



C O M U N E D I M A R I N E O

PROVINCIA DI

PALERMO

UFFICIO UNICO DEL PARTENARIATO PER LO SVILUPPO LOCALE

Prot.110 7311 18 maggio 2009

Alla cortese attenzione dei Componenti il Comitato Consultivo
del Partenariato permanente per lo sviluppo locale

OGGETTO: *Relazione introduttiva ai lavori del 1° Comitato consultivo del partenariato per l'attività di programmazione delle politiche di sviluppo locale.*

E' con particolare compiacimento che mi appresto ad assolvere il compito di introdurre ai lavori di questo comitato consultivo del partenariato per l'attività di programmazione delle politiche di sviluppo locale, sia per la notevole condivisione della scelta di metodo, innovativa, operata dall'amministrazione comunale, che può consentire un rapporto orizzontale tra soggetti attori e pubblica amministrazione, in tema di sviluppo locale, nonché per la rilevanza che riconosco all'attenzione rivolta al territorio per individuarne criticità, minacce, punti di forza e di debolezza al fine di promuoverne e favorire lo sviluppo sostenibile nel rispetto del suo patrimonio identitario e delle sue valenze.

Del ruolo della comunicazione

I processi partecipativi implicano, per la pubblica amministrazione, la presa delle decisioni non sul presupposto dell'autorità, ma cercando scelte inclusive e risultati condivisi.

La partecipazione e l'inclusione possono consentire, all'amministrazione che li apprezza, la definizione di politiche pubbliche di qualità.

La comunicazione, quale strumento di organizzazione per la gestione delle relazioni interne e verso l'esterno dell'ente, deve: favorire la conoscenza, provocare il confronto, coinvolgere, causare la partecipazione.

Per un risultato importante delle politiche di trasformazione del territorio, i soggetti portatori di interesse, singoli od associati, ne devono comprendere la necessità e percepirne la consistenza ed il significato.

L'attenzione alle risorse ambientali, ai loro cicli di rigenerazione ed al territorio, necessita di una rinnovata consapevolezza dell'unità materiale ed immateriale dello spazio nel quale si compiono le azioni di ciascun operatore, per avere una pluralità di relazioni concorrenti ad uno sviluppo locale sostenibile.

*Il primo impegno credo debba essere quello di stabilire un **piano di comunicazione** mirato a produrre un'informazione puntuale, utilizzando linguaggi semplici, differenziando gli strumenti informativi in base alle abitudini dei soggetti che si intendono raggiungere, attivando azioni che promuovano relazioni tra i principali portatori di interesse e l'amministrazione comunale.*

Per avviare il partenariato per lo sviluppo locale necessita la partecipazione propositiva ed attiva, sin dall'inizio di ogni processo partecipato.

Lo strumento della comunicazione deve quindi avere l'utilità di:

- *promuovere una scelta politica connotata da un forte segno di discontinuità rispetto alle modalità tradizionali di assunzione delle decisioni adottato nel Comune di Marineo;*
- *rendere chiaro il ruolo della partecipazione rispetto agli organi di governo dell'amministrazione, che restano i titolari della decisione, la cui efficacia, efficienza, rispondenza ai bisogni e alle esigenze dei suoi destinatari, dipenderà dall'opinione esterna alla stessa amministrazione;*
- *segnare i confini tra ciò che può essere deciso attraverso la modalità della partecipazione e cosa, invece, non rientra tra le possibilità del gruppo di lavoro;*
- *coinvolgere tutti gli attori ridistribuendo valori, conoscenze e competenze anche a coloro che non vi partecipano direttamente;*
- *stabilire, del processo partecipato: le regole, le modalità, gli strumenti, i tempi e le fasi, gli attori ed i rispettivi ruoli.*

Ritengo fondamentale, però, che fin da subito la percezione degli interlocutori coinvolti sia quella di un'amministrazione che ascolta e che ha l'interesse di ascoltare per cambiare le cose.

Un sito del partenariato, accessibile a chiunque, con ampi spazi d'interazione e discussione, può consentire una interlocuzione dinamica con l'effetto di avere l'argomento di attualità quale punto di equilibrio instabile, mutevole cioè in conseguenza della partecipazione.

