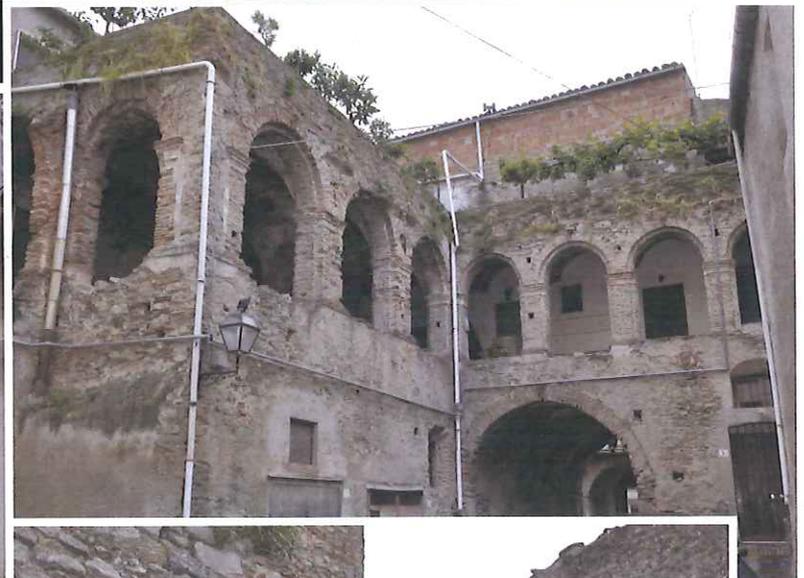




# COMUNE DI TERRANOVA DA SIBARI

## Provincia di Cosenza



PIANO STRATEGICO PER LA  
VALORIZZAZIONE DEL CENTRO STORICO DI  
TERRANOVA DA SIBARI

piano strategico di valorizzazione del centro storico

---

## **FASE DI RIORDINO URBANO**

**dal rilievo critico dei punti di forza e di debolezza alla definizione dello scenario strategico**

**sintesi del documento d'indirizzi approvato con delibera di giunta n \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_**

**terranova da sibari, ottobre 2017**

staff

---

unità di progetto paese storico

Arch. Luigi Cesare Maria

Milillo

professionalità interne all'amministrazione

Arch. Luigi Cesare Maria Milillo

Ing. Salvatore D'Amico

Geom. Franco Boscarelli

1. Terranova da Sibari bene comune: gli indirizzi del programma di governo	2
2. dal programma di governo al piano strategico	4
2.1. assessorato al Centro Storico e unità di progetto Centro Storico	
2.2. un piano delle strategie per la valorizzazione del centro storico	
2.2.1. i contenuti	
2.2.2. il percorso	
3. riordino urbano: il rilievo critico e la definizione di uno scenario strategico	9
3.1. obiettivi strategici	
3.1.1. gli obiettivi strategici rispetto all'esistente	
3.1.2. gli obiettivi strategici rispetto agli scenari futuri	
3.2. rilievo critico: temi prioritari d'indagine	
3.2.1. relazioni paese-territorio: reputazione e mission	
3.2.2. mobilità (informazione, accessibilità, fruibilità): sistema integrato di funzioni	
3.2.3. qualità urbana	
3.2.4. funzioni, polarità, servizi	
3.3. scenario strategico: il centro storico polarità di eccellenza del sistema urbano e territoriale	
3.3.1. riorganizzare la mobilità	
3.3.2. favorire nuove attività	
3.3.3. implementare i servizi	
3.3.4. incentivare l'uso residenziale	
4. patto con ilpaese	24
4.1. tematiche della valorizzazione: gli impegni del pubblico	
4.1.1. marketing urbano	
4.1.2. nuovi obiettivi strategici	
4.2. sistema integrato degli interventi: gli impegni del privato	

la  
ricostituzione  
dell'effetto  
paese è tema  
prioritario per  
la salvaguardia  
riqualificazione  
valorizzazione  
del Centro  
Storico

Il programma di governo assume tra le priorità il processo di salvaguardia, riqualificazione e valorizzazione del centro storico attraverso la ricostituzione dell'effetto paese, da intendersi come la capacità di questa specifica porzione dell'intero sistema urbano di assicurare ai suoi cittadini un elevato livello d'accesso al sistema di funzioni e servizi (il lavoro, l'abitare, lo studiare), di "luoghi" fisici (la piazza, la strada) e di "luoghi" metafisici (la socializzazione, la comunicazione, la cultura, l'esperienza, la scoperta) che la compongono.

