mezz'aria o non invece dei semplici condomini? L'illusione era perfetta. Non avevo mai visto nulla di simile in Italia. Ovunque suoni, musiche, luci, insegne sofisticatissime che si accendevano e spegnevano seguendo un ritmo preciso [...].⁵⁰

Ma tutto questo apparire, questo sfruttamento intensivo concentrato sui pochi mesi caldi dell'anno, ha un prezzo: garantire tariffe poco elevate e una rendita sufficiente per gli operatori del settore, si traduce in meccanismi di evasione normalizzata e quotidiana.

«[...] E pensi che da noi viene gente che per quindicimila lire al giorno mangia bene tre volte al giorno, dorme e si diverte. [...] Per adesso sta tutto in piedi perché la nostra è la terra dove si verifica ogni tipo di evasione: fiscale, urbanistica, sindacale.»⁵¹

Il 1984 è l'anno di un esperimento poco riuscito che si collega in maniera palese coi progetti attuali del piano strategico. Vittoria Cappelli, un'imprenditrice bolognese, realizza sulla spiaggia in prossimità del porto una palestra attrezzata

⁵⁰ P. V. Tondelli, *Rimini*, Bompiani, Milano, 1985, pag. 31.

⁵¹ C. Cederna, *Casa Nostra*, Mondadori, Milano, 1983, pag. 81.

con tanto di idromassaggio. L'operazione non funziona e a molti risulta indigesto il sostegno pubblico, anche in termini economici, dato all'iniziativa. In questa esperienza pionieristica possiamo scorgere i prodromi di una visione della costa romagnola come spazio dedicato al benessere fisico, che tanta importanza avrà nelle riflessioni successive sul futuro della città, dalla fiera del *Fitness* a quella del *Wellness*. Il 1984 è anche l'anno di "Europa Cinema", il Festival del Cinema voluto da Federico Fellini, che subito si pone come alternativa al Festival del Cinema di Venezia. La vita di questo progetto è breve: già nel 1989 a causa di incomprensioni fra il direttore Felice Laudadio e l'amministrazione comunale, il Festival si trasferisce a Viareggio. Rimini, come mostra questa ennesima iniziativa, continua a spingere sull'acceleratore, non vuole concedere ad altre mete la centralità che vuole per sé, ma continua ad investire sulla "cartapesta", sull'apparire, sulla mondanità, non concedendo alcuno spazio alla propria storia e cultura millenaria. È una città al *neon*, abbagliante nel sole dell'Estate e nella notte degli eccessi. Questo decennio vede anche un incremento dell'attività fieristica e sottolineando un'altra vocazione della città: il turismo congressuale. Sono questi gli anni dello scenografico Psi di Bettino Craxi e dei più vasti raduni oceanici del Meeting, della messa di Papa Wojtyla sulla spiaggia davanti a trecentomila persone. Nella Rimini a lustrini e *paillettes*, tutto è trasformato in evento mediatico.

Se pur non può essere sostenuto scientificamente, la *vox populi* sulla catastrofe che pose fine ai deliri degli anni Ottanta, ha sempre avuto un'opinione netta: il mare si è ribellato all'eccesso. L'anno della caduta del muro di Berlino, a Rimini, sarà sempre ricordato come "l'anno delle mucillagini". Verso la metà di Luglio apparvero sulla superficie del mare delle lingue bianche di una sostanza gelatinosa. Col passare dei giorni il colore della sostanza, una secrezione delle alghe, divenne scura e coprì tutto il mare. La riva fu investita dalla sostanza gelatinosa che, fortunatamente, per consistenza era innocua, ma che terrorizzò operatori turistici, cittadini e, ovviamente, i turisti, le cui presenze calarono del 35%, per un totale di sette milioni di bagnanti in meno. Inizialmente fu

impossibile comprendere la natura del fenomeno, si cominciò a temere una moria di pesci, per i livelli troppo bassi di ossigeno nell'acqua e si chiese immediatamente lo stato di calamità. Fortunatamente le mucillagini scomparvero alla fine di Agosto, ma il danno economico fu ingente. La Regione si mise subito al lavoro e col varo della legge 424/1989 "Carraro-Vizzini" si incentivò, grazie a finanziamenti, la ristrutturazione degli alberghi. Vennero lanciati gli slogan "Città dolce" e "Cento Turismi", vennero realizzati spot a distribuzione nazionale e vennero costruite piscine nelle strutture ricettive per fronteggiare una eventuale ricomparsa delle mucillagini. Quello che fu effettivamente un danno d'immagine importante, divenne per gli operatori l'occasione di investire definitivamente su un rinnovamento dell'offerta e per la città un'occasione di riflessione sul proprio futuro e sulla sostenibilità di un turismo balneare così configurato. Rimini così galoppava e si trascinava verso l'ultimo decennio del Novecento.

6. Anni Novanta e Duemila: la Rimini Congressuale

Il calo vertiginoso delle presenze dovuto alle mucillagini permise di concentrarsi su una tipologia di turismo che molto aveva dato a Rimini, ma che in questi anni divenne un'ancora di salvezza e contemporaneamente una spinta per il rilancio. Rimini vantava un Ente Fiera di importanza internazionale, come abbiamo brevemente accennato nei paragrafi precedenti, capace di organizzare manifestazioni di grande importanza e di mobilitare migliaia di persone. Il timore delle mucillagini portò le amministrazioni a investire sul turismo congressuale e fieristico, che aveva due pregi in particolare: non necessitava del mare, poteva divenire lo strumento per ottenere finalmente una destagionalizzazione, che sviluppasse un "turismo tutto l'anno" e che alleggerisse l'impatto sui mesi estivi. Si decise dunque di agire su due direttrici principali ovvero l'investimento di un'ingente somma di denaro per realizzare il nuovo Quartiere Fieristico, che sarà

inaugurato il 28 Aprile 2001, e promuovere politiche di incentivi agli albergatori per il miglioramento delle proprie strutture e la realizzazione di piscine.

Si scelse così di effettuare un nuovo grande investimento che creasse i presupposti per una nuova fase di crescita dell'attività fieristica congressuale: furono necessari quasi 10 anni, ma il 28 aprile 2001, sulla via Emilia, venne inaugurato il nuovo Quartiere Fieristico [...]. Esso era stato progettato dallo studio GMP di Amburgo, leader nell'architettura fieristica internazionale, sorgeva a Nord della città su una superficie totale di 460 mila metri quadri [...]. Questi i dati salienti dell'opera: 127.000 metri quadri di superficie utile, 82.000 di superficie espositiva lorda, 12 padiglioni condizionati, aree di accoglimento, tecniche e per i servizi, sale convegni fino a 700 posti, una sala stampa con centro riversamento radiotelevisivo nazionale, dieci punti ristorazione, oltre 9.000 posti auto.⁵²

Il turismo congressuale, se da un lato non esigeva una costa caraibica, d'altro canto richiedeva alti standard di qualità dei servizi. Finalmente gli albergatori risposero agli stimoli delle amministrazioni. Diminuì infatti negli anni Novanta il numero degli alberghi di bassa categoria e si innalzò il livello di quelli di categoria media, infine si aumentò il numero di servizi offerti da ogni singolo ente ospitante.

Nel 2000 nella città di Rimini si contavano 128 piscine di cui 86 costruite dopo il 1989 e ben 47 nell'anno 1990 come risposta immediata alle mucillagini.⁵³

Lo sviluppo del turismo congressuale consentì di riparare alla grave perdita dei turisti stranieri fidelizzati, promuovendo l'offerta romagnola su altri mercati e convogliando in città nuove nazionalità. Inoltre indusse gli alberghi di maggiore qualità ad aderire a catene internazionali, ampliando sempre di più il bacino di clienti stranieri a cui il *brand* Rimini poteva proporsi. Nel 1994 Rimini divenne

⁵² P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pag. 160.

⁵³ *Ivi*, pag. 161.

provincia, scindendosi da Forlì e questo le consentì di concentrarsi maggiormente sui problemi dello sviluppo turistico. Il capoluogo romagnolo si mostrerà per tutti gli anni Novanta e Duemila una realtà dinamica, capace di recepire i duri colpi che un' economia variabile come la sorte e un turismo sempre più cangiante, può infliggere.

L'economia riminese, e in particolare la fascia costiera e i comuni minori della prima corona urbana, appare la più vitale della Regione Emilia-Romagna con una concentrazione di 57 imprese per chilometro quadrato contro la media di 16 del territorio regionale. Il numero delle imprese industriali è in crescita tra il 1991 e 2001 [...].⁵⁴

Il 2002 vide l'inaugurazione di un'altra grande opera che ha cambiato il volto della Rimini a nord del fiume Marecchia: la Darsena Marina di Rimini, 660 posti barca in uno specchio d'acqua di 108 mila metri quadri. L'idea era quella di creare uno spazio moderno ed elegante che potesse accogliere numerose imbarcazioni e aprirsi a un turismo di alta classe. La struttura può ospitare concerti e vi trovano sede anche ristoranti con vista mare. Il successo non fu immediato e attualmente la Darsena non è sfruttata in tutte le sue potenzialità, ma sicuramente l'intervento su quest'area ha indotto una modificazione, riorganizzazione e ammodernamento di tutta l'area. Rendendo questa particolare zona di costa elegante e pronta a ricevere una tipologia di turismo, che da tempo non inseriva Rimini fra le mete predilette, si assecondava un atteggiamento lungimirante di diversificazione dell'offerta e di riqualificazione della marina.

Gli anni Novanta furono anche segnati della prostituzione e dello spaccio. Già consegnate ai libri di storia sono le operazioni "Romagna Pulita" del 1994, contro il traffico di stupefacenti e l'attacco, non letale, alla prostituzione del 1998. In

⁵⁴ C. Catolfi, *La popolazione. Mutamenti strutturali e dinamiche sociali*, in *Sviluppo economico e trasformazione sociale a Rimini nel secondo Novecento*, a cura di Vera Negri Zamagni, cit., pag. 97.

quegli anni si parlava di Rimini come “sessificio” e si potevano contare fino a 250 ragazze sfruttate e schierate ogni sera sul Lungomare. Il ritorno massiccio, negli ultimi anni, di questo fenomeno, ha indotto Rimini a ragionare nuovamente sulla propria immagine pubblica e sul turismo che offre. Sembra impossibile per la città non perdere quella dolorosa connotazione di ossimoro italiano e solo un riordino delle proprie priorità, piani d’azione mirati e persone capaci, potranno riscattarla dalla fama di città burlona e malavitosa che anni di pressapochismo, faciloneria e pigrizia le hanno procurato.

Oltre alle tradizionali e celebri quattro “S”: *Sea* (mare), *Sand* (sabbia), *Sun* (sole), *Sex* (sesso), la riviera romagnola aveva nel prezzo e nella ospitalità/convivialità il suo vero *plus*.⁵⁵

Gli anni Dieci, di cui parleremo, finora sono tutti stati impegnati per creare altri e nuovi “*plus*”. Da tempo si è compreso che l’ospitalità da sola non basta, che il mondo è cambiato e che le priorità di cittadini e turisti sono diverse. Le premesse sociali e antropologiche sono mutate, ma Rimini sta dimostrando di aver saputo recepire, prima di altre città ben più vaste di lei, quelle che sono le richieste avanzate da larghe fette della società civile. Vedremo come un riscoperto rapporto con l’entroterra, la cura del mare, degli spazi comuni e delle vestigia del passato, la riscoperta dell’eno-gastronomia, il tutto condito da un sano orgoglio e rispetto per le proprie tradizioni e da una straordinaria capacità di cavalcare qualsiasi moda del momento, faranno da manifesto a una città che ha deciso di cambiare col suo tempo.

⁵⁵ G. Conti, P. Pasini, *Rimini, città come storia*, cit., vol.II, pag. 326.

7. Conclusioni e riflessioni

7.1 Il distretto dei servizi

Ricostruire le vicende del turismo balneare riminese, in realtà, è ripercorrere la storia del capoluogo stesso. Il turismo infatti, a Rimini, assume valenze sociali e antropologiche rilevanti e si intreccia con la storia della città e dei suoi abitanti, fino a costituire un *unicum* inscindibile. Esso è stato ed è in grado, di influenzare la vita dei cittadini, esattamente come la vocazione industriale di altre aree d'Italia, è stata capace di delineare gli orizzonti dei suoi. Secondo la Prof.ssa Battilani, non a caso, il modello a cui fare riferimento quando si parla di Rimini, è quello del distretto industriale, che, nel nostro specifico caso, si trasforma in "distretto dei servizi". Questo modello organizzativo ha, secondo la studiosa, limiti e vantaggi.

Il principale vantaggio è la grande ricchezza di talenti imprenditoriali che si manifesta non solo nella nascita di tante imprese alberghiere, ma anche nella presenza di tante altre attività, ad esempio quelle fieristiche o quelle dei divertimenti. [...] il riorientamento del modello turistico nacque dal potenziamento di attività che già esistevano ma che fino a quel momento non erano state completamente valorizzate. Il limite maggiore di questa forma organizzativa è stato nella lentezza con cui si è realizzato il rinnovamento delle strutture alberghiere. [...] Il secondo limite è relativo alla costruzione di un'immagine unitaria del prodotto turistico riminese e della sua promozione, quando ad operare sono tante piccole imprese autonome.⁵⁶

Possiamo quindi immaginare Rimini come un'industria, che ha avuto come pregio maggiore quello di creare le condizioni affinché l'iniziativa imprenditoriale potesse esprimersi liberamente e in tutte le sue potenzialità innovatrici. Battilani sottolinea però quanto sia stata importante, soprattutto negli anni Sessanta, la propensione al rischio della popolazione riminese. Abbiamo parlato di

⁵⁶ P. Battilani, *Ascesa, crisi e riorientamento del turismo*, cit., pagg. 164-165.

popolazione e non di imprenditori poiché, soprattutto in questo periodo storico, chi si improvvisava albergatore proveniva spesso da un ceto medio impiegatizio, commerciante o artigiano, che poco aveva a che fare con l'idea di imprenditore che campeggia nell'immaginario comune. Altro elemento fondamentale per la crescita della "Rimini s.p.a" fu l'accesso al credito. Il sistema bancario, infatti

Pur adottando una strategia prudente (prestiti a fronte di ipoteche) di fatto non fece mancare al sistema turistico la liquidità che serviva per la crescita.⁵⁷

Dunque, sulla base dello storico raccolto e in relazione al passato, anche se recente, della riviera, possiamo estendere la metafora fino a dire che Rimini è stata un'industria dei servizi caratterizzata da un decentramento del potere, in cui la direzione politico-amministrativa si sobbarcava degli oneri per la messa in attività dell'azienda, ma in cui il rischio d'impresa ricadeva sui dipendenti-azionisti, che partecipavano alla divisione degli utili. Questa riflessione può essere, secondo noi, molto utile, per comprendere

1. La relativa stabilità politica di una città, in cui i rappresentanti dei cittadini, pur se di estrazione, orientamento e interessi diversi, ha sempre concertato le più importanti decisioni strategiche per la città. Positive o negative che fossero, interessate al bene pubblico o privato che fossero.

2. La strana convergenza di interessi di una popolazione eterogenea, ma che, in modo diretto o indiretto, è sempre stata a stretto contatto con l'indotto turistico e da questo è dipesa. Volgarizzando il tema, nessuno ha mai messo seriamente in discussione la necessità di dialogare con le associazioni di albergatori e bagnini, di costruttori o imprenditori rampanti, nonostante fra gli aderenti trovassero spazio soggetti ligi all'evasione fiscale e allo sfruttamento del lavoro nero.

⁵⁷ Ivi, pag. 142.

3. La mancanza di un'immagine unitaria del prodotto turistico, a causa della molteplicità di centri di potere e interesse, ma, per contro, una spiccata vivacità nel dibattito pubblico, che permetteva, a chi lo volesse, di riflettere sulle modificazioni della domanda e intervenire per tempo.

Queste riflessioni evidenziano anche i compromessi, spesso dolorosi, di cui i riminesi hanno dovuto farsi carico. Costruire il parco divertimenti più grande d'Italia, il cui numero di alberghi era eguagliato solo da Miami, ha avuto un prezzo altissimo in termini ambientali e umani. Le città non sono delle discoteche a cielo aperto, per fingere di esserlo Rimini ha dovuto scindere la vita normale dei cittadini, dalla girandola di colori della riviera, spaccandosi, di fatto in due.

La Rimini che tutti conoscono non esiste. È un luogo comune, anzi il Luogo Comune elevato a industria.[...] La casa dei riminesi è l'altra dentro alle mura. [...] Il contrario della chiassosa "Second Life" inscenata al mare per tenere fede alla fama turistica di una terra romagnola dove si gode, si beve, si mangia, si ride e ci si diverte più che in ogni altro posto al mondo. La verità è che qui si lavora tanto e tutti per mandare avanti il "divertimentificio" degli altri.⁵⁸

Ospitalità e ipocrisia si sono dunque spesso fuse e non tutti i riminesi hanno guardato con rispetto e abnegazione un Eldorado che, nelle sue forme più estreme degli anni Settanta e Ottanta, ha snaturato il volto della città e trasformato persino gli spazi più privati, le abitazioni dei cittadini, in alberghetti usa e getta.⁵⁹

Vi guardiamo ad occhi divisi,
uno per il denaro e i sorrisi
l'altro che vorrebbe dirvi
che c'è un'altra faccia della costa. [...] ⁶⁰

⁵⁸ C. Maltese, *Rimini ricca e allegra si vende e si nasconde*, in "La Repubblica", 21 Marzo 2007.

⁵⁹ Troviamo particolarmente significative, per comprendere il rapporto duale amore e odio del riminese, suo malgrado, gettato nell'industria dell'accoglienza, le parole di P. V. Tondelli nel capitolo *Hotel Kelly*, del suo romanzo *Rimini*. Cfr. P. V. Tondelli, *Rimini*, Bompiani, Milano, 1985.

⁶⁰ D. Maggioli, *L'Estate d'Inverno*, in *Pro Loco*, Nda Press, 2008.

Il prezzo per la realizzazione di uno spazio cittadino interamente dedicato al *relax* e alla vacanza altrui, ha avuto, fra le altre cose, come conseguenza “l’evasione sindacale” di cui parlava Cederna. Per anni tutto si è taciuto, pur di non disturbare la divinità locale: la Stagione. Tanto che, anche a livello nazionale, una legislazione seria, adeguata alle necessità dei datori di lavoro e dei lavoratori stagionali, non si è mai avuta. Il risultato è stato un’accettazione passiva di condizioni pesantissime, dettate da un tacito accordo di solidarietà fra imprenditore e dipendente. Spesso questo patto regge, grazie all’onestà dei contraenti, ma sempre più di frequente si spezza, lasciando i lavoratori senza tutele e favorendo le infiltrazioni della criminalità organizzata nel sistema alberghiero. La crisi economica, in questo senso, ha accentuato le idiosincrasie e mette a rischio la tenuta delle attività condotte onestamente. La città, fino agli anni Duemila, ha continuato a vivere unicamente in prospettiva dell’Estate, tanto che, addirittura, l’impressione dei riminesi era quella di interventi pubblici eseguiti solo per finalità promozionali, guarda caso, in Primavera.

[...] finché in Aprile
non copriranno tutto coi pennelli
per darvi l’illusione
di una Rimini più bella.⁶¹

Senza un progetto, senza una visione d’insieme, senza neanche rendersi conto dei pericoli che correva. Quasi fosse naturale, come l’alternarsi delle stagioni, il flusso di turisti sulla costa, la tenuta della città alle invasioni programmate e il disinteresse delle cosche alla *Las Vegas* d’Italia.⁶² Oggi l’atteggiamento è cambiato e qualcosa di nuovo si prepara per la città, ma è necessario conoscere a fondo il tema, perché dall’analisi delle contraddizioni e delle ombre del modello turistico riminese possono emergere gli anticorpi contro la criminalità e gli stimoli per una rinascita vera del tessuto urbano e della comunità.

⁶¹ *Ibidem*.

⁶² Per approfondimenti sul tema, *Romagna Nostra, le mafie sbarcano in riviera*, di Francesco Ceccoli, a cura del *Gruppo Antimafia Pio La Torre*, DIPAFEC, 2013.

7.2 Un nuovo spazio pubblico

Rimini è uno spazio sociale in cui, storicamente, le amministrazioni hanno diretto un'orchestra composta di interessi privati e in cui anche le voci più dissonanti sono state ascoltate, se le loro proposte potevano essere tradotte in sviluppo economico. Ora, questo atteggiamento ha avuto risvolti molto negativi, come per esempio l'inurbamento selvaggio di cui abbiamo parlato, ma ha anche innescato meccanismi di partecipazione. Se una città si abitua a identificare nello strumento associativo il *medium* fra l'interesse particolare e la pubblica amministrazione, riunirsi per tutelare i propri diritti o far valere una posizione diventa un'abitudine.

Risulta difficile spiegare come siano state possibili le premesse che hanno portato alla stesura di un piano strategico partecipato, se non si ricorda che a Rimini l'associazionismo è prima di tutto un metodo. Possiamo, secondo noi, dire che l'individualismo e l'imprenditorialità diffusa coniugate alla necessità di far valere le proprie posizioni togliendole dall'isolamento, hanno influito, nel corso degli anni, a rendere Rimini un ecosistema di esperienze collettive e un ambiente partecipativo.

I meccanismi innescati da Rimini Venture 2027, tramite l'istituzione del Forum del Piano Strategico e le convocazioni di assemblee sul territorio cittadino o della provincia – per arricchire il piano grazie agli impulsi dati da associazioni di cittadini, liberamente riunitesi per rappresentare un'esigenza o un interesse – vanno proprio in questa direzione. Anche se molto resta da fare dal punto di vista del coinvolgimento – data la riottosità dei cittadini a fidarsi degli amministratori e a vedere l'arena pubblica come proprio campo d'azione, le cui cause vanno cercate nella storia recente del nostro paese – il fine resta la condivisione di percorsi e prassi. L'amministrazione del Comune di Rimini pare aver accolto pienamente lo spirito del Piano Strategico. Stampare volantini informativi o avvalersi di *landmarks*, per indicare le zone in cui interventi si

apprestano ad essere eseguiti, sono fra gli strumenti adottati dalla pubblica amministrazione per rendere partecipe la cittadinanza. Un coinvolgimento reale dei riminesi, chiamati a comprendere cosa stia accadendo, perché si stia intervenendo e all'interno di quale progetto per la città, risponde all'esigenza di creare un lavoro condiviso, in cui tutti possano riconoscersi. Questo modus operandi limita la conflittualità – perché le persone hanno un'idea d'insieme e conoscono i progetti complessivi che stanno dietro a temporanei disagi particolari – o la sposta più in alto, al merito dell'intervento, alla sua utilità, al suo impatto sull'ambiente e sulla cittadinanza, al suo costo in termini economici. Dal 14 Dicembre al 23 Dicembre 2012, è stato possibile recarsi ad una mostra al teatro Galli in cui è stato presentato dal sindaco il *Masterplan Strategico*⁶³ nel suo insieme e i vari interventi che sarebbero stati eseguiti, compresi i lavori per il TRC, la metropolitana di costa che, quasi a realizzare il sogno di Tintori, Del Piano e Mattioli, dovrebbe collegare Ravenna a Cattolica. Inoltre numerosi sono stati i dibattiti pubblici e le occasioni di incontro-confronto. *On line* è possibile visitare la piattaforma Rimini Futura, in cui sono indicati non solo gli interventi principali e prossimi venturi, ma anche il pensiero che li ha animati e che ha portato alla loro previsione. La pagina di *Facebook* del Comune di Rimini, coi suoi quasi 20.000 contatti, è attivissima e posta continuamente aggiornamenti e informazioni. *Arengovideo linka* costantemente su *youtube* interviste al sindaco e agli amministratori, conferenze stampa, piccoli documentari in cui vengono illustrate le azioni compiute, le tempistiche, le spese sostenute e, soprattutto, la collocazione strategica degli interventi nel più vasto piano per la città. Insomma, se il cittadino lo desidera, può sapere che strada Rimini ha imboccato e dove porterà, può intervenire e mobilitarsi se non condivide alcune opinioni e interagire con gli amministratori in un clima costruttivo.

Vedremo più dettagliatamente nei prossimi capitoli che cosa Rimini si prepara a diventare entro il 2027, che idea di città ha scelto per sé e come, senza rinunciare

⁶³ Cfr. *Il teatro Galli apre il sipario alla mostra "Rimini futura". Masterplan strategico*, Alta Rimini, 14 Dicembre, 2012, www.youtube.com.

alla propria storia e tradizioni, abbia scelto di dissociarsi da un modello turistico che non le appartiene più.

Capitolo Secondo

Pesce d'Aprile

Oggi un albergo ad *Alcatraz*,
domani un ostello a *Guantanamo*,
le villette degli orrori *Bed & Breakfast* e
su Erode un bel parco tematico,
l'assassinio di John Kennedy
è un musical a *Broadway* [...]
è un gusto difficile da definire
è commestibile, o invece mi uccide? [...]
Mi sembra impossibile
voglio capire
è come vivere in un pesce d'Aprile
divento insensibile
devo dormire
conto le pecore con in mano un fucile.⁶⁴

[Così è stato confermando l'intuizione di Marc Augè che] «il turismo è la forma compiuta della guerra, vivendo noi in un'epoca che mette in scena la storia, ne fa uno spettacolo e derealizza la realtà.» [...] Mi prese allora un senso d'angoscia nel sentirmi osservatore impotente del tragico – la guerra – che ci veniva restituito dal *medium* televisivo mattina e sera, come se la società tutta, improvvisamente diventata un «nonluogo», non fosse in grado di contrastare e fermare ciò che avveniva, ma solo di guardare la spettacolarizzazione, spesso falsificata, della realtà e della storia. Da qui l'interesse, la voglia di capire quei luoghi ove più che altrove si trattano le filiere dell'impulso, delle emozioni, del desiderio e di osservare i comportamenti quotidiani che ci abitua a far parte dei tanti che osservano i pochi. Per capire non bastano tutte le analisi della società dello spettacolo basate sul ruolo della tecnica e dei *media*. Occorre guardare a come

⁶⁴ S. Bersani, *Pesce d'Aprile* in *Manifesto Abusivo*, Fori Classifica Edizioni Musicali, 2009.

scava in profondo l'economia dell'informazione, della cultura, che non è solo il luogo magico dato dall'intreccio tra *high tech* e mezzi di comunicazione, tv, cinema, interattività, *computer science*, realtà virtuale, ma anche liberazione del corpo, della sessualità, *fitness*, *body trance*, massaggi, meditazione, rilassamento, danza, discoteche, disco bar, sostanze psicotrope, musica, turisticizzazione del tempo, parchi-gioco, parchi a tema, villaggi vacanze, navi da crociera, aeroporti. Il tutto esaltato dalla retorica dell'opulenza, della ricchezza, del benessere che trabocca negli ipermercati, nei centri commerciali, nelle città turistiche, ottenibile attraverso la finanziarizzazione del risparmio e da difendere rinchiudendosi in «comunità recintate» da cui respingere i naufraghi dello sviluppo: *homeless*, esclusi, immigrati.⁶⁵

Il brano che avete appena letto è tratto dal saggio *Il distretto del piacere*, di Aldo Bonomi. La sua pubblicazione risale al 2000, quindici anni fa, nel pieno della finanziarizzazione dell'economia che ha caratterizzato il periodo postfordista. Già da allora erano percepibili gli effetti della globalizzazione e della pervasività degli strumenti mediali, nonostante non fossimo tutti stati ancora catalogati dalle strette maglie di *Facebook*. La guerra cui si fa riferimento in questo breve stralcio è quella del Kosovo⁶⁶. Un conflitto impressionante proprio perché vicinissimo alle coste italiane. La sensazione di impotenza davanti all'orrore, ma ancor più davanti alla spettacolarizzazione dell'orrore, esercita un impatto dirompente sull'autore proprio perché, sulle spiagge prospicienti al teatro delle sanguinose ostilità, si celebrava il rito della vacanza di massa. Bonomi decideva allora di creare una connessione indispensabile, ma spesso ignorata dall'economia: quella fra stile di vita e territorio, o ancor meglio paesaggio. Può un *landscape* essere asservito ai meccanismi economici e culturali di diffusione delle informazioni? Sì, può e lo spazio geografico in cui questa fusione si realizzava nella sua forma più compiuta e più inquietante era il quadrilatero del piacere: Verona (o per meglio dire Gardaland), Venezia, Bologna e, ovviamente Rimini. Abbiamo deciso di inaugurare una sezione dedicata all'urbanistica sotto l'ombra ammonitrice di queste parole proprio perché troveremo, nelle prossime pagine, illustrazioni di

⁶⁵ A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Torino, 2000, pag. 11.

⁶⁶ Conflitto armato svoltosi fra il 1996 e il 1999.

concetti utili a una buona gestione dei processi di ideazione e applicazione dei piani strategici. Il linguaggio utilizzato però, anche se apparentemente innocuo e semplicemente funzionale allo scopo, nasconde in sé pericolosi tranelli. Troppo poco spazio viene dato alle Scienze Umane quando si tratta di pianificazione e organizzazione, quasi che l'aspetto linguistico e umanistico restituisca questioni di lana caprina, contrapposte al pragmatismo del *know how*. Il fatto è che gli umanisti lavorano «sul» e non «con» il *know how* e, dopo anni di confusione nel mondo economico fra fine e mezzo, con conseguenti disastri finanziari, ambientali e perdite di vite umane, si può affermare, senza temere di essere pedanti, che dietro al lessico utilizzato si nasconde una visione del mondo e una sua rappresentazione, con tutti i suoi pregi, difetti. Dunque parlare delle persone che vivono in un determinato luogo definendoli cittadini, attori sociali, consumatori o clienti, non è equivalente. Tutt'altro.

Il 6 Novembre 2014, alla fiera Ecomondo di Rimini, è stato organizzato un incontro per illustrare l'avanzamento dei progetti del piano strategico e delle attività comunali maggiormente connesse ai temi dell'ambiente e dell'ecologia. Durante questa conferenza sono intervenuti Andrea Pollarini, docente presso lo IULM di Milano e consulente, per l'agenzia del Piano Strategico di Rimini, del primo Piano dell'Accoglienza e Cristiano Quadrelli, di Iper.net, portale che offre una pianificazione integrata per tutti gli enti di promozione turistico-alberghiera che vogliono promuoversi sul web. I due relatori hanno affrontato i temi dell'innovazione nel campo turistico secondo due approcci completamente diversi, ma che avevano in comune un aspetto: l'abitudine a trattare le persone come clienti. Questa deformazione professionale ha portato Pollarini ad affermare che in passato una vacanza non influiva sull'identità del soggetto, perché ognuno *era* il suo mestiere e le ferie altro non erano che una sospensione dal periodo lavorativo. Oggi, invece le vacanze sono in grado di determinare chi ognuno di noi sia e quindi l'operatore turistico deve riuscire a mettere l'utente in contatto con persone simili a lui, con gli stessi *hobbies* e interessi, perché è questo ciò che le persone desiderano da una vacanza. Diventa difficile davanti a

queste affermazioni non evidenziano che a essere presa in analisi non è la persona in quanto tale o i suoi presunti desideri, quanto piuttosto il modello economico di riferimento (il mito della crescita continua e quindi l'identificazione dell'individuo con la sua funzione produttiva e la tendenza attuale del mondo pubblicitario a spronare all'individualismo e alla realizzazione di tutti i propri desideri, perché da desiderio nasce spesa economica). Non tireremmo infatti in ballo l'ontologia dell'individuo, nel suo *status* di lavoratore o vacanziero, per spiegare le accresciute esigenze dei turisti, quando basta sottolineare che, in un mondo che è cambiato, lo sviluppo tecnologico, la crescita economica del paese e nuovi stili di vita, hanno consentito ai più di diventare esigenti. Cristiano Quadrelli spiegava invece come fosse possibile risparmiare denaro nella pubblicità, qualora si facesse uso dei potenti mezzi *web*. L'elaborazione telematica delle informazioni, da noi stessi consegnate alla rete, rendono molto facile creare un nostro profilo e quindi catalogarci in determinate classi di consumatori e venderci ciò di cui abbiamo bisogno, o desideriamo, o si presume, o ci si aspetta o, ancora peggio, siamo spinti a desiderare. Davanti agli sguardi attoniti della platea il relatore si è fermato, si è reso conto che fra gli astanti non c'erano solo albergatori desiderosi di spendere meno in pubblicità, ma utenti essi stessi della rete e ha ammesso che, in parte, tutto questo ha in sé caratteristiche inquietanti. Questa piccola esperienza può spiegare fatti ben più gravi e di rilevanza globale, di perdita di connessione con la realtà. L'economia, termine nobile a cui è stato ingratamente assegnato il significato di "insaziabile sete di profitto", influisce talmente sulla nostra esistenza da fare affermare senza vergogna a Mark Zuckerberg, padre di *Facebook*, che il *digital divide* impedisce a milioni di persone residenti in paesi poveri, gli stessi, per intenderci, che muoiono di fame o di malattie curabili in altre parti del mondo, di godere di un diritto fondamentale, quello alla connessione⁶⁷. In quest'ottica diventa quindi

⁶⁷ Cfr. Timothy Carmony, *Facebook wants to bring the Internet to 5 Billion. But can it?*, National Geographic, 21 Agosto 2013, www.nationalgeographic.com. L'articolo rimanda anche al testo completo *Is connectivity a human right*, di Mark Zuckerberg. Qui si legge "I'm focused on this because I believe it is one of the greatest challenges of our generation. The unfair economic reality is that those already on Facebook have way more money than the rest of the world

una battaglia per i diritti umani quella di un giovane che lavora per accrescere il proprio portafoglio clienti. È, infatti, innegabile che la connessione a *Internet* sia uno strumento utilissimo per lavorare con profitto e migliorare la propria condizione, ma prevede che si sia in possesso di strumenti tecnologici costosi e stiamo parlando di fette di popolazione mondiale private persino dei principali diritti contenuti nella carta universale.

Tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti. [...]

Ogni individuo ha diritto alla vita, alla libertà e alla sicurezza della sua persona.⁶⁸

In questo modo si mette in discussione il valore stesso della vita delle persone, a meno che non siano dotate di carta di credito o rientrino nella pianificazione aziendale di qualche multinazionale. La globalizzazione diventa allora il “recinto” di cui parlava Bonomi, da cui tenere fuori altre persone, che avendo smesso di essere considerati cittadini e dato che non possono più essere clienti, diventano “emarginati”, “deboli” o, come titolava una trasmissione di qualche anno fa, “invisibili” o per meglio dire “ignorabili”.

Cosa c’entra tutto questo con la pianificazione urbana e con Rimini? Tutto. Perché i modelli economici, come il nostro linguaggio di ogni giorno, sono originati da scelte, compromessi e accordi.

La città nasce da un accordo ed è possibile solo grazie ad esso.⁶⁹

combined, so it may not actually be profitable for us to serve the next few billion people for a very long time, if ever. But we believe everyone deserves to be connected”.

⁶⁸ Cfr. gli artt. 1 e 3 della *Dichiarazione Universale dei Diritti dell’uomo*, Organizzazione delle Nazioni Unite, 10 Dicembre 1948, www.ohchr.org.

⁶⁹ P. Perulli, *Piani strategici. Governare le città europee*, Franco Angeli, Milano, 2004, pag. 15.

L'impotenza di cui parlava Bonomi è data dall'impossibilità apparente di scegliere, ma quando a decidere non è un singolo individuo, cortesemente accompagnato alla porta se troppo polemico, ma una comunità intera, ecco che nascono altre idee di città e società. L'invito resta quello a non diventare insensibili, parafrasando Samuele Bersani e, soprattutto, a rimanere vigili sulle parole che vengono usate e sui contenuti proposti. In fondo se il *medium* è il messaggio occorre imparare a difendersi anche dalle innocenti semplificazioni di una presentazione Power Point.

1. Uno sguardo d'insieme

Un Piano Strategico non è solo uno strumento per aumentare sul medio e lungo periodo la ricchezza di un'area o la sua competitività sul mercato globale. Il suo obiettivo è la crescita globale, intendendo con ciò anche il miglioramento delle condizioni di vita del maggior numero possibile di persone, il rafforzamento della coesione sociale e della ricchezza della società civile. Spesso, purtroppo, la crescita economica – misurata solo in termini di Pil – può provocare delle patologie sociali sia individuali che collettive, determinando effetti “non sostenibili”, ovvero che creano squilibri tra le diverse domande che la società, nella sua complessità, pone. Una delle caratteristiche del Piano Strategico è che deve essere sostenibile. Partendo dall'assunto che la città, per sua natura, non è sostenibile – in quanto consuma più risorse di quelle che produce – per “sostenibilità” di una città si intende proprio la capacità di mantenere l'equilibrio tra tutti i principi fondanti, tra le diverse istanze, tra le ragioni della sicurezza e quelle della solidarietà.⁷⁰

⁷⁰ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, Comune di Rimini, Rimini, 2011, pag. 114.

Affrontare il testo di Rossi e Vanolo, *Geografia politica urbana*, del 2010 è stato fondamentale per ricucire il legame fra pianificazione urbanistica, innovazione, progettazione e la Babele dal pensiero unico, ma dalle mille lingue e molti volti, che è la globalizzazione. Rimini, come ribadisce costantemente il sindaco Andrea Gnassi, altro non è che un puntino sull'asse dell'Adriatico; certamente situato in un'area strategica e di passaggio, che ne ha fatto la fortuna nei secoli, ma pur sempre un punto periferico sulla cartina politica dell'Italia. Rimini può quindi reinventare il suo modo di essere e la sua personale ricerca del benessere, ma sempre all'interno di un contesto culturale ed economico stabilito, molto ampio e sfaccettato. Cercheremo ora di tratteggiare in breve cosa sia stata la geografia politica urbana mondiale degli ultimi decenni. Questo ci permetterà di comprendere ancora meglio quanto le scelte operate dal periferico capoluogo di provincia romagnolo, siano innovative e sintomatiche di un modo differente di concepire lo spazio urbano e dove invece rispondano a una tradizionale impostazione economica e sociale. Il nostro ragionamento deve partire dall'assunto che, almeno fino all'inizio della crisi, nel 2008, vivevamo in un mondo retto dalla filosofia economica neoliberale e la nostra società occidentale si collocava in una fase di sviluppo industriale definita «postfordista». All'interno di questa cornice possiamo collocare il *modus operandi* e la *forma mentis* che hanno caratterizzato gli ultimi venticinque anni. Nel nostro caso specifico lo spazio urbano, la sua organizzazione, la divisione dello spazio e dei compiti fra i cittadini rispondeva, in particolare negli USA, a questa logica, a questo pensiero. Colpevolmente si farà riferimento principalmente al solo testo di Rossi e Vanolo, ma si vuole sottolineare che *Geografia politica urbana* racchiude in sé il pensiero di numerosi autori di grande spessore ed è un testo completo, seppur con un'impostazione di pensiero molto chiara e schierata.

1.1 Una ricetta, tante realtà

La storia recente ci mostra come, dagli anni Settanta, sia stata messa in discussione l'idea che il governo urbano potesse identificarsi con politiche redistributive. Molti studiosi dell'epoca cominciarono a puntare l'attenzione sulla crescita economica come sua finalità principale. Fra questi l'americano Paul Peterson si distinse per l'invito alle città a concentrarsi sull'attrazione di capitali. Nel suo testo del 1981, *City Limits*, sostiene che, dovendo competere l'una con l'altra per attirare investitori, le città non possano concentrarsi su politiche di redistribuzione, ma debbano investire sulla crescita urbana.⁷¹ La rivoluzione neoliberale che ebbe origine da queste filosofie, come hanno dimostrato autorevoli studiosi, investì negli USA, a partire dagli anni Settanta, non solo la sfera economica, ma anche quella politico-istituzionale, presentando agli amministratori una ricetta da seguire passo a passo, che collegava strettamente l'andamento del mercato alla vita delle città. Dunque, a prescindere dall'orientamento politico degli amministratori la fusione fra mercato-crescita-città orientò, a partire da quegli anni, tutte le politiche urbane e limitò in maniera consistente politiche di *welfare* e intervento pubblico.

L'ibridazione delle forme politiche e istituzionali non deve far pensare che la transazione al neoliberalismo urbano sia stata indolore e conciliante con le diversità locali. [...] negli anni Ottanta e nella prima metà dei Novanta, la volontà del Fondo Monetario Internazionale e della Banca Mondiale ha imposto dall'alto riforme politiche e amministrative di livello nazionale con profonde conseguenze per le città, in particolare in seguito ai Piani di aggiustamento strutturale. [...] Si tratta di programmi di stretta osservanza neoliberale, che prescrivono ricette «universali» (vale a dire, che si presuppone siano valide per città delle aree periferiche e marginali più disparate del globo) in grado di garantire le condizioni necessarie allo sviluppo economico nazionale e regionale e all'integrazione con l'economia mondiale [...] Politiche macroeconomiche

⁷¹ Cfr. U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, Laterza, Bari, 2010, pag. 79.

e misure settoriali come quelle appena delineate, essenzialmente di competenza nazionale, hanno avuto profonde implicazioni per le città del Sud del mondo.⁷²

Ovvero estesa privatizzazione delle funzioni urbane, dismissione di attività economiche a conduzione statale, fallimento di industrie che godevano di protezione economica con conseguente aumento della disoccupazione, smantellamento di tutte le forme di protezione sociale.

I servizi educativi e sanitari sono stati drasticamente ridotti, la già esigua offerta di alloggi pubblici dimezzata, i prezzi dei cibi importati sono aumentati sensibilmente a causa della svalutazione della moneta locale, mentre gran parte della terra coltivata è stata destinata a produzioni rivolte all'esportazione.⁷³

Nel mondo Occidentale, invece, la riduzione dell'intervento dello Stato nelle iniziative connesse alla città, ha comportato l'innescò di una gara fra città per accaparrarsi le poche risorse disponibili e la corsa ai capitali degli investitori. Dunque i governi locali si sono trovati a utilizzare vere e proprie strategie di *marketing* urbano per promuovere i propri territori, mentre nei paesi del Sud del Mondo arrivava forte l'invito a dar vita a città "globali" in grado di sostenere il confronto con le sorelle occidentali. Tutte le attività di politica urbana devono quindi essere volte alla crescita, perché, secondo il pensiero neoliberale, se una città cresce aumentano anche infrastrutture, servizi e si combatte la povertà. La realtà dei fatti è che, grazie ad un' accurata selezione all'ingresso, in pochi godono delle splendide nuove città, il resto della popolazione crea baraccopoli e *slum* per poter sopravvivere.

⁷² *Ivi*, pagg. 91-92.

⁷³ *Ivi*, pag. 92.

In molti aspetti affine, seppur da una prospettiva maggiormente indirizzata ai paesi economicamente più avanzati è l'orientamento dell'Ocse, che nella sua interpretazione della città come «locomotiva» dello sviluppo raccomanda ai paesi membri l'adozione di politiche a sostegno dell'imprenditorialità ispirate a principi e obiettivi di sostenibilità ambientale. [...] in tale ottica, la coesione e la sostenibilità non sono trattate come valori fondanti di una società tendente al perseguimento di un orizzonte di giustizia sociale ed ecologica, ma sono assunte implicitamente come obiettivi strumentali all'imperativo della crescita economica.⁷⁴

Tutto viene quindi tradotto in termini di crescita, dando per assodato, anche se per finta, che essa possa essere infinita e costante. La buffa contraddizione, che risiede nel neoliberalismo urbano, è quella che vede i sostenitori del modello contrastare l'intervento economico dello Stato e delle pubbliche amministrazioni nell'arena del libero mercato e il conseguente sostegno incondizionato all'ingresso dei privati nel governo dello sviluppo economico e territoriale; d'altro canto, in caso di difficoltà o in occasione della realizzazione di grandi complessi urbani, quell'intervento statale, tanto deprecato, viene chiesto a gran voce. Straordinario è l'effetto che questi atteggiamenti ambivalenti innescano sulla società. Un caso peculiare e forse unico nel suo genere, è costituito dal rapporto controverso imprenditoria-evasione fiscale-opinione pubblica in Italia, ma un approfondimento sul tema meriterebbe una tesi di laurea *ad hoc*.

I mutamenti economici appena sommariamente descritti, avvenuti nell'esperienza urbana della cosiddetta «postmodernità», non sono da intendersi come un'evoluzione in qualche misura «naturale» nella traiettoria di sviluppo della città contemporanea, ma come l'esito di precise strategie di valorizzazione urbana e relativi progetti di accumulazione capitalistica perseguiti dalle *élites* politico-economiche all'indomani della crisi del fordismo.⁷⁵

⁷⁴ *Ivi*, pagg. 99-100.

⁷⁵ *Ivi*, pag. 41.

Nonostante dunque tutti gli effetti nefasti o positivi che questo modello economico porta con sé, ribadiamo che, in ogni caso, si tratta di una scelta che le comunità compiono ogni giorno. Non esiste il pensiero unico nella teoria, sta a noi non legittimarlo nella pratica e il neoliberismo non fa eccezione. Gli anni d'oro di questa filosofia economica sono passati e possiamo oggi, con sguardo scientifico, analizzarla in tutte le sue implicazioni, soprattutto sotto il profilo delle politiche urbane. Prima di accingerci allo studio dei piani strategici, facciamo dunque nostre le parole chiave di questo pensiero, scopriamo quale sia il loro *background* e cosa sottintendano.

1.2 Piccolo vocabolario neoliberale

Analizziamo dunque la terminologia che maggiormente è in voga, anche oggi, in contesto di politica e pianificazione urbana.

- Competitività

Quando all'interno dei documenti strategici, si parla di pratiche finalizzate a un miglioramento delle *performances*, che aumentino la competitività di una determinata città stiamo parlando la lingua neoliberale. L'uso di questo termine, in questo specifico contesto, ha delle precise conseguenze, come evidenziano Rossi e Vanolo: le classifiche, che ordinano in sequenza le città di una determinata regione o paese o contesto internazionale, vengono stilate tenendo principalmente conto della capacità di un determinato territorio di attrarre investimenti; i dati contenuti nelle classifiche, per quanto reali, sono strettamente connessi a un discorso neoliberale che sottintende che le città siano

Attori collettivi omogenei (capaci di comportarsi come individui o imprese)⁷⁶

e vanno dunque considerati secondo quest'ottica. Si dà per scontato che tutti gli agglomerati urbani organizzati condividano, in tutto il mondo, le medesime scale di valori e priorità. Questo, secondo molti studiosi, ha giustificato interventi assistenziali, investimenti e programmazione urbana, da parte di organismi internazionali, che per nulla hanno preso in considerazione le istanze delle popolazioni insistenti su un determinato territorio, ma hanno calato dall'alto le priorità del modello di vita occidentale che, ovviamente secondo chi si accingeva a intervenire, doveva essere il più ambito per chiunque.

In ambito urbano, ogni rappresentazione della realtà che ha una pretesa normativa sul modo in cui le città dovrebbero essere o comportarsi, prescindendo di fatto dal concreto contesto storico, politico e socio-economico locale, conduce alla selezione di un ricetta «vincente» di sviluppo e quindi si trova a imporre scelte sovra determinate. [...] i territori non competono in senso stretto e le città non sono mai veramente attori collettivi: si tratta di discorsi e rappresentazioni strumentali a specifiche visioni del mondo e a relativi interessi politico-economici.⁷⁷

Da qui nascono idee molto diffuse, in realtà per nulla nuove e di matrice coloniale, secondo cui un determinato paese che non possieda i medesimi strumenti e strutture tecnologiche, politiche, sociali di altri, siti in Occidente, sarebbe «indietro di anni». È tipico del pensiero Occidentale, decorso della malattia eurocentrica, abdicare al concetto di contemporaneità per assumere che qualunque paese al mondo sia naturalmente portato a seguire le orme del modello occidentale, quasi che non si proceda tutti sulla stessa linea temporale, ma qualcuno sia rimasto indietro. Non è ammissibile, secondo questo modo di ragionare, che esistano altre vie di sviluppo o stili di vita, egualmente contemporanei e *à la page*. Un grande limite quando si parla di città, solidarietà

⁷⁶ *Ivi*, pag. 17.