La visibilità dell'ascolto dell'amministrazione deve avere il momento di massimo riscontro nella traduzione della decisione in iniziativa co-fatta che si concretizza nella tangibilità della realizzazione nel territorio.

L'elaborazione del Piano di Comunicazione, quale strumento che definisce e guida le azioni di comunicazione in relazione agli obiettivi si può sviluppare attraverso un percorso basato sui seguenti punti:

1- analisi dello scenario di riferimento, funzionale alla contestualizzazione degli obiettivi strategici per una loro efficace traduzione in obiettivi di comunicazione;

2- elaborazione delle linee guida per il Piano di Comunicazione, funzionale a definire obiettivi, target e scelte strategiche di comunicazione;

3- elaborazione del Piano di Comunicazione, funzionale a definire contenuti, azioni e strumenti di comunicazione, nonché il sistema di condivisione dei risultati.

Del contesto nel territorio comunale

Ritengo utile, per introdurre ai successivi lavori del Comitato, dare una schematica lettura qualitativa della condizione del territorio del Comune, quale risultato dei processi di trasformazione che si sono succeduti a far data dalla nuova fondazione di Marineo.

L'iniziale richiamo, dalle masserie e dal contado circostanti il feudo dei Beccatelli Bologna, di forza lavoro dedita prevalentemente all'agricoltura ed alla pastorizia, ha prodotto, nei primi anni successivi al 1553, il repentino accrescimento dell'insediamento urbano, inizialmente fatto da un centinaio di case di pietra costruite tra le "rocche" del sito dell'alta valle dell'eleutero, predestinato all'esercizio della "licentia populandi".

Il borgo contadino si configura presto quale sistema urbano autosufficiente per le essenziali esigenze degli abitanti di quel tempo.

L'accrescimento continuo di popolazione, moltiplica le attività e le funzioni di quell'organizzazione sociale in cui si attivano nuovi mestieri fino al configurarsi di un contesto urbano-territoriale agricolo-artigianale.

I tempi dei processi di produzione restano scanditi dal succedersi: del giorno alla notte, delle stagioni propizie a quelle ostili.

Ogni azione ha un tempo buono per il suo compimento, come ogni frutto ha maturità nella sua stagione.

Il rispetto per la natura rimane grande e le trasformazioni dei luoghi ancorché minimali, conservano un carattere “organicistico” sino a quando si avrà diffuso uso di macchine operatrici nelle attività lavorative.

Da quel tempo, il territorio, oltre ad essere modellato dagli agenti naturali e segnato dagli eventi calamitosi, subisce una crescente e continua trasfigurazione per azione antropica, motivata dall’idea generica dello sfruttamento delle risorse.

In successione temporale, l’ultimo grande motore dell’economia locale è stato l’abusivismo edilizio, che ha lasciato irrisolta, sotto il profilo del diritto e della mancanza d’infrastrutturazione, la problematica delle urbanizzazioni primarie nelle periferie di ultima espansione.

Oggi, la tendenza a qualificare Marineo quale “dormitorio”, causata dall’attività nel terziario, “fuori porta”, prevalentemente in Palermo, di una parte considerevole dei residenti, insieme alla locale carenza di servizi ed attrezzature per il tempo libero e lo svago, è contrastata da una timida affermazione della filiera agro-alimentare e dall’accrescersi della capacità ricettiva e di ristoro. Inizia a diffondersi la percezione valoriale dei beni culturali e del paesaggio, specialmente quello particolarmente caratterizzato da vegetazione boschiva e valori ambientali.

Della necessità di pianificare lo sviluppo

L’analisi del contesto territoriale è indispensabile per definire gli obiettivi, le strategie e le attività da mettere in atto.

La costruzione di un Piano ruota intorno al concetto condiviso della Vision, intesa come una rappresentazione dell’identità strategica che l’area territoriale mira ad assumere, nella realtà economica, istituzionale, sociale, dei prossimi anni.

Essa rappresenterà un punto di riferimento per il futuro del territorio, che potrà essere oggetto di pianificazione strategica.

I potenziali destinati di tale attività andranno individuati, nel territorio Comunale e nei territori dei Comuni vicini con le cui amministrazione potranno intervenire azioni collaborative nelle forme istituzionali: delle Unioni dei comuni, dei consorzi di servizi o di specifici protocolli d’intesa con tutti quei soggetti, interni all’area, che a vario titolo sono qualificabili come destinatari dell’azione di marketing territoriale.

