

## CONTRATTO DI CONCESSIONE PER LA GESTIONE DEL LABORATORIO APERTO SPAZIO VERDI\_OPEN LAB Innovazione, servizi e cultura per la mobilità sostenibile

### Allegato L



### ***ASSE 6 Città attrattive e partecipate***

**Azione 6.7.2 Sostegno alla diffusione della conoscenza e alla fruizione del patrimonio culturale, materiale e immateriale, attraverso la creazione di servizi e/o sistemi innovativi e l'utilizzo di tecnologie avanzate.**

**Format Piano integrato di promozione**

## 1. DATI GENERALI

### 1.1 Denominazione del Piano/Titolo (max 500 caratteri)

Indicare un titolo sintetico che identifichi il progetto e che sarà utilizzato ai fini di informazione e pubblicità dei progetti approvati

**SPAZIOVERDI\_PROMOLAB**

**Piano integrato di promozione di Spazio Verdi\_OpenLab**

### 1.2 Beneficiario

Comune di	Ferrara
CAP	44121
Provincia	Ferrara

### 1.3 Responsabile del procedimento

Nome e cognome	Maria Teresa Pinna
Ruolo	Dirigente Servizio Manifestazioni Culturali e Turismo
Comune	Ferrara
Via/Piazza e n. civico	Piazza del Municipio, 2
CAP	44121
Telefono	0532-744620
e-mail	

### 1.4 Attrattore culturale/contenitore oggetto del Piano di promozione (max 300 caratteri)

Per posizione, dimensioni, caratteristiche degli spazi e identità storica, l'ex Teatro Verdi costituisce una potenziale centralità per il futuro della città, elemento di raccordo tra il circuito murario e l'ambito pedonale del centro. L'ex Teatro Verdi sarà un organismo complesso ad alta permeabilità di circolazione interna, in diretta continuità con gli spazi pubblici esterni. Il progetto prevede che il "Laboratorio Aperto" sia finalizzato alla diffusione e alla promozione della conoscenza del patrimonio culturale attraverso le tematiche del turismo sostenibile e della mobilità, tanto da configurarsi all'interno come ulteriore articolazione di spazi pubblici e semipubblici, non solo raggiungibili ma anche in parte attraversabili in bicicletta da cittadini e turisti, come qualsiasi altra piazza del centro.

### 1.5 Laboratorio Aperto oggetto del Piano di promozione (max 300 caratteri)

Il principale obiettivo del "Laboratorio Aperto" è dunque quello di offrire uno spazio fisico opportunamente attrezzato all'interno del quale le competenze della comunità locale (sui temi della ciclabilità, dell'innovazione e della creatività) potranno formarsi e incontrarsi per generare innovazione di servizio e di processo. Un luogo della contemporaneità quindi, dove si potrà sperimentare e testare servizi, ma soprattutto un punto di riferimento per l'intera area territoriale per l'attrazione e la creazione di nuove professionalità sui temi della mobilità e del turismo sostenibile. Un luogo capace di attrarre e diffondere cultura della mobilità sostenibile, della innovazione ma capace anche di mettere in connessione la tradizione artigianale con la progettazione di nuove soluzioni ICT legate alla bicicletta, la didattica, la ricerca per l'innovazione,

gli eventi, l'intermodalità, le infrastrutture ciclabili e i servizi connessi.

### 1.6 Abstract (max 1.000 caratteri)

Il progetto integra strumenti tradizionali di comunicazione multicanale, cartacei e digitali, con attività ed eventi specifici legati alle caratteristiche del progetto. Da eventi tradizionali a open day, da incontri con aziende e realtà pubbliche del territorio a tour promozionali con professionisti del mondo dell'informazione per integrare le tematiche del laboratorio con esperienze "live" sul territorio.

Il tema della formazione orientato a cittadini e studenti, che connota fortemente l'attività del laboratorio, fruirà di specifici educational meeting e sarà esso stesso, per l'elevato numero di persone che saranno coinvolte, strumento indiretto di promozione del progetto.