Si riconosce dunque al Centro Storico il ruolo di "cuore del paese del XXI secolo": luogo del vivere per eccellenza, perno e fuoco della comunità locale dove si innestano i temi: della memoria, della rappresentatività civica, della cultura (musei, biblioteche, ...), della direzionalità pubblica e privata, del commercio, dell'attività mista e dei mestieri, dell'abitare. L'effetto paese è ricercato e perseguito attraverso 4 linee politiche d'indirizzo:

### **DA PAESE DIFFUSO A PAESE COMPATTO:**

da  
perseguire  
attraverso 4  
linee  
politiche  
d'indirizzo.

Il Centro Storico è per definizione sinonimo di paese compatto dove densità e molteplicità di forme e funzioni sono gli elementi generatori di un'atmosfera irripetibile. Occorre promuovere, attraverso l'impegno diretto dell'Amministrazione Pubblica, questa forte e sentita specificità in modo da ricercare anche nel Centro Storico la risposta alle esigenze abitative e lavorative di un paese che non ha più bisogno di crescere, ma solo di essere trasformato e riqualificato; di un paese da vivere quotidianamente come aggregato urbano polifunzionale dove coesistano e si integrino funzionalmente i luoghi di residenza con i luoghi di lavoro.

### **RECUPERO DELLA VOCAZIONE E VALORIZZAZIONE DELLA BELLEZZA:**

Il Centro Storico è prima di tutto paese del vivere. Luogo della diversità e delle molteplicità di forme e funzioni che si manifestano nella socialità, nella qualità ambientale, nel commercio, nella direzionalità, nella rappresentatività, nella cultura, ..., ma soprattutto nell'abitare gli spazi urbani aperti trasformandoli in spazi di relazione e di alta socialità dove la bellezza è il frutto di una sedimentazione storica che dura ormai da più di mille anni e che merita di essere riportata alla vista e nella coscienza di tutti.

### **ACCESSIBILITÀ - MOBILITÀ — SOSTA:**

Si tratta di conferire nuovamente alla strada e alla piazza, liberandole dal predominio dell'auto in sosta e transito, il ruolo originario di luoghi di relazione e lavoro, razionalizzando e diversificando gli interventi sulla mobilità in entrata ed uscita a seconda che si tratti delle merci o delle persone e favorendo lo sviluppo di una mobilità ecologica non inquinante.

### **INFRASTRUTTURE PER VIVERE E LAVORARE:**

Il verde assume notevole rilevanza anche all'interno del Centro Storico prefigurandosi non solo come elemento di riequilibrio ambientale, ma anche come elemento di qualità del vivere.

Il rapporto tra infrastruttura e produzione nel Centro Storico è sia di carattere immateriale, e riguarda la gestione dei flussi di informazioni che sinteticamente vengono riassunti nel termine paese cablato, sia di carattere materiale, e riguarda il problema di accesso e uscita di cose e di persone, sinteticamente la logistica leggera.

## 2. dal programma di governo al piano strategico

---

Gli impegni programmatici prevedevano da un lato di istituire un autorevole e indiscusso punto di responsabilità politica e operativa; dall'altro di dare inizio, attraverso un processo condiviso con tutti gli attori pubblici e privati, ad un lavoro di integrale riqualificazione del centro storico da attuarsi attraverso la formulazione di un Piano Strategico.

Nel rispetto di quanto prospettato alla cittadinanza, l'Amministrazione ha dato corso a entrambi gli impegni provvedendo alla:

1. costituzione Assessorato al Centro Storico e relativa Unità di Progetto;
2. redazione del Piano Strategico di valorizzazione del centro storico.

### 2.1. assessorato Centro storico e unità di progetto Centro storico

---

due  
strumenti,  
uno politico e  
uno  
operativo, a  
cui sono  
affidate le  
azioni di  
promozione  
e  
riqualificazione  
del centro  
storico

I nuovi obiettivi previsti dal programma di governo, la continua evoluzione del quadro normativo in materia di ordinamento degli enti locali e dei relativi settori (lavori pubblici, ambiente e mobilità, urbanistica, ...) e le sempre maggiori attese dei cittadini relativamente all'efficienza e all'efficacia dei servizi forniti dalle pubbliche amministrazioni, hanno reso necessaria la costituzione di un nuovo Assessorato al Centro Storico e di una nuova Unità di Progetto cui è affidata la gestione delle azioni tese alla promozione, riqualificazione e cura del centro storico e del Paese in generale.