Ritengo che il Piano strategico:

- è preminentemente il **disegno politico** dello sviluppo, di medio lungo periodo, urbano e di area vasta, che persegue la competitività in chiave sovralocale, tramite la costruzione di patti tra gli attori istituzionali, sociali ed economici nella città e nel suo territorio e tramite la promozione di reti di alleanze, tra città e tra territori;*
- è lo strumento che, potendo anche superare le barriere dei confini amministrativi, offre alle città l’opportunità di affrontare le dicotomie tra le aree di concentrazione dello sviluppo e dell’attrattività e le aree della marginalità sociale e del degrado urbano, riposizionandone le prospettive di rigenerazione fisica, economica e sociale all’interno di una scala territoriale di area vasta, promuovendo anche politiche di “corridoio” e di “piattaforma”, così come definite dal Quadro Strategico Nazionale 2007-13;*
- individua e promuove le strategie di sviluppo locale in un’ottica del sistema con le opportunità offerte dalle politiche infrastrutturali europee, nazionali e regionali, per coglierne le esternalità in termini di: riduzione delle distanze spazio-temporali tra città e tra territori; superamento delle perifericità; costruzioni di reti di città motivate e sostenute da strategie di sviluppo complementare praticabili, anche in termini di accessibilità;*
- identifica alcune importanti tipologie di domanda:*

a) di marketing territoriale; b) di riposizionamento competitivo nei confronti di altri territori; c) di cooperazione tra gli attori sociali, economici, culturali, per fare rete nella definizione ed attuazione delle iniziative; d) di regolazione dei processi, delle relazioni funzionali ed economiche del sistema produttivo locale.

Della necessità di agire in assenza di piano strategico di area vasta

Permanendo l'assenza di un piano strategico sovra-comunale relativo ai territori dei Comuni contermini, credo sia conveniente agire comunque applicando i principi ed utilizzando le tecniche di marketing per la valorizzazione del territorio.

Il marketing territoriale quindi, quale presa di coscienza, da parte di residenti, uomini politici ed imprese presenti nel territorio circa la dotazione di caratteristiche peculiari che attraggono altre imprese non appartenenti al territorio e che è opportuno valorizzare per una loro maggiore visibilità all'esterno dell'area, al fine di ottenerne benefici economici e sociali.

I risultati delle attività di studi e ricerche tematiche, già svolte in ambito di "Metropoli Est" o del PIT Alto Belice Corleonese, possono costituire un valido supporto al fine d'individuare:

- il mercato target, ovvero i soggetti che fanno parte dell'obiettivo dell'azione di marketing;*
- gli attori, ovvero i soggetti preposti all'applicazione dei principi del marketing al fine di raggiungere gli obiettivi;*
- il valore da scambiare, ovvero l'insieme di beni e servizi che costituiranno l'offerta a seguito dell'applicazione delle strategie di marketing, al tessuto imprenditoriale investitore, alle imprese autoctone ed alla popolazione.*

La finalità del marketing territoriale è quella di rendere il territorio appetibile per gl'investitori senza usurparlo o depauperarlo ma anzi rendendolo risorsa tramite la creazione di un valore di scambio che:

- miri a creare migliori condizioni di fruizione del territorio stesso;*
- svolga azioni atte a coinvolgere tutti i soggetti presenti sul territorio;*
- sia coerente sia con gli obiettivi prefissati per la competitività economica, che con gli obiettivi di compatibilità ambientale e coesione sociale.*

Ritengo che intraprendere da subito, iniziative finalizzate allo sviluppo locale, al momento attuale può farsi attivando le coalizioni con il Partenariato, già dichiaratosi interessato ed oggi convocato in questa sede per il primo momento di confronto collettivo, per le co-progettazioni, per le co-realizzazioni e per i co-finanziamenti che si valuteranno più idonei al perseguimento degli obiettivi tattici individuati in fase di analisi SWOT.

Marineo lì 18 maggio 2009

IL RESPONSABILE DELL'UFFICIO
F.to(Geom. Giovambattista Tripoli)