⁷⁷ *Ivi*, pag. 18.

sociale, integrazione, protezione delle minoranze o, per parlare l'ubiqua lingua del commercio, proiezioni di crescita del *brand*, valutazione e diversificazione del rischio. Sottovalutare il concorrente e il suo portafoglio clienti può costare caro.

- **Brand**

Le rappresentazioni della città possono dare vita a immagini stereotipate e vuote di vero significato, a uso e consumo di attori economici, sociali e culturali, come gli operatori turistici e gli organizzatori di eventi in primo luogo. D'altro canto, semplificazioni e stereotipi consentono di formulare generalizzazioni, di alimentare aspettative, nonché di guidare le azioni di potenziali fruitori urbani, in particolar modo in assenza di una effettiva volontà di conoscenza del contesto urbano che si presenta loro per la prima volta [...]. Di qui l'interesse nel *branding* urbano, inteso come strategia di costruzione di immagini seducenti allo scopo di catturare i flussi globali di visitatori e fruitori temporanei delle città.⁷⁸

Anche il tipico concetto aziendale di *brand*, nella società postfordista di pensiero neoliberale, assume una valenza strategica per il posizionamento competitivo della città nell'arena del libero mercato. Anche qui sottolineiamo che la semplificazione, se davvero di innocente semplificazione si tratta, ha delle conseguenze dirette sul territorio. Chi stabilisce i limiti della semplificazione? Le città non nascono per essere centri commerciali, ma se lo diventano che ne è dei cittadini? Cosa succede quando una città diventa uno slogan? Come accadde nel 2005 quando Riccione, comune romagnolo, cambiò il cartello d'ingresso della città sostituendolo con un bel «RicC1one» per promuovere la nuova auto della Citroën?⁷⁹ Gli effetti collaterali di una mancata previsione degli esiti lessicali di certe ricette sono riscontrabili nella recente storia di Rimini e del *brand* "divertimentificio": sfruttamento indiscriminato del territorio e sua deturpazione, assoggettamento della cittadinanza al completo ai ritmi della festa

⁷⁸ *Ivi*, pag. 33.

⁷⁹ Per approfondimenti sul tema cfr. G. Massaro, *Il Co-marketing nei servizi turistici: il progetto Riccione C1*, tesi di laurea discussa all'Università di Bologna, relatore Prof. Roberto Romagnoli, a.a. 2005- 2006.

altrui, lavoro di molti sfruttato per l'arricchimento di pochi, consumo del suolo, immagine pubblica univoca e dunque, appena passata di moda, uscita dai cataloghi. Rimini ha sempre saputo in qualche modo reagire, ma questi fatti dovrebbero portare a riflessioni serie da parte di chi sostiene che la città possa essere pensata come un'azienda. Licenziare i propri cittadini in caso di fallimento risulta una pratica ancora complicata.

Nel passaggio postfordista dal turismo al *loisir* lungo quella «*wave californiana*» che è ormai la statale adriatica, si susseguono, osservato dall'alto dell'emblematica ruota di Mirabilandia, parchi a tema e parchi acquatici, bowling, pub, il sistema delle discoteche concentrato tra Rimini e Riccione, motel del sesso a pagamento, stazioni di servizio e centri commerciali della grande distribuzione. Luoghi per consumatori più che per turisti, consumatori di spazio, di tempi, di corpi, di *fashion*, di relazioni, di gusti, di mode, di emozioni.⁸⁰

E ancora, riferendosi al quadrilatero di cui prima,

Il distretto del piacere è un enorme sistema del valore territorializzato specializzato nello scovare e trattare le diversità culturali e trasformarle in prodotti di divertimento che poi a loro volta sono incorporati nella produzione di merce.⁸¹

La *brandizzazione* di una città consiste dunque nella trasformazione in marchio di un territorio con il conseguente inserimento nel processo produttivo dello stesso e delle persone che vi abitano, di qualunque tipo di produzione si tratti. Qualora, infatti, un territorio produca immagini di sé, che siano le colline toscane o la Provenza o le colline del Barolo, possiamo ottenere protezione del paesaggio – che puntualmente diventa esclusivo e molto costoso, tanto che chi vi ha sempre abitato è spesso costretto ad andarsene – e una sua conservazione a fini

⁸⁰ A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, cit., pag. 60.

⁸¹ *Ivi*, pag. 68.

commerciali; ma se quel territorio è Taranto dell'Ilva, Brescia della Caffaro, o il distretto di Porto Marghera il discorso cambia, anche se il meccanismo resta lo stesso. Le criticità risiedono tutte nelle "finalità commerciali" di un'azione sul territorio, che, in una visione neoliberale, non solo vanno sempre considerate e sono sempre sottointese, ma costituiscono l'aspetto principale, il traino, il mezzo e il fine. Ciò non va mai dimenticato. L'interpretazione neoliberale della realtà è sempre socio-economica, si parli di pellegrinaggi a San Pietro, di un concerto musicale o dell'apertura di una nuova scuola elementare.

- **Cultura, Creatività, Spettacolo.**

Altri termini ricorrenti nella società postfordista e nelle sue politiche territoriali sono la triade cultura, creatività e spettacolo. Spesso usate indistintamente, quasi sempre in modo inappropriato, sovrapposte, confuse l'una con l'altra farciscono discorsi, proclami, programmi e piani strategici. Vediamo ora quale significato queste parole abbiano nel lessico neoliberale.

La politica urbana è oggi anche una «politica dello spettacolo», intesa come mobilitazione di strutture materiali, risorse finanziarie, competenze, attori intorno a eventi di grande richiamo (festival, concerti, manifestazioni sportive ecc.) o a luoghi e siti espositivi capaci di promuovere un senso di appartenenza collettiva, per quanto fugace e mercificato: si pensi ai centri commerciali, alle aree pedonali dedicate allo shopping, ai quartieri «etnici» con le schiere di ristoranti con menù a buon prezzo (le molte «Chinatown» in giro per il mondo), ai già citati parchi tematici, alle esposizioni di arte contemporanea e altri avvenimenti culturali, o ancora alle città simbolo del consumo e del divertimento effimero, come Las Vegas. Intere porzioni delle città sono adibite a vere e proprie arene di spettacolo e gioco, da un lato, segnando un divario invalicabile tra chi può e chi non può prendere parte a questi eventi o partecipare al rito dello shopping collettivo e, dall'altro, come vedremo, spostando il fulcro delle iniziative di sviluppo urbano dal tradizionale sostegno alle attività produttive e al settore dei servizi e delle imprese verso attività maggiormente orientate al consumo, che richiedono il contributo non solo delle

amministrazioni pubbliche ma anche di attori privati impegnati nei settori della cultura e dello spettacolo.⁸²

Da queste affermazioni emergono due aspetti fondamentali: cultura, creatività e spettacolo fanno tutte parte della filiera di produzione delle industrie dello spettacolo. Possiamo semplificare dicendo che la creatività è trattata come una materia prima, lo spettacolo un prodotto e la cultura come ricaduta sociale. In secondo luogo si registra un intervento sempre più consistente delle amministrazioni pubbliche “verso attività maggiormente orientate al consumo” con un’uscita del finanziamento pubblico dai canali tradizionali del *welfare* e della redistribuzione. Anzi, coloro che si ritrovano esclusi dai processi di consumo non riescono a rientrarvi e vengono dunque emarginati. Le produzioni culturali, lo spettacolo e le filiere che promuovono la creatività non sono esenti da questi meccanismi esclusivi, che rendono più bella e attraente una città agli occhi di un’élite che può goderne, ma a spese di tutti i contribuenti, spesso relegati in aree della città molto meno belle, attraenti e sicure.

A ben guardare, non si è al cospetto di una mera subordinazione della cultura ai dettami del capitale e alle sue modalità di circolazione nel tempo e nello spazio. Piuttosto la «cultura» [...] diventa [...] un fattore intimamente legato alla dinamica dello sviluppo capitalistico, da cui dipende l’incessante «rigenerazione» delle entità sociali e spaziali che ne costituiscono la base fondamentale.⁸³

Anche i confini della parola cultura dunque spariscono ed essa si trasforma in un ingranaggio del modello economico, che diventa pensiero. Viene definita “petrolio”, “motore dell’economia”, “risorsa principale”, esce dal campo dei diritti, entra in quello del profitto e nell’immaginario comune si trasforma in

⁸² U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pag. 41.

⁸³ *Ivi*, pag. 55.

“macchina da soldi” o, se non esercita più una funzione attrattiva in un determinato campo, in “baraccone”.

Creatività invece è un termine attualmente ancora molto in voga fra le classi dirigenti. La sua fama è dovuta a un testo di Richard Florida del 2002. Nonostante all’epoca fosse stato criticato dal mondo accademico, esso riscosse grande successo soprattutto fra gli amministratori statunitensi. Nel testo si descrivevano le caratteristiche di una così detta «classe creativa». Composta da individui che condividerebbero valori e punti di vista sul mondo, come

Una forte enfasi sul valore dell’individuo, sulla sua libertà di azione e indipendenza da appartenenze precostituite e rivendicazioni particolaristiche; una spiccata fiducia nella meritocrazia come requisito fondamentale del successo personale e preconditione della mobilità sociale; la passione per la diversità nei modi di vita e la disponibilità a riconoscere e valorizzare le differenze di genere, etniche, culturali e di orientamento sessuale presenti nella società.⁸⁴

Essa costituirebbe un volano per l’economia di città altamente tecnologizzate in grado di attrarle. Le città diventerebbero più belle, interessanti e all’avanguardia grazie al suo contributo. In realtà è facile notare come da questa descrizione non emergano soggetti in sé tolleranti o mentalmente aperti a tutto tondo, in altre parole persone “nuove”. Se esiste, la classe creativa è caratterizzata da individui che non si scandalizzano a relazionarsi con persone provenienti da altre culture, *gay* o di genere diverso dal proprio, ma per il resto si rifanno al modello esclusivo della società americana, caratterizzata da una meritocrazia sinonimo di competizione e da una forte componente di discriminazione sociale, data dal reddito, di matrice protestante. Infatti dobbiamo ricordare che una delle principali novità introdotte dal neoliberismo è la «responsabilizzazione dell’indigenza». Ovvero, se lo Stato diminuisce sempre di più il proprio intervento nella vita pubblica e i servizi, dalla sanità ai trasporti, sono sempre più soggetti a

⁸⁴ *Ivi*, pag. 57.

privatizzazione, la responsabilità del proprio *status sociale* ricade sul singolo e non più sulla comunità.

Com'è noto, oggi è considerata responsabilità di ciascun cittadino risparmiare e mettere da parte una quota del proprio reddito per poter fronteggiare un eventuale licenziamento o una pensione ridotta. Inoltre, è compito di ciascuno (anche finanziariamente) provvedere al proprio aggiornamento culturale, professionale e tecnologico per rimanere competitivo nel mercato del lavoro, e in molti paesi economicamente avanzati spetta al singolo cittadino premunirsi dal rischio di malattia sottoscrivendo un'assicurazione a tutela della propria salute. Tale spinta all'individualizzazione (e privatizzazione) preme implicitamente verso la colpevolizzazione del povero [...].⁸⁵

L'utilizzo strumentale di concetti fondamentali per la vita delle persone e delle città come cultura, creatività e spettacolo, non conduce ad altro che alla giustificazione di meccanismi di accumulazione. Se i modelli redistributivi e di *welfare*, comprese scuole ad alto potenziale formativo, non vengono più sostenuti, anche la cultura diventa un privilegio per i pochi che possono permetterselo. L'effetto *boomerang* dato da un atteggiamento simile e, soprattutto in Italia, da un aggiramento dei dettami della Costituzione⁸⁶, è quello di vedere la "propria cultura" diventare di nicchia e, dunque, l'innescò di ulteriori meccanismi di esclusione, arroccamento sulle proprie posizioni, paura e, non da ultimo, la chiusura di musei, istituzioni culturali e teatri centenari al primo quinquennio di crisi economica.

Le conseguenze più temibili di questo assetto societario consistono nell'autodifesa da parte di coloro che si trovano improvvisamente ai margini, senza la possibilità di risollevarsi. Rossi e Vanolo sostengono che *comandos* di narcotrafficienti, *gang* urbane, o eserciti privati in Africa siano reazioni violente e terrificanti all'emarginazione generata da questo modello economico. Nelle città

⁸⁵ *Ivi*, pagg. 121-122.

⁸⁶ Cfr. *La Costituzione della Repubblica Italiana*, articoli 2 e 3, sito istituzionale del Governo Italiano, www.governo.it/Governo/Costituzione.

occidentali, parallelamente, si riduce sempre di più lo spazio urbano pubblico e in nome del decoro e della sicurezza, si criminalizzano i senzatetto e i loro comportamenti, senza in realtà predisporre per loro spazi che gli consentano di non infrangere la legge o insudiciare la città.

Si noti, peraltro, che l'annichilimento dello spazio pubblico non avviene solo con l'emanazione di leggi dello Stato e di ordinanze municipali, ma anche per mezzo di strumenti più sofisticati e apparentemente «non politici» come il design e la progettazione urbana. Steven Flusty ha rivelato come esista un'arte di progettazione «sadica» di panchine inutilizzabili per dormire all'aperto, di sistemi di irrigazione automatica per giardini pubblici che si innescano automaticamente in orari imprevedibili per scoraggiare il sonno degli *homeless*, di marciapiedi dove è scomodo sedersi, di bagni «pubblici» nascosti all'interno di centri commerciali, inaccessibili ai non clienti.⁸⁷

Citiamo queste riflessioni perché scelte di questo tipo non sono state compiute solo negli USA, ma sono sotto i nostri occhi, in Italia. La proposta di chiusura del dormitorio di Bologna da parte del Commissario Cancellieri, che ha trovato forte opposizione nella cittadinanza, la ghettizzazione dell'area universitaria attorno a via Zamboni, sempre a Bologna, presidiata da polizia (e spacciatori) nell'area prospiciente a piazza Verdi, le celeberrime panchine di Treviso del sindaco Gentilini, balzate agli «onori» della cronaca, o le attuali ordinanze del sindaco Bitonci di Padova eseguite in nome della tutela del decoro, sono solo alcuni esempi di un atteggiamento molto diffuso nelle amministrazioni italiane.⁸⁸

David Ley, tra i più noti esponenti della nuova geografia sociale anglo-americana, è stato fra i primi ad approfondire il legame tra culturalizzazione della vita urbana e processi di *gentrification*.[...] « vi è stato un movimento [...] che ci ha condotti dai festival ai mercati di festival, dalla produzione culturale alle economie culturali, fino a un'intensificata colonizzazione

⁸⁷ U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pag. 129.

⁸⁸ Cfr. D. Boresi, *Alcol e decoro, ecco tutti i divieti dei sindaci a Nordest*, «Il Gazzettino», 14 settembre 2014, www.ilgazzettino.it.

economica della sfera culturale e a una rappresentazione della città creativa non come mezzo di emancipazione, ma come strumento di accumulazione economica.» [...] L'ultimo dato dimostra quanto sia «caro» il prezzo da pagare alla vivibilità e attrattività in un centro urbano come Vancouver o in altre emergenti «città creative» del Nord America. [...] Nonostante le rassicurazioni di Florida a proposito della possibilità di coniugare urbanesimo creativo ed equità sociale questi esempi mostrano come qualità della vita, attrattività dei luoghi e selezione sociale a scapito dei ceti più bassi siano fenomeni che possono andare di pari passo, soprattutto in assenza di politiche e altre iniziative pubbliche capaci di contrastare o soltanto alleviare gli effetti dei fenomeni di esclusione sociale e spaziale che sovente si accompagnano ai processi di rigenerazione urbana «creativa».⁸⁹

Questi temi sono attualissimi se solo si pensa agli scontri a Milano in seguito all'occupazione delle case popolari, nei giorni in cui i lavori per l'EXPO procedono a velocità vertiginose⁹⁰. Per non parlare delle proteste contro immigrati, delinquenza e spaccio, ridotti a comune denominatore delle periferie romane, mentre il centro storico viene pedonalizzato e reso sempre più bello.⁹¹

La svolta neoliberale nel governo della città capitalistica ha fortemente accentuato la tendenza a considerare la «cultura» una posta in palio di valore cruciale nella sfera pubblica urbana, sia nel senso dell'enfasi sulla dimensione simbolica di eventi e particolari spazi delle città, sia come attenzione «interessata» rivolta alle diversità delle appartenenze di gruppo e al loro potenziale economico e appunto «creativo»; una tendenza contrastata dalle minoranze dissidenti che rifiutano la normalizzazione e difendono la propria alterità.⁹²

In conclusione di questo ragionamento possiamo affermare che ciò che il modello neoliberale mette in discussione è la collocazione nell'assetto societario, di elementi cardine come la cultura, lo spettacolo ricreativo e la creatività. Essi

⁸⁹ U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pagg. 60-62.

⁹⁰ Cfr. F. Q., *Case popolari, sgomberati due centri sociali. Scontri e barricate a Milano*, «Il Fatto Quotidiano», 18 Novembre 2014, www.ilfattoquotidiano.it.

⁹¹ Cfr. P. Ridet, *Io sto con Marino*, «Internazionale», 4 Novembre 2014, www.internazionale.it.

⁹² U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pag. 69.

non perdono il loro potenziale simbolico, ma, proprio perché se ne comprende l'importanza, vengono declinati al profitto, dunque si snaturano e innescano meccanismi di esclusione.

2. I Consumattori

«Consumattore» è un termine che non compare nel lessico neoliberale, ma che può risultare molto utile nell'accezione che ne dà Aldo Bonomi, per comprendere come quegli attori sociali, che troveremo nell'illustrazione dei tratti principali dei piani strategici, possano ricoprire un ruolo attivo, snaturato e teatralizzato, come consumatori. Non nascondiamo la critica a certe scuole di pensiero che connotano lo strumento strategico urbano come pianificazione aziendale. Considerare infatti un cittadino come un cliente o un consumatore ha delle conseguenze prevedibili e ignorate in nome del profitto, come abbiamo precedentemente illustrato. Una delle principali e più dirette di cui non abbiamo ancora parlato è il cambiamento di percezione da parte del soggetto di se stesso: da membro di una collettività a singolo entro un gruppo di interesse.

Cittadino: chiunque abita in città o risiede in una determinata città. [...] ⁹³

Ovvero, per estensione, anche l'immigrato, il povero, il senzatetto.

Cliente: chi si fornisce abitualmente in un negozio. [...] ⁹⁴

Consumatore: chi consuma, o anche più genericamente, chi acquista beni economici, qualunque carattere abbia il consumo o l'acquisto (di godimento, produttivo o distruttivo) [...] ⁹⁵

⁹³ Cfr. *Vocabolario Treccani*, www.treccani.it.

⁹⁴ Cfr. *Vocabolario Treccani*, www.treccani.it.

⁹⁵ Cfr. *Vocabolario Treccani*, www.treccani.it.

Dunque sostituendo un termine all'altro cambia il ruolo dell'individuo nella società. Da soggetto che sta, risiede, a soggetto che compie l'azione di acquistare. Comanderete bene che, giunti a questo punto, è facile smettere di far derivare i diritti dallo "stare", dal vivere in un luogo, e farli piuttosto provenire dall'atto di acquistare. Potendo essere l'acquisto di godimento, produttivo o distruttivo ci troviamo davanti anche a una modificazione del rapporto col proprio corpo e con il territorio, che investe in maniera piuttosto palese anche la sfera del «benessere».

Il corpo diventa moneta vivente non attraverso la sua reificazione, ma attraverso la sua sussunzione, come macchina desiderante, nel sistema della merce.⁹⁶

Fare campagne pubblicitarie contro il fumo può essere punito dalla legge?⁹⁷ Qualsiasi appetito che generi profitto può essere sinonimo di diritto di cittadinanza? La nuova definizione di cittadino dovrebbe dunque essere "macchina desiderante sussunta nel sistema della merce, titolare di diritti politici direttamente proporzionali al suo potere d'acquisto". Questa, se non etica, né accettabile, né tantomeno rintracciabile in alcuna costituzione nazionale del globo, come formula, sarebbe perlomeno onesta intellettualmente.

Qui appare il «consumatore», cioè una figura sincretica di consumatore e di attore, che prima si rappresenta come modello idealtipico di utilizzatore di stili, tempo e spazio, e poi consuma merce, tempo e spazio funzionali a realizzare la sua rappresentazione. Se nel fordismo il consumatore era massificato e indifferenziato e se nel postfordismo diventa, come evidenziato da Alvin Toffler, un «prosumatore», cioè un produttore di informazioni che, entrando nel ciclo produttivo, determinano le tipologie merceologiche da consumare, nell'economia della rete e

⁹⁶ A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, cit., pag. 70.

⁹⁷ Cfr. G. Monbiot, *Il trattato che minaccia la democrazia*, «Internazionale», 13 Novembre 2014, www.internazionale.it «Le grandi aziende sono impegnate in una girandola di vertenze che hanno come unico obiettivo quello di spazzare via qualsiasi legge che possa interferire con i loro profitti. La Philip Morris sta facendo causa ai governi di Uruguay e Australia, colpevoli di voler convincere la gente a non fumare».

dell'indistinto diventa «consumatore», cioè produttore di stili e tendenze che determinano la produzione della merce, sia che si navighi su Internet o che si dedichi al «tempo libero».⁹⁸

Abbiamo ora tutti gli strumenti per affrontare con senso critico la letteratura sui piani strategici.

⁹⁸ A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, cit., pagg. 60-61.

Capitolo Terzo

Un'idea di città ideale

È necessario che la pianificazione sia “democratica e partecipata” e mediante il Quadro Conoscitivo, il Piano Strategico, il Piano Strutturale (PSC), il Piano Operativo (POC), il Regolamento Edilizio Urbanistico (RUE) – gli strumenti previsti dalla Legge Regionale Emilia Romagna n° 20/2000 – si può delineare il futuro di una città basandola sui principi dello Sviluppo Sostenibile.⁹⁹

Le città costituiscono oggi un osservatorio «vivente» dei limiti del governo neoliberale e neoliberista del capitalismo e della globalizzazione.¹⁰⁰

Esiste fior di letteratura sui piani, sulla loro utilità, il loro valore strategico in termini di collocazione delle città nell'arena competitiva della globalizzazione dei servizi, la loro utilità per le comunità coinvolte. Non è purtroppo questa la sede di approfondimenti metodologici sui piani strategici, ma è sicuramente quella di una riflessione sui meccanismi di partecipazione che hanno caratterizzato la redazione dei piani dagli anni Novanta ad oggi. Ci risulta molto interessante e importante interrogarci su quale sia la società (o la comunità?) a cui il piano strategico si rivolge. È troppo semplice parlare di “benessere”, “cittadinanza”,

⁹⁹ *Rimini verso la città ideale*, Basta merda in mare - Rifiuti zero - Maricla - Rimini Rescue, Rimini, 2010, pag. 23.

¹⁰⁰ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 104.

“solidarietà sociale”, “integrazione” senza chiedersi chi siano i soggetti – o magari preferiremmo definirli oggetti, o consumatori – a cui è rivolta la proposta, o da cui questa parte. Scrivere un piano strategico non significa soltanto definire le azioni future delle pubbliche amministrazioni per ammodernare la città, ma comporta l’interrogarsi sulla comunità che si ha davanti, sul ruolo sociale che riveste ogni singolo individuo e, persino, sulla terminologia usata per identificare ogni singolo soggetto considerato. Definire le persone cittadini, consumatori o «consumatori», determina l’ontologia di chi abita un territorio, in altre parole l’ontologia della città. Nulla può essere sottovalutato quando si parla di città perché le definizioni adottate per descriverla altro non sono che scelte, non assiomi e le scelte comportano una responsabilità. Se andassimo ad analizzare tutti i piani strategici italiani e tutti i testi che trattano di piani strategici sarebbe incredibile accorgersi della quantità di termini diversi utilizzati per definire concetti che si ritengono equipollenti e che invece nascondono idee del mondo, delle città e dei rapporti fra persone spesso inconciliabili. Con la pedanteria che ormai ci contraddistingue affacciamoci dunque al vasto mondo dell’urbanistica.

1. La pianificazione strategica

Le prime pianificazioni territoriali a scala urbana nascono negli anni Trenta del Novecento. Le ferite lasciate dal primo conflitto mondiale e dalla crisi del 1929 inducono anche i governi più liberali, come per esempio quello francese e inglese, a introdurre politiche di redistribuzione della ricchezza e di utilizzo più razionale del suolo. Per fare questo le Nazioni decidono di avvalersi di uno strumento che, almeno inizialmente, appare come un documento di indirizzo per le politiche urbane che, proposto da una classe dirigente, ricade sulla città e sulla popolazione. In seguito assumerà sempre più i tratti di un progetto condiviso e che stimoli la partecipazione di tutta la comunità. Avvaliamoci della definizione

che ne dà la Dott.ssa Sciacca nella sua tesi di laurea per comprendere meglio il valore filologico del concetto.

L'etimologia della parola *strategia* è greca e significa "l'arte del generale": è composta da *stratos*, esercito, ed *ago*, condurre. La sua origine, dunque, è militare ed individua la scienza di condurre un esercito con lo scopo di sconfiggere il nemico coordinando il complesso delle azioni di guerra. [...] Ma, oltre che dell'ambito militare, la strategia si occupa anche dell'utilizzo e della movimentazione delle risorse economiche, energetiche e psicologiche di una nazione, di una regione o di una città. La parola *pianificazione*, invece, significa svolgere un'attività secondo un piano prestabilito [...] Dalla fusione dei due concetti emergono quello di "Pianificazione strategica" e di "Piano Strategico", uno strumento aperto e negoziale che prevede una collaborazione tra i principali attori della scena metropolitana che collaborano per individuare uno scenario condiviso. È "un piano della città e non per la città".¹⁰¹

Notiamo come esso nasca dalla "collaborazione tra i principali attori della scena metropolitana". Con l'avanzare dei decenni, la platea degli attori meritevoli di considerazione e con potere direzionale aumentano sempre più e lo "strumento" di pianificazione urbana diventa lentamente l'innescò di interazioni e relazioni fino a poco tempo prima considerate utopiche. Il piano è sempre più della città. Elena Palma e Antonella Rinella individuano tre famiglie di pianificazione strategica: la pianificazione "tradizionale", "aziendale", "reticolare e visionaria". La prima è caratterizzata da "un approccio istituzionale di tipo dirigitico". Il territorio resta un supporto passivo, viene meramente suddiviso in zone, destinate a usi e scopi differenti e le concessioni edilizie, assieme alle politiche di distribuzione, hanno una diretta finalità elettorale. Questo modello è tipico degli anni Sessanta e in generale, secondo le due studiose, dei periodi storici caratterizzati da grande crescita economica.

¹⁰¹ B. Sciacca, *Il ruolo della cultura all'interno della Pianificazione Strategica, l'esempio della città di Rimini*, tesi di laurea discussa all'Università di Bologna, relatore Prof. Roberto Grandi, a.a. 2010-2011, pag. 10-11.

Le altre due famiglie presentano forme di pianificazione “strategica”. A questo punto le due autrici di *La città visionaria* si interrogano sul significato, in questo contesto, del termine “strategico” e ci restituiscono quattro possibili definizioni.

- La prima risale al 1968 e fa parte della legge urbanistica inglese. La pianificazione strategica sarebbe il collante fra piani strutturali e piani locali. Ovvero lo strumento che collega il mondo della pianificazione territoriale (sviluppo economico, trasporti, comunicazione...), con quello della definizione degli usi del suolo.

- La corporate planning degli anni Ottanta invece identificava la pianificazione strategica con la pianificazione aziendale e, semplicemente, vedeva la sua trasposizione, senza particolari variazioni di metodo, sui modelli urbanistici.

- L'*Institute for Operational Research di Coventry*, invece, la definisce come un processo decisionale che avviene in condizioni di incertezza, durante il quale vengono confrontate possibilità, risultati attesi e capacità di dialogo fra amministrazione e collettività.

Notiamo come è cambiato già il tenore delle definizioni: da “collante” all’interno di un contesto, amministrativamente parlando, oligarchico, a piano per “l’azienda città”, fino a diventare processo decisionale la cui buona riuscita dipende dalla collaborazione possibile fra amministrazioni e collettività. Vorremmo far notare che queste definizioni ci parlano di idee di comunità molto diverse e non ci restituiscono semplicemente un andamento economico che caratterizza i periodi in cui queste definizioni sono state adottate, ma il senso stesso e la distribuzione del potere nelle società che adottavano questo strumento urbanistico. Non per caso dunque, in questa evoluzione storica e filologica, arriviamo alle posizioni di Camagni, direttamente connesse a quelle di Lindblom del 1975, che nel 2003 definì la pianificazione strategica¹⁰²

¹⁰² Cfr. E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, Progedit, Bari, 2006.

«Costruzione collettiva di una visione condivisa di un dato territorio, attraverso processi di partecipazione, discussione, ascolto; un patto fra amministratori, attori, cittadini e partner diversi per realizzare tale visione attraverso una strategia [...]; e infine come il coordinamento delle assunzioni di responsabilità dei differenti attori nella realizzazione di tali progetti.»¹⁰³

Numerosi sono i vantaggi di una democrazia deliberativa rispetto alle formule tradizionali di *command and control*. *In primis* le decisioni risultano maggiormente legittimate, si accorciano i cicli di *feedback*, aumentano i centri di comando che, pur lavorando contemporaneamente e indipendentemente l'uno dall'altro, restano fortemente interconnessi. I maggiori vantaggi si sviluppano in particolare nel momento in cui dei portatori d'interesse si trovano su posizioni inconciliabili a livello globale, ma a livello di singole tematiche riescono a trovare un accordo.¹⁰⁴

Mentre il mercato propone alla politica lo strumento del contratto, con i vantaggi di automaticità e di velocità della presa delle decisioni ma con rischi di svuotamento dei valori della politica, il foro ripropone l'idea classica della democrazia della *polis*, il cui valore deve però fare i conti con i costi di partecipazione e di lentezza nella presa delle decisioni.¹⁰⁵

Ci piace allora a questo punto restituire anche il punto di vista dello studioso Perulli che, rispetto alla pianificazione strategica si esprime in questo modo

La pianificazione strategica ha molto in comune con la democrazia deliberativa [...] È anch'essa una forma pragmatica e molto empirica di ricerca dell'accordo: ma mette in gioco l'intera visione che la città ha di se stessa e della sua futura collocazione. [...] Pertanto la ricerca di una idea

¹⁰³ *Ivi*, pag. 7.

¹⁰⁴ Cfr. P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pagg. 57-58.

¹⁰⁵ *Ivi*, pag. 58.

condivisa di città, che implica la messa in gioco di valori condivisi, fa parte della pianificazione strategica, che la persegue attraverso un'azione autoriflessiva condotta dalla società locale.¹⁰⁶

A differenza della tradizionale pianificazione aziendale i piani strategici non fissano obiettivi, ma cercano di limitare e portare a risoluzione questioni controverse. Secondo l'opinione di Perulli

[La pianificazione strategica] evita di estrapolare in modo lineare da *trends* correnti o passati e tende a introdurre novità e discontinuità; essa definisce corsi di azioni possibili e varie opzioni aperte anziché fissare uno stato futuro desiderabile e di lì retroagire sul presente. Infine la pianificazione strategica non è un corpo unitario di concetti e procedure, ma un campo di esperimenti. Certamente, il trasferimento di strumenti e concetti dal campo privato aziendale a quello pubblico-urbano è uno dei più rischiosi aspetti della pianificazione strategica.¹⁰⁷

E infatti vedremo come il lessico utilizzato da questi studiosi, molto diversi fra loro, caratterizzi una concezione completamente diversa dello spazio pubblico e dei soggetti che la animo. Basta osservare le città del pianeta per rendersi conto della potenza del lessico tramite cui prendono vita le idee. San Francisco fu la prima città ad avere un piano strategico nei lontani anni Ottanta. Esso incarna per molti aspetti la visione aziendalistica della città, tanto da essere definito un accordo fra municipalità e comunità d'affari. Molto importante è notare il cambiamento dato non solo dal *gap* temporale, ma culturale che discosta il modello San Francisco dal piano strategico di Barcellona, in Europa.

La platea degli attori coinvolti è molto più ampia, e coincide quasi con la società locale organizzata: associazioni, interessi, istituzioni partecipano e infine siglano il piano. [...] si parte non da un preteso interesse pubblico ma dalle razionalità multiple dei diversi attori, individui e gruppi, che senza posa registrano, elaborano e trasformano i dati presenti in un contesto

¹⁰⁶ *Ivi*, pagg. 58-59.

¹⁰⁷ *Ivi*, pag. 59.

d'azione; e su queste si costruiscono le rappresentazioni e le visioni, che a loro volta portano alla costruzione di una cornice condivisa. [...] Questo ha permesso di distaccare la pianificazione strategica della città dalle sue matrici aziendali. Comunque anche in Europa certi rischi di aziendalismo si sono corsi, specie quando si è voluto considerare riduttivamente la città come un'impresa anziché come una società locale strutturata in forme di azione collettiva.¹⁰⁸

Inoltre

Introdurre la variabile temporale di medio-lungo termine (i 15-20 anni del piano strategico) allunga la vista di attori istituzionali miopi ma anche permette di manipolare le preferenze a breve degli attori. Azione strategica significa in questo senso che gli attori intendono alterare le credenze e le azioni degli altri agenti, in una direzione favorevole al raggiungimento degli obiettivi di *policy*. Ciascuno deve essere convinto che la partecipazione al gioco di "costruire la città con la parola" frutterà anche a lui, o mediante la condivisione di informazioni e i vantaggi che la partecipazione ad arene decisionali comporta, o anche in vista della influenza politica e della reputazione che sono ingredienti essenziali dell'agire nella sfera pubblica.¹⁰⁹

Altro vantaggio dato dall'ampiezza della variabile temporale considerata è dato dalla possibilità, in tempi estesi anche se non infiniti, di realizzare con cura i progetti e, aggiungiamo noi, integrarli. Lo sviluppo tecnologico avanza infatti con una rapidità disarmante e spesso diventano obsoleti documenti redatti anche solo pochi mesi prima dell'uscita di certi articoli sulle riviste scientifiche. In Italia in particolare, data la lunghezza delle tempistiche di realizzazione delle opere, si rischia di spendere denaro pubblico per opere già superate. Il piano strategico, con lo strumento dei tavoli e il coinvolgimento di massimi esperti nei campi considerati, consente di essere bene aggiornati e di fare proposte al passo coi tempi e di utilità prolungata nel tempo.

¹⁰⁸ *Ivi*, pag. 60.

¹⁰⁹ *Ivi*, pag. 61.

2. I caratteri salienti dei piani strategici

I piani strategici sono caratterizzati dalla definizione di una *vision* e di una *mission*. Se la *mission* si connota come scopo da raggiungere, finalità del documento, vediamo che il concetto di *vision* si presta a numerose interpretazioni.

2.1 Vision

Palma e Rinella definiscono la *vision* un obiettivo futuro condiviso.

La scelta di indirizzare il piano strategico verso una finalità condivisa rappresenta, secondo le autrici, un compromesso fra la pianificazione dirigista di tipo tradizionale, che decide di accettare “il massimo ricorso possibile ai processi spontanei di mercato” e quella con approccio liberista-deregolativo, che accetta la definizione di regole per limitare “i possibili effetti negativi sul benessere collettivo”. Entrambi gli approcci riconoscono così la necessità di un orizzonte condiviso e

In questo senso la pianificazione strategica e il suo strumento principe, il Piano strategico, possono essere interpretati come costruttori di capitale sociale (o relazionale), nel senso che intervengono a cementificare o a disegnare relazioni tra attori e, creando fiducia e partecipazione, favoriscono la visione *azionalista* della città.¹¹⁰

Dunque, secondo questa interpretazione, la pianificazione nasce da un compromesso fra due modelli che interpretano la città come un’arena in cui si scontrano interessi di tipo economico e, sempre secondo le affermazioni delle

¹¹⁰ E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, cit., pag. 14.

autrici, per garantire un vantaggio agli attori, senza intaccare l'interesse pubblico, sarebbe necessaria una contrattazione sul lungo periodo, che prende il nome di pianificazione strategica. L'interesse pubblico non è dunque posto al centro della riflessione, non è per accrescere il "benessere comune" che ci si siede al tavolo della trattativa, ma per creare relazioni fra attori economici caratterizzati da interessi diversi. Questa tesi ha lo scopo di ragionare sul concetto di «città del benessere» proposto nel piano strategico di Rimini, ma è sorprendente accorgersi di quante volte il termine venga riproposto nei contesti più disparati. In questo caso specifico cosa intendono Palma e Rinella con benessere collettivo? Da come portano avanti il discorso, pare che esso sia meramente ciò che resta dopo che la pianificazione dirigista, tipica degli anni Sessanta, ha intersecato i propri interessi con il mondo speculativo e liberista che fa proprio il modello aziendale, con tanto di utili e azionisti. La cosa non sarebbe in sé una novità visto che, per esempio, Rimini, che pur non ha mai avuto un piano strategico, è stata amministrata in questo modo per molto tempo, come abbiamo visto nel primo capitolo. Tuttavia che oggi si parli della *vision* in questi termini ci pare curioso, soprattutto se si prende in considerazione quella illustrata nel documento Rimini Venture 2027.

Il tema dominante è la centralità della persona nella sua individualità e nei ruoli sociali che ciascuno è chiamato a svolgere, nel rispetto e nella tutela della sua dignità della libertà e delle pari opportunità. È una scelta impegnativa e condizionante che costringe a ripensare in profondità i fondamenti della città dando nuovo impulso ai processi di costruzione del bene comune. La persona nella sua interezza, con i suoi sentimenti, le paure, le speranze, le emozioni plasma l'anima della città facendole assumere forme ed espressioni ogni volta diverse. L'anima della città vive, dunque, nella rete delle relazioni interpersonali che viene intrecciata ogni giorno e quel continuo divenire rende la città unica [...]¹¹¹

¹¹¹ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 67.

In questo brano leggiamo concetti come “processi di costruzione del bene comune”, che fanno propria la natura dei piani strategici come testi di indirizzo, atti ad ampliare lo spettro delle possibilità, piuttosto che prevedere il futuro, ma in più notiamo che marcatamente vengono messe al centro, o meglio, nelle fondamenta della città, niente meno che le relazioni fra le persone. Attenzione, non le relazioni fra attori con precisi interessi economici di cui prima, qui si parla di “persona nella sua individualità”. Siamo davanti a un capovolgimento rispetto alla definizione precedentemente analizzata. Il benessere qui tratteggiato è dato dalla interazione fra le persone che costruiscono l’anima della città, non certo da ciò che resta di un compromesso speculativo-dirigista.

Concetti come il succitato “capitale relazionale” rimandano molto chiaramente a un lessico aziendale e commerciale, ma non è da meno, come carico semantico, il concetto di “attori”, soprattutto se accostato a termini come fiducia e partecipazione. È d’uso comune di fatti nei testi urbanistici, politici e amministrativi riferirsi ai cittadini, o a gruppi di cittadini, usando il termine “attore”, ma esso non può che rimandarci a una visione hobbesiana della politica e delle relazioni fra individui, abbastanza antitetica alla *vision* riminese.

Persona in Hobbes coincide con *attore*, personificare significa recitare e rappresentare se stessi.¹¹²

Definizione che ci restituisce un preciso modo di essere cittadini: individui legati l’un l’altro da contratti dettati da fiducia e interesse.

Dal punto di vista analitico, fiducia e interesse appaiono come due concetti in forte tensione ma entrambi inalienabili. Strategie della fiducia sono impensabili da parte di individui egoisti, ma indispensabili per mantenere in vita lo stesso mercato. In occasione dell’ennesima crisi finanziaria

¹¹² P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 31.

e borsistica (2002), il presidente della Federal Reserve, Alan Greenspan, massimo custode del capitalismo americano si è così espresso: “Le operazioni commerciali sono governate da leggi e contratti: se anche una modesta frazione di tali operazioni finisce in giudizio, i tribunali sono paralizzati. Il nostro sistema di mercato dipende dalla fiducia, nella parola dei colleghi delle controparti. La falsificazione e la frode distruggono il libero mercato e le colonne portanti della nostra società.”¹¹³

Anche l'individuo meno dedito alla *vita activa*, il più individualista, quello che meno ha a cuore l'interesse altrui nel momento in cui diventa attore e “firma un contratto sociale” dovrà cedere, almeno in parte, alla fiducia nel sistema che lo governa, che lo protegge e che lo aiuta a svilupparsi. Se può sembrare che la città di Rimini voglia costruirsi su fondamenta di sabbia definendo la propria “anima” come il complesso delle relazioni fra gli individui che la popolano, non sembra più solida l'economia più potente del mondo, fondata su rapporti di fiducia. Il punto è che non è superfluo sottolineare che nel 2008 è cominciata una crisi economica di portata unica, che ha completamente rivoluzionato la vita di molte comunità e che ha, seriamente per la prima volta, messo in crisi non solo un modello economico, ma il lessico ad esso connesso che era entrato nelle pieghe più profonde della vita delle persone. Parlare oggi di capitale relazionale è inquietante tanto quanto immaginare cosa sarebbe successo se le nostre città fossero state quotate in borsa. Certamente questo è un *nonsense* provocatorio come è un *nonsense* immaginare che i rapporti fra le persone possano avere un valore economico, che pure spesso gli viene attribuito. Conosciamo la sociologia azionalista e sappiamo che utilizza la terminologia “attore sociale” per esprimere il superamento di una visione marxista della società e della lotta di classe, ma forse oggi più che mai è necessario rendersi conto di come la innocua compenetrazione fra i lessici abbia consentito una meno innocua compenetrazione fra le prospettive, che ha ridisegnato i rapporti fra gli individui e con le amministrazioni, ovvero, secondo la *vision* di Rimini Venture, le

¹¹³ *Ivi*, pag. 32.

fondamenta della città. Il pensiero unico neoliberale e aziendalistico se messo in discussione, proprio perché unico, lascia il deserto dietro a sé e ce ne stiamo accorgendo in questi anni di crisi e di riproposizione di terapie fallimentari.

Sulla linea di questi ragionamenti si inserisce il pensiero di Perulli che critica la vicinanza del concetto di *vision* al lessico aziendale e ne afferma un diverso significato, ovvero “costruzione di un’idea” di città

Visione significa infatti “idea” di città, dal greco *eidon*, e si avvicina al modo in cui Joseph Rykwert intende la città. Per questo autore i saperi tecnici che sovrintendono alla fondazione e alla crescita materiale della città da sempre indicano un’“idea di città”: essi custodiscono valori simbolici fondativi. Questa precisazione serve a sottolineare la natura di “costrutto sociale” del piano strategico, e aiuta ad allontanare ogni nostalgia regressiva, ogni malinteso organicistico (la città come comunità unitaria di destino, per rendere possibile l’identificazione degli abitanti). Ma serve anche a evitare ogni scorciatoia aziendalistica (la città come proiezione di uno stato futuro di un’organizzazione, per facilitarne il posizionamento competitivo).¹¹⁴

2.2 Governance

Altro termine fondamentale per comprendere i piani strategici è *governance*

Secondo Spaziante, il Piano strategico è «uno strumento prevalentemente argomentativo e volontario, fatto di obiettivi e orientamenti non prescrittivi, ma anche di “invarianti” non negoziabili

‘tecnocratico’: a

differenza degli strumenti di pianificazione ‘tradizionale’, infatti, tale ipotesi è il frutto di un’azione politica piuttosto che prettamente tecnica, fondata più sul consenso che su uno schema dirigitico e operativo. Si tratta quindi di ridefinire la forma dell’intervento pubblico nell’ottica di una modificazione che è ben descritta nella transazione semantica fra i due termini inglesi di *government* e *governance*: «dal governo come azione del soggetto che provvede

¹¹⁴ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 73.

direttamente (*provider*) a fornire soluzioni ai problemi, al governo come azione del soggetto che rende possibile (*enabler*) la ricerca di soluzioni differenziate attraverso la mobilitazione di un'ampia serie di altri soggetti» (Balducci)¹¹⁵

La *governance* consiste dunque nel saper dirigere e convogliare verso degli obiettivi specifici l'insieme delle forze che collaborano per la creazione di un progetto condiviso, capace di tratteggiare il paesaggio su cui i cittadini disegneranno la propria città. Il piano strategico così concepito diventa quindi uno strumento indispensabile per rendere la città competitiva e aumentare il benessere economico di chi ci vive.

Proprio la consapevolezza della necessità di attrarre attività economiche che siano in grado di produrre ricchezza e di favorire uno sviluppo consistente evidenzia l'importanza per i sistemi urbani di essere in grado di elaborare strategie imprenditoriali di *differenziazione* rispetto alle aree concorrenti. Seguendo Montanari possiamo perciò affermare che «le città cominciano ad usare strumenti di *marketing* che assomigliano sempre più a quelli per la promozione dei capi d'abbigliamento o delle automobili.» [...] Non è facile, però, individuare in letteratura una univoca definizione di marketing in cui *la relazione di scambio* abbia per oggetto il territorio.¹¹⁶

Il significato dei termini *government* e *governance* descritto da Rossi e Vanolo in *Geografia politica urbana* e la descrizione della transizione dall'uno all'altro, sono però differenti da quelle restituiteci da Palma e Rinella.

¹¹⁵ E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, cit., pag. 16-17. I riferimenti sono a A. Spaziante, *Strategico, strutturale: due risposte per il governo del territorio* in «Urbanistica Informazioni», n. 185, 2002, pagg. 39- 40. E a A. Balducci, *Pianificazione strategica e politiche di sviluppo locale. Una relazione necessaria?*, in «Archivio di studi urbani e regionali», n. 64, 1999, pagg. 795-810.

¹¹⁶ E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, cit., pagg. 24-25. Il riferimento è ad A. Montanari, *Grandi eventi, marketing urbano e realizzazione di nuovi spazi turistici*, in «Bollettino della Società Geografica Italiana», serie XII, vol. VII, 2002, pagg. 757-782.