L'Unità di Progetto è parte costitutiva della nuova Area Strategica che si configura come lo strumento metodologico e operativo in grado di elaborare un progetto complessivo capace di mettere a sistema tutti i punti programmatici e di intervento delineati nel programma di mandato della Giunta Comunale.

All'interno di processi collegiali di coordinamento e di partecipazione a progetti inter-assessorili, l'Unità di Progetto Centro Storico assume: competenze primarie per il centro storico e corresponsabilità per i nuclei storici delle frazioni, per gli edifici di interesse storico-architettonico-tipologico e per i sistemi territoriali e gli elementi puntuali di interesse ambientale.

L'Unità di progetto Centro Storico svolge, relativamente agli interventi di competenza, ruoli di: "committenza", progettazione, monitoraggio territoriale, comunicazione; inoltre assicura la redazione e l'attuazione di specifici progetti e il presidio degli interventi trasversali ai diversi Servizi, al fine di garantire, nell'ambito di riferimento, interventi coordinati e di qualità.

## 2.2. un piano delle strategie per la valorizzazione del centro storico

---

La qualità della vita nel centro storico di Terranova da sibari - indubbiamente connessa al valore intrinseco del suo patrimonio storico, artistico e culturale nonché alla vitalità del suo tessuto sociale e commerciale - oggi più che mai dipende dalla capacità di mettere in campo una strategia, concertata e condivisa, in grado di riconferire a questa specifica realtà urbana la sua naturale vocazione di polarità di interessi e centro di relazioni all'interno di quell'ambito socio-economico e territoriale complesso, esteso ben oltre i confini comunali, che la letteratura specialistica definisce ormai da tempo come sistema d'area vasta.

un processo  
che  
individua  
linee  
strategiche  
e obiettivi  
condivisi

Il Piano Strategico di valorizzazione del centro storico è il processo attorno al quale deve prendere corpo e senso quest'idea di paese, frutto delle esperienze più alte della civiltà occidentale, che esige un centro in cui andare e da cui tornare; un centro fisicamente compatto fatto di palazzi, case e chiese intervallati da strade e piazze, e metafisicamente pieno di valenze simboliche e concettuali aperte non solo ai temi dell'identità, della memoria e della storia, ma, senza soluzione di continuità, anche al dibattito sulla trasformazione e modernizzazione dell'esistente, in funzione di quella rincorsa verso una dimensione europea del vivere ilpaese che si fa espressione del cogente desiderio di confronto e misura con la contemporaneità.

Impiegando una nuova metodologia di il Piano Strategico di valorizzazione del centro storico, si configura a tutti gli effetti come un percorso progettuale redatto al fine di individuare linee strategiche e obiettivi concertati e condivisi dai diversi attori

e portatori d'interesse e, conseguentemente, azioni strutturali specifiche e puntuali finalizzate al loro conseguimento.

In quanto processo trasversale di indirizzo e determinazione delle priorità da perseguire per la valorizzazione del cuore del nostropaese, il Piano Strategico ha tra i suoi obiettivi principali il dialogo sinergico con gli altri strumenti di pianificazione. In particolare con il suo bagaglio di studi, ricerche, analisi e indirizzi progettuali, sarà parte integrante del nuovo Piano Strutturale Comunale (PSC), individuato dall'Amministrazione Comunale per coordinare il processo di co-pianificazione tra i diversi strumenti di programmazione territoriale.

La condivisione del Piano Strategico di valorizzazione del centro storico e in particolare del suo innovativo metodo di lavoro sono il punto ineludibile di partenza per misurare la responsabilità di un programma politico-amministrativo che deve porsi nella condizione di essere partecipato, discusso e sottoposto ad una valutazione trasparente per giungere ad un patto, prima di tutto di condivisione culturale.

per definire  
un patto con  
ilpaese.