## 2. DESCRIZIONE DEL PROGETTO

### 2.1 Descrizione del Piano (max 6.000 caratteri)

Il piano integrato di promozione mira, in primo luogo alla valorizzazione dell'ex Teatro Verdi quale punto di riferimento attrattore di innovazione sociale e digitale, creatività e partecipazione con la creazione di un Laboratorio aperto, potenziando la già consolidata vocazione di polo culturale. Si può parlare dunque di un intervento "integrato", sia per la valorizzazione del bene culturale medesimo, sia per la realizzazione del Laboratorio aperto, con l'obiettivo di restituire a pieno il grande edificio, in modo da riconsegnarlo alla città nella sua piena fruibilità.

A seguire le azioni riferite ai 3 principali obiettivi con indicazione dei target da raggiungere.

#### 1. **Organizzazione di eventi e manifestazioni per la promozione e valorizzazione del Laboratorio Aperto** (Target: 5 eventi all'anno):

- educational meeting di presentazione, seminari e workshop per evidenziare ai partecipanti le potenzialità di collaborazione. Target: scuole e università;
- open day annuali che prevedano l'apertura dello spazio con momenti di "attrazione all'attività del laboratorio". Target: associazioni e ditte private;
- incontri di scambio e condivisione. Target: cittadini e turisti, altre PA e Autorità Urbane e gestori di altri laboratori;
- eventi mirati sui tematismi del Laboratorio Aperto. Target: partner internazionali;
- educational tour rivolti a giornalisti, blogger e social media manager. Target: media;
- attività di Ufficio stampa. Target: media;

#### 2. **Campagna di informazione e comunicazione** (Target: persone raggiunte all'anno 5000):

- mailing, newsletter e sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: scuole e università;
- group mailing, newsletter, inserzioni a pagamento, redazionali a pagamento su riviste di settore, social, sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: associazioni e ditte private;
- comunicati stampa, social, campagna affissioni, locandine negli esercizi commerciali e luoghi pubblici, sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: cittadini e turisti;
- mailing e sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: altre PA e Autorità Urbane e gestori di altri laboratori;
- sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: partner internazionali;
- inserzioni e redazionali, campagne social e sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: Media.

#### 3. **Realizzazione materiale informativo per promozione integrata** (Target: persone raggiunte all'anno 10.000):

- materiale cartaceo e/o audio/video sulle potenzialità didattiche, sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: cittadini, scuole e università;
- sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it), produzione di materiale cartaceo volto a illustrare l'offerta di SpazioVerdi\_OpenLab, video spot per social. Target: associazioni e ditte private;

- materiale cartaceo informativo, sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it), landmark in punti strategici di richiamo per Spazio Verdi\_OpenLab. Target: cittadini e turisti
- sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: Altre PA, Autorità Urbane e gestori di altri laboratori;
- sito web [www.spazioverdi.it](http://www.spazioverdi.it). Target: partner internazionali;
- materiali di supporto agli educational e ufficio stampa. Target: media.

Il piano inizia a partire dal 1 gennaio 2019 e avrà una durata fino al 30 giugno 2022.

L'Amministrazione Comunale affiderà completamente l'attuazione del piano al soggetto che si occuperà della gestione del Laboratorio Aperto mantenendo modalità sinergiche e collaborative.

## 2.2. Coerenza ed integrazioni del Piano

Il piano integrato di promozione dovrà essere uno strumento di valorizzazione a partire dal bene individuato, oggetto di riqualificazione e che sarà sede del Laboratorio Aperto: l'ex Teatro Verdi, infatti non è solamente un edificio da rigenerare, ma un volume destinato a riconferire significato a un importante brano di centro storico della città, al rapporto con le Mura Estensi, alla realizzazione di una nuova polarità per la città e per l'intero territorio Unesco. La riqualificazione dell'ex Teatro Verdi e la realizzazione del *Laboratorio Aperto* trovano realizzazione in un disegno architettonico e in un piano di gestione dello spazio che ha come obiettivo comune lo sviluppo della mobilità e del turismo sostenibile.

Le azioni di promozione dovranno quindi mettere in risalto la posizione, le caratteristiche degli spazi e identità storica dell'ex Teatro Verdi che costituisce una potenziale centralità per il futuro della città, elemento di raccordo tra il circuito murario e l'ambito pedonale del centro. Il "Laboratorio Aperto", inoltre dovrà essere individuato come lo strumento per la diffusione e la promozione della conoscenza del patrimonio culturale tanto da configurarsi come ulteriore articolazione di spazi pubblici e semipubblici.

La promozione integrata dovrà incrociare la totalità degli assi dell'Agenda Digitale Regionale, sia durante la fase di attuazione che nella messa in opera dei risultati.