Harvey operava una distinzione che di lì a poco avrebbe segnato uno spartiacque fondamentale negli studi sulle forme di governo urbano: quella tra *government* e *governance* della città. Nell'analisi di Harvey, il primo termine designa modalità di governo della città gerarchiche e «manageriali», fondate sul primato del settore pubblico-statale e su una politica «redistributiva» delle risorse create a livello locale mediante la fornitura di servizi alle imprese e alla collettività. Il secondo termine – quello di *governance* – designa il passaggio a modalità maggiormente decentrate di governo della città in cui il primato detenuto fino a quel momento dal settore pubblico e statale è messo in discussione, per un verso dalla crescente influenza acquisita dalle coalizioni pubblico-private nella realizzazione di opere e progetti di rinnovamento urbano e, per l'altro, dall'adozione di procedure di governo esplicitamente orientate alla negoziazione dei processi decisionali tra una pluralità di attori, pubblici e privati per l'appunto, o anche semi-pubblici.¹¹⁷

Davanti a definizioni talmente differenti – quella di Palma e Rinella ci presenta la *governance* come attività di coordinamento, che favorisce una maggiore democratizzazione dei processi decisionali e un ampliamento del numero di *stakeholders* coinvolti, mentre Rossi e Vanolo descrivono un decentramento del potere dall'ente pubblico-statale, caratterizzato da politiche redistributive, a enti privati o semi privati – è lecito chiedersi se vada messa in dubbio l'onestà intellettuale di qualcuno. In realtà queste definizioni sono identiche nel descrivere lo slittamento del potere decisionale dall'ente pubblico-statale ai gruppi di *stakeholder* pubblico-privati che ha caratterizzato le politiche urbane e nazionali dagli anni Ottanta a oggi, nel mondo Occidentale. Cambia il soggetto a cui gli autori attribuiscono pluralità e maggiore democrazia interna. Ovvero i quattro studiosi hanno due visioni del mondo praticamente opposte. Il problema viene dal fatto che la *governance* è un elemento centrale all'interno dei piani strategici e garantisce la libertà di opinione finalizzata al raggiungimento di un compromesso. Dunque se fondamentale è il passaggio da una politica urbana centralizzata a strumenti di pianificazione urbana condivisi, non secondario risulta il livello di coinvolgimento raggiunto da questi strumenti. In definitiva su

¹¹⁷ Cfr. U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pag. 85. Il riferimento è a D. Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Blackwell, Oxford, 1989.

chi si applica la *governance*? Unicamente su enti privati con interessi economici, o sulla totalità di *stakeholders*, ovvero sulla cittadinanza tutta? E la competitività di cui parlano Palma e Rinella è il frutto dell'attrazione di capitali e interessi privati o un alto livello di qualità della vita dei cittadini ottenuto grazie a una concertazione e costruzione di un'idea di città a misura degli stessi? Mentre scriviamo l'Italia vive un periodo di profonda riflessione sul tema del dissesto idrogeologico, sullo sfruttamento indiscriminato del suolo, sull'abusivismo e i condoni, sulla mancata messa in sicurezza delle case e delle città in cui gli italiani vivono, innescato dai recenti disastri ambientali che dal terremoto in Abruzzo del 2009 colpiscono puntualmente il nostro paese. Se la conseguenza di un inquadramento della società nel mercato è il *marketing urbano*, promosso in nome di una democratizzazione dei processi decisionali extra-politica, ovvero fuori dai tradizionali canali di consultazione democratica della popolazione, la definizione di *governance* diventa "altrimenti oligarchica" e se ne perde tutto il potenziale. Se si ragiona ancora oggi su una «definizione possibile di un *marketing* in cui la relazione di scambio abbia per oggetto il territorio» si finge di non vedere gli esiti di un pensiero che ha trasformato il territorio da soggetto delle politiche urbane a oggetto.

Ulteriore posizione è quella dello studioso Perulli, quando argomenta che la *governance* è strettamente connessa ad una forma non gerarchica di *decision making* che mette in difficoltà gli *stakeholders* extra-locali, ponendoli davanti al dilemma di sedersi o meno ai tavoli di lavoro, che appiattiranno la loro opinione al livello di quella di altri, riducendo fortemente il potere normalmente attribuito. Questi temi sono fondamentali perché qualora lo *stakeholder* considerato fosse istituzionale, Stato o Regioni, il dibattito verterebbe su uno slittamento del potere da centrale a locale, qualora invece si trattasse di interessi economici, incarnati da aziende e investitori, questi potrebbero tentare di rimanere attivi su più tavoli cercando il contesto locale a loro più conveniente. La città allora deve operare su basi di *marketing* territoriale sostiene Perulli, ma altresì sottolinea che non basta creare aree a basso costo o infrastrutture

adeguate, occorre sviluppare alti standard di qualità di vita urbana. Una posizione intermedia, dunque, rispetto alle due precedentemente analizzate. Diventa a questo punto improrogabile un piccolo approfondimento sul *marketing urbano*.

3. Il marketing urbano

Negli anni Novanta Van Der Berg parlava del *place marketing* come strumento atto a rafforzare la competitività del territorio e la sua vivibilità. Egli sosteneva che si può interpretare socialmente il *marketing* territoriale perché esso non si limita a perseguire lo sviluppo economico della città¹¹⁸

Ma è volto alla promozione di tutti gli aspetti che determinano il benessere delle persone che vivono e operano nel territorio, nell'ottica della creazione di una *harmonious city* in cui i diversi prodotti territoriali incontrino i bisogni espressi da diversi fruitori 'interni' ed 'esterni' al sistema territoriale.¹¹⁹

Inseriamo anche la nota che Palma e Rinella utilizzano per completare il quadro di informazioni.

Camagni propone di distinguere gli attori che a diverso titolo operano sul palcoscenico urbano in:

-*stockholders*, ovvero proprietari di terreni urbani, infrastrutture o edifici;

-*stakeholders*, ovvero portatori di interessi verso il buon andamento della 'cosa pubblica' come lavoratori e datori di lavoro;

-Università, Enti di Ricerca ecc...;

¹¹⁸ Cfr. E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, cit., pag. 25-26.

¹¹⁹ *Ivi*, pag. 26.

-politici che hanno il compito di provvedere direttamente alle istanze derivanti dalla popolazione e che da questa dipendono per il sistema del voto;

-clienti: sono i veri e propri utilizzatori dei ‘prodotti urbani’ ovvero di servizi pubblici (autobus, scuole), servizi localizzativi (zone industriali attrezzate) e servizi residenziali (strade e aree verdi). A loro volta possono essere solo residenti o anche non residenti (come per i servizi localizzativi di cui fruiscono anche le imprese esterne e i servizi pubblici di cui si avvantaggiano ad esempio anche i turisti).¹²⁰

Secondo questa prospettiva il benessere sarebbe dato dalla trasformazione della città in un ambiente in grado di restituire “prodotti territoriali”, capaci di incontrare bisogni espressi da cittadini e turisti, definiti fruitori. In questo centro commerciale urbano, disegnato da Van Der Berg il territorio smette di essere un ambiente naturale a cui occorre adattarsi e che necessita di essere conosciuto da chi desidera viverci a lungo e con profitto e si trasforma in un grande marchio pronto ad assecondare i desideri di cittadini tramutati in clienti. Cosa succede se il cittadino dell’*harmonious city*, trasformato in cliente, perde tutto e non ha più denaro per comprarsi i servizi? Se il sistema così strutturato vuole reggere, qualcuno deve pagare per lui, altrimenti si ferma il motore economico. Se non lo fanno le banche, poiché il cliente non può offrire garanzie, chi tutela il cittadino? Potrebbe intervenire l’Ente Pubblico, ma esso, composto da clienti “utilizzatori” dei “prodotti urbani”, non ha interesse a finanziare chi non spende e punta sugli investimenti, ovvero sul *marketing urbano* e sull’attrazione di capitali. Conseguentemente se le città – e le persone – diventano “competitive” l’una con l’altra e perdono, che ne è di loro? Chi dovrebbe occuparsene? Nelle risposte a queste domande risiedono le cause e le soluzioni alla crisi economica attuale.

La finanziarizzazione dell’economia, coincisa con la globalizzazione neoliberale e il ripudio dell’approccio keynesiano al governo delle economie nazionali, è dunque all’origine del percorso che ha condotto fino alla drammatica recessione globale del 2008-2009, di cui, al momento di

¹²⁰*Ibidem.*

scrivere, non si può ancora pronosticare con certezza la conclusione. Per «finanziarizzazione» si intende quel processo che ha portato, nei paesi che hanno operato una deregolamentazione spinta dei propri sistemi finanziari [...] alla creazione di beni e titoli finanziari il cui valore era giunto ad ammontare fino a quattro o cinque volte quello del Prodotto interno lordo di ciascuna economia nazionale. Ciò ha creato una disponibilità senza precedenti di capitali [...]. A partire dal 2006, tuttavia, il meccanismo apparentemente virtuoso di allargamento del credito si è inceppato, scatenando una reazione a catena di fenomeni negativi [...]. Nel Settembre 2008, il fallimento per bancarotta di Lehman Brothers, una delle più grandi e antiche società di servizi finanziari negli Stati Uniti, originato proprio dalla crisi del mercato dei mutui *subprime*, ha generato un clima di depressione [...] che ha alimentato il formarsi di una gravissima recessione economica mondiale che osservatori e analisti non hanno esitato a paragonare – per intensità e capacità di distruzione di ricchezza – alla grande crisi del 1929.¹²¹

Prendiamo ora in considerazione Londra, Francoforte e New York, città amatissime e additate dai *media* come modello di sviluppo. Sono città vive, dinamiche, attraenti, ricche e molti giovani europei vi ripongono speranze e vi si trasferiscono in cerca di un futuro. Anche in questi anni difficili, costituiscono nell'immaginario comune dei fari nella notte. Le zone dello *shopping* e della *promenade* che propongono, però, sono centri commerciali in fila, uno accanto all'altro, sovrastati dall'ombra dei grattacieli delle banche. Scatole di vetro straripanti di migliaia di esseri umani intenti ad accaparrarsi merce spesso di basso livello e realizzata in paesi in cui non esiste tutela del lavoro. Fuori dalle porte scorrevoli vi sono centinaia di poveri che chiedono l'elemosina, cittadini anch'essi, ma non clienti e quindi ignorati o scacciati nelle aree più povere della città. Mentre tutti gli altri "cittadini-clienti" tentano di restare dentro al gioco e di non finire anch'essi in povertà, la televisione, la stampa e la radio urlano ai clienti-cittadini che una vita del genere in queste città genera benessere.

Infatti la creazione di una città *armoniosa* in grado di soddisfare i bisogni di tutti i 'consumatori' attuali costituisce un valido richiamo per gli attori esogeni e, più in generale, contribuisce al

¹²¹ U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, cit., pag. 106.

benessere complessivo della città fintanto che il sistema delle imposte, necessario per mantenere alti standard insediativi e di vivibilità, non graverà eccessivamente sugli utenti. Al contrario, invece, quando le politiche di marketing non sono 'sostenute' dal necessario consenso all'interno, sussiste il forte rischio di allontanamento anche degli attori endogeni innescando un circolo vizioso di perdita di capitale umano e finanziario, aggravato dal consistente aumento delle imposte necessario per sostenere i tentativi di riqualificazione. Quanto detto porta a ritenere che risultano fallimentari quelle operazioni di marketing *interno* dominate dall'imperativo della soddisfazione del pubblico endogeno. Infatti, se la città *armoniosa* è sicuramente 'attraattiva' nei confronti dell'"esterno", una città che si professi tale ma si dimostri *repulsiva* sarà difficilmente in grado di attirare flussi di merci e/o persone e/o capitali dall'esterno.¹²²

La città così descritta sembra quasi una trappola, in cui si viene attratti ma in cui, una volta dentro, non si è più destinatari d'interesse. Si diventa contribuenti atti a reggere il teatrino.

Paradiso sottolineava anche la necessità di valorizzare le potenzialità del territorio e Casella nel 1997 propose un nuovo approccio "globale" del *marketing*. Ovvero, secondo questo studioso, era necessario creare un'offerta complessa, capace di cucire insieme i molti aspetti che caratterizzano una città, creando un «prodotto territoriale allargato» che tenesse davvero in considerazione la complessità delle città e la necessità di analizzarle da numerosi punti di vista. Il *marketing* territoriale di Valdani e Ancarani del 2000, non è invece troppo distante per definizione da quello di dieci anni prima di Ashworth e Voogd

Sistema integrato di attività con un triplice target (residenti, turisti e imprese) e un unico obbiettivo: creare 'valore aggiunto territoriale' attraverso la soddisfazione.¹²³

¹²² E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, cit., pag. 30.

¹²³ *Ivi*, pag. 28.

Altro concetto piuttosto vago quello della soddisfazione, soprattutto in riferimento a comunità molto numerose in cui la soddisfazione di uno coincide puntualmente con l'insoddisfazione di altri. Nel grafico che illustra queste posizioni si fa anche ampio ricorso al termine fedeltà, esattamente come per qualsiasi azienda, ma qui non si tratta di scegliere fra *I-phone* e *Samsung Galaxy*, stiamo parlando di una città. Gli ispiratori Ashworth e Voogd invece

Con riferimento alle aree urbane, identificano il marketing territoriale come un processo attraverso cui le attività urbane vengono poste in stretta relazione con la domanda espressa dai clienti-target al fine di massimizzare il funzionamento dell'area secondo gli obiettivi sociali ed economici prefissati.¹²⁴

In conclusione vi illustriamo i pericoli nascosti dietro a una superficiale sovrapposizione fra metodologie aziendali e progettazione urbana, ben espliciti da Perulli.

Da un lato, si pensa alla città come a un'impresa: si riduce drasticamente la complessità urbana [...], si confonde fra "*stakeholders*" [...] e "attori sociali"[...]; si immagina che la città possa avere obiettivi, visioni, mete come quelle dell'impresa economica; si impoverisce l'idea stessa di progettazione, che è un'arte combinatoria che sta a significare l'incontro tra sfere e linguaggi diversi. Dall'altro, si costruisce una visione aziendale del gioco urbano: fino a immaginare che il sindaco sia il presidente-amministratore delegato, gli assessori e i dirigenti comunali i *managers* della città, i cittadini gli azionisti, le imprese e gli operatori economici degli *stakeholders* con interessi locali o extra-locali che li rendono più o meno liberi di lasciare la città, qualora insoddisfatti delle scelte dell'amministrazione.¹²⁵

Come sempre, sui cittadini ricade la scelta del modello da seguire.

¹²⁴ *Ibidem*.

¹²⁵ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 70.

4. Il modello europeo

Perulli continua asserendo che una reazione a questa impostazione aziendalista si è fatta notare soprattutto in Europa. Qui cambiano i presupposti: la città è concepita come società locale. Secondo questo modello sono stati ideati i piani strategici di Barcellona e Lione. In queste due città, sempre secondo Perulli, assumendo gli “attori sociali” un ruolo rilevante, è stato possibile per loro influire realmente su progettazione, negoziazione e costruzione di identità della città stessa. Capovolgendo il piano è dunque possibile affermare che la pianificazione strategica può essere parte di un sistema di *governance*, basato sul compromesso e il dialogo. Ovviamente gli “attori” rimangono votati al proprio interesse individuale, ma la stretta maglia di interessi altrui li indirizza, creando un percorso molto complesso che conduce a determinate mete.

Far more important than the strategic plan document is the strategic planning process itself.¹²⁶

Perulli conclude affermando che, vista in questo modo, la pianificazione strategica altro non è che un “processo di apprendimento sociale”: favorisce la costruzione di un dialogo e facilita la nascita di un vero dibattito pubblico. Se nella pianificazione aziendale si sviluppa un processo di adeguamento dei dipendenti alla *vision* e alla *mission* aziendali e l'accettazione dei processi produttivi come dati, nel dibattito pubblico lo scopo è la creazione di una *vision* e *mission* il più possibile condivise. Le nuove metodologie di stesura dei piani strategici rispondono alla necessità di un ripensamento di concetti come “pubblico” e “comune” in città che si ampliano non solo dal punto di vista geografico o economico, ma anche etnico e culturale.

¹²⁶ *Ivi*, pag. 71.

Le fasi della pianificazione strategica sono quindi certamente: una fase di analisi, una di elaborazione delle strategie, una di definizione delle procedure, una di pianificazione delle azioni, una di monitoraggio e verifica. Fin qui niente di nuovo. [...] Ma nel nostro caso ciascuna risponde alle domande della *governance*, che è: come creare, mobilitare, regolare e mantenere le “capacità politiche”[...]. Si tratta di capacità di ascolto, di accesso alle conoscenze, di apprendimento collettivo. Sono questi oggi i veri diritti di cittadinanza che “capacitano”: ed essi sono a loro volta le condizioni perché vi possa essere una scelta tra politiche pubbliche, e si abbia consapevolezza delle conseguenze legate alle diverse alternative in campo. Il processo di apprendimento come si vede è assai diverso da qualsiasi meccanismo di ottimizzazione aziendale.¹²⁷

Nei processi di *governance* assumono grande importanza interessi non economici. Organizzazioni sociali, no-profit, culturali, ambientaliste e simili costituiscono un interlocutore interessante dei tavoli di confronto dei piani strategici. Essi possono essere definiti interessi-movimenti, data la loro somiglianza, per instabilità e diffusione, con gli stessi. Essi sono caratterizzati da una forte spinta propositiva e votata al cambiamento. Nelle città in cui è molto forte l'impostazione imprenditoriale del governo del territorio, essi costituiscono un argine agli eccessi che porterebbero esternalità negative come *gentrification* o sfruttamento indiscriminato del territorio. Nelle città, invece, in cui si realizza un piano strategico esse mantengono alte nella scala delle priorità istanze sociali e di *welfare*, in grado di condizionare la pianificazione spaziale e territoriale. Nel caso specifico di Rimini associazioni come Basta Merda in Mare, Rifiuti Zero, Maricla e Rimini Rescue hanno avuto un ruolo importante. Il volume “Rimini verso la città ideale”, che raccoglie spunti e proposte per una città sostenibile e bella, si apre con un capitolo dedicato all'urbanistica e all'architettura sostenibile. Qui viene sottolineata l'importanza del piano strategico e, elemento da non sottovalutare visto che parliamo di movimenti di proposta, ma anche di protesta, la sua condivisione. Si riconosce che partendo da problematiche precise e conclamate della città, come per esempio il gravissimo problema degli scarichi

¹²⁷ *Ivi*, pag. 73.

a mare, si è riusciti a trovare un accordo e si desidera realizzarlo. Inoltre si afferma che

Il piano strategico si ritiene debba essere più un metodo che uno strumento urbanistico, capace di cogliere anche in itinere le esigenze dei cittadini per farle proprie secondo metodi partecipativi e principi di sostenibilità. La partecipazione e le proposte che ne derivano dovrebbero entrare in modo organico nel sistema di gestione e pianificazione del territorio con un coinvolgimento utile e strategico, continuo nel tempo, di tutti i portatori d'interesse. Il coinvolgimento del cittadino è di fondamentale importanza non solo per far maturare o aumentare la consapevolezza della responsabilità e delle potenzialità nei singoli cittadini ma soprattutto per delineare prospettive progettuali sostenibili che garantiscano un reciprocamente utile rapporto fra ente pubblico e privato.¹²⁸

E si chiede il riconoscimento del lavoro volontario di chi si mette a servizio della propria città semplicemente perché condivide prospettive e principi con altre persone, in un'ottica di gratuità più assimilabile all'amore per il proprio territorio, che allo sfruttamento del lavoro non retribuito.

[...] L'Italia è una Repubblica fondata anche sul lavoro del volontariato. [...] quell'esercito di cittadini mossi da ideali di solidarietà, responsabilità civica e civile che mettono a disposizione tempo e fatica per agire nel nome del bene comune della collettività. [...] Il volontariato non si alimenta di retribuzioni o gratifiche economiche, bensì di ideali e valori condivisi.¹²⁹

Secondo Perulli possiamo distinguere gli approcci alla pianificazione strategica secondo tre modelli: *top down*, *bottom up* e reticolare. Ognuno appartiene a famiglie teoriche e pratiche molto diverse. Il modello *top down* fa proprie strategie aziendali, viene definita una *mission* e stabilito un percorso per

¹²⁸ *Rimini verso la città ideale*, Basta merda in mare - Rifiuti zero - Maricla - Rimini Rescue, Rimini, 2010, pag. 24.

¹²⁹ *Ivi*, pag. 10.

raggiungere gli obiettivi stabiliti. Il difetto principale di questo modello è la semplificazione e la visione della città come un'azienda ordinata con un solo centro di potere e numerosi sottoposti che si adeguano alle decisioni del vertice. Il modello *bottom up* si concentra sulla risoluzione dei problemi tramite il compromesso e parte dalle difficoltà più circoscritte per risalire verso le più complesse. Il difetto principale è la mancanza di visione d'insieme, ci si concentra sulla soluzione di singoli problemi e l'approccio resta curativo. Il modello reticolare, invece, punta ad una visione integrata della città e opta per la creazione

Di una rete di attori, problemi e politiche per creare un consenso di base (in qualche modo "preventivo") rispetto a un progetto di città (di tipo cioè "operativo"). [...] L'approccio di rete si basa sulla scelta di avviare sistematiche cooperazioni inter-organizzative e inter-istituzionali, condotte da un *network* di attori ciascuno dei quali ha interesse a partecipare senza che nessuno possa attribuirsi una piena autonomia d'azione. [...] il modello è esigente: evita la visione aziendalista, privilegia un approccio più sociale ed inclusivo, si basa sulla piena consapevolezza da parte degli attori che è richiesta una risposta non segmentata ai problemi di *policy*. Ma nello stesso tempo il modello è parsimonioso: esso economizza sugli sforzi progettuali già in corso, ne privilegia il coordinamento, opera mediante la compensazione degli interessi.¹³⁰

Palma e Rinella parlano di quattro fasi in cui possa essere distinto il percorso di realizzazione di un piano strategico. Esse sono: diagnostica, progettazione, redazione, realizzazione. A questa potremmo aggiungere, secondo l'analisi di Perulli, la revisione. Essa consente di riscrivere il piano nelle sue parti non più attuali o non necessariamente approfondite e permette di tenere alta l'attenzione nelle fasi di realizzazione dello stesso. Infatti permette di tenere salda la stretta sulle spinte anarchiche degli interessi individuali che hanno creato la rete su cui si regge la redazione del piano stesso e ricordare

¹³⁰ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 76.

continuamente perché si sia presa una strada piuttosto che un'altra ad un certo punto della vita della città. Questa fase è molto delicata

Gli attori cambiano, almeno in parte: emergono più forti gli interessi dei tecnici del processo, delle burocrazie pubbliche e private dei *vested interests*. Il rischio che tra un piano e l'altro l'amministrazione riprenda ad essere guidata dalla logica ordinaria, anziché da quella strategica, è sempre presente. Unico antidoto è far diventare "strategica" la città: in modo che non solo l'amministrazione pubblica o una ristretta élite di *managers* urbani, ma l'intera società urbana (o quantomeno un diffuso e flessibile *network* di essa) pensi strategicamente.¹³¹

Nella Democrazia in America, Alexis de Tocqueville identificava nelle associazioni lo strumento più efficace per contrastare l'individualismo che porta alla dittatura della maggioranza. Oggi, però, seguendo il ragionamento di Perulli, la situazione è capovolta. Risulta sempre più determinante l'influsso negativo sulle associazioni di individui intolleranti a qualsiasi giogo, convinti della bontà e liceità di tutti i propri desideri e fermamente decisi a soddisfarli nel più breve tempo possibile. Si verifica dunque spesso una sottomissione degli interessi delle associazioni, alle pulsioni individuali. Gli effetti gravissimi di questo andamento sono esprimibili con la distruzione di qualsiasi istanza di rappresentazione. Se il motore delle azioni umane diventa l'interesse individuale scompare il "bene comune" e si afferma "l'interesse del più forte". Ancora più grave è la mancanza di reazione da parte della politica, che occupandosi di necessità immediate e rifiutandosi di guardare prospettiva, declina il proprio compito pedagogico.¹³²

Lo strumento di pianificazione strategica contrasta proprio le contraddizioni della democrazia identificate da Tocqueville, restituendo alla politica il suo ruolo di forza sul singolo, imponendogli di posporre il raggiungimento delle proprie finalità soggettive in vista di un interesse comune. La novità è che, cosa sia il "bene comune" non viene stabilito con meccanismi *top down* da un potere

¹³¹ *Ivi*, pag. 82.

¹³² Cfr. *Ivi*, pag. 84.

centrale e oligarchico, da un'élite, ma da una rete di soggetti che realizza su carta i propri desideri, catalogandoli e stabilendo delle priorità.

In definitiva

La pianificazione strategica è a volte considerata a torto una riproposizione della vecchia programmazione per obiettivi. Ma in realtà si tratta del passaggio da una razionalità volta al fine di raggiungere obiettivi predeterminati a una razionalità di tipo *processuale*, da cui emergono obiettivi comparati ed effetti di imitazione, che siano resi possibili mediante la scelta di una razionalità dialogica. [...] emerge un'idea, [...] di bene comune come procedura. Esso significa che l'accordo sul bene comune, impossibile *ex ante*, si realizza nel corso della condivisione di un processo, in cui la scansione di tappe e di gradini intermedi vale a rafforzarne la natura relazionale. Questa visione è in sintonia con l'idea, sostenuta dagli studiosi dello sviluppo locale, che le economie locali siano essenzialmente dei beni relazionali.¹³³

Ed essa, che ha per protagonisti i cittadini, ha come destinatario-soggetto il territorio.

Il contesto territoriale non è più qualcosa di statico ma diventa dinamico, nel senso che gli viene riconosciuta una dimensione sia spaziale che socio-economica da costruire. Si passa dal concetto meramente geografico di "spazio" a quello di "territorio" inteso come "spazio delle relazioni".¹³⁴

[...] Il territorio è – come ha sostenuto Storper – un "bene relazionale" che sviluppa peculiari sistemi di azione, che generano specifici effetti e retroazioni sulle tecnologie e sulle organizzazioni. O ancora – nelle parole di Bellandi – è un luogo dove le relazioni tra gli uomini si strutturano in modo stabile, influenzandone gli aspetti motivazionali e cognitivi. O perfino – secondo la tesi di Rullani – una grammatica generativa, che crea continuamente forme vitali mentre le organizzazioni inevitabilmente si irrigidiscono e muoiono.¹³⁵

¹³³ *Ivi*, pag. 63.

¹³⁴ B. Sciacca, *Il ruolo della cultura all'interno della Pianificazione Strategica, l'esempio della città di Rimini*, cit., pag. 13-14.

¹³⁵ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 93.

È, secondo questa prospettiva, completamente disinnescato il paesaggio apocalittico descritto precedentemente e che trova la sua più viva incarnazione nelle parole di Aldo Bonomi.

Il fluido unificante dello spazio e del tempo dei soggetti oggi, più che da un collante ideologico è dato direttamente dal fluido dell'economia che unifica e tiene assieme innovazione e mediocrità, arcaismi e ipermodernità trattando due categorie chiave: il desiderio e il territorio. La nuova economia scava nella dimensione antropologica del soggetto: il sentire e lo spazio. Trattare il sentire e controllare l'ultimo chilometro tra la dimensione locale e lo spazio globale è la vera funzione dell'economia che si fa naturale: la forma moderna della dittatura sul soggetto.¹³⁶

¹³⁶ A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, cit., pag. 19.

Capitolo Quarto

Il Piano Strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale

Nella pianificazione strategica i criteri dell'autorità diventano piuttosto i processi deliberativi e gli accordi che ne derivano. Di qui l'importanza dei tavoli e la loro natura il più possibile inclusiva, che porta allo stesso tavolo attori forti e deboli secondo modalità poco ortodosse nelle più formali azioni dell'amministrazione. All'inizio questo spiega perché attori urbani che rappresentano interessi forti (*vested interests*) tendono ad evitare la partecipazione ai tavoli. Infatti, la pianificazione strategica è anche una messa in scena, una rappresentazione: con effetti per gli attori di "senso del piazzamento" che essi occupano dentro l'arena decisionale. Anziché essere armate dall'autorità della spada pubblica, le politiche pubbliche pattizie della pianificazione strategica usano in fondo un sostituto funzionale: esse spingono gli attori lungo un percorso di dichiarazione pubblica delle proprie preferenze, che costituisca una rete di impegni e di reciprocità che alla fine ne renda se non impossibile, comunque eccessivamente costosa l'uscita.¹³⁷

Il documento finale del Piano Strategico di Rimini è reperibile *on line* sul sito dedicato¹³⁸. Esso è suddiviso in quattro parti: la prima illustra come si sia arrivati alla stesura del documento, la seconda presenta le linee guida, la terza entra nel

¹³⁷ P. Perulli, *Piani strategici, governare le città europee*, cit., pag. 60.

¹³⁸ Cfr. www.riminiventure.it.

merito dei progetti, la quarta è ricca di approfondimenti, per un totale di 224 pagine.

1. Come nasce un piano strategico

La prima parte del documento, intitolata “Formazione del Piano”, risulta particolarmente interessante.

- Linee di principio

Si parte dall’assunto che una pianificazione urbana caratterizzata da centralismo decisionale e mancanza di coinvolgimento della comunità, consegue meno risultati e genera più criticità di una pianificazione condivisa. Si descrivono poi le costanti che hanno caratterizzato la redazione del piano, ovvero la disponibilità da parte della pubblica amministrazione a rinnovare completamente i propri processi decisionali; la convinzione che il piano strategico debba essere assunto come documento di riferimento per tutte le decisioni che riguardano la città e che sia indispensabile una partecipazione *reale e consapevole* di tutta la comunità; una stretta collaborazione fra pubblico e privato – in cui sia chiaro che il piano strategico andrà a garantire coerenza e un giusto equilibrio fra responsabilità e protagonismo dei privati – integrazione fra politiche economiche, ambientali e sociali e, infine, la necessità di creare uno strumento rivolto a un’area vasta e con traguardi da costruire sul lungo periodo.

- Caratteristiche della *governance*

Viene poi definita chiaramente la *governance*

Viene deciso per il futuro di assumere una nuova forma di *governance* strutturata sul campo attraverso una vera e propria rete di soggetti che con responsabilità, protagonismi e interessi diversi concorrono unitariamente a definire e perseguire lo sviluppo della città attraverso questo strumento di pianificazione. Si realizza pertanto, lungo la scia delle più aggiornate teorie socio-economiche e di pianificazione, un grande investimento sul capitale sociale, puntando sulla ricchezza di contributi che, nel campo del benessere collettivo, può derivare dalle istanze direttamente espresse dai cittadini e dalle loro rappresentanze dirette. Si attua cioè il processo di “dare voce alla città”. In tal senso la partecipazione e il coinvolgimento diventano il punto di forza del Piano Strategico di Rimini.¹³⁹

Essa è data dunque dal controllo reciproco degli attori sociali che operano sul territorio, è diffusa e decentrata, aumenta il livello di coinvolgimento dei soggetti attivi sul territorio. Trovano largo spazio dunque, nella fase di elaborazione del piano, associazioni di volontariato con interessi non strettamente connessi al profitto e alla crescita economica¹⁴⁰ e questo consente più facilmente a tutti di equilibrare la responsabilità e il protagonismo di cui prima. Si parla, poi, del molto ambiguo “capitale sociale” con la stessa accezione che ne dà la prima definizione del Treccani,

Insieme degli aspetti della vita sociale, quali le reti relazionali, le norme e la fiducia reciproca, che consentono ai membri di una comunità di agire assieme in modo più efficace nel raggiungimento di obiettivi condivisi come chiarito, per primo, da R. Putnam (*Making democracy work: civic traditions in modern Italy*, 1993)¹⁴¹

non come risorsa da sfruttare per un ritorno economico

¹³⁹ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 19.

¹⁴⁰ Cfr. *Rimini verso la città ideale*, cit..

¹⁴¹ Cfr. *Enciclopedia Treccani*, www.treccani.it.

«[...] Inoltre, per poter meritare l'appellativo di "capitale", esso deve avere un ritorno positivo ed è anche necessario che sia spiegato il meccanismo attraverso il quale il c.s. viene accumulato e si deprezza.»¹⁴²

Il benessere diventa "collettivo" e deriva direttamente dalla somma delle istanze espresse dai cittadini direttamente o tramite i propri rappresentanti che, si badi bene, non sono più solo gli amministratori pubblici delegati dal voto, ma le associazioni che portano avanti un'azione particolare in un contesto generale. Infine si ribadisce come condizione necessaria un'elaborazione del piano collettiva e partecipata.¹⁴³

- **Il campo d'azione**

Si analizza poi il contesto emiliano romagnolo e le principali problematiche emergenti: consumo del territorio, dispendio energetico, mobilità, immigrazione a cui consegue, secondo i relatori del piano, la necessità di precise politiche di integrazione e potenziamento del sistema di *welfare*.

- **Passaggi fondamentali**

Illustriamo brevemente le tappe principali che portarono alla redazione del documento finale consultato.

La data ufficiale di avvio dei lavori per il piano è il 2 Luglio 2007.

Il 29 Novembre 2007 venne istituito il Comitato Promotore e il 12 Marzo 2008 l'Associazione Forum. Si procedette quindi ad una serie di approfondimenti tecnico scientifici, che si tradussero in un'analisi urbanistico-territoriale, in una socio-economica e in una, condotta dal CENSIS, sui processi socio-economici in

¹⁴² *Ibidem*.

¹⁴³ Cfr. Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 19.

corso, sul territorio considerato. Parallelamente si realizzarono interviste a tutti gli *stakeholders*. Il 18 Aprile è la data in cui si considera conclusa la prima fase dei lavori e si elabora il *Documento Preliminare d'Indirizzo*.

La costituzione del Forum "Rimini Venture" formalizzò definitivamente l'assetto degli attori coinvolti nel processo di elaborazione del Piano Strategico e le loro relazioni. La struttura della macchina "piano strategico" si compone di un Comitato Promotore, composto da Comune e Provincia di Rimini, Camera di Commercio e Fondazione Cassa di Risparmio (CARIM) che

Rappresenta l'organo di governo del Piano Strategico, che ne indirizza e accompagna il percorso, valuta progressivamente gli esiti del lavoro, prende decisioni in relazione agli aspetti critici e alle esigenze che emergono, gestisce gli aspetti economici.¹⁴⁴

Da esso deriva la costituzione di un Comitato Scientifico - *advisory board*, composto da esperti in vari ambiti.

È lo strumento che progressivamente indirizza, orienta e valuta l'attività del Piano Strategico, validandone gli esiti in relazione al loro grado di rispondenza all'impostazione scientifica e metodologica che informa tutto il processo. [...] Oltre al Comitato Scientifico sono state attivate dal Forum, sulla base di un coinvolgimento prevalentemente volontaristico e culturale anziché regolato da tariffe professionali, collaborazioni con 11 esperti incaricati (sotto forma di Advisory Board) di seguire e indirizzare le attività dei gruppi e di collaborare con il Forum e con la Direzione del Piano alla definizione delle visioni, degli obiettivi e delle azioni che andranno a costituire il Piano.¹⁴⁵

del Forum Piano Strategico "Rimini Venture"

¹⁴⁴ *Ivi*, pag. 27.

¹⁴⁵ *Ivi*, pagg. 27-28.

È lo strumento attraverso il quale si attua la partecipazione della società civile al processo di elaborazione e attuazione del Piano Strategico. È costituito dai rappresentanti delle principali forze culturali, sociali ed economiche della città e del territorio quali associazioni di categoria, enti culturali e sportivi, *multi utilities*, ordini professionali, ecc. [...] Dal Forum sono emanati gli 8 Gruppi di lavoro tematici che, a loro volta, ritrasmettono al Forum gli esiti dell'attività di approfondimento che svolgono. [...] Una sezione del Forum è rappresentata dal Forum Giovani, costituito da una cinquantina di under 40 che hanno lavorato preliminarmente per il Forum, operando un'attività di scambio, confronto ed elaborazione che è stata poi restituita all'interno di un documento presentato al Forum nel luglio 2008.¹⁴⁶

e della Direzione Amministrativa del Piano Strategico

La Direzione del Piano è svolta da un apposito settore del Comune di Rimini [...]. Svolge l'attività di indirizzo tecnico-operativo, di coordinamento generale e di gestione dell'intero processo di elaborazione del Piano. Rappresenta in sostanza il punto di raccordo fra tutti i soggetti coinvolti e il momento di sintesi di tutte le attività realizzate.¹⁴⁷

Le consulenze fisse di supporto sono quelle con il dott. Paolo Verri, che fu direttore del Piano Strategico di Torino e con lo studio dell'architetto Filippo Boschi con cui collaborano la dott.ssa Valentina Ridolfi, l'architetto Sara Vespignani e la dott.ssa Anna Trazzi. La comunicazione è curata dall'agenzia Kaleidon di Rimini.

- **I Project Financing**

L'avvio dei lavori per la realizzazione del Piano Strategico fin da subito fu messo alla prova da un fatto molto significativo. In seguito a un bando indetto dal Comune di Rimini, per la ristrutturazione del Lungomare e la realizzazione di

¹⁴⁶ *Ivi*, pagg. 28-30.

¹⁴⁷ *Ivi*, pag. 31.

parcheggi sotterranei, furono presentati, nel Marzo 2008, tre *project financing* realizzati da architetti di fama internazionale.

Cosa sono i project financing per la riqualificazione del lungomare di Marina Centro?

Si tratta dei bandi di gara per affidare la concessione di progettazione, costruzione e gestione – attraverso la procedura del project financing – della radicale riqualificazione della zona a mare della città (comprendente aree pubbliche e private), con l’obiettivo di promuovere in maniera innovativa sia dal punto di vista delle soluzioni ambientali che architettoniche l’attrattività e l’apertura del territorio al flusso turistico per l’intero arco dell’anno.¹⁴⁸

L’amministrazione comunale si mostrò fin da subito entusiasta delle proposte e particolarmente a favore dei *project* si schierò l’allora assessore al piano strategico, attività economiche e turismo. Essi vennero presentati con orgoglio alla città prima che si prendesse una decisione in merito, per favorire un confronto democratico attorno a un tema tanto delicato e determinante per il futuro di Rimini.

Avendo un ruolo strategico nel disegno futuro della città e volendo per questo contare su un ampio dibattito e partecipazione, l’Amministrazione Comunale ha deciso di mettere a disposizione della cittadinanza i modelli in scala delle proposte progettuali, illustrate nei dettagli dagli stessi studi tecnici proponenti. Il 13 giugno, nella Sala dell’Arengo in piazza Cavour, l’architetto danese Julien de Smedt presenterà il progetto dello Studio Altieri. Il 16 giugno sarà invece l’architetto francese Jean Nouvel a illustrare la proposta del gruppo Coopsette. Chiude il 27 giugno lo Studio Norman Foster con il resoconto della proposta del Gruppo Gecos.¹⁴⁹

La cittadinanza non rispose favorevolmente ai progetti degli architetti, che comprendevano grattacieli, dune artificiali, spazi commerciali e alberghi di lusso.

¹⁴⁸ Cfr. *Nuovo lungomare. Rimini presenta i suoi project financing*, «Rimini», 27 Maggio 2008. www.rimini.com.

¹⁴⁹ *Ibidem*.

Le proposte furono riconosciute belle e suggestive, ma troppo ancorate a un modello urbano fondato sul consumo di suolo e sulla cementificazione. Principalmente ai *projects* fu contestato di lasciare troppo spazio alla libera iniziativa privata e alla speculazione.¹⁵⁰ Leggiamo dei passaggi di un articolo, pubblicato *on line* su «Edilia», del 29/04/2009.

Il lungomare disegnato da Jean Nouvel per il gruppo Coopsette è quello preferito dalla commissione giudicatrice chiamata a valutare i project financing per il lungomare di Rimini. E' piaciuto il progetto di Monsieur Jean Nouvel che ricostruisce il Kursaal come una duna gigante tra il porto e piazzale Fellini, edifica un Resort con spazi commerciali per vecchi e nuovi negozi e servizi aperti tutto l'anno, nasconde interrati oltre 1.600 parcheggi, pianta alberi e palme che arrivano, rarefacendosi pian piano, fino alla spiaggia. Il tutto senza deturpare il paesaggio già esistente. Per lui, che sostiene che l'architettura deve molto alle suggestioni del cinema, dove sono protagonisti la luce e le superfici, il nuovo lungomare deve essere un omaggio a Rimini e alla sua storia. 'Questa storia è una storia legata al Grand Hotel e a Fellini. Ha detto l'architetto Nouvel, lo scopo è anche di riconnettere tra loro gli alberghi che sono in spiaggia, sviluppare il piccolo commercio che là esiste, e poi fare un hotel che sarà un collegamento, un resort che creerà attrazione con le sue attività durante tutto l'anno, e un paesaggio. Soprattutto questo. Un paesaggio in continuità con quello che già esiste con palme, un paesaggio colorato e fiorito in una transizione molto dolce con la spiaggia'. Per il medesimo tratto, quello tra i piazzali Boscovich e Kennedy, era stato presentato anche il progetto di Julien de Smedt per il gruppo Altieri. Ma la commissione ha messo anche in rilievo alcune criticità che andranno adeguate entro fine giugno. *Ad esempio la non piena compatibilità del progetto con le pianificazioni urbanistiche, il riequilibrio economico della proposta e la riduzione del carico urbanistico.* Nella seduta di martedì 21 aprile 2009, la Giunta Comunale di Rimini ha preso formalmente atto delle risultanze definite dalla Commissione Giudicatrice in relazione alla valutazione tecnica del project financing per la 'realizzazione di un sistema di parcheggi nella zona a mare della città di Rimini con riqualificazione del lungomare Tintori compreso tra piazzale Boscovich e piazzale Kennedy'. Come si ricorderà, si tratta della procedura concorsuale sulla base delle leggi urbanistiche vigenti con la quale un anno fa l'Amministrazione Comunale di Rimini ha inteso ricercare soggetti privati per ridefinire in senso ambientale, urbano e funzionale una delle parti più preziose e delicate della città: il waterfront di Marina centro. [...]

¹⁵⁰ Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

Lo strumento del project financing prevede per legge che le aree di proprietà vengano affidate in concessione al soggetto Promotore per la costruzione delle opere pubbliche. Queste, dopo la loro realizzazione, diventano di proprietà comunale e sono oggetto della gestione affidata al Promotore per la durata della concessione. Il percorso di individuazione del Promotore ha toccato il primo step il 31 marzo 2008, termine per la presentazione delle proposte al quale hanno corrisposto 3 soggetti: Impresa Mantovani/Studio Altieri (capofila progettuale, Architetto Julien De Smedt) e Gruppo Coopsette (capofila progettuale, Architetto Jean Nouvel) per il tratto piazzale Boscovich - piazzale Kennedy e Gruppo Gecos (capofila progettuale, Studio Norman Forster) per il tratto piazzale Kennedy - piazzale Marvelli. A giugno 2008 le proposte sono state presentate alla cittadinanza e, contestualmente, si è insediata una Commissione giudicatrice (formata da direttori e dirigenti del Comune di Rimini) per procedere alla valutazione delle offerte in concorso, concentrandosi sulla corrispondenza tecnico-economica delle due proposte con le indicazioni e i requisiti richiesti dal bando. Dopo 22 sedute, la Commissione ha predisposto un quadro riepilogativo dal quale emerge come la proposta del Gruppo Coopsette risponda maggiormente alle finalità perseguite dal bando rispetto a quella dell'Impresa Mantovani/Studio Altieri. *Tuttavia, la Commissione ha messo in rilievo alcune criticità che, se non recepite come prescrizioni e precisazioni nella successiva fase di adeguamento e coordinamento della proposta con le esigenze espresse nei documenti di gara, renderebbero non perseguibile la dichiarazione di pubblico interesse.* [...] La Giunta Comunale ribadisce che a conclusione del lavoro della Commissione Giudicatrice, attraverso le modalità citate, verrà aperto un confronto con le forze politiche di maggioranza e minoranza, con il forum del Piano strategico, con le parti economiche, sociali e culturali, per la scelta definitiva sull'iter approvativo.¹⁵¹

Quei progetti non entrarono mai nel documento del piano strategico. Infatti gli *stakeholders* si schierarono apertamente contro i *project* fin da subito perché, secondo loro, erano in controtendenza rispetto al tentativo riminese di allontanarsi da meccanismi di sfruttamento indiscriminato del territorio. Fu immediatamente chiaro all'Amministrazione Comunale che le associazioni avrebbero accettato di lavorare gratuitamente, per più di un anno, alla realizzazione del Piano Strategico, solo se effettivamente si fosse seguito lo spirito che aveva ispirato la volontà di realizzazione dello stesso: il profondo desiderio di cambiare modello turistico e urbano prima che fosse troppo tardi.

¹⁵¹ Cfr. *Project financing al Lungomare di Rimini*, «Edilia 2000», 29 Aprile 2009. Corsivi miei.

Infatti già da tempo si percepiva che la monocultura balneare – con le sue intrinseche caratteristiche – che aveva caratterizzato la città, non era più all'altezza delle sfide del presente. Valentina Ridolfi¹⁵² – coordinatrice dei progetti dell'Agenzia Piano Strategico srl – durante l'intervista che ci ha rilasciato, ha ribadito più volte che a Rimini la volontà di avere un piano strategico, che tracciasse le linee guida per uno sviluppo futuro, antecede la crisi economica. Constatato un andamento negativo del comparto turistico e compresa la necessità di cambiamento, già dal 2005 la classe dirigente della città aveva cominciato a ragionare sulla possibilità di redigere un testo d'indirizzo. Già allora si presagiva che il modello “divertimentificio”, con la conseguente “colonizzazione della notte”, aveva fatto il suo tempo: non era più attrattivo, né sostenibile e non piaceva ai cittadini. Di lì a poco si sarebbe capito che la sfida del cambiamento, della sostenibilità e del benessere, sarebbe stata la grande scommessa di un paese intero, ma quando Rimini è stata investita dalla peggior crisi della storia aveva già anticorpi attivi, grazie al piano strategico. Questo le ha permesso, fin ora, di reagire meglio di altre città e di avere nella Rimini futura una linea guida per un utilizzo razionale e ragionato delle poche risorse disponibili oggi. Nel 2008 la fortuna riminese fu doppia. Non solo l'Amministrazione decise di assecondare le richieste della società civile organizzata non pretendendo che i progetti diventassero il volto del piano, ma il candidato sindaco nel 2011, Andrea Gnassi, inserì il *masterplan strategico* prima nel suo programma e, una volta eletto, nelle linee di mandato¹⁵³. Questo aspetto, sottolinea Ridolfi, non fu secondario. Difatti normalmente il sindaco promotore del piano è colui che lo porta avanti. Raramente una giunta insediatasi successivamente all'avvio dei lavori, fa proprio un progetto antecedente la propria elezione, ma dal 2011 la collaborazione fra la giunta e tutto il sistema “Piano Strategico” è strettissima e sta rendendo effettivamente possibile la realizzazione dei progetti proposti nel documento finale. Non a caso,

¹⁵² Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

¹⁵³ Cfr. *Il sindaco presenta le linee di mandato*, «Quotidiano del Comune», 29 Luglio 2011, www.comune.rimini.it, in particolare punto 5.3.

infatti il sindaco Andrea Gnassi è stato eletto Presidente della Rete delle città strategiche per il biennio 2013-2014, un ente di rilevanza nazionale.¹⁵⁴ L'accantonamento dei *project* è stato il primo passo verso una collaborazione più stretta fra società civile organizzata e amministrazione pubblica.¹⁵⁵

Mancava solo il nero su bianco per tirare una riga definitiva sulla tormentata storia dei project financing firmati dalle archistar Jean Nouvel e Norman Foster per la riqualificazione del lungomare. Storia (nata e) finita con una delibera di giunta in piena estate. Approvata all'unanimità, per alzata di mano. Che il sindaco Andrea Gnassi avesse intenzione di azzerare tutto e ripartire con un'altra idea l'aveva fatto chiaramente capire fin dal suo insediamento. Ora la decisione, tecnicamente, è presa. Sostanzialmente per l'incoerenza dei due interventi – pensati, rispettivamente, per il tratto piazzale Boscovich - piazzale Kennedy e Kennedy-Marvelli – con la filosofia della nuova amministrazione, che ha assunto il Masterplan come bussola delle linee di mandato. A partire dall'urbanistica. "Operazioni di trasformazione del territorio 'chiavi in mano', ispirate da un'idea di riqualificazione (a volte anche estranea all'identità della nostra città, sicuramente sganciata dall'arenile), tutta finanziata dalla rendita immobiliare e gestita da un unico operatore – si legge non a caso nelle linee guida del Masterplan – dovranno invece lasciare il posto ad altre in cui "partendo dalla condivisione del progetto con chi sul lungomare opera e crea valore con la propria attività d'impresa, l'amministrazione costruisce le condizioni e accompagna il progetto di riqualificazione".¹⁵⁶

E risultano ancora più palesi i modelli scelti da Rimini e la forte intesa fra Amministrazione e Piano Strategico quando sulla *home page* del sito personale del sindaco si legge.