#### 2.2.1. i contenuti

I paesi italiani sono in crisi da decenni (ed in particolare i loro centri storici), perché la collettività residente non può sfruttare al meglio le potenzialità tradizionali degli ambiti urbani, che, al contrario, rappresentano un valore da promuovere come identità locale e questo perché la qualità della vita collettiva non è sufficientemente garantita nei servizi fondamentali (mobilità, sosta, luoghi di aggregazione, polarità attrattive, servizi); I paesi appaiono non attrezzati per esprimere quel livello di attrattività urbana che i cittadini si attendono per riconoscersi con il paese stesso ed immaginare il proprio futuro.

una visione  
strategica che  
mira a  
risolvere la  
crisi urbana  
del centro  
storico

La crisi di identità, il decremento della qualità e i limiti di prospettiva obbligano un paese a ragionare nel "breve", a tamponare le urgenze, in un rincorrersi di "episodi", di iniziative sul breve periodo ispirate da politiche "ad hoc". Un corretto approccio deve invece volgere - partendo proprio dalla valorizzazione delle potenzialità legate alla nostra tradizione urbana ed in particolare ai nostri centri storici - ad una visione strategica di ampio respiro e di lungo termine, orientata a ricercare una "mission" condivisa, finalizzata alla promozione e allo sviluppo del sistema d'area vasta paese-territorio, mediante l'attivazione di valore aggiunto, per investire, con infrastrutture, servizi, salvaguardia e riqualificazione del patrimonio storico-artistico, nuove tematiche ambientali,... sulla qualità della vita.

promuovendol  
o all'interno  
del sistema  
d'area vasta  
paese -  
territorio

L'aspetto innovativo del Piano Strategico di valorizzazione del centro storico di Terranova da sibarì consiste dunque nel risolvere lo sfasamento tra sistema territoriale e valore culturale dei contesti urbani (centri storici) che sono testimonianza dell'identità locale, attraverso la promozione di processi di qualità in grado di risolvere

i fattori di

sviluppando le sue potenzialità storico artistiche e culturali secondo assi strategici indirizzati a trasformarlo in polarità d'eccellenza territoriale a valenza europea.

crisi, evitando che il centro storico sia relegato a "fondale" per una serie di attività economiche che non si relazionano con la vocazione complessiva del Sistema paese- territorio.

Il paesaggio urbano storico-culturale in esso racchiuso, infatti, non è solo patrimonio da proteggere ma anche potenziale polarità e insieme di funzioni e servizi territoriali. Per conservarlo e porlo in prospettiva dinamica all'interno delle azioni imprenditoriali della comunità, occorre che sia fruibile, integrato alla realtà contemporanea, parte del sistema "produttivo" del benessere locale e abbia come esito una rete di progetti integrati che coinvolga il paese in una manutenzione permanente a manifesto di un sistema economico sano, nel quale sia possibile investire e intraprendere.

Per porre in atto questo modello locale di sviluppo sostenibile il Piano Strategico prevede un'analisi dettagliata dei contesti urbani e un rilievo critico delle risorse e delle potenzialità territoriali impostata su tre assi strategici:

1. riconoscere, tutelare e promuovere il patrimonio urbano non solo come bene culturale, ma anche come potenzialità di funzioni per lo sviluppo del paese;
2. inserire la gestione delle risorse culturali nelle strategie socio economiche e metterle a sistema con i principali fattori produttivi e di crescita del paese;
3. qualificare il rapporto pubblico-privato per sviluppare la qualità della fruizione, le prospettive di valorizzazione compatibile, la partecipazione imprenditoriale e la cooperazione delle istituzioni sovracomunali;

finalizzati a far sì che il centro storico si trasformi in polarità d'eccellenza territoriale a valenza provinciale, regionale e nazionale in grado di trasformare positivamente tutto il paese e di innescare quell'"effetto paese" che si crea solamente quando il progetto unitario è compreso, condiviso e desiderato da tutti i cittadini.

#### 2.2.2. il percorso

Il Piano Strategico per la valorizzazione del centro storico di Terranova da sibili si sviluppa in tre fasi:

**FASE ZERO:** è la fase di costruzione di un metodo di lavoro condiviso che vede coinvolti fin da questo primo momento tutti gli attori (cittadini, forze politiche, parti sociali, categorie economiche) che nel corso dello sviluppo del piano verranno interpellati e chiamati a partecipare alla determinazione delle linee strategiche generali e alla definizione in dettaglio degli obiettivi specifici e delle azioni più efficaci per raggiungerli.