L'asse della "comunità" fondamentale nel processo di *open innovation* che verrà messa in atto e che avrà come riferimento l'intero territorio, con azioni partecipate sia di definizione ad alto livello delle esigenze, sia di co-progettazione dell'innovazione, tecnologica, di processo e organizzativa, sia per lo sviluppo di relazioni che creino valore tra soggetti del territorio e anche a scala più ampia.

L'asse delle "competenze" verrà sviluppato sia in termini di uso di quelle esistenti che di creazione di competenza diffusa a livello territoriale. Sarà strategico l'utilizzo di competenze esistenti nell'organizzazione e gestione dei laboratori, mentre la creazione di competenze è già da ora la principale azione dell'Agenda Digitale Locale che si troverà a poter disporre non solo di un punto di riferimento fisico, ma anche di un hub a scala locale e regionale.

Il piano di promozione integrato trova inoltre collegamento con altri importanti progetti finanziati sia nell'ambito del PORR FESR Asse 5 che nell'ambito di finanziamenti Ministeriali per la riqualificazione delle periferie), in particolare per quanto riguarda la riqualificazione turistica – Asse 5 di beni di interesse culturale si sottolinea la riqualificazione di alcuni punti della cinta muraria, il Baluardo dell'Amore, di S. Lorenzo e Porta Paola (futuro Centro di Documentazione delle Mura). Le mura storiche, così recuperate, e inoltre, la riqualificazione a "salotto urbano" di Piazza Verdi - che si "lascia guardare" dall'Ex Teatro Verdi dall'altra, divengono poli culturali e ambientali, capaci di innescare un processo virtuoso di riqualificazione dell'intera città, che cambia volto e si apre a nuove occasioni di sviluppo imprenditoriale e occupazionale. Il progetto diviene strumento cardine di un piano di riqualificazione urbana di aree strategiche della città che, attraverso il Progetto di riqualificazione della zona ex MOF (ex-mercato ortofrutticolo) e la vecchia Darsena di San Paolo (aree in fase di trasformazione in quanto finanziate con il *Programma straordinario di intervento per la riqualificazione urbana e la sicurezza delle*

*periferie delle città metropolitane e dei comuni capoluogo di provincia* DPCM 25 maggio 2016 della Presidenza del Consiglio dei Ministri), inoltre prevede anche il potenziamento dei parcheggi presenti nella zona sud (area ex Mof di via Darsena per sosta Bus Turistici, Area Kennedy - Ex Pisa per parcheggi di sosta auto anche prolungata, Piazza Travaglio e Baluardo S. Lorenzo per soste più brevi a rotazione). Gli interventi oggetto del presente progetto, grazie anche alla riqualificazione della Darsena di San Paolo, e degli spazi circostanti ai parcheggi con aree verdi, in diretta connessione con il prossimo completamento del Museo Nazionale della Shoah (MEIS), consentiranno un allargamento del centro storico e valorizzeranno l'identità urbana della città incentivando un nuovo modo di utilizzo degli spazi, diverso, ampliato e ripensato rispetto a quello originale. I monumenti interessati dall'opera di recupero, insieme alla riqualificazione dell'ex Teatro Verdi hanno un intrinseco valore economico per la città, perché attrattori in grado di convogliare nelle aree ad essi limitrofe nuovi bisogni culturali, turistici, ricreativi, commerciali e ricettivi.

### 3. PIANO FINANZIARIO

#### 3.1 Quadro economico

	2019	2020	2021	2022	TOTALE
Organizzazione manifestazioni per la promozione e valorizzazione del contenitore finanziato	30.000	15.000	10.000	10.000	65.000
Progettazione e realizzazione di campagne di informazione e comunicazione	40.000	15.000	10.000	10.000	75.000
Realizzazione di materiale informativo finalizzate alla promozione integrata dei beni/contenitori e dei laboratori aperti che dovranno ospitare	80.000	20.000	5.000	5.000	110.000
<b>TOTALE</b>	<b>150.000</b>	<b>50.000</b>	<b>25.000</b>	<b>25.000</b>	<b>250.000</b>

#### 3.2 Modalità di finanziamento

RISORSE	Valori assoluti	%
Risorse POR	200.000	80
Risorse a carico del beneficiario	50.000	20
<b>TOTALE</b>	<b>250.000</b>	<b>100</b>