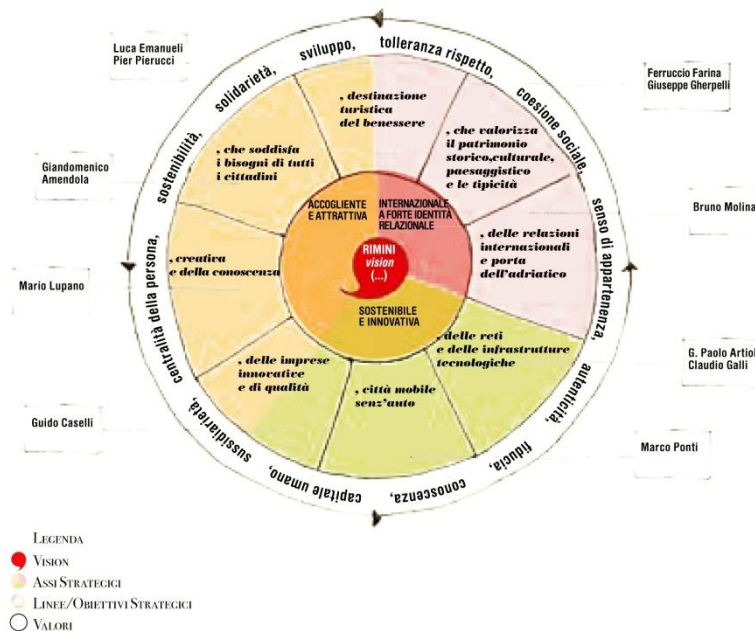
¹⁵⁴ Cfr. *Gnassi confermato presidente Rete città strategiche*, «Altarimini.it», 29 Marzo 2013, www.altarimini.it.

¹⁵⁵ Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

¹⁵⁶ Cfr. V. De Tommaso, *Cala il sipario sui Project Financing firmati dalle archistar*, «Romagna Noi», 24 Agosto 2013, www.romagnanoi.it.

Entro il 2015 il 90% della popolazione riminese a 300 metri da casa dovrà avere un'area verde, un mezzo pubblico e una pista ciclabile. È già una realtà a Stoccolma, può diventarlo a Rimini con le coordinate del piano strategico e le azioni del piano strutturale.¹⁵⁷

- La Ruota delle Strategie



In un periodo storico caratterizzato da disaffezione e sfiducia nella politica sorge spontaneo chiedersi cosa abbia mosso tante persone a lavorare gratuitamente per un piano che, come altri prima di lui, poteva essere accantonato subito dopo la realizzazione. Probabilmente lo stimolo maggiore venne dall'idea di poter cambiare le coordinate di riferimento della propria città ed essere orgogliosi di costruirsi un'opinione e un'idea precisa di cosa si volesse per il proprio futuro. Un'indicazione chiara di questo ci viene restituita dalla "Ruota delle Strategie", approvata dal Forum il 15 Luglio 2008.

¹⁵⁷ Cfr. www.andreagnassi.it sotto la voce *andrea gnassi*.

Essa ci restituisce tre assi strategici: Rimini come città internazionale a forte identità relazionale, città accogliente e attrattiva, città sostenibile e innovativa. Dagli assi combinati fra loro emergono otto linee o obiettivi strategici che costituiscono l'oggetto di studio dei Gruppi di Lavoro in cui hanno prestato servizio gratuitamente quasi trecento persone. Essi sono: Rimini città che valorizza il patrimonio storico, culturale, paesaggistico. Città delle relazioni internazionali e porta dell'Adriatico, delle reti e delle infrastrutture tecnologiche, mobile senz'auto, delle imprese innovative e di qualità, creativa e della conoscenza, che soddisfa i bisogni di tutti i cittadini, infine destinazione turistica del benessere. Su tutto domina l'elenco dei valori di riferimento, le coordinate di cui parlavamo precedentemente, che incredibilmente sono: tolleranza/rispetto, coesione sociale, senso di appartenenza, autenticità, fiducia, conoscenza, capitale umano, sussidiarietà, centralità della persona, sostenibilità, solidarietà, sviluppo. Non vi è traccia di competitività, eccellenza, merito, creatività. Questi sono termini che compariranno nel lavoro dei gruppi, ma solo in ruolo subalterno. Preferendo parole "antiquate" e "noiose" come solidarietà e fiducia, al lessico "vincente" in voga oggi, le donne e gli uomini che hanno lavorato al piano hanno espresso molto chiaramente la lontananza della loro idea di città dal modello aziendale e competitivo.

- **Il Mandato di Lavoro**

Il lavoro dei Gruppi partì ufficialmente con l'incontro plenario del 19 Novembre 2008. In questa circostanza il Forum e i Gruppi di Lavoro ricevettero il "mandato di lavoro" direttamente dal Comitato Scientifico. Facciamo seguire un lungo stralcio del documento poiché in esso si evidenzia l'inquadramento tecnico-disciplinare dell'intero piano.

[...] La scelta del Piano Strategico risponde quindi soprattutto alla necessità di assumere, per uno sviluppo certo e di lunga durata, uno strumento di governance capace di superare i limiti riscontrati nella più diffusa pratica di governo territoriale basata sulla pianificazione ordinaria (dai lunghi tempi di elaborazione) e sulla progettualità quotidiana che, affrontata quasi sempre caso per caso, sfugge alla verifica di un quadro di coerenza e di efficacia. Se infatti, da un lato, occorre ammettere che la strumentazione urbanistica, anche laddove applicata con rigore, non ha garantito né il controllo del consumo di territorio né quello della rendita immobiliare, senza peraltro produrre gli attesi effetti di qualità urbana e di vivibilità ambientale, dall'altro è ormai comprovato che la stessa strumentazione non è sufficiente a guidare i processi di sviluppo socio-economico imposti oggi dalle trasformazioni in atto. Due considerazioni di fondo si impongono di conseguenza. Primo. Sempre di più, oggi, la città coincide con la società intera e qualsiasi problema o intervento di carattere urbanistico si riflette direttamente sul piano sociale ed economico delle specifiche realtà territoriali. [...] Ciò implica che l'attività di governo sia basata su una forte integrazione tra le politiche di welfare [...] le politiche ambientali, [...] le politiche economiche e le politiche territoriali. L'incapacità di questa integrazione, così come di quella tra i diversi soggetti e istituzioni, fa rischiare il fallimento di qualsiasi progetto di rigenerazione urbana e riorganizzazione territoriale. Secondo. Lo sviluppo locale è sempre di più il frutto dell'azione sinergica di più attori: privati, pubblici, sociali, economici, culturali, ecc. che devono reciprocamente auto-condizionarsi per adottare una strategia comune, efficace al conseguimento degli specifici obiettivi di sviluppo. Questo al fine di evitare la pratica dell'accordo basato su particolari interessi così come l'insorgere di reazioni negative della popolazione, non preventivamente coinvolta nelle scelte. Se questi sono i presupposti, non regge più l'impostazione istituzionale dirigistica basata su un rapporto bipolare Comune-Cittadini che deve essere sostituita da un sistema di governo in cui ente locale e società devono interagire secondo predefinite regole per disegnare il futuro della città e per dare ad esso concreta attuazione. [...] *Si passa dunque da un rapporto tra istituzioni e cittadini di tipo bipolare e unidirezionale, in cui i cittadini perseguono solo interessi particolari e la Pubblica Amministrazione deve curare l'interesse generale, ad uno di tipo multipolare e circolare, in cui lo stesso principio della sussidiarietà costituisce la base teorica del modello di amministrazione condivisa. Ciò consente, attuando un reale e contestuale processo di concertazione e di partecipazione, di rendere tutti i soggetti-attori della città protagonisti delle scelte del futuro, elevando allo stesso tempo il grado di responsabilità individuale e collettiva sulle scelte che si compiono e sui loro effetti.* La scelta del Piano Strategico risponde pienamente a questo nuovo concetto di governance con la duplice consapevolezza che non esiste un modello unico importabile da altre realtà, ma che ogni territorio necessita di una elaborazione propria, rispondente alle sue specifiche caratteristiche e che il Piano non si configura come un prodotto definito una tantum bensì come un processo basato sulla interazione tra progettazione e gestione, capace di monitorare e verificare nel tempo

l'efficacia delle scelte e integrare le necessarie modificazioni derivanti dalle innovazioni dei processi e delle trasformazioni.[...] Nello specifico, gli aspetti caratterizzanti il processo di pianificazione strategica messo in atto si fondano su:

- assunzione di visioni strategiche, obiettivi specifici e azioni;
- concertazione tra tutti gli attori, sia nella definizione degli obiettivi e delle strategie che in quella delle scelte;
- partecipazione costante dei cittadini attraverso varie modalità di coinvolgimento;
- misurazione e monitoraggio nel tempo della reale efficacia delle scelte di Piano nel raggiungimento degli obiettivi prefissati;
- individuazione, recepimento e finalizzazione delle risorse finanziarie per la realizzazione degli interventi (anche prevedendo la costituzione di uno specifico strumento di gestione operativa e finanziaria degli interventi stessi);
- programmazione temporale, secondo specifiche priorità, della realizzazione dei singoli interventi;
- valutazione, secondo l'analisi dei punti di forza e dei punti di crisi, di scelte alternative. [...]

Peraltro, la sfida della crisi economica in atto a livello globale apre una duplice nuova prospettiva di difficoltà, ma anche di opportunità. *La necessità di contrastare con tutti gli strumenti e le politiche di intervento ai diversi livelli gli effetti negativi della crisi, si sposa con l'occasione di impostare, da una posizione maggiormente paritaria a livello internazionale, una rinnovata capacità relazionale in grado di interagire attivamente con i diversi flussi (culturali, economici, ecc.) e di ripensare gli stili di vita, gli usi e i consumi per realizzare un ambiente urbano coeso, accogliente e più sostenibile.* [...] Nel momento di avvio dell'attività più specificamente operativa e progettuale, riteniamo di affidare agli esperti e ai portavoce che condurranno le operazioni di elaborazione partecipata all'interno dei Gruppi di Lavoro individuati due input prioritari che valutiamo debbano orientare le scelte maturate dai diversi Gruppi tematici. Proprio in considerazione e sulla base delle analisi e delle diagnosi condotte sulla complessa realtà riminese, riteniamo dunque che, al fine di rafforzare le identità esistenti e di individuare nuove indispensabili identità complementari, si debbano perseguire due obiettivi primari: *potenziare le relazionalità con cui intercettare i diversi flussi.* [...] *Promuovere la qualità della vita all'interno dell'intero territorio riminese.* [...] Questi i principali input che il Comitato Scientifico consegna ai Gruppi di Lavoro, ben sapendo che tutte le articolazioni progettuali che verranno elaborate all'interno dei gruppi dovranno poi essere supportate anche da azioni di sistema volte, in

particolare, alla formazione e alla qualificazione degli operatori di tutti i settori produttivi, ivi compreso quello culturale.¹⁵⁸

La prima fase si concluse con l'accorpamento degli otto obiettivi strategici in cinque ambiti e con la stesura del documento *La visione di Rimini nel lavoro del Gruppo del Forum Rimini Venture*, approvato il 30 Giugno 2009 dal Forum. A questo punto il Comitato Scientifico e quello Promotore si attivarono per individuare lo strumento più efficace per la realizzazione del Piano Strategico, mentre l'Ufficio di Piano avviava una valutazione di fattibilità delle proposte. La soluzione individuata fu la creazione dell'Agenzia Piano Strategico srl, il cui socio unico è il Forum, nel 2013.¹⁵⁹ Inoltre fra la fine del 2009 e i primi mesi del 2010 venne avviata la discussione in Consiglio Comunale sulle proposte dei Gruppi di Lavoro del Forum. In questa sede si procedette con un'integrazione e discussione del testo per arrivare alla stesura del documento definitivo.

- **Seconda parte del Piano**

La seconda parte del piano riminese si apre con una riflessione che restituisce al lettore le motivazioni più profonde che hanno portato alla decisione di redigere un piano. Accanto al forte incalzare della globalizzazione, ai limiti manifesti di un modello turistico ormai superato, alla tragica perdita dello spirito di ospitalità che sempre ha animato la riviera romagnola, troviamo motivazioni di ordine sociale.

[...] Sul piano sociale la comunità sta perdendo memoria, coesione e capacità d'integrazione, prendono corpo nuove forme di corporativismo, la diversità viene vissuta non più come un valore ma come un pericolo. In altri termini il corpo sociale della città tende a frammentarsi e, come quando uno specchio cade a terra, nessun frammento è più in grado di restituire l'immagine

¹⁵⁸ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pagg. 36- 42. Corsivi miei.

¹⁵⁹ Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

dell'insieme. Si crea, in tal modo, un terreno fertile alla prevalenza degli interessi particolari a scapito del bene comune.

Inoltre anche nel riminese si avvertono con preoccupazione gli effetti della crisi economica e sociale che la comunità nazionale e mondiale stanno attraversando. La crisi, come è dato constatare, va ben oltre ai drammatici aspetti congiunturali, assumendo, giorno dopo giorno, le caratteristiche di un vero e proprio passaggio d'epoca, destinato a cambiare in profondità gli stili di vita e di consumo, il rapporto delle persone con l'ambiente e tra loro stesse. L'umanità si trova, quindi, di fronte ad un bivio, da una parte il pericolo di un irreparabile imbarbarimento dell'economia e della società, dall'altra l'opportunità di affermare nuovi valori e nuovi significati alle relazioni interpersonali e allo sviluppo.¹⁶⁰

Le associazioni cercarono di cogliere l'opportunità data dalla crisi rivolgendosi alla città con uno sguardo nuovo e integrato. Gli otto obiettivi strategici si trasformarono in cinque ambiti d'interesse, su cui concentrare gli sforzi dei gruppi di lavoro. Essi sono¹⁶¹

- Nuovo rapporto con il mare
- La grande sfida della mobilità (il nuovo modello)
- Un sistema d'impresa fatto di persone e d'innovazione (territorio che attrae persone, imprese e innovazione)
- La qualità di un territorio ricomposto e coeso
- La cultura che forma e informa le persone creando nuova immagine (vs l'immagine che omologa la cultura).

I primi risultati dei gruppi di lavoro sono dati dalle "visioni di settore".

¹⁶⁰ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 65.

¹⁶¹ *Ivi*, pag. 70.

- **La Carta dei Valori**

Non manca nel testo l'indicazione di una scala di valori di cui il piano è intriso e che devono e dovranno guidare la città al momento della modifica o della realizzazione dei progetti.

Questi valori, in via di prima approssimazione, possono essere individuati nei seguenti principi:

Identità. Il Piano Strategico deve mantenere e rafforzare l'identità collettiva della comunità in quanto asset insostituibile di Rimini.

Democrazia e partecipazione. Il processo di sviluppo deve comportare il mantenimento e l'allargamento di tutte le forme di partecipazione dei cittadini al governo della società ed al controllo del proprio futuro;

Pluralismo. Il pluralismo e l'effervescenza della società civile sono risorse indispensabili allo stesso funzionamento delle istituzioni politiche e di governo;

Inclusione. L'inclusione sociale – soprattutto delle fasce più deboli come vecchi, immigrati, portatori di handicap, gruppi a bisogni speciali, ecc – costituisce un elemento identitario di Rimini e come tale va perseguita e rafforzata;

Diversità. Le diversità, qualunque sia la loro origine – culturale, di genere, sociale, etnica – costituiscono un patrimonio da salvaguardare e da vivere come risorsa per lo sviluppo;

Welfare locale. Il Welfare locale, ridefinito in maniera adeguata ai tempi ed ai nuovi bisogni, costituisce l'asse portante del governo e della vita della città;

Valorizzazione della qualità e delle potenzialità individuali. Fondamentale sia per la libera e piena realizzazione dell'individuo che per la produzione di ricchezza, di idee e per la stessa creatività della città;

Equilibrio tra la città della quotidianità e la città dei turisti.

La condivisione della Carta dei Valori, in quanto base del patto, è affidata al Forum del Piano Strategico che deve condividerla e ratificarla come presupposto che deve regolare il Piano Strategico e accompagnarne l'attuazione.¹⁶²

¹⁶² *Ivi*, pagg. 115-116.

2. Il nuovo *concept* del benessere

Il riminese non è biecamente campanilista, non pretende che la sua città sia la più bella o la più progredita. In compenso, è profondamente convinto che “a Rimini si sta bene” come in pochi posti al mondo. E se ci sta bene lui, devono starci bene tutti – soprattutto gli alieni che hanno la fortuna di venirci ad abitare, lasciandosi alle spalle lande fredde e caliginose, metropoli stressanti o sperduti villaggi. La malinconia del forestiero gli risulta quindi ancora più incomprensibile e fastidiosa: “ma cosa vuoi di più, dov’è che si sta bene come qui?”¹⁶³

«Non è una città ideale, ma una città in cui “lo stare bene” delle persone diventa una proprietà che si persegue a tutto campo.»¹⁶⁴

Siamo finalmente arrivati al punto cruciale della riflessione sul benessere per la Rimini futura. Lontani ormai anni luce dal “riminizzare” sinonimo di cementificare indiscriminatamente, i sostenitori del piano strategico spostano il baricentro della città dal turismo balneare al mare stesso. Non si tratta di un cambiamento da poco. Il mare riacquista la propria centralità nella vita di tutti, non soltanto dei pescatori o dei riminesi nei mesi invernali. Esso viene riconosciuto per quello che è: il polmone e il cuore della città. Come tale le sue acque vanno tutelate, la spiaggia protetta e va circondato da un parco urbano, che lo isoli dal caos delle automobili, ma lo renda ugualmente fruibile a tutti grazie a un trasporto pubblico – che si prefigge di sostituire completamente l’uso dell’automobile privata – e a infrastrutture non invasive. È la rivincita del verde

¹⁶³ L. Celi, *Alieni a Rimini: come integrarsi fra i riminesi senza perdere il buon umore*, Comune di Rimini, Rimini, 2005, pag. 62.

¹⁶⁴ Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

sul cemento e del cittadino sul turismo stagionale. Il parco del mare infatti è un parco pubblico e come tale si rivolge a tutti, tutti i giorni dell'anno. Nasce allora, dal punto di vista turistico, un nuovo *concept* del benessere: la *sea wellness*, con annesso rinnovo delle strutture ricettive, potenziamento di una mobilità senz'auto, Spa marine, centri benessere, strutture atte a fare sport. Dal punto di vista sociale abbiamo il lungomare trasformato in uno spazio non solo destinato all'attività fisica, al *relax*, o alle relazioni, ma anche alla cultura, grazie al recupero delle grandi colonie e la proposta di trasformarle in contenitori culturali.

Un nuovo valore di riferimento viene conferito al mare e la percezione della sua presenza, in relazione alla città, cambia totalmente: da sfondo torna ad essere presenza centrale. Attraverso questa inversione di polarità e rinnovata importanza, il mare diviene elemento fondante di un nuovo concetto di benessere e per lo sviluppo di un volano di ricerca e di innovazione di settore dell'impresa del benessere, generando così un nuovo di turismo, il Sea Wellness. Si tratta di un nuovo approccio concettuale che rifonda il turismo balneare, dà un valore aggiunto agli altri turismi (congressuale, fieristico, culturale, sportivo, ecc.), e fa vivere 365 giorni all'anno il mare, il lungomare e la fascia turistica anche a beneficio della città e dei residenti. Questo nuovo concept innescherà anche una radicale riqualificazione del comparto ricettivo. La spinta propulsiva per questa rinnovata identità deriva quindi dal mare, che rifonda in questo modo la nuova attrattività turistica del territorio. Prerequisito fondamentale del nuovo protagonismo che deriva e che parte dal mare, è la tutela e la valorizzazione della qualità delle sue acque, a cominciare dall'eliminazione totale degli scarichi inquinanti anche nei bacini idrografici. Il ritorno alla qualità ambientale ha anche il compito di recuperare l'orgoglio verso il proprio mare, patrimonio e risorsa che si potrà vivere e godere nell'arco di tutto l'anno attraverso l'utilizzo della sua acqua, opportunamente trattata e anche riscaldata in appositi ambienti e spazi dedicati. Si creerà a questo scopo un sistema diffuso di Spa marine, che non sono centri benessere in senso stretto, ma costituiranno un'offerta differenziata di trattamenti e servizi incentrati sul valore benefico dell'acqua di mare, ma anche della sabbia, dell'aria marina e del sole.

Il mare trova ancora più forza attraverso un ulteriore cambiamento radicale del ruolo dell'infrastruttura di costa, con l'attenzione all'ambiente e al paesaggio che si concretizza attraverso la realizzazione del Parco del Mare per cittadini e turisti. Il Parco è uno spazio strutturato tra la ferrovia ed i primi 500 m. di mare che ha la presunzione di andare oltre ai confini amministrativi e si connette con l'interno (centro storico, periferia, entroterra) attraverso

assi verdi perpendicolari alla costa. Configurandosi come Parco Urbano attrezzato che contiene funzioni e servizi, il lungomare diviene così nuova “Agorà” cittadina dotata di spazi pubblici accoglienti, attrattivi e identitari, luogo vocato all’incontro e alla relazione tra i residenti, tra e con i turisti, destinato allo svago, al tempo libero, al loisir e ai vari eventi e manifestazioni all’aperto. In virtù della sua posizione strategica tra la città e la spiaggia, si presenta quale nuovo scenario per l’incontro tra la città e il mare e non più come una barriera invalicabile a causa del traffico intenso che finora lo ha caratterizzato. L’uso dell’automobile nella zona lungomare non sarà più necessario e, in questo senso, verrà fortemente disincentivato grazie all’introduzione di sistemi alternativi ed innovativi, libererà di conseguenza spazi pubblici fruibili a livello urbano e turistico dai cittadini, temporanei e non. Il nuovo sistema di mobilità diviene quindi uno dei pilastri su cui si fonda quest’ipotesi di nuova riqualificazione dell’offerta turistica e di nuova identità paesaggistica del litorale.¹⁶⁵

La Rimini del turismo èlitario pare fare capolino da queste righe del documento. Ci piace comunque sottolineare che una cosa è parlare di *sea wellness* nell’ottica del *marketing* turistico, secondo cui Rimini deve diventare attrattiva per la sua bellezza e per tutti coloro che desiderino stare bene; altro è parlare di *sea wellness* per i residenti. Infatti il parco del mare e tutte le misure volte a incentivare la protezione delle acque e delle coste ricadono su tutti.

Il parco urbano del mare intende rigenerare un luogo e un senso a servizio non solo della fascia turistica ma di tutta Rimini.¹⁶⁶

L’externalità positiva delle iniziative è globale, ma Rimini, per i residenti, diventa una città in cui il termine benessere accoglie la potenzialità di vivere bene; in cui le tradizioni vanno a braccetto con l’innovazione, ma in cui, soprattutto, l’ambiente, la qualità dell’aria, la qualità del tempo libero, diventano il centro delle politiche urbane; in cui la città offre – non è detto che i cittadini li accolgano

¹⁶⁵ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pagg. 81-82.

¹⁶⁶ R. Semprini, E. Mijic, *Avanguardia balneare: da Mantegazza al nuovo concept del benessere: il piano strategico di Rimini e del suo territorio*, Rimini, Comune di Rimini, 2013, pag. 21.

– *standard* di qualità della vita altissimi e non con finalità di potenziamento dei sistemi di *welfare*, ma con lo scopo di incentivare la crescita economica e sociale dell'intera area. Si rispetta il tradizionale ruolo di un'amministrazione comunale che crea delle basi su cui il cittadino può edificare il proprio "viver bene", ma senza più proporre un benessere materiale e consumistico. Rimini ha scelto l'idea di benessere che vuole perseguire e noi la riassumiamo con la definizione che del proprio campo di studi dà il dipartimento universitario di Scienze per la Qualità della Vita che ha sede proprio a Rimini.

La Qualità della Vita per un equilibrio tra Organismo, Corpo e Cultura

Il carattere innovativo della struttura consiste nella ricerca di un modello di sapere che prevede la gestione unitaria di problematiche spesso affini o convergenti da parte di discipline che, nel rispetto delle proprie specifiche singole radici, condividono un orizzonte prospettico oggi spiccatamente cruciale e, si potrebbe dire, urgente.

Queste si raccolgono attorno ad un ampio spettro di saperi relativi alla ricerca dell'equilibrio tra:

le pratiche virtuose della corporeità = ORGANISMO

la salute del corpo = CORPO

le relazioni psico-sociali e simbolico-culturali = CULTURA

nel quadro di un'integrazione armonica tra progetto umano e ambiente fondato sulla sostenibilità.

Benessere, quindi, come valore non esclusivo (secondo il modello edonistico del "wellness"), ma inclusivo e diffuso, che interessa la popolazione nel suo complesso e l'individuo nella sua integrità.¹⁶⁷

Del *wellness* edonistico Rimini resta la capitale, anche grazie alla fiera omonima che ogni anno riempie la città di amanti della vita sportiva. Il capoluogo non può e non vuole completamente rinunciare al ruolo che si è ritagliata di città

¹⁶⁷ Cfr. www.scienzequalitavita.unibo.it alla voce *chi siamo*.

frizzante, piena di proposte e divertente. Le serve per tenere vivi gli afflussi turistici, certo, ma questa dimensione, attiva da anni è entrata nelle corde dei riminesi stessi che non disdegnano un massaggio in una spa sul lungomare della loro stessa città, la partecipazione a un concerto, a una serata in discoteca o a un'iniziativa del teatro o del museo della città, accanto ai turisti stessi. Per questo motivo i cittadini sono diventati anche vittima dei simpatici e ironici strali di Lia Celi, che col suo libro *Alieni a Rimini: come integrarsi fra i riminesi senza perdere il buon umore*, ha sintetizzato meglio di qualsiasi trattato di sociologia l'ontologia del riminese.

Il neofita non ha che l'imbarazzo della scelta: la città pullula di palestre, aperte dall'alba a mezzanotte. (Perfino in spiaggia ci sono spazi attrezzati a palestra, in genere collocati nell'angolo più torrido del bagno.[...]) Ora hai anche tu una scheda plastificata con su il tuo programma di esercizi personalizzato [...] almeno potrai dire, con l'understatement del vero riminese, "sì, faccio qualcosa" (qui "non far niente" significa lavorare, fare la spesa, occuparsi della famiglia, insomma, sgobbare come le persone normali).¹⁶⁸

PROVERBI CHE A RIMINI NON VALGONO: Mens sana in corpore sano

Se fosse vero, considerata la densità di palestre e impianti sportivi e la quantità di gente che li frequenta, come mente i riminesi dovrebbero stare a metà strada fra Einstein e Bertrand Russell.¹⁶⁹

Non è dunque strano trovare nei progetti della Rimini futura un'insieme di strutture atte a favorire l'attività sportiva lungo il parco del mare, che diventerebbe la *Site Specific Gym* più grande d'Europa.¹⁷⁰ L'aspetto più importante del parco del mare, a prescindere dalla declinazione ginnica dei progetti, è quella di creare un'area verde consistente, un vero e proprio polmone

¹⁶⁸ L. Celi, *Alieni a Rimini: come integrarsi fra i riminesi senza perdere il buon umore*, cit., pagg. 53-54.

¹⁶⁹ *Ivi*, pag. 57.

¹⁷⁰ R. Semprini, E. Mijic, *Avanguardia balneare: da Mantegazza al nuovo concept del benessere: il piano strategico di Rimini e del suo territorio*, cit., pag. 22.

connesso al mare, l'altra grande fonte di salute per il territorio e i cittadini. I progetti del piano prevedono non solo la creazione e la riqualificazione delle piste ciclabili, quanto piuttosto la collocazione strategica delle stesse dentro nuove aree verdi – per esempio attorno ai beni archeologici di maggior pregio come il Castello Malatestiano e il Teatro Galli¹⁷¹ – a cui si collega il complesso tema del Contratto di Fiume Marecchia¹⁷² e dell'anello verde, che vanno a disegnare un'ampissima rete che cambia completamente il volto alla città e al suo entroterra. La cartina di Rimini 2027 si tinge del verde delle numerose nuove aree ciclo-pedonali avviando una nuova stagione di cicloturismo e aprendo la strada a una nuova forma di mobilità.

3. Le principali proposte per la città

a. Rimini città mobile senz'auto

La città decide liberamente di fare a meno completamente dell'automobile. C'è da dire, in questo senso, che fortissimo è l'attaccamento dei riminesi al veicolo personale, dovuta anche alla conformazione del territorio, ma, complice la crisi e una maggiore cultura ambientale, la speranza è che i cittadini, tramite meccanismi di coinvolgimento e confronto, comprendano la necessità della svolta e collaborino al potenziamento dei servizi pubblici tramite un uso più consistente e responsabile. Rimini persegue

Una mobilità futura quindi organizzata sull'idea che dell'automobile si possa fare a meno non in meri termini di "divieto", ma perché vengono offerte valide alternative di trasporto che, consentendo eguale efficacia nella mobilità, riportano ad una più giusta dimensione relazionale le

¹⁷¹ Cfr. www.riminifutura.it/luoghi-identitari.

¹⁷² Cfr. www.fiumemarecchia.it/contratto-fiume-marecchia.

funzioni dell'abitare e del vivere città e territorio a partire dai luoghi di maggior valore identitario, sociale e culturale.¹⁷³

La sfida della mobilità coinvolge tutto il settore del trasporto pubblico e non solo. Oltre ai parcheggi interrati vicini ai caselli e interni alla città, ai rapporti con Trenitalia per una migliore connessione con la rete Alta Velocità, collegamenti mirati con porto e aeroporto, interventi mirati sugli assi stradali, molti già in fase di realizzazione o completati, servizi di trasporto pubblico per San Marino e tutta la Valmarecchia – a cui saranno connessi tutti i mezzi “*last kilometre*” per consentire ai cittadini di raggiungere il posto di lavoro – assume rilevanza strategica il tema del Trc-Trasporto Rapido Costiero, che deve consentire la copertura di tutti i 15km del parco del Mare interdetto alle automobili e, possibilmente, ampliarsi alle città, se non addirittura province, limitrofe.¹⁷⁴

A integrazione di questa rete, si vuole sviluppare la “plurimodalità” ovvero prevedere molte altre modalità di trasporto, più capillari e puntuali. In particolare si prevede di potenziare la rete delle piste ciclabili, per farla diventare la meglio strutturata del nostro Paese; di dotare la città di un parco mezzi di bike sharing e di car sharing elettrici; di disporre di servizi di navette elettriche lungo itinerari semplici e intuitivi.[...] Punto di forza di questo nuovo sistema plurimodale sarà la facilità di pagamento che avverrà con un'unica card, valida per tutti i mezzi, sull'esempio degli skipass e integrata con le tariffe dei parcheggi. In questo modo l'utente sarà più invogliato ad utilizzare i mezzi pubblici e sarà più facile fidelizzare l'abbonato, che con il tempo troverà molto più comodo e vantaggioso avvalersi di questi sistemi alternativi all'auto. Il Piano prevede di affiancare al sistema di mobilità pubblica un sistema di parcheggi articolato in due livelli. Presso i caselli autostradali e presso gli innesti delle arterie territoriali (così come a servizio delle altre porte territoriali) vengono previsti grandi parcheggi scambiatori, che devono fungere da primo limite di arresto per tutti coloro che poi non si serviranno dell'automobile. A corona del centro storico, delle isole residenziali e a supporto delle principali fermate del Tpl saranno realizzati parcheggi di attestamento; i parcheggi di attestamento vengono previsti anche a servizio della

¹⁷³ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 85.

¹⁷⁴ Cfr. www.riminifutura.it/infrastrutture-mobilita-trc.

fascia turistica, ma di dimensioni e numero estremamente contenuti e con soluzioni interrato o in strutture fuori terra.¹⁷⁵

Vogliamo dedicare uno spazio anche alla breve illustrazione del bici *plan* che il Piano e il Comune di Rimini hanno promosso.

Si chiama “I like my bike” il progetto di partecipazione promosso da comune e piano strategico di Rimini sull'idea di città tra i giovani under30. Ai ragazzi, tra i 18 e i 30 anni, sono stati proposti laboratori dedicati al tema della mobilità attiva e degli spazi della città.¹⁷⁶

Dal sito del piano strategico.

Il progetto “I like my Bike – MoviMenti Under 30” è un percorso partecipativo per aprire un confronto con i giovani riminesi [...]. Decine di giovani, provenienti da diverse realtà cittadine (centri giovanili, università, associazioni, cooperative sociali) hanno cominciato a lavorare insieme per progettare un sistema di percorsi ciclabili, corredati di spazi e servizi, a partire dalle esigenze che rilevano nel vivere quotidianamente il proprio territorio e dalle loro diverse conoscenze e capacità. Il progetto, ideato dal Comune di Rimini e dal Piano Strategico Rimini Venture, ha ottenuto il contributo della Regione Emilia-Romagna nel bando 2013 della L.R. 3/2010 che promuove progetti di partecipazione. [...] L'obiettivo del progetto è di concorrere a diffondere una nuova cultura ambientale nelle nuove generazioni e, soprattutto, di suscitare fiducia e coinvolgimento concreto dei giovani nella vita pubblica e nelle decisioni sulla città, rafforzandone la partecipazione ai processi decisionali e chiamandoli ad esprimersi in maniera concreta per disegnare la città che desiderano per il loro futuro. I tavoli di lavoro, seguiti da esperti e facilitatori, opereranno su quattro temi tra loro interconnessi: la redazione di un Biciplan; la comunicazione della nuova mobilità; nuova mobilità e spazi della cultura; i mestieri della nuova mobilità. [...] Gli esiti si tradurranno in un atto deliberativo assunto dall'amministrazione

¹⁷⁵ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pagg. 90-91.

¹⁷⁶Cfr. *Un biciplan per la città. A progettargli ragazzi tra i 18 e i 30 anni*, «Newsrimini.it», 11 Giugno 2014, www.newsrimini.it.

comunale sulla base del lavoro prodotto dai giovani, che verrà recepito all'interno del Piano Urbano della Mobilità in corso di elaborazione.¹⁷⁷

Il documento è stato presentato all'amministrazione comunale. Ridolfi garantisce che è stato recepito e verrà approvato, anche perché realizzato con la consulenza di esperti e dunque documento di grande valore scientifico.¹⁷⁸ Qualora venisse realizzato Rimini avrebbe una rete di piste ciclabili completamente realizzata dai suoi cittadini più giovani.¹⁷⁹

b. Adriapolis e Adrialeaders

Ovvero un'inedita forma di collaborazione fra città adriatiche, per condividere conoscenze ed esperienze.

Il nuovo rapporto con il mare, a livello internazionale, vede il riposizionamento di Rimini nel panorama delle città adriatiche grazie ad una serie di azioni e di strumenti strategici¹⁸⁰

Adrialeaders è un'azione che promuove una partnership fra le due sponde dell'Adriatico per la valorizzazione di prodotti e servizi, la ricerca e l'innovazione per una maggiore competitività e per lo sviluppo dell'Alto Bacino Adriatico.

Adriapolis è uno strumento che si pone come scopo lo scambio tra le città adriatiche e vede la sua concretizzazione in un importante evento (l'EXPO) economicamente e culturalmente rilevante, in cui vengono presentate le eccellenze produttive, il patrimonio sociale e culturale, i progetti per il futuro delle città dei diversi paesi che si affacciano sull'Adriatico.

Il sistema delle relazioni adriatiche verrà rafforzato anche grazie ad azioni che coinvolgono la mobilità, come la programmazione regolare di collegamenti via mare frequenti tra le due sponde

¹⁷⁷ Cfr. *I like my bike - Movimenti under 30*, «Rimini Venture 2027», www.riminiventure.it sotto la voce eventi» seminari.

¹⁷⁸ Cfr. Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

¹⁷⁹ Cfr. *BlaBlabici*, www.facebook.com.

¹⁸⁰ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 84.

e la promozione di un circuito cicloturistico dell'Adriatico da raccordarsi con il progetto "Bicitalia 6 Adriatica", in linea con la nuova immagine sostenibile di Rimini.¹⁸¹

c. Il paradigma della città competitiva e la dimensione relazionale d'impresa

Essi sono due aspetti che subiscono le influenze del *dictat* economico, anche nei termini usati per esprimerli e per il cenno alla classe creativa di Florida che il piano riporta. Il paragrafo tratta di ambienti di lavoro e della volontà di Rimini di proporsi, grazie al suo bacino di piccole medie imprese e alla vicinanza all'area industriale di San Marino, come una provincia attenta all'innovazione. I creativi devono dunque essere attratti da una città capace di dare spazio alle loro eccellenze, ma costoro sono *in primis* persone e va tutelata quindi la qualità degli spazi relazionali a loro offerti. In altre parole è la città che deve mettere a servizio dei cittadini e dei neo-cittadini le proprie agorà per mettere in relazione le persone, a prescindere dal loro mestiere.

Il paradigma di città competitiva deve essere però coniugato con la specificità di Rimini di essere e voler essere sempre più attenta alla dimensione relazionale anche dell'impresa. La competizione non viene intesa tanto come contrapposizione, ma in quanto fornisce i termini di raffronto per una sfida che Rimini vuole intraprendere soprattutto verso se stessa, verso la capacità di innovarsi e migliorarsi. Rimini vuole ambire a diventare luogo attrattivo sempre più per i cittadini temporanei (turisti), ma anche per i nuovi e attuali cittadini. Una città ed un territorio capace di attrarre giovani con capacità creative, progettuali e seriamente motivati all'investimento, in primo luogo nelle proprie capacità professionali. Si tratta di una "classe creativa" che basa sì la propria scelta del luogo di vita sulle possibilità offerte da un territorio per gli aspetti lavorativi-professionali, ma che è sempre più attenta alla qualità delle relazioni e dei luoghi, ai servizi e alla capacità di essere collegata alle reti internazionali. Si tratta quindi di fare uno scarto radicale e pensare non solo a creare "occasioni e condizioni di lavoro", ma piuttosto guardare "alle persone", nell'insieme dei loro bisogni e alla ricchezza della loro complessità. In questo senso il territorio diventa il luogo della sfida dove si deve ricercare la massima qualità per sostenere persone e imprese che ambiscono ad essere sempre più innovative. Il Piano, quindi,

¹⁸¹ Cfr. www.riminiventure.it/visioni/-nuovo_rapporto_mare/pagina26.html.

pone come caposaldo le azioni che permettano a Rimini di essere sempre più e meglio connessa con le reti di mobilità nazionali ed internazionali, e che le consentano di dotarsi di una elevata mobilità urbana e territoriale innovativa e sostenibile.¹⁸²

Di non secondaria importanza è la richiesta da parte del piano e quindi dell'amministrazione, rivolta agli imprenditori, "di migliorare la qualità paesaggistica sia delle aree produttive esistenti sia di quelle di nuovo insediamento" e la promozione di collegamenti pubblico-privato per migliorare i sistemi informatici e creare nuove reti a servizio del cittadino.

Parallelamente sono già state avviate dal Comune analisi dello stato delle strutture ricettive alberghiere e del loro impatto ambientale, così da calcolarne i rischi per l'ambiente.¹⁸³ La finalità è quella di avviare uno stretto rapporto di collaborazione e condivisione di *know how*, strumenti e metodologie volte a diminuire l'inquinamento della città e instaurare un clima di fiducia e collaborazione fra amministrazione, imprenditori e cittadini. In questa direzione porta l'imminente stesura del "Piano Energetico Comunale", le cui linee guida sono già state approvate dalla giunta comunale di Rimini. Fra gli elementi più innovativi che il Comune vuole introdurre c'è l'*Energy Point*: un luogo in cui tutti, privati e imprenditori, possano recarsi per ricevere una consulenza gratuita e disinteressata, da parte di esperti del Comune, sull'impatto ambientale della propria abitazione, impresa o struttura ricettiva. Il documento sarà accompagnato da consigli sui metodi più efficaci per renderla energeticamente più efficiente e meno onerosa e valutazioni economiche sul ritorno, in termini monetari, di una struttura *green*. L'Ingegnere Monia Colonna, *Energy Manager* del Comune di Rimini, afferma che dove il Comune non può intervenire in termini di incentivi alla riqualificazione può e vuole comunque essere determinante nel processo di ammodernamento della città. Questo sostegno all'impresa e ai

¹⁸² Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 95.

¹⁸³ Intervento dell'assessore all'Ambiente, Energie, Politiche per lo Sviluppo Sostenibile Sara Visintin alla Fiera Ecomondo, Rimini, 6 Novembre 2014.

cittadini, seppur non caratterizzato da un'immediata immissione di liquidità nelle tasche dei contribuenti, si traduce comunque nel tempo in risparmio per il privato. Infatti piccoli accorgimenti, attuabili da tutti e con spese minime, ma inimmaginabili dal singolo senza un serio confronto con esperti, possono fare la differenza sia in termini economici che ecologici. Per quanto riguarda l'imprenditoria, importanti saranno comunque gli incentivi alla riqualificazione e all'efficientamento energetico che arriveranno dalla Regione Emilia Romagna grazie al POR-FESR 2014-2020¹⁸⁴. Si parla di circa 40 milioni di euro da destinare alle piccole-medie imprese, fra cui rientrano anche gli albergatori. Le iniziative del Comune sono agli esordi, anche se molto è stato fatto, ma il confronto con l'associazione albergatori è stato positivo e incoraggiante. L'Agenzia piano strategico, come *stakeholder*, ha espresso tutto il suo sostegno e approvazione ai progetti intrapresi.¹⁸⁵

Nell'ottica del sostegno all'innovazione sono già stati messi in atto due propositi molto importanti del piano strategico: la realizzazione di un parco scientifico tecnologico con annesso incubatore d'impresa, il Techno Science Park¹⁸⁶ italo-sammarinese e l'incubatore virtuale dell'innovazione nel settore turistico e agroalimentare, Adriafootouring.¹⁸⁷

Le azioni previste dal Piano di riqualificazione di alcuni dei luoghi simbolo della città (centro storico, porto canale, marina, ...) rafforzano l'attrattività del territorio stesso in quanto contribuiscono a marcare il carattere di specificità e identità, che sono oggi aspetti qualificanti e premianti in un panorama che tende ad una omologazione diffusa.[...] Rimini potrà diventare

¹⁸⁴ Cfr. fesr.regione.emilia-romagna.it.

¹⁸⁵ Intervista a Monia Colonna rilasciata il 12 Gennaio 2015.

¹⁸⁶ Cfr. www.smtechnosciencepark.sm.

¹⁸⁷ Cfr. www.adriafootouring.eu, «Coordinated by the Province of Pescara, the Adria Footouring project involves 11 partners from: Italy, Albania, Bosnia-Herzegovina, Montenegro and Slovenia. Food and tourism are often put together when tackling promotion and territorial marketing issues and never associated, when the tackled topics are the development and fostering of innovative firms, as they are mostly considered as traditional sectors with low innovation potential. But, technological, organizational service innovations, supported by enabling technologies such as ICT, are fundamental for generate organisational and competitive improvement in SMEs, and therefore, to increase financing and market share of those traditional sectors which indeed represent a relevant leverage for regional economic growth».

attraattiva e competitiva se saprà promuovere le imprese innovative, se saprà essere aperta a molteplici settori e non preclusiva, se saprà sfruttare la sua dimensione relazionale e se saprà costruire un territorio, un ambiente di lavoro e di vita sostenibili e di sempre maggior qualità. Questa ambizione deve essere monitorata e valutata da nuovi parametri che tengano in maggior conto gli aspetti di qualità e le ricadute positive sulla città e sui suoi abitanti. Per questo viene previsto di sperimentare a Rimini l'applicazione del P.I.Q., ovvero l'indicatore del Prodotto Interno di Qualità.¹⁸⁸

Innovazione dunque anche dal punto di vista dei criteri di valutazione della qualità, che si ritiene centrale per costruire un benessere sostenibile.¹⁸⁹

d. Rimini Cultura

Rimini come città di cultura è sicuramente una novità dal punto di vista del *marketing* urbano, in realtà da molti anni cittadini e associazioni chiedevano una promozione, valorizzazione e protezione migliore e seria dello straordinario patrimonio storico archeologico della città. Fra le perle di Rimini comune – senza citare le bellezze dell'entroterra – annoveriamo il Tempio Malatestiano del Leon Battista Alberti, la *domus* del Chirurgo di epoca romana perfettamente conservata, il teatro romano, il Castello Malatestiano, l'Arco d'Augusto e il Ponte di Tiberio i cui lavori iniziarono esattamente duemila anni fa e che verrà celebrato per i prossimi sette anni, fino all'anniversario della consegna, dall'iniziativa *Fluxus*¹⁹⁰ che ha il suo apice nella restituzione del ponte a una viabilità unicamente pedonale. Rimini si propone con il piano strategico, non solo di rendere meglio fruibili i suoi capolavori, ma di diventare città promotrice della cultura, creando contenitori e favorendo l'insediamento sul territorio di artisti e

¹⁸⁸ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pagg. 96-97.

¹⁸⁹ Cfr. www.symbola.net, «Obiettivo del PIQ è quindi misurare il posizionamento e quindi le performance di un Paese o di un settore di attività rispetto al parametro della qualità. Il PIQ è infatti la risultante della sommatoria delle quote percentuali di qualità, in ciascun settore di attività previsto dalla contabilità nazionale, moltiplicate per il rispettivo valore aggiunto. Questa quota di qualità non si traduce in un sintetico numero puro, ma in un valore monetario, in euro correnti, delle produzioni di beni e servizi di qualità».

¹⁹⁰ Cfr. riminifluxus.it/wp/ponteditiberio.

creativi carichi di proposte per la città. Procediamo con ordine. Primo passaggio previsto dal piano è la riqualificazione dell'area attorno al Castello Malatestiano¹⁹¹ e al Teatro cittadino Galli, semidistrutto durante il secondo conflitto mondiale. I lavori per il teatro sono partiti e quelli per la piazza sono stati approvati dalla giunta comunale e saranno avviati a Febbraio 2015. A questa iniziativa il Comune ha collegato l'Anello delle Nuove Piazze, ovvero la riqualificazione di strade e piazzette del centro storico. È partita la terza fase di lavori. La seconda¹⁹², completata a Settembre, ha già cambiato il volto di gran parte del centro storico semplicemente rinnovando l'arredo urbano e sistemando la pavimentazione. Il piano prevede anche il restauro e l'ampliamento della biblioteca storica Gambalunga¹⁹³ e la creazione di un parco archeologico che metta in relazione le eccellenze succitate. Il piano propone una valorizzazione del paesaggio e dei borghi dell'entroterra, ricchi di storia e fondamentali in vista di una riflessione sulla qualità dei prodotti agroalimentari che si vuole far convergere nella realizzazione di un'Expo permanente delle tipicità locali. Inoltre viene proposta la realizzazione di un Museo Dinamico del Turismo, iniziative che favoriscano la conoscenza della propria città da parte dei

¹⁹¹ Per approfondimenti cfr. *Il Consiglio comunale approva la variante per la riqualificazione di piazza Malatesta*, «Quotidiano del Comune», 23 Ottobre 2014, www.comune.rimini.it. E www.riminifutura.it/luoghi-identitari.