**FASE UNO - RIORDINO URBANO:** è la fase di rilievo critico del centro storico, analizzato per coglierne i punti di forza e di debolezza, la capacità di relazione con altre parti del paese e del territorio, le vocazioni di polarità attrattiva per la visibilità provinciale, regionale e nazionale del territorio. Attraverso il rilievo critico degli

dalla condivisione e del metodo di lavoro al rilievo critico (punti di forza e debolezza) e alla definizione dello scenario

Ambiti urbani del centro storico, si documentano i luoghi irrisolti dal punto di vista organizzativo, funzionale e qualitativo, nella prospettiva di una loro integrazione sia nelle logiche d'appartenenza ai sistemi urbani consolidati, sia nelle logiche di rendita di posizione e di valore immobiliare.

Le potenzialità emergono dall'ottica di valorizzazione del patrimonio culturale quale risorsa da tutelare per lo sviluppo sostenibile locale: vincere le aree in degrado o i luoghi banalizzati significa "estendere" il paese, elevare le condizioni di qualità della vita per i residenti, favorendo gli investimenti e le nuove iniziative, altrimenti non attivabili in un contesto privo di prospettive e interessi condivisi.

fino ai progetti,  
agli strumenti  
e alle azioni di  
valorizzazione.

**FASE DUE - MASTERPLAN:** è la fase di progetto per il miglioramento delle infrastrutture e la promozione delle relazioni tra parti del paese (luoghi urbani) e funzioni (polarità), al fine di elaborare il sistema di progetti integrati per il centro storico. Il masterplan riguarda le azioni e gli interventi strategici che conducono alla formazione di valore aggiunto all'interno del sistema urbano storico, promuovendolo a polarità attrattiva d'area vasta.

Da queste 3 fasi nasce il modello di sviluppo sostenibile per il rilancio del centro storico: una regia del sistema di progetti integrati secondo principi di qualità, all'interno delle filiere produttive compatibili con l'identità locale.

### 3. riordino urbano: il rilievo critico e la definizione di uno scenario strategico

---



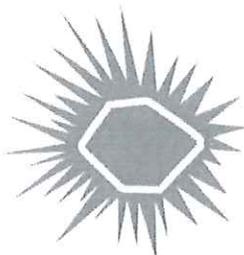
Oggi il centro storico ha relazioni non completamente strutturate con il resto del paese: è un sistema urbano tendenzialmente autoreferenziale, racchiuso all'interno delle strade di quartiere, che vive un difficile e conflittuale rapporto con tutto ciò che sta "fuori".



L'effetto paese si esprime solamente in una porzione ridotta del centro storico, percepita come unico ambito di pregio, attrattivo delle funzioni e delle relazioni



L'obiettivo del Piano Strategico è di estendere a tutto il sistema centro storico l'effetto paese.



L'effetto paese raggiunto diviene volano del modello locale di sviluppo sostenibile attraendo e irradiando valore e qualità in relazione all'intero paese e al territorio nel suo complesso.

Il centro storico deve rappresentare la polarità d'eccellenza del territorio, in grado di elevare la qualità della vita di chi vi risiede, di chi vi lavora e di chi lo frequenta e fruisce quotidianamente, attraverso la promozione e lo sviluppo di vocazioni e potenzialità che da sempre lo qualificano, e non solo simbolicamente, come il sistema urbano di rappresentanza per il paese (marketing urbano) e per il territorio d'area vasta (marketing di prodotto).

### 3.1. obiettivi strategici

---

il centro storico bene culturale unitario da valorizzare

Per svolgere il ruolo di polarità d'eccellenza del territorio, il centro storico deve essere riqualificato e ridiscusso nella sua organizzazione complessiva, finalizzata al superamento degli interventi puntuali e settoriali per approdare a logiche unitarie e sistemiche, che ne fanno un bene culturale da salvaguardare, riqualificare e valorizzare secondo politiche orientate a: elevare la visibilità e le potenzialità di fruizione, favorire la socializzazione e lo scambio interculturale, implementare la residenza e il lavoro, aumentare la dotazione di servizi, riorganizzare la mobilità e la sosta, porre attenzione alla qualità urbana, al rapporto con l'ambiente, alla valorizzazione dell'identità e del patrimonio storico artistico ed al complessivo sistema di accoglienza basato sull'offerta del tempo libero, dello sport, dello spettacolo, delle manifestazioni culturali,...

con un piano strategico che rielabora gli indirizzi di mandato sotto forma di obiettivi strategici.