¹⁹² Per approfondimenti cfr. *L'anello delle nuove piazze*, «Quotidiano del Comune», 28 Giugno 2014, www.comune.rimini.it.

¹⁹³ Per approfondimenti cfr. www.bibliotecagambalunga.it, alla voce Storia» Alessandro Gambalunga. «[...] Nel suo palazzo [...] il Gambalunga tenne "accademia" e si circondò di letterati ed eruditi che protesse da «vero padrone et [...] mecenate». La stessa costituzione della biblioteca, che per consistenza e pregio non ha precedenti locali comparabili, sembra obbedire a propositi di autoaffermazione che contrappongono al sangue, saldandoli, il censo e le litterae. [...] i libri erano infine collocati «nella stanza da basso della [...] casa», dove ne era liberalmente consentita la consultazione. Nel 1617, nel testamento rogato a Pesaro dal notaio Simone Rossi, Alessandro Gambalunga stabilirà per il futuro e disciplinerà puntigliosamente l'uso pubblico della sua biblioteca. Dopo aver premesso che non sarebbe stata, questa, proprietà riservata dell'auspicato (e mancato) «herede», ma aperta, per l'appunto, «a tutti li altri della città che volessero per tempo nelle [...] stanze di detta mia casa andarsene a servire». Al bibliotecario era fatto obbligo di assicurare l'apertura quotidiana della libreria, «in un'ora a lui et alli altri commoda», e di fornire assistenza e ogni «commodità» a quanti desiderassero «venire [a] vedere qualche cosa». [...] Gambalunga [...] innanzi tutto vuol garantire la continuità dell'uso pubblico, sottraendola all'ingerenza di eredi disamorati e all'incuria di magistrati distratti, e facendo del bibliotecario il custode e il garante del «publico comodo, utile et honore».

cittadini, la realizzazione del “Centro di Ricerca e Produzione delle Arti Temporanee” che:

si configura come un luogo fisico (meglio se “a bassa definizione” architettonica, come per esempio l'ex-macello), inteso come laboratorio di produzione e ricerca sulle varie forme di arti temporanee;[...] Un centro di produzione culturale e di servizi, un “riparo” dove si svolgono anche mostre, concerti, proiezioni, spettacoli, reading, conferenze, dove si consultano i dati e le informazioni contenute nell'archivio, dove si fa ricerca, si incontrano esperienze diverse (del mondo della cultura e delle imprese).¹⁹⁴

A cui si connette la proposta di creare nuovi spazi dedicati all'arte. Il Comune, nella persona dell'Assessore alla Cultura Massimo Pulini, ha colto questa sfida inaugurando a inizio mandato la Far¹⁹⁵, Fabbrica Arte Rimini, che ospita mostre temporanee a ingresso gratuito nel pieno centro della città. Numerosi artisti sono stati ospitati e fra questi ricordiamo Lorenzo Mattotti. Di non secondaria importanza è la Biennale del Disegno¹⁹⁶, la cui prima edizione risale alla Primavera 2014 e che ha riscosso un grande successo di pubblico e di critica¹⁹⁷, mentre recentissima è l'iniziativa BG3 Biennale Giovani, una mostra d'arte contemporanea che invita ad esporre artisti provenienti dalle Accademie d'Arte italiane¹⁹⁸. Queste iniziative denotano la commistione fra gli stimoli del piano e la libera iniziativa di cittadini e amministratori. In questi anni più che mai Rimini è vulcanica e dunque accanto alla Notte Rosa, al Capodanno più Lungo del Mondo, la Molo Street Parade, Al Meni, la Sagra Musicale Malatestiana, Mare di Libri, Cartoon Club, le grandi fiere Sigep, *Wellness e Be Wizard*, solo per citare le iniziative più importanti e più pubblicizzate anche dalla stampa nazionale,

¹⁹⁴ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 111.

¹⁹⁵ Cfr. www.comune.rimini.it sotto la voce *La Città» Cultura» FAR*.

¹⁹⁶ Cfr. www.biennaledisegnorimini.it. Per approfondimenti consultare il catalogo della mostra, *Biennale del disegno 2014, 1. edizione: il nido delle idee*, «Lazagne Art Magazine», Bologna, 2014.

¹⁹⁷ Cfr. *Biennale del disegno. Primi numeri confortanti: in 30mila per l'inizio della rassegna*, «RiminiToday», 5 Maggio 2014, www.riminitoday.it.

¹⁹⁸ *BG3 Biennale Giovani*, «L'Arengo online», 9 Gennaio 2015, arengo.comune.rimini.it.

vengono a inserirsi proposte di diretta emanazione dell'agenzia Piano Strategico come Fluxus o la candidatura di Ravenna a Capitale Europea della Cultura 2019 che, a prescindere dalla vittoria di Matera, aveva saputo mettere in relazione numerose città della Romagna, evento più unico che raro, intorno a una progettualità comune che avrà sicuramente delle ripercussioni a prescindere dall'occasione che l'ha generata. Ridolfi ribadisce la difficoltà di valorizzare iniziative su un territorio che per ogni fine settimana invernale offre notevoli proposte e per ogni serata estiva un calendario fittissimo di appuntamenti per tutti i gusti e palati, ma Rimini è una città molto esigente e ormai abituata a un'incessante sequenza di stimoli. L'importante è che dal "divertimentificio" non si passi all' "eventificio", ma vengano promosse iniziative con un reale impatto positivo sulla comunità, che non durino solo un paio di giorni per lasciarla poi devastata.

4. Limiti manifesti del piano

Il documento, dal nostro punto di vista, è carente sotto tre aspetti principali. Il primo è il mancato coinvolgimento dei cittadini nelle iniziative del Piano. Infatti, per quanto partecipato, il documento è stato redatto per lo più da individui associati che, non essendo retribuiti, si sono prodigati per la loro città soprattutto perché già coinvolti in passato nelle proprie associazioni e in attività sul territorio. Non ci sentiamo di attribuire una responsabilità completa a chi ha promosso e lavorato nel piano, in quanto i cittadini stessi devono mostrare un interesse individuale in iniziative che riguardano la propria città. È molto facile incontrare riminesi contrari a singoli progetti, che non hanno mai sentito parlare del piano strategico e quindi non conoscono la collocazione di quell'iniziativa all'interno di un panorama sincretico. Eppure sui giornali, nei discorsi degli amministratori, sui manifesti che pubblicizzano gli interventi, campeggia il simbolo del piano strategico. Alla noncuranza e facile lamentela del pigro cittadino medio si somma una carenza dell'agenzia del Piano testimoniata anche

da Ridolfi: il *deficit* di personale da impiegare sui *social network* e la grandissima difficoltà a contenere in un *tweet* temi tanto complessi, che inducono spesso i lettori del *web* a una violenza verbale tanto comune quanto ingiustificabile, sono fra le principali cause del mancato confronto.¹⁹⁹ Va da sé che la realtà del momento è questa e se si decide di voler coinvolgere i cittadini non associati è necessario pianificare una strategia precisa: si può anche decidere di depotenziare la propria presenza sul *web*, ma allora vanno previste altre iniziative ad alto potenziale comunicativo. Gran parte del lavoro d'informazione, a mezzo *social network*, lo sta svolgendo il Comune di Rimini, ma applicandosi il piano su tutti i comuni limitrofi vanno previste assolutamente forme di coinvolgimento alternativo. Il caso del Trc riccionese ne è un esempio lampante.²⁰⁰

Altro limite è la spinta forte su innovazione e crescita economica che deve venire da soggetti nuovi, più attenti all'ambiente e alla qualità dei servizi, ma la completa assenza di un'analisi sui limiti della città. L'ideologia della crescita perenne ha mostrato tutta la sua incapacità di descrivere la realtà e di progettare un futuro credibile. Persone, sistemi e città hanno limiti e finalmente il mondo occidentale ha deciso di ammetterlo. In un'analisi sull'economia del benessere e sul futuro della città non si può non dire quanti turisti ogni anno Rimini può sostenere, quanti nuovi cittadini e quanti "creativi" possa accogliere senza innescare fenomeni di *gentrification*. Analisi d'impatto ambientale e sociale secondo noi vanno prese come riferimento per qualsiasi politica urbana. Rimini deve puntare all'efficienza del sistema, senza fingere che l'aumento eccessivo di benessere di qualcuno non comprometta il benessere di tutti gli altri cittadini. Il rischio è quello di subire nuovamente invasioni da parte di orde di turisti mordi e fuggi, di ricevere un danno economico superiore al beneficio, o di trovare sul

¹⁹⁹ Cfr. Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014.

²⁰⁰ Per approfondimenti rassegna stampa sui movimenti "NO TRC". Un esempio: A. Dall'Oca, *Tav romagnola. Viaggio nel cantiere delle polemiche: "Un muro di cemento sul mare"*, «Il Fatto Quotidiano», 20 Luglio 2014, www.ilfattoquotidiano.it.

territorio aziende decontestualizzate che intaccano il benessere della comunità più di quanto lo favoriscano. Un esempio di cosa accade quando non si considerano i propri limiti è dato da Venezia, che tratteremo nel paragrafo successivo.

Infine abbiamo una trattazione limitata dei temi dell'integrazione e della legalità. Rimini, come si diceva all'inizio di questo lavoro, ha subito negli ultimi anni un innalzamento consistente del tasso di criminalità. Non si può immaginare la città del futuro senza considerare che, Estate e Inverno, le sue strade vengono battute da centinaia di donne e uomini schiavizzati per soddisfare le esigenze sessuali di turisti e residenti.²⁰¹ Non si può parlare di Rimini senza trattare il tema dello spaccio e del traffico di droga che si bea della presenza di locali alla moda. Non si può non discutere del problema delle infiltrazioni delle cosche mafiose e criminali che s'insinuano nel tessuto produttivo²⁰² e, approfittando della vicinanza di San Marino per riciclare denaro sporco, gestiscono traffici illeciti su tutta la costa.²⁰³ Cantieri milionari come quelli proposti dal piano non possono che suonare come un invito alle orecchie dei criminali. Restituire alla città spazi belli, da vivere e condividere, sottraendoli alla microcriminalità, è un passo importante che il piano propone, ma manca una trattazione profonda del tema. Eppure la connessione con tematiche principe del piano come, per esempio, la mobilità risultano evidenti: quando le persone rinunciano all'auto privata devono essere sicure nello spostarsi a piedi, in bicicletta o con i mezzi pubblici.²⁰⁴ Altro tema poco trattato riguarda l'edilizia popolare, meccanismi e iniziative d'integrazione dei soggetti costretti ai margini, così che possano rientrare nei circuiti relazionali che il piano auspica e uscire dall'isolamento. Di questi temi si

²⁰¹ Cfr. *Rimini, pugno duro contro la prostituzione, nuova ordinanza. Multe di 500 euro*, «AltaRimini», 27 Giugno 2014. www.dailymotion.com.

²⁰² Cfr. A. Dall'Oca, *Mafia, beni confiscati Rimini. Curatore del Tribunale: "Io, minacciato dai proprietari"*, «Il Fatto Quotidiano», 6 Giugno 2014, www.ilfattoquotidiano.it.

²⁰³ Cfr. *Sportello Giustizia e centro di documentazione sulla Legalità*, 5 Dicembre 2014, www.comune.rimini.it sotto la voce *Primo Piano*.

²⁰⁴ Cfr. *Contrasto ai furti di biciclette al mare e in centro storico: la Giunta approva un progetto per la custodia e la sosta protetta favorendo l'inclusione sociale*, «Quotidiano del Comune», 6 Novembre 2014, www.comune.rimini.it.

occupa molto il Comune di Rimini con progetti come Ci.Vi.Vo, o l'Housing First Italia²⁰⁵, ma sarebbe forse stata utile una pianificazione su più ampia scala di misure d'intervento. A questi interrogativi ha dato una risposta Valentina Ridolfi spiegandoci che sul tema dell'integrazione e dell'emarginazione il Forum ha lavorato molto, ma sono ancora in fase di elaborazione proposte e progetti. In fondo il piano strategico è, per sua natura, un *work in progress*. Per quanto riguarda i temi della microcriminalità e della mafia, muovendosi il piano su un terreno sperimentale non si è inteso intervenire su aspetti che vengono delegati alle autorità deputate. Non si esclude in futuro la possibilità di intervenire a proposito e, aspetto secondo noi molto interessante, una futura progettazione a riguardo è connessa alla proposta, da parte di qualche membro del Forum esperto in materia, di occuparsi strategicamente dell'argomento. Il che è come dire che è dei cittadini riminesi la responsabilità di un'indagine delle possibilità del piano in questo senso. Lo strumento resta aperto a integrazioni ed è in continua evoluzione, in attesa dei cittadini.

5. Il piano strategico di Venezia: un confronto

Molto consistente è la differenza fra ciò che abbiamo illustrato finora e un piano strategico redatto pochi anni prima, quello di Venezia.

In primis notiamo che se la versione finale riminese è collocata sotto la voce "documenti" sul sito dedicato al piano²⁰⁶, quella veneziana, risalente al 2004, è reperibile sul sito del comune di Venezia, seguendo il percorso Home> Io sono> Imprenditore> Pianificazione Strategica. Il piano veneto si configura dunque, fin da subito, come un strumento meno accessibile, meno interattivo – visto che non ha un sito dedicato, ma si connota come un'appendice del sito del Comune – e che si suppone debba interessare solo una fascia molto limitata della

²⁰⁵ Cfr. *La sperimentazione "Housing first Italia": inaugurata questa mattina la winter school*, «Quotidiano del Comune», 11 Dicembre 2014, www.comune.rimini.it.

²⁰⁶ Cfr. www.riminiventure.it. Rimini ha sempre avuto come simbolo un punto che viene trasformata in virgola per ribadire la volontà di guardare al futuro con elasticità e curiosità, come illustrato a pag. 31.

popolazione: gli imprenditori. Il testo veneziano si apre con una introduzione del Sindaco e dell'assessore competente, dove invece quello riminese, nelle prime pagine, esordisce con un invito – Cambia la tua città! – chiaramente rivolto a tutti i cittadini e collocato all'interno di una virgola.²⁰⁷ Non sono presenti interventi di singoli relatori. Notiamo come il piano di Venezia sia partorito da professionisti interni al comune, con la collaborazione di un numero limitato di *stakeholders*, al contrario di quello riminese che, come abbiamo visto coinvolge una moltitudine di soggetti.

Il documento che viene presentato è il prodotto del lavoro condotto da una équipe interna all'Amministrazione comunale (Ufficio di piano), che ha lavorato confrontandosi oltre che con le altre strutture comunali, con i promotori del processo di Piano – le Università veneziane, l'Associazione degli Industriali, la Camera di Commercio, le organizzazioni sindacali CGIL, CISL, UIL– anche con gran parte delle componenti che contribuiscono a definire il sistema locale.²⁰⁸

Le parole dell'ex sindaco Paolo Costa, che inaugurano il documento, risentono del diverso momento storico che il nostro paese stava vivendo, ma indicano anche la scelta di un determinato modello di sviluppo.

La Giunta e la maggioranza che governano la città hanno deciso di dedicare l'ultima parte del mandato a guardare in avanti, a riproporre una idea di Venezia aggiornata e proiettata verso l'orizzonte del 2015, anno in cui i nodi critici che hanno bloccato lo sviluppo della città saranno sciolti e in cui le condizioni al contorno, regionali, nazionali e internazionali saranno delineate in maniera più netta rispetto ad oggi, da più punti di vista.[...] Risolti i nodi strutturali che hanno ostacolato per anni lo sviluppo della città (passante di Mestre, salvaguardia, accessibilità a Venezia e risanamento di Marghera), dobbiamo concentrare la riflessione sul ruolo di Venezia nel futuro, su quella che sarà la sua base economica tra dieci anni. [...] È giunto il momento di ragionare sulla diversa prospettiva che la globalizzazione galoppante sta imponendo anche al

²⁰⁷ Cfr. Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 31.

²⁰⁸ *Piano strategico di Venezia, Linee, strategie e politiche*, a cura del comune di Venezia, Comune di Venezia, Venezia, 2004, pag. 6.

Veneto e a Venezia. Oggi, mentre stanno emergendo con chiarezza i limiti del modello di specializzazione produttiva del Veneto troppo facilmente imitabile, è d'obbligo ragionare sulle modalità con le quali Venezia può valorizzare le sue potenzialità: il potenziale logistico d'eccellenza, in cui spiccano porto e aeroporto, la specializzazione turistica, quella culturale e universitaria, la disponibilità di aree a Marghera e in laguna (l'Arsenale, la Giudecca, Murano, il Lido, ecc.), per ritornare prepotentemente "sul mercato" delle produzioni industriali e post-industriali, anche grazie alla sua capacità di penetrazione comunicativa a livello mondiale. [...] ²⁰⁹

Ancora più chiare in questo senso sono le parole dell'Assessore alla Pianificazione Strategica Roberto D'Agostino.

Il Piano strategico è un processo di elaborazione programmatica concertata ed è orientato a generare quelle decisioni e quelle azioni che si considerano fondamentali per realizzare la visione del futuro desiderato dai principali agenti sociali e economici della città. [...] L'obiettivo generale che si pone il Piano strategico di Venezia è quello di costruire in un futuro vicino e misurabile una città caratterizzata dall'alta qualità della vita dei suoi abitanti – nei suoi aspetti relazionali, lavorativi e culturali – e dall'alta qualità dei suoi assetti fisici e ambientali. ²¹⁰

Il piano strategico servirebbe, secondo l'amministratore, a intraprendere un percorso in grado di condurre la città ad azioni e decisioni utili a delineare un futuro desiderato dai "principali agenti sociali e economici della città". Un futuro zoppo ed esclusivo, considerate le potenzialità di coinvolgimento proprie della pianificazione strategica, caratterizzato da un'alta qualità della vita e ambientale non meglio precisata o definita.

Le strategie di carattere prevalentemente economico che il Piano strategico individua sono volte a creare le condizioni perché la città diventi un luogo in cui sia possibile produrre e riprodurre risorse materiali e culturali, invertendo così un lungo ciclo improntato al consumo delle risorse

²⁰⁹ *Ivi*, pag. 3.

²¹⁰ *Ivi*, pag. 5.

accumulate nel tempo. In questo modo Venezia si offrirà come luogo di vita attraente per una popolazione caratterizzata dalla mobilità e dalla complessità sociale e si collocherà con forti possibilità di successo all'interno della competizione globale, proponendosi come città capace di dare contributi positivi, in particolare politici e culturali, alla comunità internazionale.[...] Esse [le strategie economiche] dipendono inoltre dalla realizzazione di alcune condizioni strutturali e infrastrutturali che eliminino i più vistosi vincoli al conseguimento di un assetto del territorio equilibrato in tutte le sue parti e adeguatamente attrezzato, in termini di abitazioni, servizi, luoghi per la produzione, per lo svago e sistemi per la mobilità. In tutti i casi, ogni strategia ed ogni azione concreta che verrà attivata dovranno essere compatibili, oltre che, ove possibile, finalizzate al rafforzamento della pluralità sociale, della solidarietà civile e della sostenibilità ambientale che sono assunte dal piano come le condizioni rispetto alle quali misurare il raggiungimento degli obiettivi dichiarati.²¹¹

Viene qui descritta una città in cui le risorse culturali si producono, al pari di quelle materiali. Una città, torna inesorabile il termine e l'orizzonte culturale che lo ha prodotto, che deve essere a tutti i costi competitiva a livello globale. Una città che elimini i vincoli che la portano ad essere fondamentalmente un'isola in mezzo a una laguna, collegata da un ponte a una delle aree più inquinate e maltrattate d'Italia, ma Venezia per antonomasia non può essere equilibrata in tutte le sue parti e adeguatamente attrezzata. A meno che, torna in mente il Filippo Tommaso Marinetti di *Contro Venezia Passatista*, di cui parla anche Salvatore Settis in *Se Venezia muore*, non si colmino i canali con le macerie dei vecchi palazzi, ovvero si cancelli la sua specificità. L'Assessore afferma che le azioni proposte dal piano devono essere compatibili con sostenibilità ambientale e solidarietà civile, ma solo "ove possibile" devono essere mirate al loro rafforzamento. Non vogliamo essere linguisticamente pedanti, ma un'azione sul territorio non può essere compatibile con la sostenibilità ambientale, o è sostenibile o non lo è. Se è impattante, non basta compensare con un intervento *green* su un'altra area della città per annullare quel preciso intervento negativo sull'ecosistema, tanto più su un territorio delicato e sofferente come quello di

²¹¹ *Ibidem.*

Venezia-Mestre. Quel “compatibile” suona come un concessivo volto ad affievolire quella declinazione di “dovere” che lo precede e, sicuramente sarà il senno di poi a farcelo pensare, ma proprio i concessivi, in questi dieci anni, hanno permesso a navi da crociera grandi come grattacieli di fare “l’inchino” a San Marco, intaccando pesantemente quella qualità della vita che si voleva innalzare²¹². In realtà il documento esplicita nella propria *mission* l’intento di porre al centro della riflessione il cittadino in quanto tale, ma, purtroppo, il piano tutto tende a presentarsi come un documento d’indirizzo. Ribadisce principi condivisibili e condivisi, ma non specifica come le linee generali possano attuarsi nella pratica, i verbi restano all’infinito come un invito e un intento, non vengono mai declinati per dare un’idea di fattibilità e quantificare i tempi necessari. Vengono trattati tutti i principali temi che caratterizzano la città, ma non vi è segno di interrelazione fra i campi, si coglie poco lo spirito programmatico e integrato e, infine, si respira più un senso di aspettativa che di pianificazione. Si ribadisce la volontà di crescere e svilupparsi, sostenere, ampliare iniziative e potenzialità, ma, per esempio, non si dice cosa non si voglia fare, quali iniziative non si vogliano sostenere o potenziare, in quale direzione Venezia non voglia andare. Con un atteggiamento tipicamente votato alla crescita perpetua ci si vuole espandere in tutti i campi, ragionando su punti di forza o debolezza, ma non dicendo mai che Venezia, come tutte le città, non può trattare i propri limiti come debolezze. Essi vanno associati piuttosto alla sua conformazione, alla sua natura. Ciò che resta dalla lettura di questo documento è che non sia stato detto nulla e che le decisioni vere siano delegate ad altra sede. Secondo noi i limiti di questo documento erano già chiari dalle premesse del sindaco Costa e dell’assessore D’Agostino: il mancato coinvolgimento di fette più ampie della popolazione, l’assunzione dello strumento come facilitatore per la contrattazione fra pubblico-privato, la definizione *top down* di criteri che determinassero la

²¹² «Nessuno ha offerto dati sull’inquinamento da polveri sottili (500 tonnellate nel 2010); o sulla presenza in laguna di benzopirene, altamente tossico. Nessuno sa dire se l’incidenza di malattie tumorali stia crescendo in questi anni, e intanto il *Registro dei tumori* segnala a Venezia un «eccesso significativo di neoplasia del polmone», S. Settis, *Se Venezia muore*, Einaudi, Torino, 2014, pag. 120.

qualità della vita, la mancanza in entrambe le presentazioni delle parole tutela, fragilità, ecosistema, sono segno, secondo noi, che dieci anni fa non si desiderava una Venezia migliore, si sognava semplicemente un'altra città. Il piano strategico di Venezia doveva, secondo i redattori, indicare una via allo sviluppo che rendesse la città ancora più competitiva a livello mondiale. Non si può certo dire che Venezia non sia riuscita in questi anni a battere dei record straordinari in questo senso.

VENEZIA. Oltre il limite. I turisti che sono venuti a Venezia nel corso del 2014 sono già 26 milioni. E prima del 31 dicembre potrebbero toccare la soglia record dei 27 milioni.[...] L'anno che sta per concludersi ha portato a Venezia ogni giorno un numero medio di persone ben superiore agli abitanti della città, che sono ormai ridotti a circa 56 mila. Ventisette milioni di turisti vuol dire in media circa 74 mila visitatori ogni giorno. A questi vanno aggiunti i circa 35 mila pendolari, lavoratori e studenti, che arrivano la mattina e poi partono da Venezia verso la terraferma. Totale, compresi i residenti: quasi 170 mila persone ogni giorno.[...] Insomma, un record storico. Che rischia adesso di far saltare il già precario equilibrio della città storica. E fra pochi mesi arriverà l'Expo, con un altro milione (minimo) di visitatori. La grande ondata aumenta e non si ferma. E se non si prenderanno provvedimenti (sui flussi, i terminal, i trasporti) in primavera arriverà l'invasione. Ecco allora il nuovo studio. Che va ad aggiungersi ai tanti già fatti negli ultimi decenni, che non hanno mai avuto seri sbocchi operativi. C'è chi approfitta delle previsioni «al rialzo» per rilanciare progetti già bocciati vent'anni fa come la sublagunare, o adesso propone la monorotaia da Tesserà al Lido. O magari un tubo sotto il Canal Grande. Quello che ancora non si fa è tarare i trasporti sui nuovi bisogni, senza però penalizzare come sempre i residenti. La linea anche qui annunciata e mai applicata era quella di deviare i flussi turistici all'esterno, lasciando ai residenti le linee sul Canal Grande. Lo studio elaborato in questi mesi si rifà a un rapporto analogo pubblicato nel 2009 dal Coses per la giunta Cacciari. «Turismo sostenibile a Venezia» il titolo. Si dimostrava che la soglia sopportabile per la città, residenti, pendolari e turisti compresi, non può superare le 160 mila persone. Oltre le 140 mila persone il livello viene definito «affollato», a quota 194 mila «saturo». Le persone cioè non si muovono più. Già allora il censimento degli arrivi segnalava una punta massima di turisti pendolari con il treno (anche oltre 40 mila nei giorni caldi), seguiti a ruota da autobus e pullman, dalle auto e dai vaporetti e dai lancioni Gran Turismo e solo in minima parte dai transfer da porto e aeroporto. Ma in cinque anni la situazione è peggiorata, gli arrivi aumentati in maniera esponenziale. Pensare che all'inizio degli anni Novanta l'allora rettore di Ca' Foscari Paolo Costa aveva messo a punto uno studio in

cui si indicava come soglia massima sostenibile per la città quella di 36 mila visitatori al giorno. Nel frattempo gli abitanti si sono quasi dimezzati, i turisti triplicati. La trasformazione della città è sotto gli occhi di tutti, i trasporti in certe giornate vanno in tilt. Il nuovo studio sulla «pazza folla» sarà adesso formalmente concluso e consegnato al commissario. Per analizzare il nuovo quadro degli arrivi e trovare una strategia in vista del prevedibile assalto di primavera.²¹³

I toni non sono festosi, si parla chiaramente di “pazza folla” e di “situazione peggiorata”, ma D’Agostino, nell’introduzione al piano strategico, parlava entusiasticamente di una Venezia attrattiva per una “popolazione caratterizzata dalla mobilità e dalla complessità sociale”. Era già insita nelle sue parole la direzione che la città avrebbe preso. All’epoca forse mancava quella consapevolezza odierna data dalla crisi economica. Nel 2004 assecondare la “globalizzazione galoppante”, di cui parlava l’ex sindaco Costa, sembrava un atto dovuto. Dieci anni fa poteva risultare quasi impossibile, per un amministratore, condurre la propria città lontano da un modello economico tanto diffuso a livello internazionale – con tutte le conseguenze economiche che potete immaginare – perché si aveva l’impressione, non certo la certezza, che quel modello avrebbe portato la propria città a subire una puntuale invasione programmata da parte dei turisti e un’emorragia di residenti. All’epoca e, a dire il vero, per molti anche oggi, il rapporto costi/benefici era percepito come nettamente favorevole alla città. Molte città hanno subito, in forme diverse, gli stessi effetti collaterali provati da Venezia, Rimini *in primis*. Il problema è che Venezia non è né Rimini, né alcuna altra città: è Venezia. Il suo modello di benessere, la sua idea di città non può essere uguale a quella di nessun altra città. Tantomeno quello di Copacabana, torre di Cardin o meno²¹⁴ e il piano strategico doveva servire proprio a questo: a porsi delle domande, a chiedersi cosa si desiderasse per la propria città, a dire dei sì e dei no. “Voglio tutto” è una risposta infantile che in questa maturità del capitalismo non possiamo più permetterci. Fortunatamente.

²¹³ *Assalto a Venezia, turismo da record: verso i 27 milioni*, «La Nuova di Venezia e Mestre», 15 Novembre 2014, nuovavenezia.gelocal.it.

²¹⁴ Cfr. S. Settis, *Se Venezia muore*, cit., pag. 41.

5.1 Se Venezia muore

Rimini e Venezia non condividono soltanto il mare, il fatto di costituire due punti del quadrilatero del piacere, le invasioni dei turisti e la collocazione in regioni ricche, potenti e all'avanguardia anche a livello internazionale. Per quanto città completamente diverse sotto molteplici aspetti, esse sono accomunate dal monopolio del turismo su tutte le attività cittadine. Venezia, come Rimini in passato, coinvolge il residente nei processi di produzione, ma, per molti mesi all'anno, la città è dei visitatori, tutte le proposte ruotano attorno al turismo e persino i residenti valutano qualsiasi iniziativa in base al ritorno economico in termini turistici. Rimini sta cercando, con molta fatica, di voltare pagina da questo punto di vista, promuovendo iniziative volte al coinvolgimento di tutti, cittadini e turisti, ma, soprattutto, con la riqualificazione di spazi comuni da restituire alla cittadinanza. Venezia tenta, con prezzi più bassi per i residenti per gli spostamenti e per l'accesso ai musei e ai luoghi storici, di restituire l'illusione di essere protagonisti della propria città. In questi anni si sta mettendo in discussione il ruolo che il cittadino riveste nella propria città. Si sta proponendo di quantificare economicamente qualsiasi aspetto della vita della comunità e si interviene pesantemente sulla dimensione pubblica del vivere comune anche con la connivenza di cittadini accecati dal guadagno. Questi controversi aspetti, nel caso veneziano, sono testimoniati, per esempio, dalle vicende che hanno reso l'isola di Poveglia²¹⁵ protagonista della cronaca locale e nazionale, dalle polemiche interne all'Università Ca' Foscari sulla possibile messa in vendita di Ca' Cappello, Ca' Bembo e palazzo Cosulich,²¹⁶ dalle proteste contro le grandi navi²¹⁷,

²¹⁵ Per maggiori approfondimenti cfr. L. Martinelli, *Le conseguenze del cemento*, «Altreconomia», 8 Aprile 2014, www.altreconomia.it e il sito dell'Associazione Poveglia per Tutti www.povegliapertutti.org.

²¹⁶ Per maggiori approfondimenti cfr. E. Tantucci, *Permuta dei tre palazzi: oggi il verdetto*, «La Nuova di Venezia e Mestre», 11 Novembre 2014, nuovavenezia.gelocal.it.

²¹⁷ Per maggiori approfondimenti cfr. R. Rosa, *Venezia, addio alle grandi navi, ma fra due anni. "La laguna diventerà come Valsusa"*, «Il Fatto Quotidiano», 8 Agosto 2014, www.ilfattoquotidiano.it, salviamovenezia.wordpress.com e inoltre *La MSC Divina passa davanti a San Marco accolta dallo striscione "No Grandi Navi"*, «Il Gazzettino», 2 Giugno 2012, www.gazzettino.it.

contro la svendita di villa Hèriot²¹⁸, Fontego dei Tedeschi²¹⁹, Arsenale²²⁰. Una riflessione seria su questi temi centrali per il futuro del paese ci è offerta dall'ultimo libro di Salvatore Settis che, con un'analisi puntuale sulle scelte urbanistiche operate sulle città del mondo 2.0, ribadisce la sostanziale differenza di Venezia e il sacrosanto diritto da parte dei suoi cittadini di scegliere per se stessi e per la propria città. Questo testo ci restituisce una riflessione sulla città tutta e sull'omologazione che il modello economico imperante impone. Venezia tende a non piegarsi a questo livellamento.

La sua unicità ne fa una spina nel fianco di una "modernità" d'accatto, l'esempio massimo di una *forma urbis* stantia e intollerabile, una provocazione a cui reagire, assimilando Venezia a qualsiasi altra città.²²¹

Venezia costituisce solo un esempio, sicuramente il più lampante, di quanto i cittadini di molte comunità non vogliano prestarsi all'omologazione e resistano, nonostante tutte le difficoltà, a decisioni non condivise e dal pesante impatto ambientale e sociale. L'Italia tutta, con la sua straordinaria varietà e bellezza, costituisce un affronto a una modernità che la sua classe dirigente s'impone di seguire ciecamente, accecata da un complesso d'inferiorità tutto occidentale, invece di costruire la propria modernità, o per meglio dire contemporaneità, la propria idea di benessere e dettarsi le proprie regole. Opporsi a questo modello di sviluppo non significa necessariamente arroccarsi su posizioni retrograde, ma chiedere e favorire un dibattito sul futuro del paese e sul ruolo che il cittadino, in una comunità democratica, può e deve rivestire.

²¹⁸ Cfr. *In centinaia a Ca' Farsetti per "salvare" dalla vendita di villa Hèriot*, «VeneziaToday», 28 Novembre 2014, www.veneziatoday.it.

²¹⁹ Cfr. *Esposto in Procura: "Il Fontego dei Tedeschi è stato sottostimato"*, «La Nuova di Venezia e Mestre», 15 Marzo 2014, nuovavenezia.gelocal.it.

²²⁰ Cfr. *Test di mercato: negozi e ristoranti così l'Arsenale piace anche a Diesel*, «Corriere del Veneto», 3 Dicembre 2014, corrieredelveneto.corriere.it.

²²¹ S. Settis, *Se Venezia muore*, cit., pag. 42.

[...] la forzata omogeneizzazione delle nostre città, che tende a cancellarne le differenze, è un grave errore anche dal punto di vista dell'economia di mercato. Le associazioni di cittadini che lottano contro la demolizione di un quartiere storico o la chiusura di un teatro stanno facendo di più per la loro città, *in termini strettamente economici*, di chi vorrebbe impadronirsi di quei luoghi della diversità per standardizzarli. E i cittadini hanno il diritto/dovere di opporsi a chi disperde il capitale simbolico che altri cittadini di quella città hanno accumulato per secoli con il loro lavoro; ne hanno il diritto e il dovere in nome non solo del passato, ma soprattutto del futuro.²²²

Esiste quindi un dibattito sull'economicità di determinate scelte urbanistiche e sociali. Calare un modello economico su aree del mondo tanto diverse non è sensato, né ragionevole. Difendere la propria via alla modernità è un imperativo volto alla tutela del proprio patrimonio artistico, culturale e sociale. Settis è costretto, a questo punto del ragionamento, a definire cosa sia una città, poiché in questi anni tutto è stato messo in discussione, tutto è stato pesato in termini monetari, persino i monumenti storici, le isole, i versi scritti dai poeti.²²³ Egli compie quindi un'azione di reminescenza sul cittadino-lettore di cosa significhi fare parte di una comunità urbana.

Ci siamo allenati fin troppo a monetizzare ogni valore, a ripetere come una giaculatoria la stupida formula dei "giacimenti di petrolio", degradando il nostro patrimonio a serbatoio da svuotarsi per far cassa, senza nulla lasciare alle generazioni future. Ma il patrimonio culturale non è petrolio, è l'aria che respiriamo, il sangue nelle vene, la carne di cui siamo fatti. È per la comunità dei cittadini, che l'art. 9 della Costituzione chiama *Nazione*, ciò che la memoria e l'anima sono per ogni cittadino. [...] E a questa tessitura di relazioni nessuna Borsa potrà mai attribuire un prezzo che non sia oscena menzogna.²²⁴

Il cittadino dunque si trova costretto a ripensare se stesso e la propria città comprendendo, forse per la prima volta, che i suoi interlocutori sono soggetti

²²² *Ivi*, pag. 104.

²²³ Cfr. *Ivi*, pagg. 46-50.

²²⁴ *Ivi*, pag. 49.

che non parlano più la sua lingua etica e che paiono non comprendere un linguaggio che si riteneva universale. L'esercizio mentale imposto al cittadino Settis, che egli condivide coi lettori, ha prodotto queste riflessioni, utili a concludere il nostro ragionamento sulla città.

Proviamo a pensare che la città abbia un corpo (fatto di mura, di edifici, di piazze e strade...), ma anche un'anima. E che l'anima non siano solo i suoi abitanti, donne e uomini, ma anche una viva tessitura di racconti e di storie, di memorie e principî, di linguaggi e desideri, di istituzioni e progetti che ne hanno determinato la forma attuale e che guideranno il suo sviluppo futuro. Una città senz'anima, di sole mura, sarebbe morto peso e funebre scenario, come dopo una bomba al neutrone che abbia distrutto ogni forma di vita, lasciando intatti gli edifici a uso di un conquistatore che arriverà. Convivono invece, nella nostra esperienza, una città di mura e una città di uomini. E nella città degli uomini c'è un'anima, quella della loro comunità: una città invisibile.²²⁵

È normale chiedersi cosa possa accadere di tanto orribile alle nostre città e perché mai dei cittadini debbano schierarsi con tanta fermezza contro iniziative che hanno un immediato e consistente ritorno economico. Nessuno ha interesse che accada qualcosa di irreversibile, i modelli economici servono ad arricchire, non a impoverire e dunque pare inconcepibile che Settis e tanti altri come lui, debbano schierarsi contro il progresso e lo sviluppo se non per limitarlo e rallentarlo in una logica retrograda e intimorita dalle possibilità del futuro... ma ciò a cui non siamo più abituati è la pluralità di posizioni intorno alle basi stesse del dibattito. Settis conduce queste riflessioni per rendere plurale la riflessione sulle fondamenta dei nostri stili di vita e modelli economici. La speranza è che in questo modo cittadini e amministratori frenino a vicenda l'exasperazione delle proprie posizioni e si possa arrivare a un modello complesso e concertato. In merito agli esiti possibili a cui può portare una sbagliata idea di sviluppo e alle conseguenze dirette sulle persone e sulle città, ci torna alla mente un documento

²²⁵ *Ivi*, pag. 14.

straordinario del fotografo Danny Cooke pubblicato su Internazionale.²²⁶ Della città ucraina di Prypjat' è rimasto solo un guscio vuoto e senza senso dopo il disastro di Černobyl. Ad essere scomparse non sono solo le persone, ma le loro interrelazioni: la "città invisibile" di Settis, o "l'anima", di cui parla la *vision* del piano strategico di Rimini. Non diverso è il caso de L'Aquila dopo il devastante terremoto del 2009. Per distruggere una città basta un cataclisma naturale, ma per disintegrare la città invisibile occorre una precisa e complessa pianificazione. Con questo non intendiamo che sia necessario essere individui privi di etica, quanto, piuttosto, detentori di una precisa mentalità e un'idea (o della sua totale assenza) di collettività. Nonostante in questi anni si sia assistito a un costante spopolamento dei centri storici, continui interventi volti a limitare gli spazi urbani pubblici, un uso sistematico dello stato d'emergenza per restringere ancora di più i confini del diritto individuale del cittadino, chiunque alzi la voce contro gli eccessi è tacciato di essere un passatista, retrogrado, incapace di guardare al futuro.

Come ha scritto Filippomaria Pontani, Venezia ha visto in questi anni

La scellerata distruzione del Lido, il grottesco assenso alla Torre Cardin, l'abuso dello storico Arsenale, il comico tira-e-molla sul rifacimento del Fondaco [...] [eppure] le battaglie per la difesa del patrimonio, dello spazio pubblico e delle scelte condivise [...] vengono spesso liquidate come battaglie di retroguardia, animate da spirito conservatore e misoneista, bastoni fra le ruote al libero sviluppo dell'impresa.²²⁷

E torniamo al tema di cui prima, quelle Londra, Francoforte, New York sparse per il mondo. Con negozi identici e identici tipi umani, mescolati in un *melting pot* che nasconde xenofobia al pari di omologazione e multiculturalismo, che si ha l'obbligo di amare e venerare come modelli da cui trarre ispirazione. Ciò che

²²⁶ Cfr. D. Cooke, *Fantasmî da Černobyl*, «Internazionale», 28 Novembre 2014, www.internazionale.it.

²²⁷ S. Settis, *Se Venezia muore*, cit., pag. 123.

Settis chiede è che si possa rifiutare questa offerta e sceglierne un'altra, magari avanzando altre proposte, che potrebbero essere più adatte al nostro paese e alle nostre città. Ecco che però la "libera economia" si irrigidisce e non accetta altre voci che non siano la propria.

Questo brutale presentismo dà per scontato che la nostra epoca possa e debba avere uno spirito e uno solo, quello del mercato; e che la folla che si accalca nei centri commerciali sia la sola incarnazione possibile della (post) modernità e dei suoi riti e valori, il metro su cui modulare presente e futuro. Ma come mai chi idolatra il mercato, e con esso la competizione e la libera concorrenza, punta tutte le sue carte su un solo *Zeitgeist* senza alternative e non ipotizza, invece la coesistenza di *molti* "spiriti del tempo", in competizione tra loro? Perché una cultura di massa deve necessariamente puntare sulla ripetizione dell'identico e non sulla conoscenza del diverso? Quel che innesca la corsa ai *theme parks*, che anima le finte Venezie residenziali, che moltiplica i ponti di Rialto, non è il diffondersi di una cultura democratica, ma l'imposizione di una versione standardizzata e sterilizzata del passato e del diverso. Non è la felice eguaglianza delle moltitudini, ma il vecchio vizio delle classi privilegiate, riservare a sé i piaceri dell'autentico offrendone alle plebi pallide imitazioni e spacciandole, paternalisticamente, per un dono. Non rivela interesse per il diverso, ma il desiderio di assorbirlo, mercificandolo e neutralizzandolo perché non possa valere come un'alternativa alla monocultura dominante. *History sells*, si è detto e ripetuto: purché sia impacchettata come una merce. Purché venga, letteralmente, consumata.²²⁸

Venezia combatte la sua battaglia silenziosa per sopravvivere, spopolata e impoverita, privatizzata in tante parti, come tante altre città storiche italiane.

Eppure, la mirabile cintura della Laguna non ha arrestato la pestilenza che affligge le città storiche. Anche Venezia è ferita a morte dall'implacabile processo di "suburbanizzazione" che svuota le città, riducendone la diversità sociale, accrescendone le disuguaglianze e relegando nei sobborghi i giovani e i meno abbienti. Anche a Venezia, parlare di diritto alla città vuol dire contrastare la deriva che delle città storiche sta facendo carne da macello per speculazioni immobiliari e sperimentazioni architettoniche incontrollate. Anche a Venezia, la salute della

²²⁸ *Ivi*, pag. 80.

democrazia comincia dalla difesa dei diritti dei cittadini: e il diritto alla città li riassume tutti. Perché non c'è diritto alla città senza il riconoscimento della priorità del bene comune e della funzione sociale della proprietà. E una città senza diritto alla città è una città senza cittadini, una scorza vuota.²²⁹

Forse la crisi economica ha portato un bene importante con sé, l'obbligo per tutti di ripensare se stessi, interrogarsi sulla propria collocazione nella società, sui propri doveri e, soprattutto, sui propri diritti: non scontati e per questo portati via silenziosamente in anni in cui tutto si pensava acquistabile. Il diritto alla città torna con forza nelle parole di Settis e nella riflessione di molti. Il diritto alla cittadinanza, a vivere uno spazio comune, a dividerlo con altri, a proteggerlo dalla privatizzazione, risveglia il civismo, mentre la crisi costringe le persone a ricordarsi di quanto abbiano bisogno di socialità, soprattutto nei momenti difficili.

Il futuro della città storica è un grande tema che si gioca non solo a Venezia e non solo in Italia [...]. A ogni giorno che passa è sempre più urgente chiedersi come ciascuna città possa fondere il proprio *capitale simbolico* con il *capitale civico* dei cittadini, traducendolo in un consapevole *diritto alla città* e mettendolo a frutto. Come possa identificare la forma fisica della città e la sua ragione etica, come possa fare del diritto alla città, alla funzione sociale della proprietà, al lavoro dei cittadini, la propria ragion d'essere e il proprio progetto.²³⁰

L'ingannevole cosmopolitismo delle folle di turisti che invadono Venezia non contribuisce in nulla a creare questi nuovi, necessari orizzonti di una cittadinanza che non sia solo *ius sanguinis*, e nemmeno soltanto *ius soli*, ma (secondo una felice espressione usata recentemente da Michela Murgia) *ius voluntatis*, la consapevole volontà di sentirsi cittadini.²³¹

Secondo noi la risposta alla domanda di Settis per Venezia e per tante altre città è un piano strategico reticolare sul modello di quello riminese. Uno strumento

²²⁹ *Ivi*, pagg. 102-103.

²³⁰ *Ivi*, pag. 132.

²³¹ *Ivi*, pag. 152.

versatile, che ogni comunità possa declinare secondo le proprie esigenze e desideri. Uno strumento che ribadisca il diritto alla socialità, alla città e alla diversità. Dove cittadini accomunati dallo *ius voluntatis* e non da razza, etnia, religione o pensiero politico possano esternare la propria plurale idea di città, con l'obbligo, da parte delle amministrazioni che quella collettività rappresentano, di ascoltarli e mettere in pratica le proposte dopo una seria analisi e il confronto coi massimi esperti del settore considerato. In altre parole è necessaria un'alfabetizzazione della cittadinanza al diritto alla città e al dovere della partecipazione. Probabilmente aveva ragione Sidney Sonnino quando affermava che l'alfabetizzazione non accompagnata da un miglioramento generale delle condizioni di vita comporta il "seminar vento"²³², ma traslando la considerazione al nostro campo e ai giorni nostri è giunto il momento che l'Italia abbia la sua democratica e pacifica "tempesta" di consapevolezza, civismo e partecipazione, visto che quelle naturali, unite a terremoti, allagamenti, dissesti idrogeologici e altre piaghe di natura più politica, economica, speculativa, corruttiva o mafiosa, la stanno riducendo a una terra depredata, sempre più simile a un deserto.

²³² Cfr. S. Sonnino, *La Sicilia nel 1876* [1877], Vallecchi, Firenze, 1925: «[...] In altre parole, se sdegheremo di occuparci del benessere dei contadini in Italia, e sapremo soltanto, con la fantasmagoria di una libertà dottrinarica, impor loro sacrifici a nome dello Stato, stringer loro i patti a nome dell'individuo, e per compenso insegnar loro unicamente a leggere e a scrivere, perchè essi sappiano bene che sono infelici e che la loro infelicità è effetto della libertà e del progresso, noi avremo seminato vento e raccoglieremo tempesta».

Capitolo Quinto

Benessere. Felicità. Comunità.

Molta gente non è consapevole del bisogno di una vita più felice.²³³

L'Italia è uno dei paesi Ocse con i più bassi livelli di fiducia verso gli altri.²³⁴

La scelta riminese di orientare la ripresa e il futuro della città sulle relazioni fra persone, sul ritorno a una sincera propensione all'ospitalità, sui principi espressi dal concetto di *welcoming cities*, non ha nulla a che vedere col buonismo o una presunta superiorità morale, ma è affine ai dettami dell'economia della felicità e si colloca sulla stessa linea delle valutazioni che anche l'Istituto Nazionale di Statistica ha fatto proprie, istituendo l'Indicatore di Benessere Equo e Sostenibile.²³⁵ Quando Rimini si propone come capitale del benessere probabilmente pensa – e sicuramente si pubblicherà come tale – alla città dello sport, del *fitness*, del *wellness* generato dalle spa marine, del tempo libero, del

²³³ T. Scitovsky, *My own criticism of the Joyless Economy*, «Critical Review», 1996, vol. 10, n. 4, pag. 599.

²³⁴ *Sintesi Rapporto BES 2014*, Istat, Roma, 2014, www.istat.it, pag. 9.

²³⁵ «Il progetto per misurare il benessere equo e sostenibile, nato da un'iniziativa congiunta del Cnel e dell'Istat, si inquadra nel dibattito internazionale sul "superamento del Pil", alimentato dalla consapevolezza che i parametri sui quali valutare il progresso di una società non possano essere esclusivamente di carattere economico, ma debbano tenere conto anche delle fondamentali dimensioni sociali e ambientali del benessere, corredate da misure di diseguaglianza e sostenibilità». BES, www.misuredelbenessere.it.

divertimento, della *site specific gym* più grande d'Europa²³⁶. In realtà Amministrazione, Agenzia e il Forum del Piano perseguono più fedelmente questa finalità quando pongono alla base del ragionamento le relazioni fra persone, piuttosto che quando concorrono a progettare o finanziare un parco attrezzato e una pista ciclabile. Infatti, a questo punto del ragionamento, possiamo restituire una definizione definitiva del concetto di benessere, che si connota come consustanziale ai concetti di salute e salute mentale, secondo la definizione data dall'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.²³⁷

Mental health is defined as a state of well-being in which every individual realizes his or her own potential, can cope with the normal stresses of life, can work productively and fruitfully, and is able to make a contribution to her or his community. The positive dimension of mental health is stressed in WHO's definition of health as contained in its constitution: "Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity." This fact file highlights the important aspects of mental health and disorders.²³⁸

Dunque Rimini si propone come città che cerca di rendere i suoi ospiti e cittadini felici, ovvero invita la comunità ad organizzarsi e cerca di creare le condizioni atte ad evitare che i singoli rimangano soli o si ammalino. Mette al centro l'individuo, favorisce i luoghi di incontro, scambio, collaborazione e conoscenza e cerca di creare una solidarietà sociale in grado di sostenere il cittadino anche nei momenti di maggiore debolezza o malattia. Conseguentemente, parafrasando la definizione della WHO, tenta di farlo lavorare produttivamente e fruttuosamente rendendolo capace di dare un contributo positivo alla vita della comunità. Ovviamente non solo questi aspetti definiscono il possibile livello di benessere di

²³⁶ R. Semprini, E. Mijic, *Avanguardia balneare: da Mantegazza al nuovo concept del benessere: il piano strategico di Rimini e del suo territorio*, cit., pag. 22.

²³⁷ *WHO definition of Health*, «World Health Organization», 1948, www.who.int.

²³⁸ *Mental Health: a state o well being*, «World Health Organization», Agosto 2014, www.who.int.

un singolo o di una comunità, come ben testimoniano i numerosi criteri adottati dal BES.

Di cosa parliamo quando ci riferiamo al benessere di una società? Il concetto di benessere cambia secondo tempi, luoghi e culture e, quindi, non può essere definito semplicemente in base a uno schema teorico. Inoltre, le ricerche svolte in questo campo ci dicono che, allo stato attuale, non esiste un unico indicatore statistico capace di rappresentare appieno lo stato di benessere di una società, ma che bisogna fare riferimento a una pluralità di misure. Ecco perché la scelta delle dimensioni principali del benessere, e quindi degli indicatori più appropriati per rappresentarle, richiede un coinvolgimento diretto dei diversi attori sociali. Tale processo, se ben organizzato, fornisce alle misure scelte un'importante legittimazione democratica, indispensabile se si vuole che, a partire dalle misure del benessere, vengano identificate possibili priorità per l'azione politica. Seguendo queste premesse e le raccomandazioni in materia elaborate a livello internazionale, è stato avviato un processo per misurare il benessere attraverso indicatori condivisi a livello nazionale, i quali possono diventare un riferimento per il dibattito pubblico e servono a meglio indirizzare le scelte democratiche rilevanti per il futuro del Paese. Al fine di definire gli elementi costitutivi del benessere in Italia, il Cnel e l'Istat hanno costituito un "Comitato di indirizzo sulla misura del progresso della società italiana" composto da rappresentanze delle parti sociali e della società civile. Inoltre, l'Istat ha costituito un'ampia Commissione scientifica composta da esperti dei diversi domini determinanti per il benessere della società.²³⁹

Qualcuno potrebbe obiettare che avviare politiche sociali volte alla condivisione, al volontariato, all'abbandono di abitudini nocive in favore di altre più salutiste, sia anti economico, in quanto non genera aumento di ricchezza in termini assoluti, riduce i consumi e gli sprechi. Possiamo controbattere che se si analizza la realtà secondo la logica del PIL, queste affermazioni risultano veritiere, ma se adottiamo un altro punto di vista, l'arricchimento della vita delle persone dato da un ambiente sano e stimolante, capace di renderle più felici, porta il bilancio complessivo ad un esito positivo. Il pensiero economico che pone il PIL al centro di tutte le valutazioni sull'aumento del benessere individuale monetario non

²³⁹ *Sintesi Rapporto BES 2014*, Istat, Roma, 2014, www.istat.it, pag. 3.

afferma il falso, semplicemente non fa propri determinati parametri e restituisce, dunque, una visione parziale, che non tiene conto di altri aspetti che influiscono sul benessere generale del singolo. Difatti secondo dati empirici non esiste diretta correlazione fra aumento del reddito disponibile e aumento della felicità individuale, presunta conseguenza “naturale” rivelatasi falsa oltre determinate soglie di ricchezza.

Nel confronto tra Paesi, non emerge correlazione significativa tra reddito e felicità, e i Paesi più poveri non risultano essere significativamente meno felici di quelli più ricchi. In altre parole, quando si è poveri (sia individualmente sia come Paese) l'aumento di beni si traduce subito e facilmente in aumento di benessere; quando si supera una soglia di ricchezza, quella che consente di soddisfare i bisogni ordinari della vita, l'aumento di reddito non si traduce più in felicità. L'economia capitalista, quindi, sembra essere arrivata a un punto di saturazione, ma non in termini di crescita economica o del PIL, quanto piuttosto in aumento di felicità: da qualche decennio il benessere delle persone nei Paesi capitalisti non cresce più.²⁴⁰

A dati empirici di tipo quantitativo se ne aggiungono altri di natura qualitativa.

Non solo l'investimento di risorse per l'acquisizione di beni non aumenta il benessere soggettivo nell'ambito (o dominio) economico per la presenza di meccanismi psicologici e sociali che fanno sì che ai beni più costosi ci si adatti velocemente (il cosiddetto *hedonic trademill*), o che assieme ai beni crescano anche le nostre aspirazioni (il *satisfaction trademill*) [...]; ma c'è di più: quell'«*effort marginale*» profuso nei beni economici condiziona negativamente, almeno al di là di una certa soglia, la soddisfazione in altri ambiti della vita, quello relazionale su tutti.²⁴¹

Ad integrazione di quanto detto, studi scientifici dimostrano come la natura dei beni su cui ricade la preferenza del cittadino sia determinante per il

²⁴⁰ L. Bruni, *Economia e felicità*, Enciclopedia Treccani, XXI Secolo (2009), Istituto della Enciclopedia Italiana, www.treccani.it.

²⁴¹ L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, Guerini, Milano, 2004, pag. 18.

conseguimento di un buon stato di benessere psicofisico, più che la quantità di risorse disponibili individualmente.

A questo proposito, un altro importante autore, l'economista americano Robert H. Frank, scrive: «Molta evidenza empirica suggerisce che se usiamo un aumento del nostro reddito semplicemente per comprare case più grandi e auto più costose, non ci ritroviamo dopo questi acquisti più felici di prima. Ma se usiamo l'aumento di reddito per acquistare più beni non vistosi (unconspicuous goods) – come liberarsi da lunghi spostamenti per lavoro o per cambiare un lavoro noioso – allora l'evidenza empirica mostra un quadro ben diverso. Meno spendiamo in beni vistosi, più riusciamo a ridurre ingorghi nel traffico, più tempo dedichiamo alla famiglia, agli amici, al sonno, ai viaggi, e ad altre attività interessanti. Sulla base della migliore evidenza empirica, possiamo affermare che riallocare il nostro tempo e denaro in queste e simili attività ci renderebbe la vita più sana e più felice»²⁴²

Prendere posizione in questo senso è già di per sé un atto politico di grande rilevanza. Optare per esempio, come scrive Rimini nel Piano Strategico, per una città mobile senz'auto, comporta l'uscita dei cittadini dal circuito degli acquirenti delle automobili, o per lo meno, una riduzione sostanziale del numero di clienti per le case automobilistiche, generando perdita di posti di lavoro, crollo dei titoli in borsa e, nei casi più gravi, fallimenti e diminuzione del PIL nazionale, ma, paradossalmente, cittadini più felici. Il modello economico dominante non riesce a risolvere quest'aporia, che va strettamente a intersecarsi con un altro paradosso: quello della felicità, o di Easterlin.

Il paradosso della felicità nasce dal fatto che le persone, a causa di errate rappresentazioni, investono troppe risorse per aumentare il consumo di beni materiali (in particolare di quelli che Fred Hirsch ha chiamato «beni posizionali»), e questo investimento errato, lungi dal portare

²⁴² L. Bruni, *Economia e felicità*, cit.

felicità, crea effetti collaterali (esternalità) negativi in altre aree, o domini, della vita umana, in particolare la vita familiare e relazionale, dai quali dipende in larga misura la nostra felicità.²⁴³

I cittadini-consumatori sono invitati, sospinti dalla pubblicità, a costruirsi “errate rappresentazioni”, che li portano a cadere nel paradosso. È altresì innegabile il valore sostanziale che si attribuisce, nella società occidentale, ai beni materiali o anche solo alla valutazione materialistica e monetaria di molti aspetti della vita delle persone – come dimostrato nei paragrafi dedicati al *marketing* urbano e da Settis in *Se Venezia muore*²⁴⁴. Dunque, quale teoria economica – e quali comportamenti ad essa connessi – è complessivamente più proficua? Se decidessimo di mettere la felicità delle persone in testa alle priorità della società, di quale felicità stiamo parlando e quali sono le sue leggi?

Quale felicità hanno in mente gli studiosi e soprattutto gli economisti che oggi cercano di spiegare il paradosso della felicità in economia? In linea generale le teorie appena esposte soffrono, in gradi diversi, di un forte riduzionismo antropologico. L’individuo oggetto di quelle teorie è sostanzialmente invidioso e ama rivaleggiare con gli altri attraverso i beni. Nessuno nega che l’essere umano non sia anche questo; l’errore, però, consiste nel pensare che l’invidia e la rivalità possano essere le caratteristiche antropologiche fondamentali per spiegare la felicità umana. Mentre non è difficile essere d’accordo con molti economisti sul fatto che la frustrazione e l’insoddisfazione siano spesso procurate dalle elevate aspirazioni (alimentate dalla pubblicità) e dal confronto posizionale con gli altri, non possiamo considerare la felicità umana una faccenda tutta declinata sugli assi dell’invidia e della competizione. [...] Infatti, il confronto con gli altri spesso ci frustra, ma difficilmente consideriamo la nostra vita felice o realizzata perché consumiamo più del collega d’ufficio. Ciò non vuol dire che gli studi attuali sulla felicità non rappresentino un’importante innovazione, ma occorre qualcosa in più proprio sul terreno dell’inserimento della dimensione relazionale all’interno dell’analisi della felicità. L’approccio degli economisti alla felicità resta edonista (basato sul piacere) e non eudaimonista (basato sulla felicità, nel senso aristotelico di «vita buona»): non esiste, infatti, una vera distinzione tra piacere

²⁴³ L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, cit., pag. 17.

²⁴⁴ Cfr. capitolo 3.3, *Il marketing urbano*, e capitolo 5.1, *Se Venezia muore*.

e felicità, e la completa valutazione della felicità è affidata al soggetto che deve autostimare il proprio livello di benessere soggettivo [...].²⁴⁵

L'individuo da considerare non è dunque semplicemente un soggetto invidioso e competitivo, ma l'animale sociale di Aristotele considerato in tutta la sua complessità e non solo dal punto di vista della soddisfazione edonistica dei propri appetiti. Detto questo Bruni dimostra come la felicità sia molto difficile da valutare soggettivamente, perché l'individuo si abitua in fretta alle condizioni di vita che gli sono proprie, tanto più se l'approccio è edonistico, ma anche dal punto di vista relazionale. Non basta dunque domandare a un singolo quale sia il suo livello di felicità per ottenere dati statistici rilevanti, è necessario un indice di valutazione esterno, il più possibile oggettivo, sulla linea del lavoro sul benessere del BES, portato avanti dall'Istat.

Appare rilevante focalizzare l'attenzione su un punto: prendere atto che anche i beni relazionali (per es., coniuge, figli, amici ecc.) sono sottoposti a effetto adattamento, come ormai anche gli studi più sofisticati sulla famiglia mettono in luce. La domanda diventa quindi: possiamo delegare alla sola percezione soggettiva la valutazione della qualità della nostra vita, della nostra felicità? Probabilmente no, e proprio perché l'effetto adattamento può pesare molto: se il principale o unico indicatore di felicità diventa l'autovalutazione soggettiva, si corre il rischio di commettere molti errori. Possiamo, per es., sottovalutare beni civili come diritti e libertà che vengono difficilmente tradotti in termini di felicità soggettiva, ma che invece pesano molto in quella oggettiva (basta vedere che cosa accade quando vengono meno). Se oggi in Italia qualcuno offrisse ai cittadini un contratto in cui si offre la riduzione del 5% delle imposte sul reddito in cambio di un'equivalente diminuzione di libertà o di democrazia, qualcuno potrebbe non stupirsi se la maggioranza barattasse la 'primogenitura' della democrazia con l'aumento percentuale di reddito. In secondo luogo, prendendo troppo sul serio gli effetti adattamento finiremmo per considerare una vita familiare affettivamente stabile e 'adattata' meno felice della vita di

²⁴⁵ L. Bruni, *Economia e felicità*, cit.

colui/colei che cambia partner appena si 'adatta' al precedente, in cerca di nuovi stimoli ed emozioni.²⁴⁶

Cogliamo chiaramente da queste parole, le implicazioni che l'effetto di adattamento può avere sulla vita sociale, sulle regole che la comunità si dà, sulle libertà, i diritti, in definitiva, sulla democrazia. A limitare l'influsso negativo di questo naturale comportamento umano intervengono gli stessi beni relazionali, che non sono semplicemente costituiti dai rapporti familiari, ma da tutte le relazioni non strumentali fra individui. L'interazione con l'altro aumenta la consapevolezza di se stessi e della realtà circostante, rendendo il cittadino più immune da pericolose amnesie o mancanze di lucidità. Inoltre oggettivamente arricchisce la vita, rendendola più felice.

Negli ultimissimi anni, infatti, si sta sviluppando una crescente letteratura empirica che mostra l'importanza delle relazioni non strumentali nella felicità soggettiva (Bruni, Stanca 2008). Persone che attribuiscono ai rapporti interpersonali 'a motivazione intrinseca' un'importanza relativamente maggiore, riportano una felicità soggettiva maggiore e, fatto significativo, sono considerati felici anche dagli altri (Economics and psychology, 2007). A tale proposito, recentemente sta facendo il suo ingresso nella scienza economica, e nelle altre scienze sociali, la categoria teorica di 'bene relazionale', che sta lentamente cambiando il modo di studiare le relazioni umane in economia; secondo questa categoria la relazionalità presa in considerazione è stata tradizionalmente quella strumentale. I beni relazionali, invece, hanno bisogno di motivazioni intrinseche e di gratuità. [...] L'espressione bene relazionale compare alla fine degli anni Ottanta, ma solo in questi anni sta entrando nella letteratura internazionale delle scienze sociali, economia inclusa (Economics and social Interaction, 2005). Esistono svariati approcci al concetto di bene relazionale, anche in base ai diversi statuti epistemologici delle differenti scienze. Secondo gli economisti, i beni relazionali sono quelle dimensioni delle relazioni umane che non possono essere né 'prodotte' né 'consumate' da un solo individuo, perché dipendono dalle modalità e dalle motivazioni delle interazioni tra persone, e quindi possono essere goduti solo se condivisi nella reciprocità. Nel linguaggio della scienza economica il bene relazionale assomiglia dunque (anche se non coincide) a un bene pubblico locale. [...] Si possono individuare

²⁴⁶ *Ibidem.*

le caratteristiche di base di un bene relazionale: identità, reciprocità, simultaneità, motivazione, fatto emergente, bene e gratuità.²⁴⁷

Davvero interessante diventa allora la connessione interdisciplinare che si genera fra il pensiero economico e quello filosofico, fra 'passione imbecille' e infelicità.

Lo homo democraticus combina in sé la dogmatica certezza che ogni individuo possa essere il miglior giudice dei propri particolari interessi (ciò che Tocqueville chiama la «passione imbecille» per il proprio benessere), con l'altrettanto imperiosa richiesta di 'sicurezza', perfettamente indifferente, alla fine, alla forma del regime politico. È inevitabile che ciò avvenga: quella «passione imbecille», 'lasciata fare', non porterebbe che alla catastrofe dello stesso interesse individuale [...]. Lo stesso 'fisiologico' processo che ha condotto alla dissoluzione di ogni idea di rappresentanza (e cioè che mette costantemente in crisi ogni forma-Stato) non può che *volere* (in tale volontà esso consiste, e in nessuna *veritas*) contraddirsi, o rivolgendosi ad esiti totalitari oppure all'Utopia della riduzione del Politico a macchina burocratico-amministrativa al servizio della Tecnica. [...] Come 'sopravvivere' in uno spazio dove tutto è trattato come mezzo, e dove l'individuo si pretende così libero da non dover render conto delle sue azioni se non a Dio (al Dio che, poi, è in lui, anzi coincide col suo Sé più profondo, come avviene, abbiamo visto nella 'religione americana')? Sono, per Tocqueville, i valori, strettamente congiunti, dell'amicizia e della trazione religiosa a svolgere questo fondamentale ruolo di difesa e baluardo. [...] Guai a leggere sentimentalmente, o come accorato appello a vaghi 'collanti' etico religiosi, il discorso di Tocqueville sull'amicizia. È la pre-potenza degli dèi di Antigone e di Alceste che egli vorrebbe evocare, la sacralità del 'giuramento' che in loro nome si pronuncia. Nessuna reazionaria ideologia, ma la sobria consapevolezza che *soltanto questo* potrebbe conferire all'idea democratica un sostegno di valore. E cioè soltanto accogliendo in sé principi ben più arcaici della sua forma, la democrazia potrebbe non ridursi al vano inseguimento degli appetiti di masse di *individui uguali*, alla vana 'caccia' di questo nuovo, straordinario genere di centauri.²⁴⁸

La via di fuga dall'autodistruzione e da un cieco e individualista edonismo, che Tocqueville restituisce all'uomo che vive in una società dove 'tutto è trattato

²⁴⁷ *Ibidem*.

²⁴⁸ M. Cacciari, *L'Arcipelago*, Adelphi, Milano, 1997, pagg. 124-126.

come mezzo', popolato da 'individui uguali', è l'amicizia – intesa come relazione con l'alterità – e la riscoperta dell'etica, come principi fondativi e antecedenti della democrazia. In questo senso la democrazia appare più che come potere del *demos*, come la delicata scienza degli equilibri propri delle relazioni fra esseri umani. Il rapporto con l'altro, di cui va riconosciuta e apprezzata la differenza e peculiarità, difende anche dal conformismo, grave pericolo che la democrazia custodisce in sé.

Poiché «le economie di scala impongono i gusti della maggioranza all'intera società, e quando la maggioranza sceglie di sacrificare lo stimolo per il *comfort*, succede che la creazione di novità e la ricerca, da parte della minoranza, di nuovi modi per ottenere una vita buona sono entrambi impediti» Ciò fa sì che una parte della minoranza «consapevole» faccia molta fatica a uscire dalle secche del consumismo, e dall'altra che la maggioranza «triste e comoda» resti perennemente in uno stato di infelicità sazia e... noiosa.²⁴⁹

Secondo noi è necessario che la 'minoranza consapevole', nei panni degli amministratori per esempio, crei le condizioni perché si possa vivere meglio, poi resti al singolo decidere, ma fondamentale ci sembra a questo punto chiarire che questa scelta, questa posizione, già di per sé può costituire un fine capace di cementificare una comunità multi-etnica, mobile, diversificata, plurale.

Vogliamo ritornare a uno spazio ben definito, a un territorio ben delimitato, che permetta scambi sociali, relazioni sociali ricche, partecipate? Nella *pòlis* questo avveniva sulla base di quel criterio non indifferente, che si tende a dimenticare, secondo cui a decidere nelle assemblee erano in pochi [...]. È questa l'idea di città che vogliamo coltivare, o è la grande idea romana, gente diversa che viene da tutte le parti, che parla tutte le lingue, che ha tutte le religioni, un'unica legge però, un senato, un imperatore e una missione? Quale riferimento scegliamo: l'origine o il fine, il legame di stirpe o la legge? Questo è il dilemma, se no come si fa comunità? Sugli interessi che

²⁴⁹ L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, cit., pag. 19. I riferimenti sono a T. Scitovsky, *The joyless economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*, Oxford University Press, Oxford, 1976, pag. 282.

vengono a patti tra di loro, sugli armistizi, sui concedersi delle tregue, ma la cui unità non è fondata su nulla? Questa è una prima questione da porre all'ordine della discussione.²⁵⁰

Rimini deve rendersi conto che decidendo di fondarsi sulle relazioni ha scelto una via "romana" alla città e la sua missione è creare una città in cui sia possibile essere felici, ovvero essere messi in condizione di poter scegliere fra beni relazionali e beni materiali. Perché qui è il punto: in molte città italiane questa possibilità di scelta non esiste. Il Piano Strategico, proponendo questa idea di città e di benessere ha compiuto un atto politico di grande rilievo che ha le sue radici nella storia del pensiero politico e filosofico italiano.

C'è dunque una tradizione di pensiero che parte da Aristotele, attraversa il Medioevo (San Tommaso) e l'Umanesimo civile, fino ad arrivare all'Illuminismo italiano (Muratori, Genovesi, Verri) e scozzese (Smith), che ritiene invece che la felicità sia anche una faccenda *politica*. In Italia, a Napoli e Milano in particolare, l'economia è nata come scienza della «pubblica felicità» [...] Noi ci sentiamo vicini a questo approccio, al rapporto tra economia e felicità: non nel senso che l'economista politico debba suggerire alle persone come essere felici – la felicità resta una faccenda soggettiva e ognuno deve trovare la sua via – ma egli deve lavorare per creare le condizioni oggettive del ben-vivere che poi rendano effettiva e praticabile una vita felice. Creare le condizioni oggettive della felicità soggettiva è l'approccio al quale guardiamo con più simpatia, in cui queste *condizioni* si chiamano giuste istituzioni, fiducia pubblica (la fede pubblica, diceva Genovesi nel Settecento) diritti e libertà, il terreno sul quale l'esistenza può fiorire in pienezza.²⁵¹

L'Italia tutta, come testimonia il Rapporto BES, in questi anni non ha lavorato sull'aspetto della socialità. Il Paese non si è impegnato a costruire una comunità solidale e coesa e questo ha delle conseguenze pesanti non solo sulla vita della nazione, ma sulle scelte di vita e politiche dei singoli e, secondariamente, dei suoi rappresentanti.

²⁵⁰ M. Cacciari, *La città*, Pazzini, Villa Verucchio (Rimini), 2004, pagg. 24-25.

²⁵¹ L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, cit., pag. 28.

La fiducia che le persone sono disposte ad accordare ai loro concittadini è uno dei principali indicatori di coesione sociale e del senso civico di una comunità. La cosiddetta “fiducia generalizzata” gioca un ruolo fondamentale nella costruzione di una società produttiva ed efficiente, cooperativa e coesa, con una ridotta propensione ai comportamenti opportunistici e alla corruzione. In Italia il livello di fiducia negli altri è decisamente basso: nel 2013 solo il 20,9% delle persone di 14 anni e più ritiene che gran parte della gente sia degna di fiducia. Il dato, in calo tra il 2010 e il 2012, mostra nel 2013 una lievissima crescita (dal 20% al 20,9%), che si concentra soprattutto nel Mezzogiorno dove la quota di persone che ritiene che gran parte della gente sia degna di fiducia passa dal 15,2% al 17,2%. Nel nostro Paese, la quota di popolazione che dichiara di fidarsi degli altri è decisamente inferiore alla media Ocse, pari al 33%. Il dato nazionale nasconde tuttavia notevoli differenze territoriali. In Sicilia, Basilicata, Puglia e Campania l’indicatore continua ad essere decisamente basso (meno del 18% della popolazione ritiene che gli altri siano degni di fiducia), mentre in Trentino-Alto Adige la percentuale sfiora il 33%.²⁵²

C’è bisogno dunque soprattutto di politica perché le città smettano di essere

Ambienti costruiti per lavorare e non per far incontrare la gente. L’ambiente urbano è un esempio paradigmatico di povertà di occasioni relazionali e di luoghi d’incontro a basso costo e parallelamente di ricchezza di possibilità costose per il tempo libero. Il disagio urbano degli strati sociali con più tempo libero, più bisogni relazionali e meno denaro – cioè i più giovani e i più anziani – testimonia questa situazione. È per questi motivi che «la città è il motore della crescita» (secondo la Banca mondiale) ed è anche il cuore dell’insoddisfazione di massa delle società ricche.²⁵³

La proposta e l’iniziativa politica che si esercitano sullo spazio cittadino possono incidere, possono cambiare l’approccio che gli individui hanno nei confronti dell’alterità. Favorendo la nascita di luoghi di incontro diffusi e connessi si può lavorare alla creazione di una comunità coesa. La lotta per l’integrazione non

²⁵² *Rapporto Bes 2014*, Istat, Roma, 2014, www.istat.it, pag. 121.

²⁵³ L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, cit., pag. 227.

riguarda solo gruppi sociali svantaggiati economicamente ma, in una società composta da singoli isolati l'uno dall'altro o unicamente connessi dai mezzi telematici, tutti i cittadini. Indicare come *mission* del Piano Strategico riminese la città come terra d'incontri, significa proporre agli individui un'apertura mentale che potrebbe costituire l'antidoto più potente contro gli odi, le intolleranze, la solitudine e l'egoismo delle società urbane odierne.

Ci siamo resi conto, quindi, che non servono scelte eclatanti, copiando pedissequamente modelli basati sullo sviluppo quantitativo a forte impatto ambientale e sociale, dove lo sviluppo economico non ha la capacità di aumentare il livello di qualità della vita e della felicità delle persone. È necessario, pertanto, ridefinire una cultura dello sviluppo, che sappia produrre nuove economie sostenibili e stili di vita in grado di rendere sempre e comunque le persone protagoniste, soggetti e non oggetti dello sviluppo, producendo qualità sociale, formando capitale umano e coesione sociale, diffondendo la conoscenza. Le persone non possono essere considerate esclusivamente nella loro dimensione di portatori d'interessi (*stakeholders*), ma come attivi costruttori della comunità, ciascuno con le proprie capacità, le proprie energie, le proprie passioni.

Le radici della comunità e il suo presente si fondano sulla dimensione relazionale, ancor di più il futuro dovrà evidenziare questa propensione.²⁵⁴

Il Piano Strategico di Rimini è in controtendenza rispetto all'andamento nazionale e rappresenta, nella sua singolarità, la prova che la città ha deciso di aderire a un'idea di benessere diffuso e di città solidale in linea con le definizioni più autorevoli del concetto. Resta da verificare negli anni venturi se la città saprà risolvere le problematiche che da sempre l'hanno caratterizzata, – consumo di suolo, inquinamento, alto tasso di criminalità per numero di abitanti – ma soprattutto, è con grande curiosità che aspetteremo di valutare i frutti che la pianificazione strategica avrà saputo restituire alla città e ai suoi cittadini.

²⁵⁴ Associazione Forum Rimini Venture, *Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale*, cit., pag. 68.

Conclusioni

I processi di socializzazione, la comunicazione culturale, i saperi che innervano le forme di vita sociali divengono le differenze che permettono di essere liberi rispetto al pensiero unico, liberi di porre una domanda sociale altra dall'accettazione acritica dell'offerta.²⁵⁵

Zygmunt Bauman, in *Consumo dunque sono*, ci invita a una riflessione profonda sull'origine dei nostri mali sociali, o, meglio, sulle motivazioni che hanno portato le società occidentali a ritrovarsi prive degli anticorpi necessari per contrastare le spinte centrifughe che oggi le spaccano dall'interno.

I politici che invitano a risuscitare i «valori familiari» – ormai malati terminali o agonizzanti – se fanno sul serio dovrebbero riflettere prima di tutto sulle radici consumistiche della scomparsa della solidarietà sociale nei luoghi di lavoro e dell'affievolirsi dell'impulso familiare alla cura e alla condivisione. E i politici che invitano gli elettori a dar prova di rispetto reciproco se fanno sul serio dovrebbero riflettere sulla tendenza insita in una società di consumatori a instillare nei propri membri la disponibilità a non concedere agli altri nulla più del rispetto che si è preparati a provare e mostrare nei confronti dei prodotti di consumo, oggetti progettati e destinati alla soddisfazione istantanea e quanto più possibile indisturbata e incondizionata.²⁵⁶

²⁵⁵ A. Bonomi, *Il trionfo della moltitudine*, Bollati Boringhieri, Torino, 1996, pag. 125.

²⁵⁶ Z. Bauman, *Consumo, dunque sono* [2007], Laterza, Bari, 2008, pag. 152.

Ormai non è più tempo di interrogare i politici sui loro comportamenti più o meno consapevoli, miopi od opportunistici, occorre andare alla radice, alle persone. Ora che la crisi economica ha mostrato tutta la sua capacità distruttiva, se non vogliamo che i paesi occidentali si tuffino nuovamente nel vortice dei nazionalismi, del razzismo, della xenofobia e della paura, insomma, estinguano completamente il lume della ragione, dobbiamo interrogare la nostra società sul continuo utilizzo dei valori familiari o del rispetto reciproco come vuoti mantra, senza in realtà cambiare nulla dello stile di vita o del modo di pensare che li mette in pericolo. Il modello economico del capitalismo finanziario ha dimostrato di avere come effetto principale la distruzione dei legami affettivi e solidali fra individui. Non ci riferiamo tanto ai legami familiari o al rispetto reciproco fra simili, già pesantemente intaccati, quanto a quella spontanea solidarietà con l'altro che ha permesso alla società, o per meglio dire, alla comunità occidentale, quelle conquiste di umanità e riconoscimento reciproco, che hanno reso i nostri paesi in cui si possono esercitare libertà e diritti politici nel rispetto della diversità.

Questo solo sappiamo: che il «giusto nome di amicizia» (Derrida) non può essere che quello di *xenia*. Non è amicizia l'esser amico del simile, di ciò che si conosce, di ciò che in qualche modo ci appartiene. È amicizia credere che «esiste veramente una straordinaria, invisibile curva e orbita stellare, nella quale le nostre così diverse vie e mete potrebbero essere ricomprese, quasi fossero esigui tratti di strada».²⁵⁷

Dovremmo esigere dei leader politici che mostrino le capacità necessarie per una ragionevole e appropriata compassione: non solo la padronanza dei dati relativi alla loro società e alla sua storia, ma anche la capacità di accogliere nell'immaginazione la vita dei diversi gruppi che si propongono di guidare.²⁵⁸

²⁵⁷ M. Cacciari, *L'Arcipelago*, cit., pag. 149.

²⁵⁸ M. C. Nussbaum, *L'intelligenza delle emozioni* [2001], Il Mulino, Bologna, 2004, pag. 518.

Quel patrimonio di diversità che caratterizza le nazioni del mondo, ma anche solo ogni singolo Comune o borgo italiano, ormai diventato multietnico, è messo in pericolo da un pensiero unico economico, urbanistico e sociale. Nuove minacce si presentano oggi, altri integralismi, anche se di natura differente, ma pur sempre pensieri unici che annichiliscono il diritto alla diversità e alla partecipazione. La reazione parte dalla comprensione che non si tratta di una guerra fra un “noi” e un “altro”, ma fra pensieri unici, che non ammettono dissensi e la democrazia partecipata. Un diritto che, è giusto ricordarlo, molti cittadini per primi hanno accettato di non esercitare per pigrizia o per un poco di sicurezza in più. Parafrasando Churchill, potevamo scegliere fra incertezza e mancanza di libertà, abbiamo scelto la mancanza di libertà e avremo l’incertezza. Il percorso partecipato che investe una relativamente piccola città, come Rimini, indica proprio la via per sganciarsi da tutto questo. I piani strategici di tipo reticolare e partecipato, possono essere la chiave per una rinascita, dalle periferie, dei meccanismi associativi e solidali, che consentono di plasmare collegialmente uno spazio urbano, impedendo il prevalere di interessi particolari su quello generale. Tuttavia è necessario che l’interesse generale ricominci a manifestarsi, piuttosto che restare latitante in attesa di una politica illuminata e altruista che lo persegua. A Rimini l’impulso alla stesura del piano strategico è nata da pochi amministratori e professionisti previdenti, sul modello della *polis* direbbe Cacciari, ma non è detto che altrove la spinta propulsiva non venga da altri “*stakeholders*”. È per questo che riteniamo che il Piano Strategico riminese non debba essere conosciuto e studiato solo dagli addetti ai lavori e da pochi cittadini attivi e magari associati. Deve essere fatto conoscere, presentato alla cittadinanza riminese e non solo, capillarmente. La rete costituita dal ReCS è molto rilevante, ma sarebbe veramente importante comunicare a tutti i cittadini italiani, le possibilità che questo strumento offre alle città che ne fanno uso. Anche solo dal punto di vista prettamente economico, presentare domanda come Comune per un finanziamento pubblico – regionale, nazionale o europeo – inoltrando un documento che illustri la visione complessiva che comprende quel

determinato intervento, la sua collocazione nel contesto urbano, la sua funzionalità ai fini di un progetto più vasto, offre maggiori possibilità di ottenere quell'incentivo. Un progetto condiviso garantisce per le casse del Comune un risparmio notevole, anche in termini di sprechi per interventi non coordinati perché non collettivamente analizzati. Infine la reputazione istituzionale della città migliora, favorendo collaborazioni sempre più importanti e un ritorno economico e d'immagine notevole.

In definitiva, ricostituire il collante sociale, che rende una comunità coesa, non va vista come una missione umanitaria, ma come il fine politico e amministrativo per avere città più forti, più capaci di difendersi dalle sirene che invocano l'isolamento, l'allontanamento dalla partecipazione, la competizione, l'esclusione sociale, gli odi e le diffidenze reciproche. Abbiamo analizzato nei capitoli proposti i vantaggi che i piani strategici, così strutturati, possono garantire, ma a prescindere dagli esiti stessi dell'attività urbanistico amministrativa, fondamentale risulta sottolineare che la direzione intrapresa non è idealista, né tantomeno poco lungimirante dal punto di vista economico. Porre al centro del pensiero sul futuro della propria città, la garanzia di vivere in uno spazio che si possa chiamare *casa* e in cui sia difficile rimanere soli e abbandonati, non è un atto di pietismo, è una politica sociale e culturale intelligente, che dà e darà risultati tangibili.

Non resta che vedere per credere.

Appendice

Materiali integrativi

Seguono una serie di materiali utili ad approfondire specifici aspetti dell'elaborato.

Materiali Integrativi 1

Tabelle dettagliate delle macro azioni individuate dai gruppi di lavoro.

Materiali integrativi 2

Attività Forum Piano Strategico 2014.

Disseminazione e riconoscimenti del Piano Strategico.

Attività previste per il 2015.

Materiali integrativi 3

Piano d'azione per l'Energia Sostenibile del Comune di Rimini.

Materiali integrativi 4

Il ruolo del settore terziario all'interno del "Piano Energetico del Comune di Rimini".

Materiali integrativi 5

Il Parco del Mare nel *Masterplan* Strategico.

Materiali Integrativi 1

Tablette dettagliate delle macro azioni individuate dai Gruppi di Lavoro

LE VISIONI DI SETTORE – CULTURA

Temi e luoghi dell'immagine

Oggi prevalentemente

Rimini città del turismo di massa sole-mare, della fascia lungomare e della Fiera e dei Congressi

Domani anche

Rimini città che recupera identità profonde come volano di un nuovo sviluppo e valorizza i luoghi storici nel suo intero contesto territoriale

Es. azioni

Parco archeologico; International Tourism Center; Restauro e ampliamento biblioteca storica; Recupero luoghi storici marineria; Valorizzazione centri storici; (...)

Eventi ed attori della cultura

Oggi

Rimini insieme di singoli punti, iniziative, luoghi, soggetti ed eventi

Domani

Rimini città che fa sistema delle sue eccellenze culturali, armonizza le interdipendenze e trasforma gli eventi in opportunità relazionali

Es. azioni

Coordinamento attività culturali e valorizzazione degli eventi; Valorizzazione del sistema dei contenitori culturali; (...)

Paesaggio

Oggi	Domani
Rimini, territorio saturato dall'edificazione residenziale e commerciale	Rimini che punta sulla qualità dei paesaggi e sull'ambiente più naturalizzato
Es. azioni <i>Parchi fluviali e aree verdi; Varchi a mare; Riqualificazione del periurbano; Recupero paesaggio agrario; (...)</i>	

Autenticità e tipicità

Oggi	Domani
Rimini che vende il prodotto standardizzato	Rimini, territorio autentico che investe sulle proprie tipicità
Es. azioni <i>Expò delle tipicità; Osservatorio e ricerca sulle tipicità; Coordinamento marchi di qualità; (...)</i>	

Produzione culturale

Oggi	Domani
Rimini, città dei molti fervori culturali non in rete	Rimini, città della produzione culturale di sistema e di avanguardia
Es. azioni <i>Fellini Center; (...)</i>	

Educazione

Oggi	Domani
Rimini città che conosce poco se stessa	Rimini città consapevole dei propri valori
Es. azioni <i>Didattica; Formazione; Informazione; (...)</i>	

LE VISIONI DI SETTORE – INTERNAZIONALE

La dimensione internazionale

Oggi

Rimini, città che accoglie da tutto il mondo senza capitalizzare le relazioni

Domani

Rimini, città che va incontro al mondo come attore collettivo nell'arena internazionale

Es. azioni

Tavolo di coordinamento per le relazioni internazionali; Gruppo di contatto.

Posizionamento e immagine internazionale

Oggi

Rimini, *competitor* individuale

Domani

Rimini, partner promotore del sistema Adriatico

Es. azioni

Adrialeaders; Adriapolis.

LE VISIONI DI SETTORE – TURISMO

Mare e benessere

Oggi

Rimini, città del mare come “sfondo” e che vive prevalentemente sulla spiaggia

Domani

Rimini, città del mare come risorsa centrale e attiva per il benessere

Es. azioni

Sea Wellness; Spa marine; Percorsi benessere; Loisir, sport, terapie; (...)

Il lungo-mare

Oggi

Rimini, città del lungomare come luogo turistico, anonimo, ripetitivo, artificiale, isolato dal contesto

Domani

Rimini, città del lungomare come parco urbano integrato al mare e alla città, attraente, originale, a forte naturalità e magnete di cultura e creatività

Es. azioni

Parco del lungomare; Museo dinamico del turismo; Connessioni città-territorio; (...)

Il sistema ricettivo

Oggi

Rimini, città delle strutture alberghiere e dei pubblici esercizi spesso standardizzati

Domani

Rimini, città dell'ospitalità di eccellenza

Es. azioni

Progetti di riqualificazione della ricettività e dei pubblici esercizi; (...)

LE VISIONI DI SETTORE – MOBILITÀ

Accessibilità da lontano

Oggi

Rimini, città dall'accesso difficoltoso

Domani

Rimini, città che guadagna centralità

Es. azioni

Promuovere collegamenti aerei con aeroporti internazionali; Rimini-Milano in 2 ore di treno; Riorganizzazione degli accessi autostradali; Collegamenti marittimi sponde dell'Adriatico.

Qualità urbana

Oggi

Rimini, città che sacrifica la qualità dei suoi spazi alle auto

Domani

Rimini, città che riconquista i suoi luoghi di eccellenza e la sua vivibilità

Es. azioni

Pedonalizzazione centro storico; Pedonalizzazione lungomare; Isole residenziali; (...)

Mobilità locale e di area vasta

Oggi

Rimini, città che "non" si muove in auto caoticamente

Domani

Rimini, città che si sposta in tanti modi e in maniera razionale

Es. azioni

Nuovi collegamenti tpl territoriali (RSM, Valmarecchia,...) e potenziamento tpl urbano; Sistema di trasporto sull'asse marina/stazione/ Palas/casello Rn Sud; Piano dei Parcheggi; Plurimodalità urbana; City logistic; (...)

LE VISIONI DI SETTORE – RETI

Ambiente

Oggi

Rimini, città che trascura e compromette le sue risorse

Domani

Rimini, città attenta a ricercare e tutelare la qualità del suo ambiente

Es. azioni

Eliminazione scarichi inquinanti; Riutilizzo acque reflue e meteoriche; (...)

Fonti energetiche

Oggi

Rimini, città che consuma risorse

Domani

Rimini, città efficiente e rinnovabile

Es. azioni

Incentivi al risparmio energetico e per produzione energia; Promozione della co-trigenerazione; (...)

Information and communication technologies

Oggi

Rimini, città delle reti tradizionali

Domani

Rimini, città intelligente, telematica e ubiquitaria

Es. azioni

Gruppo di coordinamento per l'organizzazione delle azioni ICT; (...)

LE VISIONI DI SETTORE – IMPRESA

Eccellenza e innovazione

Oggi

Rimini, luogo delle imprese tradizionali e consolidate con alcune realtà di eccellenza

Domani

Rimini, territorio che rinnova le filiere d'eccellenza e ne crea di nuove, sostenendo e attraendo imprese innovative.

Es. azioni

Innovation community e Sportello per l'Innovazione; Incubatori di spiaggia; (...)

Ricerca e impresa

Oggi

Rimini, territorio delle innovazioni e sperimentazioni individuali poco valorizzate dal territorio

Domani

Rimini, territorio che fa sistema con ricerca ed impresa ed offre luoghi e reti per la sperimentazione, l'innovazione e la diffusione delle sue eccellenze, aperti alla qualità delle idee

Es. azioni

Tecnopoli, incubatori di impresa, parco tecnologico; Promozione di rapporti internazionali con le università; Promozione di partenariati tra imprese e università; (...)

Attrazione e valorizzazione

Oggi

Rimini, nota come sistema produttivo prevalentemente monoculturale del buon vivere

Domani

Rimini, che investe anche sulla qualità dei luoghi di lavoro e di tutto il territorio

Es. azioni

Qualificare le aree produttive principali sotto il profilo ambientale, paesaggistico e dei servizi; Sperimentazione del Prodotto Interno di Qualità; (...)

LE VISIONI DI SETTORE – CREATIVITÀ

Arti temporanee, identità/immagine

Oggi

Rimini, palcoscenico naturale della cultura di consumo e istituzionale, dall'identità malleabile e in continua trasformazione

Domani

Rimini, territorio creativo, motore di ricerca e di produzione delle arti temporanee, che valorizza la sua identità aperta, dinamica e sfumata

Es. azioni

Creazione di un centro e di una rete di spazi e contenitori urbani, pubblici e privati aperti alle arti temporanee; (...)

LE VISIONI DI SETTORE – CITTADINI

Sostenibilità sociale

Oggi

Rimini, città condizionata dal presente e da interessi individuali

Domani

Rimini, città che guarda al futuro condividendo valori comuni

Es. azioni

Elaborazione della Carta dei Valori del Piano Strategico; Costituzione di un Comitato dei Garanti.

Coesione sociale

Oggi

Rimini, città delle diverse cittadinanze, delle differenze e delle individualità

Domani

Rimini, città coesa che riafferma la centralità della persona e che accoglie tutti come cittadini

Es. azioni

Gruppo di coordinamento pubblico/privato per la coesione sociale; Sistemi di reimpiego della popolazione pensionata; Città dei bambini e delle bambine; (...)

Politiche abitative

Oggi

Rimini, città con un mercato immobiliare costoso e poco flessibile

Domani

Rimini, città che diventa attrattiva anche per la capacità di accogliere abitanti rispondendo ad esigenze diverse

Es. azioni

Mercato degli affitti; Progetti per giovani coppie, single, immigrati, anziani; (...)