Il Piano Strategico rielabora gli indirizzi di mandato sotto forma di obiettivi strategici per la valorizzazione del centro storico, allo scopo di orientare, senza vincolare a letture preconcepite, il processo di descrizione ed analisi della fase di riordino urbano in direzione di quell'idea di paese che sta alla base delle politiche di governo. Gli obiettivi programmatici sono suddivisi in due livelli:

1. rispetto all'esistente;
2. rispetto agli scenari futuri.

rispetto alle potenzialità da promuovere

#### 3.1.1. gli obiettivi strategici rispetto all'esistente

**PROMUOVERE IL PATRIMONIO** ... rilancio del ruolo e delle vocazioni del centro storico, riqualificazione dei grandi edifici storici e dell'intero tessuto edilizio.  
**RIQUALIFICARE IL SISTEMA URBANO** ... riappropriazione delle strade, delle piazze e in generale degli spazi pubblici aperti e intervento armonico sull'arredo urbano in grado di restituire un'immagine unitaria.

rispetto alle potenzialità da sviluppare

#### 3.1.2. gli obiettivi strategici rispetto agli scenari futuri

**IMPLEMENTARE I SERVIZI** ... diversità e molteplicità di forme e funzioni che si manifestano nella socialità, nella qualità ambientale, nella cultura, nel commercio, nella direzionalità, nella rappresentatività.  
**INCENTIVARE L'USO RESIDENZIALE** ... politiche abitative a favore dei nuclei familiari, di studenti e lavoratori attuate attraverso l'intervento diretto del

pubblico (sgravi fiscali, abbattimento delle imposte, finanziamenti, acquisto diretto) coadiuvato da investimenti privati.

**FAVORIRE NUOVE ATTIVITÀ** ... coniugare offerte commerciali di nicchia (prodotti tipici, artigianato artistico, ...) con il mix commerciale (botteghe, negozi al dettaglio, mestieri, ...).

**RIORGANIZZARE LA MOBILITÀ** ... razionalizzazione della mobilità delle cose, flussi delle merci, il potenziamento del sistema di parcheggi entro e ai margini del Centro Storico al servizio dei residenti e più in generale dei cittadini che la frequentano.

### 3.2. rilievo critico: temi prioritari d'indagine

---

un percorso narrativo dal micro al macro, che parte dalla fotografia del quotidiano per spingersi all'analisi degli aspetti strategici

Il rilievo critico, superando la logica degli interventi specifici all'interno dei singoli perimetri di zona, descrive oggettivamente ed analizza soggettivamente il paese per definire linee e modelli di qualità integrata, politiche unitarie, strategie di promozione coordinate, programmazione concertata, gerarchie di azioni e interventi (dall'implementazione dei servizi al paese all'individuazione di nuovi luoghi di aggregazione e socializzazione, dalla riorganizzazione degli ambiti urbani e ambientali alla riorganizzazione del sistema di mobilità esistente) finalizzate ad un complessivo marketing culturale e di prodotto da sviluppare nella successiva fase del masterplan.

per ricostruire il significato dei luoghi e stimolare il senso di appartenenza

La fase di rilievo critico si pone l'obiettivo di essere didattica nei confronti della comunità, per ricostruire il significato dei luoghi, col loro linguaggio e con gli elementi distintivi della loro storia e, più complessivamente, quell'effetto paese che deve rispecchiare il senso di appartenenza dei cittadini e mantenere (semmai alimentandola) quell'antica relazione tra urbs (il paese fisico, gli edifici che ospitano gli abitanti) e civitas (la società, i cittadini), senza la quale il paese diventa estraneo al corpo civile e irrimediabilmente offensiva e brutta, se non addirittura incomprensibile e inospitale.

con l'intento di rivedere criticità e immaginare potenzialità da immettere in uno scenario di sviluppo condiviso.

Si tratta dunque di un processo, e non di uno strumento urbanistico, che partendo dalla fotografia del quotidiano cerca di individuare, descrivere, raccogliere e analizzare lungo lo sviluppo del suo cammino le criticità e le potenzialità del centro storico utilizzando un percorso narrativo che, per fasi successive, s'interroga sul "cosa eravamo", sul "cosa siamo" fino a giungere alla rappresentazione del "cosa vorremmo essere".

L'indagine relativa allo stato attuale del centro storico è stata affrontata "luogo per luogo" senza schemi organizzativi preconfezionati e senza indicare ambiti urbani

privilegiati o marginali; un'esplorazione a tutto campo ha messo in luce 4 tematiche prioritarie attorno alle quali concentrare la discussione e la concertazione tra i diversi attori coinvolti nello sviluppo del processo:

1. relazioni paese-territorio;
2. mobilità (informazione, accessibilità, fruibilità);
3. qualità urbana;
4. funzioni, polarità, servizi.