Capitale umano- Welfare delle capacità

Oggi

Rimini, città che investe su particolari bisogni e condizioni sociali

Domani

Rimini, città che investe anche sulle capacità e sul capitale umano ai diversi livelli

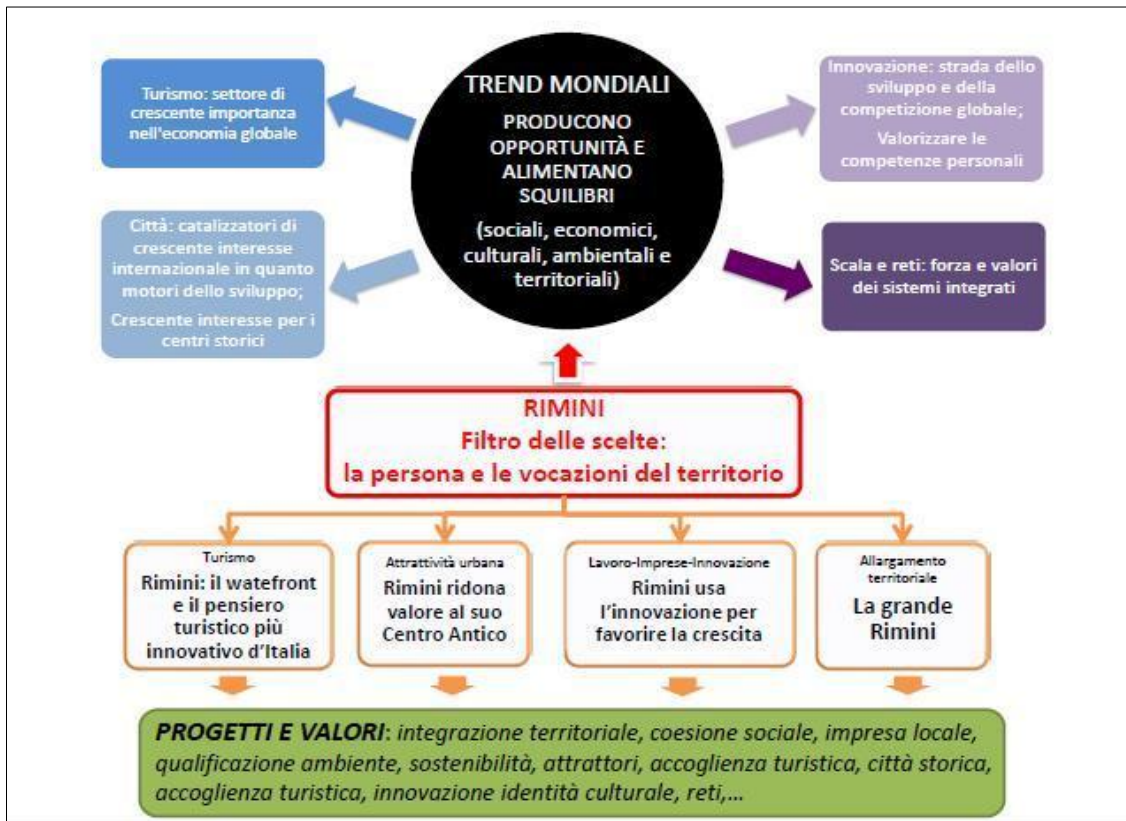
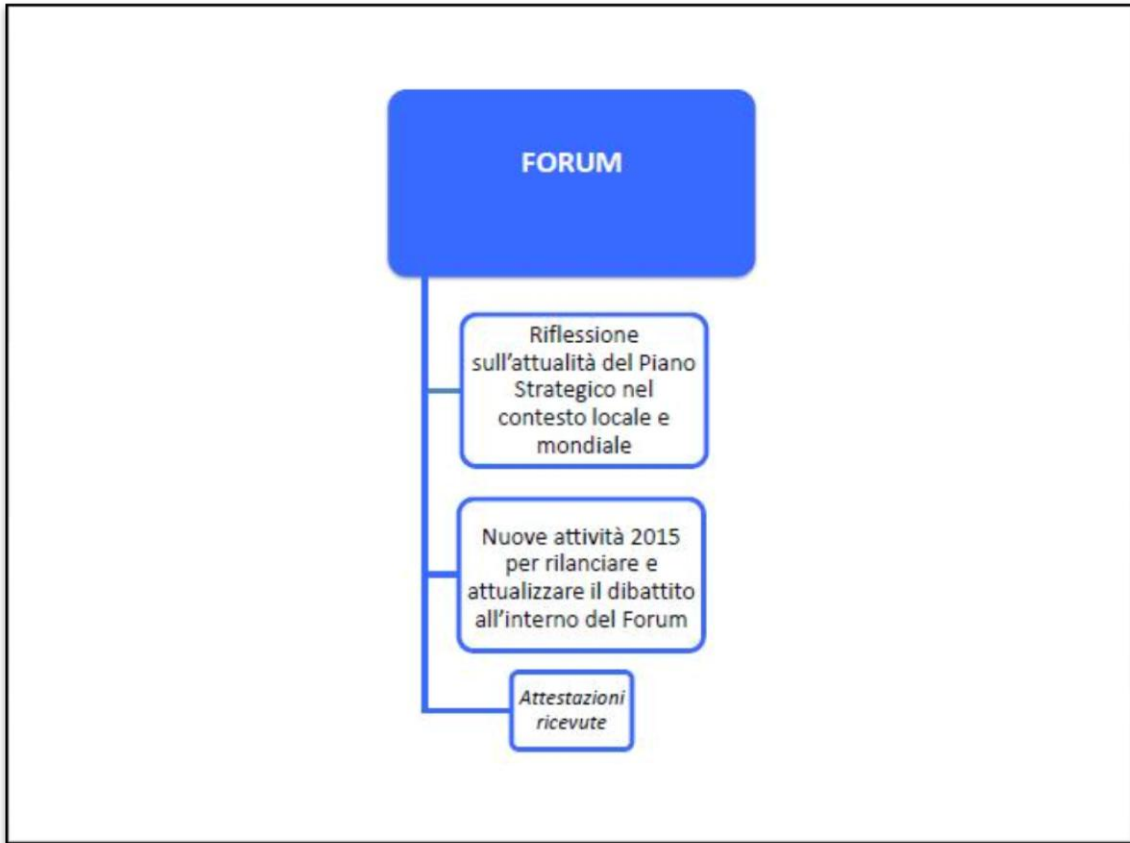
Es. azioni

Piano/programma strategico di qualificazione e riqualificazione delle risorse umane.

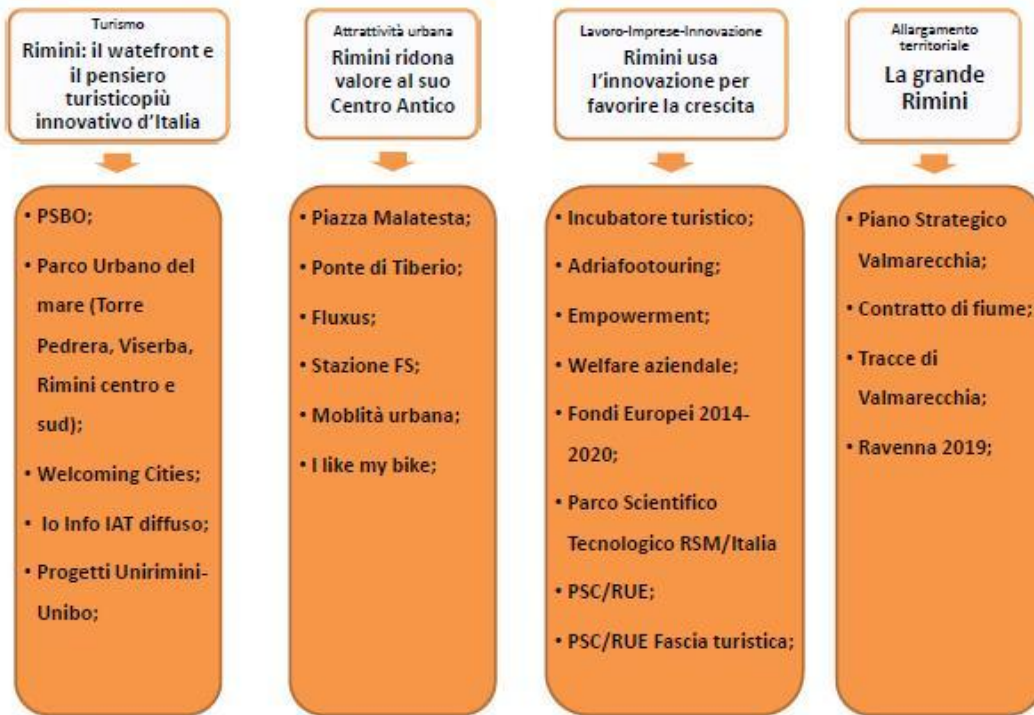
Materiali Integrativi 2

Attività Forum Piano Strategico 2014.

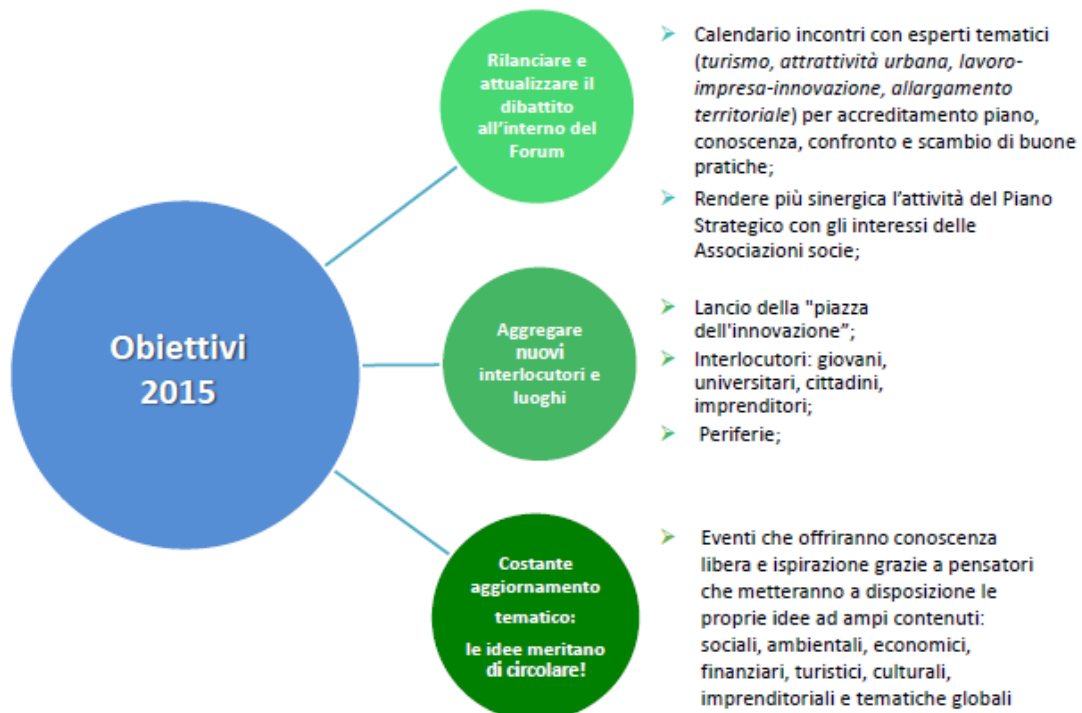




Attività 2014



ATTIVITÀ FORUM 2015



Disseminazione e Riconoscimenti del Piano Strategico

Attività previste per il 2015.

DISSEMINAZIONE E RICONOSCIMENTI DEL PIANO STRATEGICO

RICERCHE UNIVERSITARIE

Il Piano Strategico di Rimini è oggetto di studio e ricerca in ambito universitario.

In particolare del Politecnico di Milano e dell'Università di Siviglia Pablo de Olavide



DISSEMINAZIONE E RICONOSCIMENTI DEL PIANO STRATEGICO

R.F.S.C. Peer Group

Il Piano Strategico di Rimini è stato chiamato a partecipare ad un *peer group* (insieme a Bilbao, Zaragoza, Malaga e altre 6 città andaluse) alla sperimentazione del tool della Commissione europea per la valutazione della sostenibilità integrata dei progetti e delle strategie RFSC



<http://app.rfsc.eu>

DISSEMINAZIONE E RICONOSCIMENTI DEL PIANO STRATEGICO

RAPPORTI CON ENTI NAZIONALI

- Il Piano Strategico di Rimini è stato chiamato a dare il suo contributo per la Commissione città strategiche dell'ANCI per la definizione dell'Agenda Urbana e della Programmazione fondi strutturali europei 2014-2020.
- Avviato un rapporto con il Ministero dell'ambiente per collaborazione su "Contratto di Fiume Marecchia" quale caso pilota.



MINISTERO DELL'AMBIENTE
E DELLA TUTELA DEL TERRITORIO E DEL MARE

DISSEMINAZIONE E RICONOSCIMENTI DEL PIANO STRATEGICO

RICONOSCIMENTI E CITAZIONI

Il caso di Rimini viene citato e preso come buona prassi di Piano Strategico di nuova generazione.

(Corriere della Sera Bologna del 2.12.2014;

Patrizio Bianchi, Presentazione sullo stato dell'innovazione di Unindustria di Rimini;

Consiglio Comunale di Medicina;)

ATTIVITÀ 2015

Prime indicazioni su attività Agenzia 2015

PROGETTI 2015 IN CONTINUITÀ

Progetto	Azioni
TURISMO	
PSBO	Proseguimento della collaborazione
Parco Urbano del Mare	1° bando lungomari; Accordo di programma su TorrePedrera; Avvio procedure Viserba-Rivabella
Welcoming cities	Realizzazione 2° edizione su mappe e portali territoriali
IAT Diffuso	Realizzazione 3° edizione allargata alla Valmarecchia
UNI.Rimini	Proseguimento della collaborazione
ATTRATTIVITÀ URBANA	
Piazza Malatesta	Proseguimento della collaborazione
Ponte Tiberio	Proseguimento della collaborazione
Fluxus	Realizzazione eventi 2° anno di celebrazioni
Area Stazione	Raggiungimento dell'accordo con RFI

Progetto	Azioni
LAVORO-IMPRESA-INNOVAZIONE	
Incubatore	Avvio dell'incubatore
Adriafootouring	Realizzazione incubatore virtuale
PST RSM-Italia	Proseguimento della collaborazione
Welfare aziendale	Proseguimento della attività
Fondi europei 2014-2020	Scouting finanziamenti/progetti
PSC-RUE	Approvazione strumenti
ALLARGAMENTO TERRITORIALE	
Piano Strategico della Valmarecchia	Elaborazione ed approvazione del documento di piano
Contratto di Fiume	Piano d'azione

NUOVI PROGETTI 2015

BIKE MARECCHIA!

- Progettazione e partecipazione al bando con Unione di Comuni Valmarecchia e associazioni varie del settore: settembre 2014
- Aggiudicazione contributo RER: ottobre 2014
- Svolgimento attività partecipate: da gennaio a giugno 2015 (in collaborazione con Regione, Servizio Tecnico di Bacino)



EMPORIO SOLIDALE RIMINI

In collaborazione con Comune e Prefettura, sostegno operativo al progetto realizzato con una rete di soggetti che si occupano di solidarietà alimentare nel distretto riminese per:

- Sistematizzazione della raccolta di alimenti
- Costituzione dell'emporio solidale di Rimini



DI PONTE IN PONTE Conosci la tua città

Nuovo progetto di valorizzazione culturale presentato al bando 2014 «Io amo i Beni Culturali» dell'IBC con Museo della Città, Liceo Classico, Liceo Artistico, Istituto per il Turismo in omaggio al Ponte di Tiberio.



Materiali Integrativi 3

PAES – Piano d'azione per l'Energia Sostenibile del Comune di Rimini



Comune di Rimini

Assessorato Ambiente, Energie, Politiche per lo Sviluppo sostenibile,
Innovazione tecnologica, Politiche giovanili, Pace e Cooperazione
Internazionale

Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana

PAES

PAES

piano d'azione per l'**E**NERGIA sostenibile

SOMMARIO VOLUME 3 – AMBITI DI AZIONE DI PIANO

1 La visione a medio e lungo termine	8
2 Obiettivi e target	9
Verso le azioni del PAES: l'approccio SMART	9
Rilevanza dei diversi macrosettori al raggiungimento degli obiettivi del Patto dei Sindaci	10
3 Analisi settoriale e individuazione delle azioni	11
Piano Energetico Regionale	11
Trasporti	14
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	15
<i>Sostegno e incentivazione alla mobilità sostenibile</i>	17
<i>Tecnologie e strumenti per una mobilità sostenibile</i>	18
<i>Opportunità di azione</i>	18
<i>Riferimenti normativi</i>	21
Edifici Residenziali	25
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	26
<i>Sostegno e incentivazione al risparmio energetico</i>	29
<i>Tecnologie per il risparmio energetico</i>	30
<i>Riferimenti normativi</i>	33
Edifici, attrezzature/impianti del Terziario	38
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	39
<i>Sostegno e incentivazione al risparmio energetico</i>	39
<i>Tecnologie per il risparmio energetico</i>	40
<i>Opportunità di azione</i>	40
<i>Riferimenti normativi</i>	41

Settore Industriale	45
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	45
<i>Riferimenti normativi</i>	46
<i>Sostegno e incentivazione al risparmio energetico</i>	47
<i>Tecnologie per il risparmio energetico</i>	48
<i>Opportunità di azione</i>	49
Patrimonio Pubblico Comunale	51
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	52
Illuminazione Pubblica	56
<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico:</i>	56
<i>Costruzione di bandi FTT tramite ESCO</i>	56
<i>Altre proposte da sviluppare</i>	56
<i>Tecnologie per il risparmio energetico</i>	57
<i>Opportunità di azione</i>	59
<i>Riferimenti normativi</i>	59
Produzione locale di energia elettrica	61
<i>Sostegno e incentivazione</i>	61
<i>Tecnologie per la produzione elettrica da FER e in cogenerazione</i>	63
<i>Opportunità di azione</i>	63
<i>Riferimenti normativi</i>	64
Produzione di energia termica	67
<i>Sostegno e incentivazioni</i>	67
<i>Tecnologie disponibili</i>	67
<i>Opportunità di azione</i>	69
<i>Riferimenti normativi</i>	69
La campagna di informazione	72

<i>Suggerimenti dal Tavolo Tecnico</i>	72
Appalti pubblici di prodotti e servizi	73
Opportunità di azione.....	73
Riferimenti normativi.....	75
Coinvolgimento dei cittadini e degli stakeholder	78
4 Schede d'azione	79
PAES COMUNE DI RIMINI	88
AZIONI ESEGUITE TRA IL 2010 E IL 2014	88
COINVOLGIMENTO	89
EDILIZIA PUBBLICA	97
ILLUMINAZIONE PUBBLICA	103
PRODUZIONE LOCALE	108
DI ENERGIA	108
RESIDENZIALE E TERZIARIO	116
PAES COMUNE DI RIMINI	152
AZIONI ESEGUITE TRA IL 2014 E IL 2020	152
COINVOLGIMENTO	153
EDILIZIA PUBBLICA	172
ILLUMINAZIONE PUBBLICA	184
PRODUZIONE LOCALE	189
DI ENERGIA	189
RESIDENZIALE E TERZIARIO	200
Quadro di sintesi delle azioni	269
PAES COMUNE DI RIMINI - AZIONI GIÀ REALIZZATE DAL 2010 AL 2014.....	270

PAES COMUNE DI RIMINI - AZIONI PREVISTE ENTRO IL 2020.....	275
ANNO 2010.....	283
ANNO 2014.....	283
ANNO 2020.....	284
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO 2010.....	285
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO 2014.....	286
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO 2020.....	287
GRAFICI RIDUZIONE % DI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO DAL 2010 - 2014.....	288
GRAFICI RIDUZIONE % DI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO AL 2020 ..	289

I Piani

PIANO 1	Regolamentazione regionale del settore energetico
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Settore Ambiente e Energia
Descrizione	<p>Nell'ambito delle proprie competenze la Regione Emilia Romagna sta operando un sistematico adeguamento normativo per garantire coordinamento fra i diversi livelli normativi e favorire lo sviluppo del settore energetico e la qualificazione degli usi energetici.</p> <p>A questo fine la Regione prevede di svolgere le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Semplificazione e coordinamento per la regolamentazione del settore • Regolamento sulle procedure autorizzative degli impianti di produzione di energia elettrica • Disciplina della localizzazione degli impianti alimentati da fonti rinnovabili • Regolamento sullo sfruttamento delle risorse geotermiche • Revisione della normativa in materia di controllo e ispezione degli impianti termici e di condizionamento • Aggiornamento della L.R. n. 26/2004
Data inizio	Luglio 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Nessun risparmio diretto
Riduzione CO2	Nessuna riduzione diretta
Attori coinvolti	Regione Emilia Romagna
Costi	Non sono previsti costi aggiuntivi
Strumenti di finanziamento	Nessun risparmio diretto
Monitoraggio	Nessuna riduzione diretta

PIANO 2	Piano Strategico
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Direzione Pianificazione e Gestione Territoriale, Piano Strategico
Descrizione	<p>Il Piano Strategico è un processo volontario e collegiale, di più soggetti pubblici e privati, teso alla condivisione e alla costruzione di una visione del futuro del territorio e mirato al suo posizionamento sulla scena regionale, nazionale e internazionale. In esso trovano esplicitazione le differenti rappresentazioni dei problemi e delle priorità; si confrontano e trovano mediazione interessi e bisogni anche antagonisti; si mettono a punto gli obiettivi e le strategie necessarie; si definiscono i progetti possibili, le risorse potenzialmente utilizzabili e soprattutto si raccolgono le assunzioni di responsabilità dei diversi partner, pubblici e privati.</p> <p>Il Piano strategico non è dunque uno strumento di pianificazione tradizionale o di sola programmazione, ma piuttosto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • il momento per la determinazione partecipata delle scelte di crescita per i prossimi anni, e l'avvio di un lavoro coordinato sui vari progetti, con responsabilità condivise tra i diversi attori e processi valutativi adeguati; • il luogo in cui si svolge un confronto continuo tra i diversi interessi presenti sul territorio, e quindi tra tutti coloro che vorranno prendervi parte, preceduto e accompagnato da una forte strategia di partecipazione e comunicazione; • il luogo in cui si esercita una costante azione di monitoraggio: dell'evolversi delle condizioni al contorno, delle trasformazioni interne, della realizzazione dei progetti e delle loro conseguenze territoriali. <p>Nel caso di Rimini, il Piano Strategico viene strutturato, realizzato e adottato in una dimensione ampia, capace di organizzare una massa critica sufficiente di risorse territoriali ed economiche e di intercettare dinamiche altrimenti impossibili da governare.</p> <p>E' immaginato per scadenze diverse a 5, 10 e 15 anni, in ragione dell'urgenza e della complessità degli obiettivi che si perseguono.</p> <p>Il Piano Strategico si focalizza sulla ricerca di una definizione condivisa di problemi e questioni critiche, per poi muovere alla ricerca di soluzioni partecipate e progettualità che sappiano, nel loro insieme, dar vita a una visione collettiva del nostro futuro.</p> <p>Il Piano Strategico dovrà operare negli ambiti di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ricerca, innovazione e filiere produttive; • ambiente, qualità urbana e mobilità; • sistema culturale, creatività e istruzione; • sistema sanitario, welfare e benessere; • cittadinanza e identità; • governance e struttura istituzionale in ambito metropolitano.
Data inizio	Luglio 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Nessun risparmio diretto
Riduzione CO2	Nessuna riduzione diretta
Attori coinvolti	Soggetti pubblici e privati iscritti ai tavoli di lavoro del Piano
Costi	
Strumenti di finanziamento	
Monitoraggio	Indicatori: iniziative e accordi sulla tematica energetica che emergeranno dalle discussioni dei tavoli tematici

PIANO 3	Misure Volontarie di Bioedilizia MVB
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana Direzione Pianificazione e Gestione Territoriale, Piano Strategico
Descrizione	<p>Le Misure Volontarie di Bioedilizia hanno carattere di indicazione procedurale volontaria.</p> <p>Riconoscendo il vantaggio di un intervento ecosostenibile e biocompatibile per tutta la collettività, le MVB prevedono l'assegnazione di incentivi di varia forma agli interventi che presentano tali caratteristiche qualitative intrinseche.</p> <p>Gli incentivi sono calibrati, sulla base di tre fattori:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. l'impegno progettuale 2. l'impegno di realizzazione 3. il valore strategico per l'amministrazione. <p>Obiettivi di valore strategico primario per l'amministrazione sono individuati ne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. efficientamento energetico del parco edilizio esistente; 2. ottimizzazione energetica dei nuovi interventi; 3. miglioramento del deflusso delle acque <p>Gli articoli delle MVB mirano a sviluppare in modo coerente azioni esplicative dei predetti obiettivi generali. Si è pensato nel nuovo regolamento di MVB di non prevedere incentivi per le ristrutturazioni diversi da quelli per il nuovo, in quanto il riorientamento del mercato edilizio verso la ristrutturazione ed il recupero dell'esistente va inquadrato nella regolamentazione di Piano, incentivato attraverso una revisione -peraltro in atto- della normativa tributaria e fiscale.</p> <p>La questione energetica all'interno del nuovo regolamento delle MVB prevede la sostituzione delle classi energetiche con l'EPI, pur rappresentando una perdita in termini comunicativi verso il pubblico, comporta notevoli vantaggi operativi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fare riferimento all'EPI, in caso di interventi realmente virtuosi sotto un profilo energetico, consente una migliore segmentazione dei requisiti rispetto a quanto ottenibile con le sole classi energetiche. 2. Il riferimento all'EPI svincola i requisiti da eventuali future rimodulazioni delle classi energetiche, essendo riferito univocamente ai requisiti di EPI limite di legge. 3. Il riferimento all'EPI è più corretto sotto un profilo metodologico. Richiedere il raggiungimento della medesima classe energetica a due interventi con gradi di compattezza diversa significherebbe incorrere nel rischio di richiedere un impegno eccessivo per l'edificio più articolato e un impegno sottodimensionato per quello compatto, l'EPI limite viene infatti calibrato in base al rapporto Superficie/Volume, richiedendo quindi sforzo di isolamento differenziato in base alla compattezza della forma edilizia (rapporto S/V). Non avviene altrettanto con le Classi energetiche, che sono fisse.
Data inizio	Settembre 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Attualmente non quantificabile
Riduzione CO2	Attualmente non quantificabile
Attori coinvolti	Comune di Rimini - Associazioni di categoria - Ordini professionali
Costi	Attualmente non quantificabile
Strumenti di finanziamento	Incentivi previsti dal nuovo regolamento di MVB
Monitoraggio	Indicatore: numero di interventi eseguiti secondo i criteri prestazionali migliorativi richiesti dalle MVB


PIANO 4	Piano d'Ambito Rifiuti
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/oggetto referente	Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana Provincia di Rimini
Descrizione	<p>La revisione del Piano è indirizzata verso l'adeguamento alle normative settoriali, in un quadro di contestuale aumento della produttività nei processi industriali di erogazione del servizio, di sostenibilità economica dei costi da parte dell'utenza servita e di risoluzione delle criticità che attualmente si rilevano.</p> <p>Nella proposizione della strategia di intervento si sono posti i seguenti obiettivi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • individuazione di un percorso incrementale di miglioramento della performance della raccolta differenziata volta al raggiungimento del 67% al 2020 e la produzione di rifiuti deve diminuire del 25%; • formulazione di una riorganizzazione del servizio orientata all'ottimizzazione delle attuali modalità tecniche industriali; • risoluzione delle problematiche relative alla gestione dei rifiuti prodotti dalle presenze turistiche; • minimizzazione dell'effetto di detta organizzazione sul costo del servizio e quindi sul livello tariffario. <p>I cinque obiettivi generali sopraesposti dovranno essere perseguiti mediante una parziale riorganizzazione attuata con interventi specifici.</p> <p>Progetto di miglioramento del sistema di raccolta rifiuti nel Comune di Rimini, di fatto implica la riorganizzazione del servizio di raccolta rifiuti nel centro storico e nella zona turistica (fascia a mare della ferrovia), ed in particolare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • CENTRO STORICO: sistema porta a porta con contenitore solo per il vetro e per l'indifferenziato, senza contenitore per carta e plastica e lattine. La frazione organica in questa zona è attualmente raccolta presso le utenze non domestiche di ristorazione; • ZONA TURISTICA LITORANEA: Sistema stradale per la raccolta di carta, plastica e lattine, vetro e indifferenziato. In entrambe le zone la frazione organica è attualmente raccolta solo presso le utenze non domestiche di ristorazione; • ZONA TURISTICA (SUD): estensione della raccolta domiciliare (circa 4.000 UD) nella fascia tra v. Medaglie d'oro e confine con Riccione. • ZONA TURISTICA (NORD): estendendo il servizio di raccolta porta a porta. • ZONA URBANA RESIDENZIALE: Sistema stradale per la raccolta di carta, plastica e lattine, vetro, organico e indifferenziato. Sul contenitore dell'indifferenziato è stato installato un sistema di limitazione del conferimento (di seguito calotta) a cui si accede attraverso chiave personalizzata; • ZONA FORESE: Sistema stradale per la raccolta di carta, vetro e indifferenziato, plastica e lattine non capillare; • ZONA ARTIGIANALE INDUSTRIALE: Sistema domiciliare per la raccolta di carta, plastica e indifferenziato. <p>Le attività di implementazione dei nuovi servizi di raccolta dei rifiuti nascono dalla volontà dell'Amministrazione Comunale di potenziare il sistema di raccolta dei rifiuti solidi urbani ai fini di massimizzare la raccolta differenziata e migliorare la qualità dei rifiuti avviati a recupero.</p> <p>I progetti prevedono principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • riorganizzazione del sistema di raccolta stradale in porzione di zona forese e attivazione della raccolta domiciliare dell'indifferenziato; • attivazione in porzione di zona turistica della raccolta porta a porta dell'organico alle utenze domestiche; • zona turistica "Via Zavagli": estensione della raccolta porta a porta di carta, plastica e lattine, vetro e indifferenziato;

	<ul style="list-style-type: none"> • zona turistica "Via Praga": attivazione del servizio di raccolta porta a porta dell'indifferenziato ai condomini a prevalenza "stagionale"; • zona urbana/residenziale: attivazione del servizio aggiuntivo di raccolta dei rifiuti differenziati tramite attrezzatura itinerante "Ecoself"; • zona urbana/residenziale: attivazione del servizio stradale aggiuntivo di raccolta dei rifiuti provenienti da scarto di giardinaggio; • interventi di decoro urbano nelle aree del centro storico e nelle vie principali della zona turistica; <p>I progetti prevedono principalmente l'attivazione di servizi per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • effettuare la tariffazione puntuale almeno sul rifiuto indifferenziato, mediante l'utilizzo di contenitori dotati di transponder identificativo o di sistemi con chiave personalizzata; • estendere la raccolta della frazione organica anche alle utenze domestiche nelle zone servite dal porta a porta; • rendere più capillare la raccolta degli altri rifiuti differenziati (attualmente conferibili solo alle stazioni ecologiche); • raggiungere gli obiettivi di raccolta differenziata del 70% al 2020; • ridurre la produzione di rifiuti urbani pro capite del 20 - 25% al 2020; • zona forese: riorganizzazione del sistema di raccolta stradale con l'attivazione della raccolta domiciliare dell'indifferenziato; • cambia il finale: progetto per il recupero dei beni ingombranti. Si vuole favorire il riutilizzo di tutti quei beni che sono ancora in buono stato e quindi recuperabili a una seconda vita. Partner di rilievo per questo progetto sono 15 Onlus e associazioni benefiche del territorio servito dell'Emilia Romagna, alle quali su indicazione e informazione di Hera, i cittadini potranno decidere di donare i beni ingombranti in buono stato di cui desiderano disfarsi. • promuovere la raccolta differenziata della frazione tessile, intendendosi indumenti, borse, scarpe usate e prodotti tessili, in modo da incentivarla attraverso la promozione della quantità e della qualità dei materiali raccolti, della corretta gestione dei rifiuti tessili e della professionalità e qualificazione degli operatori coinvolti, garantendo al contempo la tracciabilità dei rifiuti per l'avvio ad effettivo recupero degli stessi. Il Comune riconosce l'utilità, ai fini del buon esito della raccolta differenziata, del contributo costituito dall'attività delle Associazioni e/o Enti caritatevoli e che si ispirano a scopi di contrasto alla povertà e del disagio e che si organizzano per ricercare forme di sostegno non profit alla loro attività volontaristica e solidaristica. <p>Considerando che al 2020 dobbiamo arrivare al 70% come quota di raccolta differenziata e deve essere ridotta del 25% la produzione di rifiuti quindi devono essere potenziati i progetti relativi al RIUSO e occorre intercettare il possibile rifiuto prima ancora che lo diventi (progetto HERA – CAMBIA IL FINALE) altra soluzione potrebbe essere quella di dotarsi di CENTRI AMBIENTE di area dedicata (progetto – ABITI USATI)</p>
Data inizio	Settembre 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Attualmente non quantificabile
Riduzione CO2	5.008,66 tonnellate CO2/anno
Attori coinvolti	Comune di Rimini - HERA
Costi	Attualmente non quantificabile
Strumenti di finanziamento	
Monitoraggio	Indicatore: incremento della raccolta differenziata

PIANO 5	Protocollo d'intesa per l'elaborazione del "Piano Strategico" e del "Contratto di Fiume" della Valmarecchia
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Comune di Rimini e Associazione Forum Rimini Venture
Descrizione	<p>Il fiume Marecchia rappresenta concordemente l'elemento cardine dell'identità, della cultura e del paesaggio della vallata e può rappresentare il fattore unificante attraverso il quale rilanciare l'immagine al livello internazionale. Il Marecchia rappresenta altresì uno straordinario valore ambientale del territorio che spazia dalla grande risorsa acqua, alle caratteristiche geomorfologiche con gli alloctoni calcarei su cui si ergono i diversi castelli (Montebello, Verucchio, San Leo, ecc.) e le emergenze geologiche (la dorsale gessosa solfifera con la vena del gesso di Torriana e la miniera di zolfo di Perticara), dalle Oasi di Protezione Faunistica alle ampie SIC e ZPS, per arrivare al Parco Interegionale del Sasso Simone e Simoncello, che offre uno dei boschi di cerro più estesi d'Italia e due mese assai rare nel paesaggio italiano. Il fiume Marecchia è peraltro caratterizzato da una potente falda freatica con una capacità stimata di 100 mln di m3, tanto che questo patrimonio ha permesso di sviluppare un turismo che accoglie circa 14 mln di presenze annue per la fascia costiera riminese. In periodo di crisi idrica il conoide del fiume contribuisce a rifornire gran parte della Romagna. Alla luce di tutto ciò il fiume Marecchia può essere oggetto di un percorso sperimentale dedicato, in linea con alcune esperienze pilota che si stanno realizzando su ambiti fluviali sia alla scala nazionale che internazionale. Oggi il Forum Rimini Venture sta avviando una "fase 2" che riguarda la proposta di estensione alla Valmarecchia dell'ambito oggetto degli interventi. In questo contesto il momento è maturo per proporre un "Piano Strategico segnatamente dedicato a tutto il territorio della vallata".</p> <p>Considerata la centralità identitaria rappresentata dal fiume Marecchia per il territorio, il percorso di pianificazione strategica può essere il contesto per lanciare anche un processo partecipato di «Contratto di fiume».</p> <p>Porre al centro le politiche il fiume può accelerare e catalizzare le azioni tese alla corretta gestione delle risorse e dello sviluppo locale. Come verificato in altre realtà internazionali, un Contratto di Fiume può essere sia un metodo di lavoro per decidere in modo integrato e condiviso le azioni utili per un bacino fluviale, sia una formula organizzativa che non sposta competenze ma integra e rende sinergici nell'azione puntuale i diversi strumenti di azione-pianificazione e programmazione intercomunali.</p>
Data inizio	Settembre 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Attualmente non quantificabile
Riduzione CO2	Attualmente non quantificabile
Attori coinvolti	Comune di Rimini, Comune di Santarcangelo di Romagna, Comune di Torriana, Comune di Poggio Beni, Comune di Verucchio, Comune di San Leo, Comune di Novafeltria, Comune di Maiolo, Comune di Sant'Agata Feltria, Comune di Talamello, Comune di Pennabilli, Comune di Castel delci, Provincia di Rimini, Regione Emilia-Romagna e Associazione Forum Rimini Venture
Costi	Attualmente non quantificabile
Strumenti di finanziamento	Fondi comunitari 2014-20
Monitoraggio	

PIANO 8	Piano della Salvaguardia della Balneazione Ottimizzato PSBO
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Unità Progetti Speciali Dirazione Lavori Pubblici e Qualità Urbana
Descrizione	<p>All'interno di diversi strumenti di pianificazione vigenti (PTCP della provincia di Rimini, Piano Strategico del comune di Rimini, PSC di Rimini, RUE, PUM e Piano della sosta di Rimini, Masterplan strategico) è infatti evidente l'obiettivo di procedere ad una riqualificazione del lungomare, perseguendo al contempo, oltre ad obiettivi di sostenibilità urbana, una soluzione in tema di viabilità e parcheggi. Su quest'ultimo aspetto, l'ipotesi di ricorrere ad una soluzione con parcheggi interrati sul lungomare, consentirebbe di ottenere possibili sinergie sia in termini realizzativi che economici nella concretizzazione di interventi sul sistema fognario-depurativo, in particolare volumi di accumulo. Tale nuova versione del piano in argomento è stata sviluppata perseguendo il duplice obiettivo di intervenire in maniera risolutiva, in termini di balneazione, su tutti gli scarichi della zona sud all'interno del Piano stesso, e di cogliere contestualmente tutte le potenziali sinergie in termini realizzativi con altri interventi infrastrutturali ipotizzati sul contesto urbanistico. Al riguardo preme precisare che tutte le considerazioni effettuate, sia in termini di assunzioni che in termini di obiettivi, si muovono in un ambito di piena coerenza con quanto previsto all'interno del Piano Generale delle Fognature.</p> <p>In particolare, oltre all'allineamento in termini di obiettivi perseguiti e di approcci progettuali, le assunzioni effettuate nel dimensionamento preliminare delle opere si muovono a partire dai medesimi dati pluviometrici indicati nel Piano Generale delle Fognature.</p> <p>La soluzione in variante ipotizzata si basa fondamentalmente sull'estensione del medesimo approccio progettuale, già previsto per lo scarico dell'Ausa, alle fosse Rodella, Colonnella I e II della zona sud.</p> <p>In particolare la soluzione "in variante" proposta si caratterizza per:</p> <ul style="list-style-type: none"> • la realizzazione di n.2 ulteriori volumi di accumulo, e di adeguati sistemi collegamento tra i volumi stessi, nelle sezioni di chiusura dei bacini Rodella e Colonnella, e successivo relativo collegamento di tali infrastrutture con il volume di accumulo previsto per l'Ausa; • una conseguente revisione delle caratteristiche, in termini di volumetria e di capacità di smaltimento a mare (condotta e impianto idrovoro), dell'intervento già pianificato sull'Ausa che prevede di realizzare un volume di accumulo e di prima pioggia e, di un impianto idrovoro di capacità adeguata per l'allontanamento tramite condotta sottomarina di opportuna lunghezza; • l'ottimizzazione dell'intervento denominato Vasca Ospedale. Tale progetto nato originariamente per la protezione idraulica del territorio, era già stato rivisto ed inserito nel Piano di Salvaguardia della Balneazione e sfruttava i volumi di accumulo, presenti ai fini della sicurezza idraulica, per la riduzione dell'impatto dello scarico a mare e del numero di aperture dello stesso. La nuova proposta prevede, mediante un affinamento in termini di modulazione delle portate che defluiscono a valle della vasca stessa (realizzazione di un manufatto di regolazione), un incremento dell'efficacia dell'intervento.

PIANO 7	MASTER PLAN STRATEGICO
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Direzione Pianificazione e Gestione Territoriale, Piano Strategico
Descrizione	<p>Le LINEE DI MANDATO del Sindaco evidenziano le carenze strutturali della città e delineano le strategie da mettere in atto al fine di superare e risolvere le attuali criticità e, nello stesso tempo, delineare un disegno organico ed altamente riqualificante della città, fondato sull'arresto del consumo di territorio e capace di limitare la dispersione insediativa.</p> <p>Si persegue la formazione di una città compatta e circolare, formata da anelli concentrici, dove le frazioni si sviluppano seguendo funzioni specifiche. Il MASTERPLAN STRATEGICO, vuole quindi definire una procedura condivisa con gli enti sovraordinati, e gli stakeholders locali, per sostenere l'attuazione, per stralci, dei diversi progetti scaturiti dalle Linee di Mandato del Sindaco e dal Piano Strategico in un progetto unitario di riqualificazione e riconnessione di parti significative della città. Sulla base del sistema degli spazi pubblici e delle reti verdi il Masterplan Strategico è il sistema che vuole promuovere la riqualificazione, rigenerazione e rivitalizzazione di parti rilevanti della città connettendone i luoghi più significativi, innalzando la qualità della vita e puntando sulla mobilità lenta e le relazioni urbane, PER UNA CITTÀ CONNESSA E CIRCOLARE. Il Masterplan strategico vuole poi costituire il fulcro di un NUOVO MODELLO DI MOBILITÀ SOSTENIBILE, collegando le parti nevralgiche della città di Rimini con i suoi quartieri periferici e con il resto delle città grazie ad un sistema continuo, aperto e ricongiunto alla città da sistemi a rete.</p> <p>Gli obiettivi generali sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • passare da una città fratturata ad una città coesa e circolare, riconnettendo le varie parti urbane, la marina e il forese alla città; • riconnettere le frazioni al centro, attraverso collegamenti protetti e attraverso l'attribuzione di funzioni forti in grado di attribuire identità autonoma alle frazioni; • innovare l'immagine turistica di Rimini con la riqualificazione dei suoi lungomare; • recuperare un rapporto forte con il mare, attraverso la valorizzazione di luoghi identitari (porto, mercato del pesce,...); • valorizzare porzioni della città storica e consolidata (il ponte di Tiberio come porta di accesso alla città storica, Piazza Malatesta, il sistema delle mura storiche,...); • riqualificare e rigenerare l'edificato esistente; • creare e innovare aree strategiche fortemente qualificanti e capaci di creare poli d'eccellenza per la città; • sviluppare un modello di mobilità sostenibile. • realizzare percorsi pedonali e ciclabili in sede propria, connessi a quelli esistenti verso la città o verso le frazioni e il territorio non urbanizzato. <p>Mobilità sostenibile</p> <p>Rimini "città mobile senz'auto" vuole affermare un principio fondamentale per la mobilità delle persone e delle cose che avvenga in un quadro di razionalità e sostenibilità, che sia in grado di valorizzare la qualità dei luoghi e consentire di affermare "Rimini come terra dell'incontro".</p> <p>Una mobilità futura quindi organizzata sull'idea che dell'automobile si possa fare a meno non in meri termini di "divieto", ma perché vengono offerte valide alternative di trasporto che, consentendo eguale efficacia nella mobilità, riportano ad una più giusta dimensione relazionale le funzioni dell'abitare e del vivere città e territorio a partire dai luoghi di maggior valore identitario, sociale e culturale.</p>

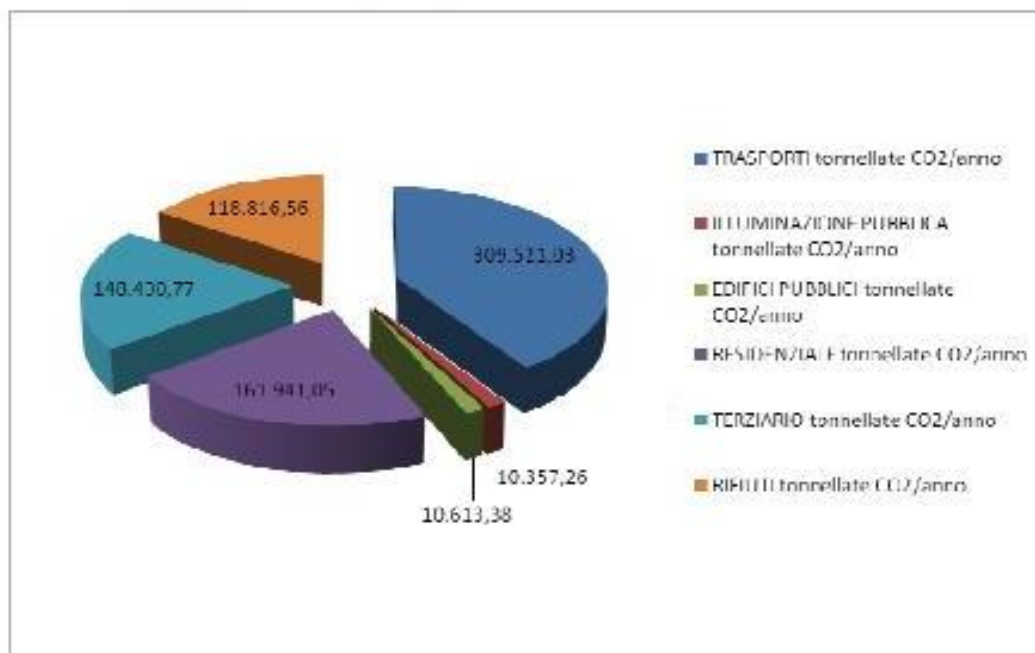
	<p>Città Mobile senza'auto</p> <p>Questa visione dirompente deve essere supportata da un sistema di mobilità estremamente innovativo ed originale. Innanzitutto alla scala territoriale vanno potenziati i collegamenti del TPL lungo gli assi radiali con l'entroterra (San Marino, Valmarecchia, via Emilia, caselli autostradali, direttrice verso Ravenna). Nella prospettiva di liberare dal mezzo privato la fascia turistica del litorale e di allentare la pressione automobilistica sulle periferie, il tracciato della ferrovia assume ancor più il valore di asse centrale distributivo per il sistema di trasporto pubblico di massa. Condizione fondamentale è che la permeabilità fra le zone a mare e a monte della ferrovia sia incrementata, attraverso la creazione di adeguati ed ampi attraversamenti urbani (non semplici sottopassaggi) che si appoggino ad "una trama verde" di percorsi e spazi di ricucitura della città con il suo mare.</p> <p>A fianco della linea ferroviaria sarà realizzato il primo tratto di TRC (stazione Rimini - stazione Riccione), che verrà successivamente sviluppato con una tratta che permetterà di raggiungere il polo fieristico. A integrazione della rete di trasporto pubblico, si vuole sviluppare la "Plurimodalità" prevedendo molteplici modalità di trasporto, più capillari e puntuali. In particolare si intende potenziare la rete delle piste ciclabili, dotare la città di un parco mezzi di Bike Sharing e di Car Sharing elettrici, disporre di servizi di navette elettriche lungo itinerari semplici e intuitivi. Tutti questi mezzi costituiranno la rete fine di connessione fra i principali attrattori e servizi urbani e i vari punti di interscambio della mobilità, a partire dai parcheggi e dalle fermate principali del TPL, da dove si potrà facilmente accedere a tutti questi servizi di trasporto. Per poter realizzare il nuovo sistema di relazioni, non si può prescindere dal riflettere su uno scenario alternativo per la mobilità, per il recupero degli spazi identitari, delle continuità storiche e delle reti degli spazi aperti, in un'ottica complessiva di QUALITÀ E VIVIBILITÀ URBANA. Alla situazione attuale, caratterizzata da una elevata pressione delle auto sul centro storico, con una alta percentuale di traffico di attraversamento proprio in alcuni dei luoghi di maggior pregio, si vuole contrapporre un nuovo assetto di mobilità, che, con la nuova tangenziale marina e il nuovo attraversamento a monte, sarebbe caratterizzato da un notevole alleggerimento del traffico di attraversamento, puntando piuttosto su un "traffico di destinazione", mettendo a disposizione parcheggi di attestamento al centro storico.</p>												
	<p>Il Masterplan strategico si compone di 12 ambiti, porzioni di territorio aventi caratteristiche omogenee in riferimento agli obiettivi delineati dal masterplan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. LUNGOMARE; 2. PORTO CANALE; 3. PARCO MARECCHIA; 4. DEVIATORE MARECCHIA; 5. DEVIATORE AUSA; 6. GROTTA ROSSA; 7. PARCO AUSA; 8. CENTRO STORICO; 9. STAZIONE; 10. AEROPORTO; 11. AREE PRODUTTIVE E DELLA LOGISTICA; 12. RAGGI D'ACQUA;  <p>TABELLA RIEPILOGATIVA</p> <table border="1"> <tr> <td>INVESTIMENTI PUBBLICI</td> <td>18.300.000 € I.C.E.</td> <td>TOTALE INVESTIMENTI PUBBLICI</td> <td>2.190.000 € I.C.E.</td> </tr> <tr> <td>INVESTIMENTI PRIVATI</td> <td>20.000.000 € I.C.E.</td> <td>TOTALE INVESTIMENTI PRIVATI</td> <td>20.000.000 € I.C.E.</td> </tr> <tr> <td>TOTALE PER LA CITTÀ</td> <td>38.300.000 € I.C.E.</td> <td>TOTALE INVESTIMENTI</td> <td>22.190.000 € I.C.E.</td> </tr> </table>	INVESTIMENTI PUBBLICI	18.300.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI PUBBLICI	2.190.000 € I.C.E.	INVESTIMENTI PRIVATI	20.000.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI PRIVATI	20.000.000 € I.C.E.	TOTALE PER LA CITTÀ	38.300.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI	22.190.000 € I.C.E.
INVESTIMENTI PUBBLICI	18.300.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI PUBBLICI	2.190.000 € I.C.E.										
INVESTIMENTI PRIVATI	20.000.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI PRIVATI	20.000.000 € I.C.E.										
TOTALE PER LA CITTÀ	38.300.000 € I.C.E.	TOTALE INVESTIMENTI	22.190.000 € I.C.E.										
Data inizio	Luglio 2014												
Data fine	Dicembre 2020												

PIANO 9	"Variante normativa e cartografica al vigente PRG relativa alla definizione di nuove potenzialità edificatorie e all'introduzione di requisiti per prestazioni ambientali dei nuovi insediamenti finalizzata al governo delle trasformazioni e alla salvaguardia del territorio, nel tempo di transizione fino all'entrata in vigore dei nuovi strumenti urbanistici comunali. Adozione".
Settore	Pianificazione territoriale
Campo d'azione	Standard di ristrutturazione e nuovo sviluppo
Servizio/soggetto referente	Direzione Pianificazione e Gestione Territoriale, Piano Strategico
Descrizione	<p>Il PSC e il RUE, ancorché in regime di salvaguardia, contengono già obiettivi di salvaguardia e tutela del territorio, il PRG invece essendo stato approvato nel 1999 non contiene obiettivi di sostenibilità e tutela del territorio, di qualità urbana, di efficienza ambientale come fortemente oggi intesi.</p> <p>Valutando le previsioni insediative del PRG e del PSC-RUE, anche in relazione alla possibilità di approvare P.P. in itinere, si è evidenziato il rischio di compromettere o rendere più gravosa l'attuazione delle previsioni dei nuovi strumenti di pianificazione urbanistica, con la conseguenza che la capacità edificatoria complessiva del PSC potrebbe risultare, nel breve termine, sostanzialmente già utilizzata e ridotta anticipatamente.</p> <p>L'Amministrazione Comunale, pertanto, ha ritenuto di apportare variante al PRG vigente nell'intento di governare le trasformazioni del territorio ed al fine di garantire una migliore qualità e sostenibilità ambientale, in adeguamento ai nuovi strumenti urbanistici e agli indirizzi del Masterplan Strategico.</p> <p>La presente variante propone modifiche alle NTA con l'introduzione di due nuovi articoli (10 quater e 10 quinquies), l'integrazione degli articoli 3 e 4 e modifiche alla cartografia con l'inserimento due nuovi elaborati grafici finalizzati all'applicazione delle norme.</p> <p>In particolare, la norma viene così di seguito descritta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • all'art. 10 quater, viene inserito il contenimento delle capacità edificatorie ammesse dal PRG per le schede di progetto e per le aree attuabili con piano urbanistico preventivo, ridimensionando e omogeneizzando gli indici di edificabilità territoriale, anche in applicazione dei criteri di perequazione urbanistica, già identificati nel PSC; • all'art. 10 quinquies, si introducono criteri di verifica della sostenibilità ambientale e territoriale dei nuovi insediamenti in programma, subordinandone l'attuazione anche alla contestuale realizzazione di opere volte alla mitigazione degli impatti negativi o di infrastrutture per l'urbanizzazione degli insediamenti o connesse con la mobilità; • all'art. 3, tra gli elaborati prescrittivi sono inserite le nuove tavole 8.1 e 8.2, denominate "Classificazione delle aree trasformabili e delle relative capacità edificatorie"; • all'art. 4. è introdotto un comma per precisare che le tavole 8.1, 8.2 e l'art. 10 quater, prevalgono sia sulle NTA che sulle schede di progetto.
Data inizio	Luglio 2014
Data fine	Dicembre 2020
Risparmio energetico	Non quantificabile
Riduzione CO2	Non quantificabile
Attori coinvolti	Comune di Rimini
Costi	Non quantificabile
Strumenti di finanziamento	
Monitoraggio	

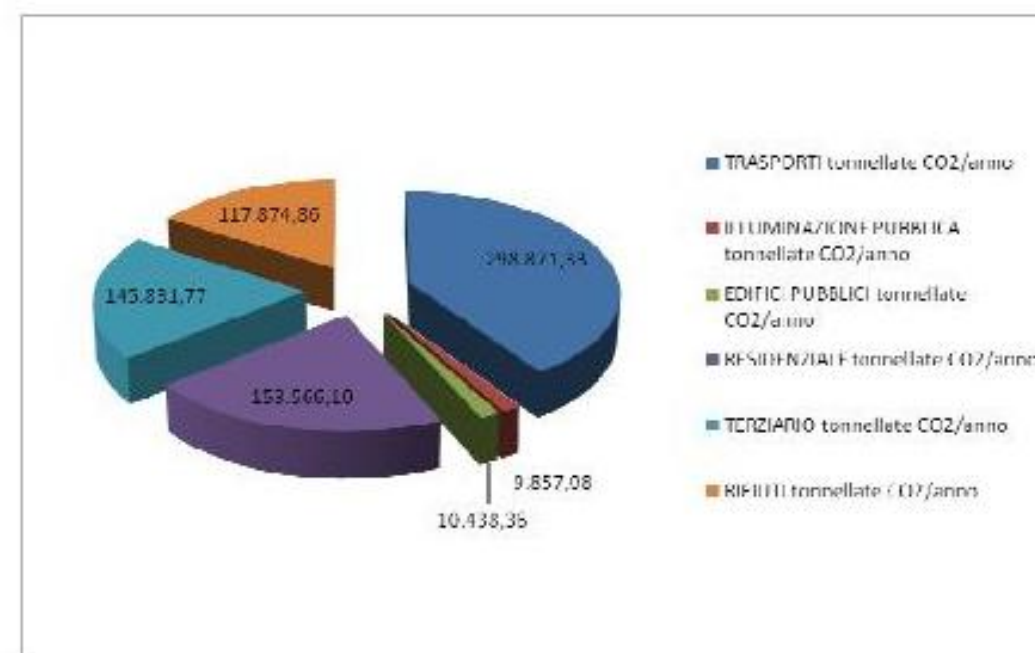
ANNO 2010						
TRASPORTI tonnellate CO ₂ /anno	ILLUMINAZIONE PUBBLICA tonnellate CO ₂ /anno	EDIFICI PUBBLICI tonnellate CO ₂ /anno	RESIDENZIALE tonnellate CO ₂ /anno	TERZIARIO tonnellate CO ₂ /anno	RIFIUTI tonnellate CO ₂ /anno	
309.521,03	10.357,26	10.613,38	161.941,05	148.430,77	118.816,56	
ANNO 2014						
TRASPORTI Riduzione %	ILLUMINAZIONE PUBBLICA Riduzione %	EDIFICI PUBBLICI Riduzione %	RESIDENZIALE Riduzione %	TERZIARIO Riduzione %	RIFIUTI Riduzione %	MEDIA %
3,441%	4,820%	1,640%	5,159%	1,751%	9,920%	4,458%
Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	
10.649,70	500,18	175,02	8.374,95	2.599,00	941,70	
TRASPORTI tonnellate CO ₂ /anno	ILLUMINAZIONE PUBBLICA tonnellate CO ₂ /anno	EDIFICI PUBBLICI tonnellate CO ₂ /anno	RESIDENZIALE tonnellate CO ₂ /anno	TERZIARIO tonnellate CO ₂ /anno	RIFIUTI tonnellate CO ₂ /anno	
298.871,33	9.857,08	10.438,36	153.566,10	145.831,77	117.874,86	

ANNO 2020						
TRASPORTI Riduzione %	ILLUMINAZIONE PUBBLICA Riduzione %	EDIFICI PUBBLICI Riduzione %	RESIDENZIALE Riduzione %	TERZIARIO Riduzione %	RIFIUTI Riduzione %	MEDIA %
15,281%	13,809%	32,496%	56,907%	47,496%	25,000%	31,832%
Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	Riduzione tonnellate CO ₂ /anno	
45.670,60	1.361,18	3.350,61	87.390,00	69.263,91		
TRASPORTI tonnellate CO ₂ /anno	ILLUMINAZIONE PUBBLICA tonnellate CO ₂ /anno	EDIFICI PUBBLICI tonnellate CO ₂ /anno	RESIDENZIALE tonnellate CO ₂ /anno	TERZIARIO tonnellate CO ₂ /anno	RIFIUTI tonnellate CO ₂ /anno	
263.850,43	8.996,08	7.262,77	74.551,05	79.166,86	89.112,42	

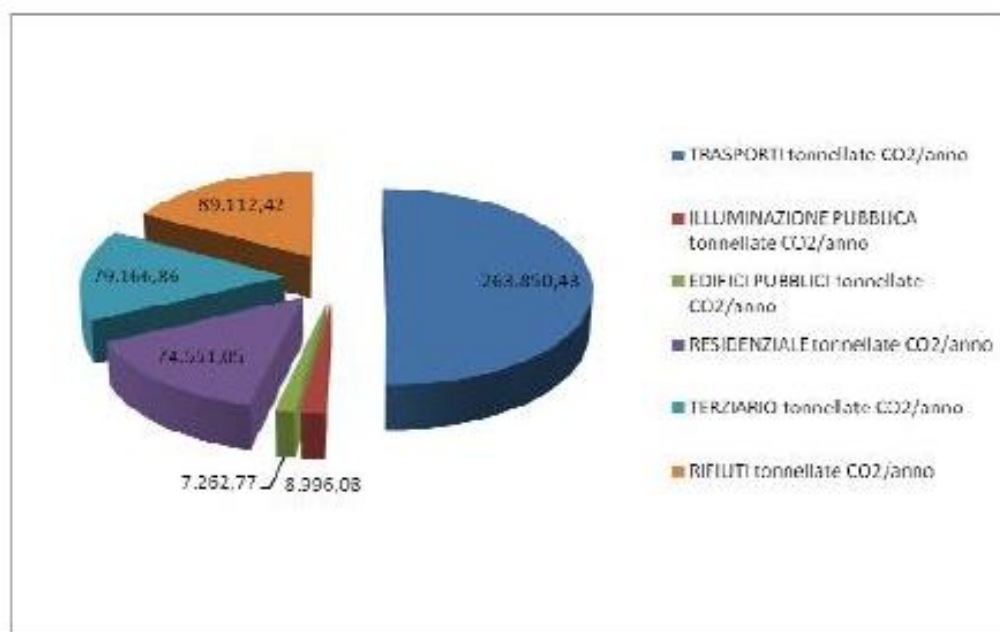
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO₂/ANNO 2010



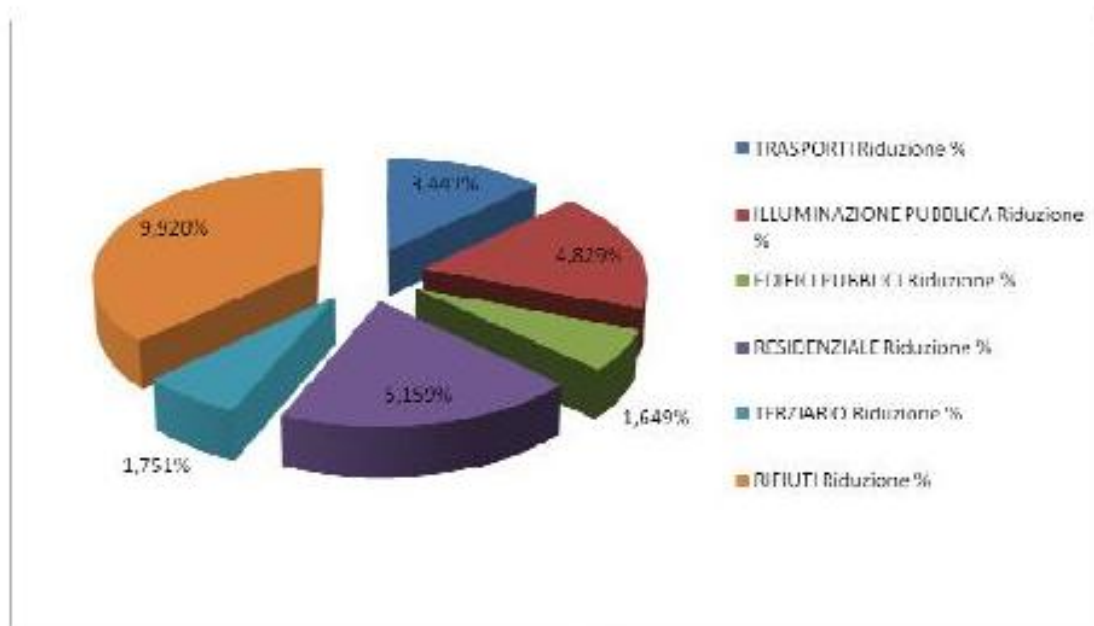
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO₂/ANNO 2014



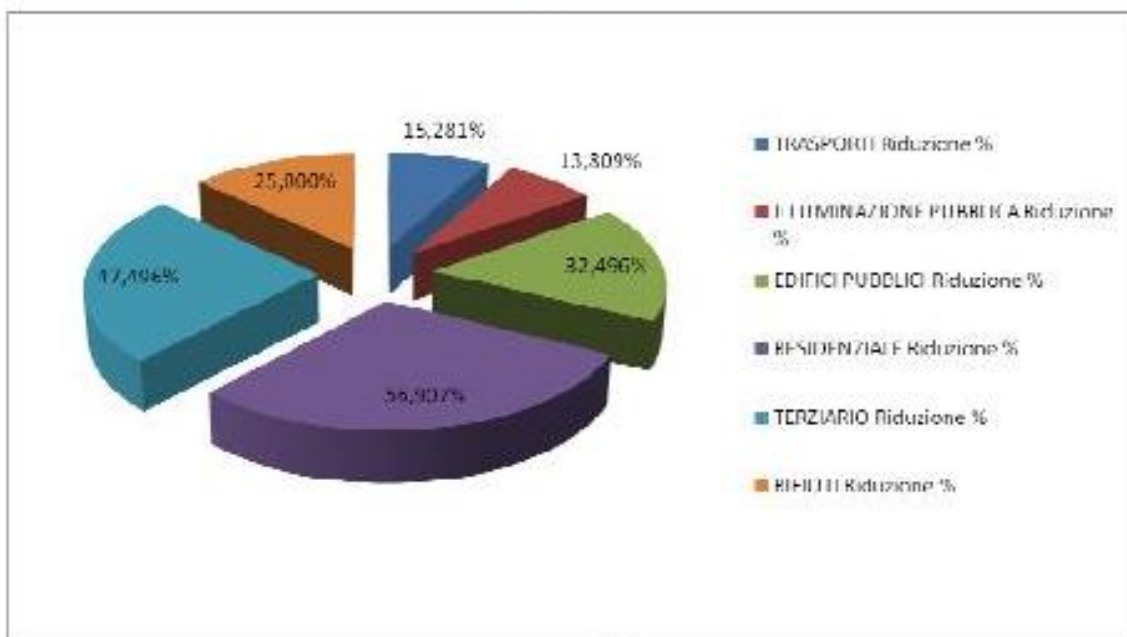
GRAFICI EMISSIONI DI TONNELLATE CO₂/ANNO 2020



GRAFICI RIDUZIONE % DI EMISSIONI DI TONNELLATE CO₂/ANNO DAL 2010 -2014



GRAFICI RIDUZIONE % DI EMISSIONI DI TONNELLATE CO2/ANNO AL 2020



Ricordiamo che le azioni riportate nel presente PAES si riferiscono ad interventi effettuati su edifici e utenze esistenti al 2010, anno di redazione della Baseline e dell'inventario di base delle emissioni BEI (vedasi Volume 2).

Come si osserva dai risultati illustrati nelle tabelle precedenti, le azioni del PAES raggiungono l'obiettivo del 20% richiesto dal Patto dei Sindaci, superandolo.

Ciò fa intendere che le azioni di Piano dovranno essere stimolate e monitorate con attenzione affinché tutte portino il loro contributo. D'altra parte va notato che le azioni sono state costruite adottando criteri di ragionevolezza (all'anno attuale) nelle ipotesi di penetrazione delle diverse tecnologie ed è auspicabile che nei prossimi anni alcune soluzioni tecnologiche possano vedere un'accelerazione o altre soluzioni tecnologiche possano apparire sul mercato, con prestazioni migliori delle tecnologie attuali.

Ulteriore ragionamento richiede la proiezione del PAES al 2020, giacché la città prevede nei prossimi anni trasformazioni urbanistiche e nuova edificazione sul proprio territorio che in parte si è già attuata successivamente al 2010.

Nel Volume 2 si è riportata l'ipotesi di incremento di consumi che si avrebbe entro il 2020 se tutte le previsioni di nuova edificazione riconducibili agli attuali strumenti di pianificazione urbanistica di Rimini (PSC) trovassero conferma e se i nuovi edifici venissero realizzati secondo i criteri vigenti di performance energetica (BaU 2020). L'incremento che si prospetta per il BaU 2020 è di circa 3,5% delle emissioni di CO₂ rispetto al valore della Baseline (BEI 2010).

Il PAES richiederà dunque un monitoraggio costante sia delle azioni sugli edifici ed utenze esistenti già al 2010, sia dell'evoluzione del nuovo costruito sul territorio cittadino. Sarà fondamentale dunque eseguire un monitoraggio attento degli andamenti degli usi energetici e delle emissioni sul proprio territorio, nonché dello stato di avanzamento delle diverse azioni del PAES. A tal fine l'Amministrazione si è dotata di procedure specifiche, riportate in un documento separato dedicato al monitoraggio.

E' opportuno inoltre in questa sede presentare un'analisi economico-finanziaria di sintesi del PAES. Le diverse schede riportano valutazioni di costo, separando i costi dell'Amministrazione comunale dai costi di soggetti privati. In molte schede i costi riportano valutazioni di massima, basati su casi già realizzati o derivati da stime (il più delle volte considerati al rialzo, per ragioni conservative). Pertanto nel corso dei monitoraggi sarà utile effettuare un adeguamento anche delle voci di costo, che peraltro potrebbero decrescere in misura interessante (come è accaduto nel caso del settore fotovoltaico).

Per quanto riguarda gli strumenti di sostegno economico e finanziari che il PAES prevede, si tratta sostanzialmente di forme di incentivazione sulle FER e sul risparmio energetico (detrazioni fiscali) e di attivazione di soggetti ESCO sul territorio.

Ciò non significa che la disponibilità di fondi europei o fondi rotativi di investimento non vengano ritenuti interessanti nel presente PAES, tutt'altro, poiché essi avrebbero forte valenza di volano al processo di rinnovamento tecnologico; si tratta d'altra parte di acquisire adeguata esperienza per un efficace utilizzo di tali fondi e sviluppare l'utilizzo locale.

Indubbiamente nelle revisioni biennali del PAES si effettuerà un aggiornamento degli strumenti finanziari, verificando la tenuta di quelli attualmente presenti o, in caso contrario,

utilizzando (o studiando) forme alternative rese disponibili (o da predisporre) da parte della Regione o del Governo o dell'Europa.

Non va dimenticato che il documento di Piano è stato sottoposto alla fase di concertazione con gli attori presenti sul territorio, con cui verranno raggiunti accordi di programma che consentiranno peraltro di rendere operative le attività di monitoraggio.

In conclusione va segnalato che in occasione dei monitoraggi intermedi biennali, si dovrà valutare un eventuale adeguamento delle diverse azioni, tenendo conto di possibili rallentamenti o difficoltà, di maggiori consumi dovuti a nuove utenze ed edifici, ma anche di eventuali innovazioni e sviluppi di tecnologie che possano far raggiungere livelli di efficienza non prevedibili allo stato attuale.

Materiali Integrativi 4

Il ruolo del settore terziario all'interno del "Piano Energetico del Comune di Rimini"



Argomenti trattati

- Il ruolo del settore terziario all'interno del "Piano Energetico del Comune di Rimini"
- Analisi settore terziario
- Interventi di miglioramento

Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana

Il ruolo del settore terziario all'interno del "Piano Energetico del Comune di Rimini"

L'Unione Europea sta agendo con più modalità nel settore dell'efficienza energetica.

Gli atti più significativi in tale direzione sono:

- "pacchetto 20-20-20"
- "Patto dei Sindaci".

Con Deliberazione del Consiglio Comunale del 22 gennaio 2009 il Comune di Rimini ha aderito alle linee guide della comunità europea.

Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana

Il contributo dei diversi settori al conseguimento dell'obiettivo di risparmio di 1.57 Mtep al 2020 si può stimare, adottando quote di partecipazione analoghe a quelle indicate dal PAES, come riportato nell'elenco seguente:

Risparmio Energetico al 2020		
Settore (ktep/anno)	Quota	%
Residenziale	738	47
Terziario	361	23
Industria	314	20
Trasporti	157	10
Totale	1.570	

□

Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana

La presenza di soggetti che gestiscono importanti consumi di energia rende particolarmente promettente questo ambito di azione facendo prevedere opportunità di grandi riduzioni di consumo.

Gli interventi che possono rendere più efficiente l'uso di energia nel settore produttivo riguardano:

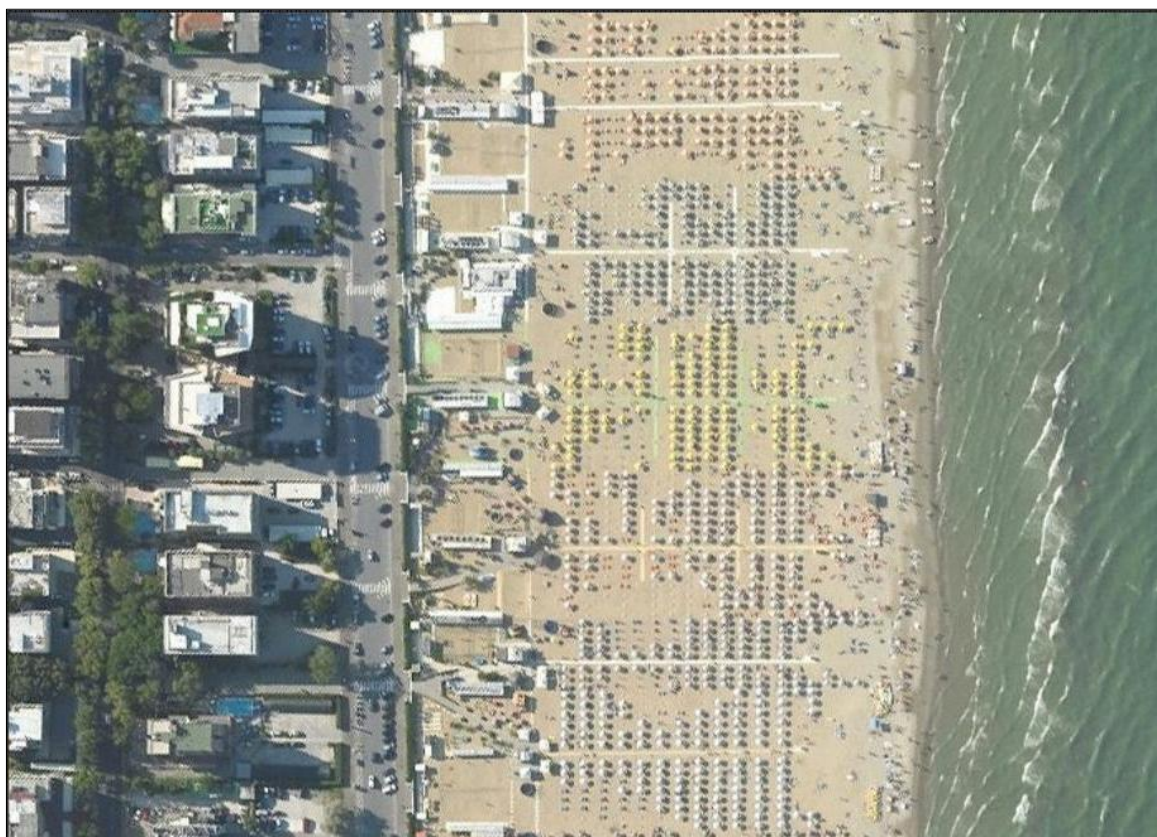
- migliore gestione degli impianti riscaldamento e raffrescamento estivo;
- recupero termico da fasi del processo produttivo;
- sostituzione di macchinari ed impianti con dispositivi ad elevata efficienza;
- interventi sugli involucri degli edifici.

Direzione Lavori Pubblici e Qualità Urbana

Materiali integrativi 5

Il Parco del Mare

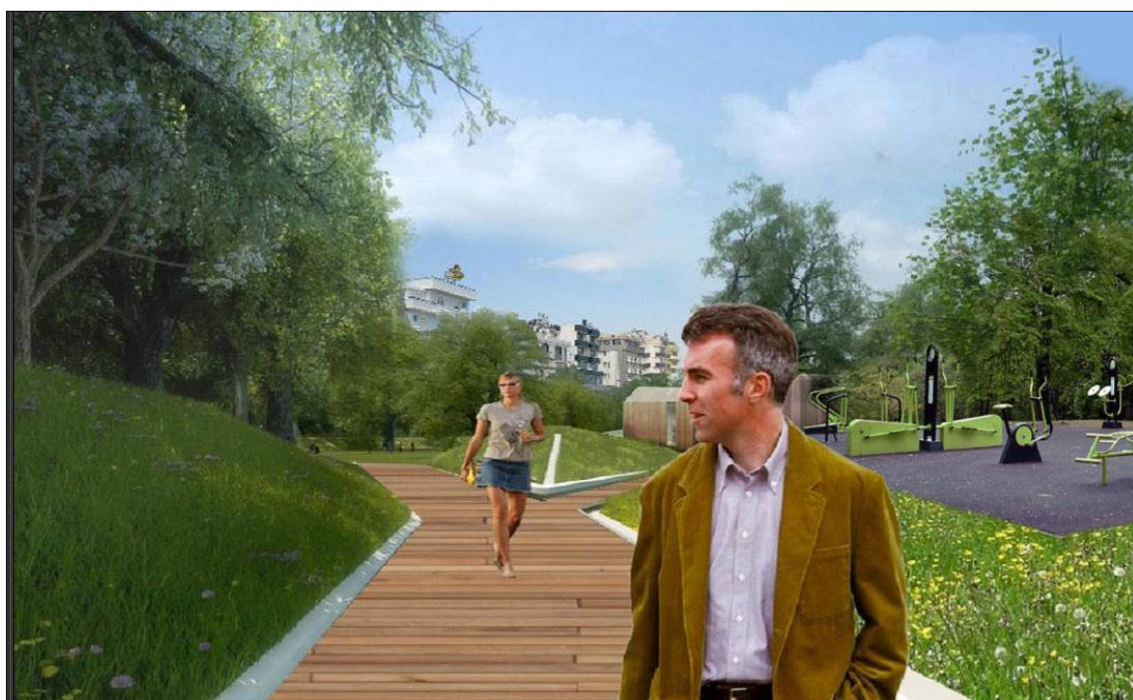
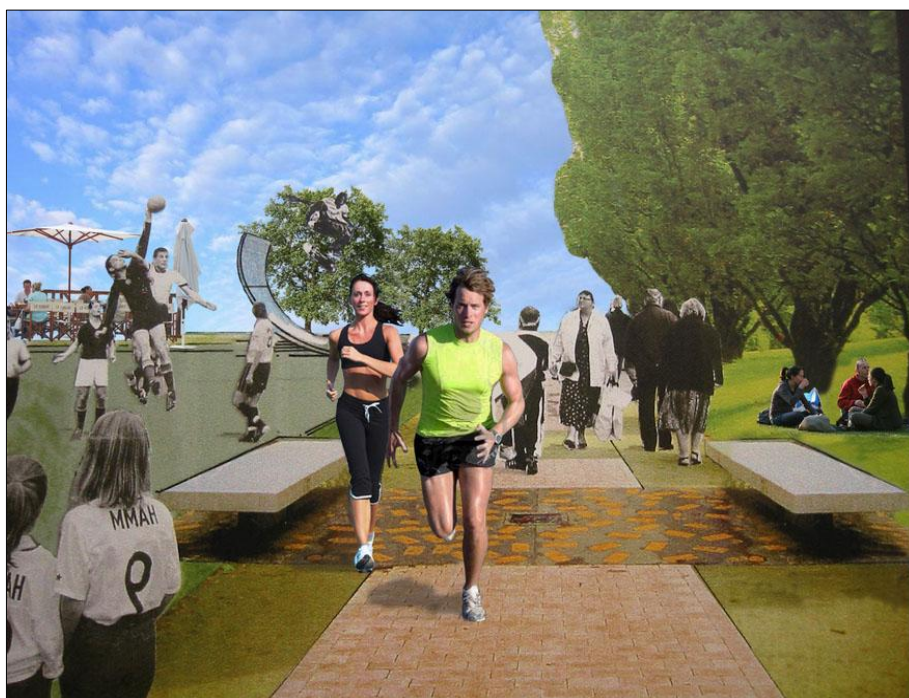
Situazione tipo costa sud oggi



Proposta di pianta per la costa sud



Il nuovo lungomare: luogo d'incontro, sport e tempo libero.





SIMBOLI	FUNZIONI	LAYOUT DI SUPERFICIE FUNZIONALI AL PROGETTO DEL PIANO STRATEGICO
	PERCORSO TRC	
	STAZIONE TRC	
	FERRONIA	
	STAZIONI FERROVIARIE	
	MOBILITÀ PRINCIPALE (ASSE VIA ROMA)	
	MOBILITÀ SECONDARIA (CIRCOLAZIONE A STANZE)	
	AREE DI PARCHEGGIO ESISTENTI	
	NUOVE AREE DI PARCHEGGIO RISULTANTI DA AREE REPERIBILI OPPURE DALLA DISMISSIONE DI HOTEL MARGINALI, IN QUESTO CASO PREFERIBILMENTE INTERRATI	GIARDINI E/O SERVIZI ACCORPATI PER HOTEL VICINI (PISCINE - SPA MARINE - RISTORANTI)
	PARCHEGGI SEMINTERRATI O INTERRATI ANCHE A PIÙ LIVELLI SOTTO LE PIAZZE O SOTTO A TRATTI DI LUNGOMARE O SOTTO AD AREE DISPONIBILI	PERCORSI, GIARDINI - PARCO, VEGETAZIONE ALTA E BASSA, E/O NUOVE EDIFICAZIONI DI PREGIO ARCHITETTONICO CON FUNZIONE PRINCIPALE DI ATTRATTORE CULTURALE O SPA MARINE E CON ABBINATE ALTRE ATTIVITÀ DI SHOPPING O RISTORAZIONE
	PARCHEGGI INTERRATI SOTTO ALLE AREE IN FREGIO AD USO PRIVATO DEGLI HOTEL	GIARDINI CON PICCOLI ELEMENTI ARCHITETTONICI DI ARREDO, NESSUNA RECINZIONE STRUTTURALE DI SEPARAZIONE CON L'EX LUNGOMARE
	RIQUALIFICAZIONE DI SINGOLI HOTEL CON EVENTUALE POSSIBILITÀ ANCHE DI CAMBIO DESTINAZIONE A COMMERCIALE - SHOPPING E DIREZIONALE	
	RIQUALIFICAZIONE DI HOTEL ACCORPATI CON EVENTUALE POSSIBILITÀ ANCHE DI CAMBIO DESTINAZIONE A COMMERCIALE - SHOPPING E DIREZIONALE	
	EX LUNGOMARE DA RIQUALIFICARE CON FUNZIONI DI PARCO URBANO E EVENTUALI FUNZIONI (SPA MARINE - COMMERCIALE / SHOPPING - RISTORAZIONE) OPPURE INTERRATE CON FUNZIONI DI DEPOSITI / MAGAZZINI O PARCHEGGI SE NON REPERIBILI ALTROVE	PERCORSI PASSEGGIO, CICLO-PEDONALI, GIARDINI - PARCO, VEGETAZIONE ALTA E BASSA, PUNTI DI ACQUA MARINA CON PICCOLI VOLUMI EDUZI.
	AREE CON OBIETTIVO DI SVILUPPO NUOVE FUNZIONI A SERVIZIO DEL PARCO DEL MARE VIVO 365 GIORNI L'ANNO. FUNZIONI DI ATTRATTORE CULTURALE, SPA MARINE O WELLNESS E CON ABBINATE ALTRE ATTIVITÀ DI SHOPPING E RISTORAZIONE, OPPURE AREE DEDICATE ALLA RIORGANIZZAZIONE DEI SERVIZI ESISTENTI	
	ATTUALE FASCIA DI SPIAGGIA TOTALMENTE OCCUPATA DAI SERVIZI DEI BAGNI: FASCIA DA DESTINARE ALLA RIORGANIZZAZIONE E ALL'ACCORPAMENTO DEI SERVIZI DI SPIAGGIA E A QUELLI UTILIZZABILI TUTTO L'ANNO (SEA WELLNESS - SPA MARINE)	PERCORSI PASSEGGIO, JOGGING, CICLO-PEDONALI, ATTREZZATURE PER LO SPORT, PUNTI DI ACQUA MARINA, SABBIA - VEGETAZIONE A PRATO, A CESPUGLIO E/O A CHIOMA PRESENZA DI ELEMENTI ARCHITETTONICI
	NUOVA DISPOSIZIONE (ACCORPATA) A ISOLE DEI SERVIZI DI SPIAGGIA E DI QUELLI UTILIZZABILI TUTTO L'ANNO (RISTORAZIONE - BAR - SEA WELLNESS - SPA MARINE)	COPERTURE A DUNA CON ELEMENTI VEGETALI, ANCHE CALPESTABILI CON EVENTUALI PICCOLE PARTI ARCHITETTONICHE IN EVIDENZA
	NUOVA DISPOSIZIONE (DIFFUSA) DEI SERVIZI DI SPIAGGIA E DI QUELLI VISUALIZZABILI TUTTO L'ANNO (RISTORAZIONE - BAR - SEA WELLNESS - SPA MARINE)	COPERTURE A DUNA O INTEGRATE DA CHIOME ALBERATE CON EVENTUALI PICCOLE PARTI ARCHITETTONICHE IN EVIDENZA
	FUNZIONE DI OMBREGGIATURA	OMBRELLONI IN ESTATE E/O INSERIMENTO DI PICCOLI ALBERELLI CON FUNZIONE DI OMBREGGIO
	PONTILI E PIATTAFORME CON FUNZIONI DI APPRODO, RISTORAZIONE - BAR - WELLNESS (ANCHI INVERNALI)	
		IL PROGETTO NON DEVE PRESENTARE BARRIERE FISSE. IN INVERNO EVENTUALI PROTEZIONI ASPORTABILI IN SABBIA (DUNE), IN MATERIALE VEGETALE O NATURALE
		IL PROGETTO NON DEVE PRESENTARE LINEE DI SEPARAZIONE PERCIBILI MA DEVE ANZI INTEGRARE LE 3 FASCE (EX LUNGOMARE, FASCIA DEI SERVIZI, FASCIA DEL SEA WELLNESS) SIA NELLA FRUIZIONE DEI PERCORSI CHE NELLA COMPOSIZIONE ARCHITETTONICA



Bibliografia

Riporto qui tutte le opere citate all'interno della tesi. Nel caso in cui siano state consultate in ristampe o traduzioni si riporta tra parentesi quadre la data della prima edizione originale.

L'anello delle nuove piazze, «Quotidiano del Comune», 28 Giugno 2014;

Assalto a Venezia, turismo da record: verso i 27 milioni, «La Nuova di Venezia e Mestre», 15 Novembre 2014;

Z. Bauman, *Consumo, dunque sono* [2007], Laterza Bari 2008;

Z. Bauman, *Dentro la globalizzazione* [1998], Laterza, Bari, 1999;

Z. Bauman, *L'etica in un mondo di consumatori* [2008], Laterza, Bari, 2010;

BG3 Biennale Giovani, «L'Arengo online», 9 Gennaio 2015;

F. Bianchini, M. Parkinson, *Cultural policy and urban regeneration*, Manchester University Press, Manchester, 1993;

Un biciplan per la città. A progettarlo ragazzi tra i 18 e i 30 anni, «Newsrimini.it», 11 Giugno 2014;

Biennale del disegno 2014, 1. edizione: il nido delle idee, Lazagne Art Magazine, Bologna, 2014;

Biennale del disegno. Primi numeri confortanti: in 30mila per l'inizio della rassegna, «RiminiToday», 5 Maggio 2014.;

- A. Bonomi, *Il distretto del piacere*, Bollati Boringhieri, Torino, 2000;
- A. Bonomi, *Il trionfo della moltitudine*, Bollati Boringhieri, Torino, 1996;
- D. Boresi, *Alcol e decoro, ecco tutti i divieti dei sindaci a Nordest*, «Il Gazzettino», 14 settembre 2014;
- L. Bruni, *Economia e felicità*, XXI Secolo 2009, Istituto dell'Enciclopedia Treccani;
- L. Bruni, P.L. Porta, *Felicità ed economia*, Guerini, Milano, 2004;
- M. Cacciari, *L'Arcipelago*, Adelphi, Milano, 1997;
- M. Cacciari, *La città*, Pazzini, Villa Verucchio (Rimini), 2004;
- R. Cadeo, *Le classifiche 2011 dei reati nelle province italiane*, «Il Sole 24 ore», 20 Agosto 2012;
- I. Calvino, *Le città invisibili* [1972], Mondadori, Milano, 1993;
- T. Carmony, *Facebook wants to bring the Internet to 5 Billion. But can it?*, National Geographic, 21 Agosto 2013;
- C. Cederna, *Casa Nostra*, Mondadori, Milano, 1983;
- L. Celi, *Alieni a Rimini: come integrarsi fra i riminesi senza perdere il buon umore*, Comune di Rimini, Rimini, 2005;
- In centinaia a Ca' Farsetti per "salvare" dalla vendita di villa Hèriot*, «VeneziaToday», 28 Novembre 2014;
- Il Consiglio comunale approva la variante per la riqualificazione di piazza Malatesta*, «Quotidiano del Comune», 23 Ottobre 2014;
- G. Conti, P. Pasini, *Rimini città come storia*, 2 voll., Tipolitografia Giusti, Rimini, 2000;

Contrasto ai furti di biciclette al mare e in centro storico: la Giunta approva un progetto per la custodia e la sosta protetta favorendo l'inclusione sociale, «Quotidiano del Comune», 6 Novembre 2014;

La Costituzione della Repubblica Italiana, consultata sul sito istituzionale del Governo italiano;

A. Dall'Oca, *Mafia, beni confiscati Rimini. Curatore del Tribunale: "Io, minacciato dai proprietari"*, «Il Fatto Quotidiano», 6 Giugno 2014;

A. Dall'Oca, *Tav romagnola. Viaggio nel cantiere delle polemiche: "Un muro di cemento sul mare"*, «Il Fatto Quotidiano», 20 Luglio 2014;

V. De Tommaso, *Cala il sipario sui Project Financing firmati dalle archistar*, «Romagna Noi», 24 Agosto 2013;

Dichiarazione Universale dei Diritti dell'uomo, Organizzazione delle Nazioni Unite, 10 Dicembre 1948;

Esposto in Procura: "Il Fontego dei Tedeschi è stato sottostimato", «La Nuova di Venezia e Mestre», 15 Marzo 2014;

G. Ferraro, *La città nell'incertezza e la retorica del piano*, Franco Angeli, Milano, 1990;

S. Gambini, *Più grande e più bella Rimini 1948-1958. I comunisti che scoprono la capitale europea del turismo*, Capitani Editore, Rimini 2005;

A. Gardini, *Il turismo di massa (1919-1939)*, in *Storia Illustrata di Rimini*, vol. II, Nuova Editoriale AIEP, Milano 1990;

G. Giovagnoli, *La fiera di Rimini*, Cassa di Risparmio di Rimini, Rimini, 1982;

Gnassi confermato presidente Rete città strategiche, «Altarimini.it», 29 Marzo 2013;

C. Maltese, *Rimini ricca e allegra si vende e si nasconde*, «La Repubblica», 21 Marzo 2007;

L. Martinelli, *Le conseguenze del cemento*, «Altreconomia», 8 Aprile 2014;

G. Massaro, *Il Co-marketing nei servizi turistici: il progetto Riccione C1*, tesi di laurea discussa all'Università di Bologna, relatore Prof. Roberto Romagnoli, a.a. 2005-2006;

Mental Health: a state o well being, «World Health Organization», Agosto 2014;

G. Monbiot, *Il trattato che minaccia la democrazia*, «Internazionale», 13 Novembre 2014;

La MSC Divina passa davanti a San Marco accolta dallo striscione "No Grandi Navi", «Il Gazzettino», 2 Giugno 2012;

V. Negri Zamagni (a cura di), *Sviluppo economico e trasformazione sociale a Rimini nel secondo Novecento*, Capitani Editore, Rimini, 2002;

Nuovo lungomare. Rimini presenta i suoi project financing, «Rimini», 27 Maggio 2008;

M. C. Nussbaum, *L'intelligenza delle emozioni* [2001], Il Mulino, Bologna, 2004;

E. Palma, A. Rinella, *La città visionaria, lezioni di piano strategico*, Progedit, Bari, 2006;

P. Perulli, *Piani strategici. Governare le città europee*, Franco Angeli, Milano, 2004;

Il piano strategico di Rimini e del suo territorio: documento finale, Comune di Rimini, Rimini, 2011;

Project financing al Lungomare di Rimini, «Edilia 2000», 29 Aprile 2009;

F. Q., *Case popolari, sgomberati due centri sociali. Scontri e barricate a Milano*, «Il Fatto Quotidiano», 18 Novembre 2014;

Rapporto Bes 2014, Istat, Roma, 2014;

Rapporto BES 2014 Sintesi, Istat, Roma, 2014;

P. Ridet, *Io sto con Marino*, «Internazionale», 4 Novembre 2014;

Rimini verso la città ideale, Basta merda in mare – Rifiuti zero – Maricla – Rimini Rescue, Rimini, 2010;

A. Ronci, *Rimini dal turismo d'élite al turismo di massa*, Panozzo, Rimini, 2011;

R. Rosa, *Venezia, addio alle grandi navi, ma fra due anni. "La laguna diventerà come Valsusa"*, «Il Fatto Quotidiano», 8 Agosto 2014;

U. Rossi, A. Vanolo, *Geografia politica urbana*, Laterza, Bari, 2010;

B. Sciacca, *Il ruolo della cultura all'interno della Pianificazione Strategica, l'esempio della città di Rimini*, tesi di laurea discussa all'Università di Bologna, relatore Prof. Roberto Grandi, a.a. 2010-2011;

T. Scitovsky, *My own criticism of the Joyless Economy*, «Critical Review», 1996;

R. Semprini, E. Mijic, *Avanguardia balneare: da Mantegazza al nuovo concept del benessere: il piano strategico di Rimini e del suo territorio*, Comune di Rimini, Rimini, 2013;

S. Settis, *Se Venezia muore*, Einaudi, Torino, 2014;

Il sindaco presenta le linee di mandato, «Quotidiano del Comune», 29 Luglio 2011;

S. Sonnino, *La Sicilia nel 1876 [1877]*, Vallecchi, Firenze, 1925;

La sperimentazione "Housing first Italia": inaugurata questa mattina la winter school, «Quotidiano del Comune», 11 Dicembre 2014;

J. E. Stiglitz, A. Sen, J. Fitoussi, *La misura sbagliata delle nostre vite* [2010], Etas, Milano, 2010;

D. Tantucci, *Permuta dei tre palazzi: oggi il verdetto*, «La Nuova di Venezia e Mestre», 11 Novembre 2014;

T. Terzani, *La fine è il mio inizio* [2006], Milano, Longanesi, 2011;

Test di mercato: negozi e ristoranti così l'Arsenale piace anche a Diesel, «Corriere del Veneto», 3 Dicembre 2014;

P. V. Tondelli, *Rimini*, Bompiani, Milano, 1985;

A. Varni, V. Negri Zamagni (a cura di) *Economia e Società a Rimini tra '800 e '900*, Cassa di Risparmio di Rimini, Rimini, 1992;

WHO definition of Health, «World Health Organization», 1948;

M. Zuckerberg, *Is connectivity a human right?* [2013].

Sitografia

www.adriafootouring.eu

www.altarimini.it

www.altreconomia.it

www.andreagnassi.it

arengo.comune.rimini.it

www.balnea.net

www.bibliotecagambalunga.it

www.biennaledisegnorimini.it

www.comune.rimini.it

corrieredelveneto.corriere.it

www.dailymotion.com

www.edilia2000.it

www.facebook.com

fesr.regione.emilia-romagna.it

www.governo.it

www.ilfattoquotidiano.it

www.ilgazzettino.it

www.ilsole24ore.com

www.internazionale.it

www.istat.it

www.misuredelbenessere.it

www.nationalgeographic.com

www.newsrimini.it

www.nuovavenezia.gelocal.it

www.ohchr.org

www.povegliapertutti.org

www.recs.it

www.rimini.com

riminifluxus.it/wp/ponteditiberio

www.riminifutura.it

www.riminitoday.it

www.riminiventure.it

www.romagnanoi.it

salviamovenezia.wordpress.com

www.scienzequalitavita.unibo.it

www.smetechnosciencepark.sm

www.symbola.net

www.treccani.it

www.veneziatoday.it

www.who.int

www.youtube.com

Video e audio

S. Bersani, *Pesce d'Aprile, Manifesto Abusivo*, Fori Classifica Edizioni Musicali, 2009;

D. Cooke, *Fantasmî da Černobyl*, «Internazionale», 28 Novembre 2014;

Dai campi alle officine: le prime lotte sindacali in Italia, «Il tempo e la Storia», puntata trasmessa da RAI 3 il 29 Settembre 2014;

Intervento di Sara Visintin, assessore all’Ambiente, Energie, Politiche per lo Sviluppo Sostenibile alla Fiera Ecomondo, Rimini, 6 Novembre 2014;

Intervista a Monia Colonna rilasciata il 12 Gennaio 2015;

Intervista a Valentina Ridolfi rilasciata il 20 Giugno 2014;

D. Maggioli, *L’Estate d’Inverno, Pro Loco*, Nda Press, 2008;

Rimini Ailoviù, racconti dalla Provincia, di Linda Gennari e Tamara Balducci, Nda Press, 2014;

Rimini, pugno duro contro la prostituzione, nuova ordinanza. Multe di 500 euro, «AltaRimini», 27 Giugno 2014;

Romagna Nostra, le mafie sbarcano in riviera, di Francesco Ceccoli, a cura del Gruppo Antimafia Pio La Torre, DIPAFEC, 2013;

Altri testi consultati

Indico qui i testi consultati ma non citati all’interno della tesi. Anche qui le parentesi quadre indicano la data della prima edizione dove necessario.

A. Baldassarre, *Globalizzazione contro democrazia*, Laterza, Bari, 2002;

Z. Bauman, *La società individualizzata* [2001], Il Mulino, Bologna, 2002;

Z. Bauman, *La solitudine del cittadino globale* [1999], Feltrinelli, Milano, 2000;

Z. Bauman, *Modernità liquida* [2000], Laterza, Bari, 2002;

U. Beck, *I rischi della libertà* [2000], Il Mulino, Bologna, 2000;

F. Farina, *L’estate della Grafica*, A. Pizzi Editore, Cinisello Balsamo, Milano, 1988;

S. Lombardini, *Rimini: dove va la capitale del turismo?*, Franco Angeli, Milano, 1989;

F. T. Marinetti, *Contro Venezia passatista: 27 Aprile 1910* [1910], Salimbeni, Firenze, 1980;

M. Nussbaum, *Creare capacità* [2011], Mulino, Bologna, 2012;

A. De Toqueville, *La democrazia in America* [1835-40], Rizzoli, Milano, 1996;

M. Mc Luhan, *Gli strumenti del comunicare* [1964], Mondadori, Milano, 1990;

Guido Piovene, *Viaggio in Italia* [1957], Baldini&Castoldi, Milano, 1993;

Pur l'avvenir siam noi. Racconti di Guerra, Rotary Club Rimini, Rimini, 2014.

*ma il finale è di certo più teatrale
così di ogni storia ricordi solo
la sua conclusione*

*così come l'ultimo bicchiere l'ultima visione
un tramonto solitario l'inchino e poi il sipario*

*ma tra l'attesa e il suo compimento
tra il primo tema e il testamento*

*nel mezzo c'è tutto il resto
e tutto il resto è giorno dopo giorno
e giorno dopo giorno è
silenziosamente costruire
e costruire è sapere e potere
rinunciare alla perfezione*

Niccolò Fabi