### 3.2.1. relazioni paese-territorio: reputazione e mission

#### **DESCRIZIONE — ANALISI:**

Il materiale prodotto per la comunicazione e la promozione del centro storico mostra una diversità tra il modo in cui viene promosso il patrimonio-centro storico e il modo in cui esso viene percepito. Terranova da Sibari tende a promuovere ciò che è stato, ma non scommette su ciò che potrebbe e vorrebbe essere.

Esiste, infatti, una massiccia comunicazione sul patrimonio monumentale, mentre è scarsa o del tutto inesistente una campagna informativa e promozionale che metta in gioco il centro storico come sistema urbano polifunzionale, complesso e articolato, in relazione al suo territorio.

Il centro storico, per rafforzare la mission del paese, deve esprimere il ruolo di polarità di eccellenza del territorio.

I beni culturali e naturali sono l'immagine più idonea per la visibilità provincial, regionale e nazionale, l'emblema unitario (marketing urbano) per promuovere il "sistema paese", trasformando la qualità della vita in risorsa e funzione economica.

Il tema della qualità della vita può costituire l'inesco straordinario, di cui si avverte chiaramente l'attualità e l'urgenza, per una promozione collegata alla vocazione dei luoghi, e quindi integrata allo sviluppo del territorio, in riferimento alle potenzialità di Terranova da sibari: un modello Terranova-centrico, in fase di studio e definizione nel Piano Strutturale Comunale (PSC), che promuova in Europa il "Sistema Italia".

#### **ELEMENTI DI CRITICITÀ:**

Il centro storico non si relaziona con il resto del paese e del territorio. Il suo naturale ruolo di polarità d'area vasta, in grado di generare e attrarre valore, non è oggi adeguatamente espresso

con un  
centro  
storico  
polarità di  
eccellenza  
a del  
territorio.

3.2.2. mobilità (informazione, accessibilità, fruibilità): sistema integrato di funzioni

**DESCRIZIONE — ANALISI:**

il  
centro  
storico  
bene  
unitario  
da:

Il centro storico è da considerarsi una realtà unica da promuovere, sia per le proprie valenze artistiche-culturali, che per quelle funzionali e produttive; risultano dunque di fondamentale importanza temi, come l'organizzazione dell'informazione (cosa c'è "dentro"), dell'accessibilità (come ci si arriva) e della fruibilità (come lo si usa).

L'analisi delle informazioni presenti lungo il perimetro del centro storico, in prossimità degli accessi, rivela un livello di comunicazione quasi inesistente o caotico, privo di qualità ed efficacia. Tutto il sistema informativo e segnaletico spinge fuori anziché dentro, guida chi deve transitare anziché indirizzare chi deve entrare.

conoscere  
e fruire.

Il centro storico non ha ancora completamente risolto i problemi riguardanti l'accessibilità e la sosta. Non è definita la gerarchia degli spazi pubblici secondo aree e percorsi pedonali, ciclabili e strade carrabili. La mobilità pubblica, concentrata solo su alcune direttrici di penetrazione e attraversamento, non è funzionale allo sviluppo e all'estensione dell'effetto paese.

La fruibilità del centro storico è condizionata dall'organizzazione degli ingressi e dalla segnalazione dei servizi e delle polarità. Dalle informazioni ricevute lungo le strade di circonvallazione, le porte e le strade di accesso, non si ha nessuna percezione di come è fatto e di cosa può offrire.

**ELEMENTI DI CRITICITÀ:**

La mobilità delle merci e delle persone in centro storico, necessita ancora di forti investimenti per adeguarsi a standard logistici e modelli d'uso europei.

### 3.2.3. qualità urbana

ambiti urbani di qualità integrati strategicamente e manifesto di un sistema economico e sociale nel quale intraprendere, investire, relazionarsi, operare, vivere

#### **DESCRIZIONE**

#### **ANALISI:**

Il paesaggio culturale urbano, coerente con l'identità locale, può essere considerato sintesi dei sistemi di qualità che devono essere elaborati per comunicare le potenzialità attrattive del centro storico come esito di una rete di progetti integrati, che coinvolge il paese in una manutenzione permanente.

Se un ambito pubblico esprime il proprio linguaggio architettonico e orienta le funzioni d'uso attraverso la qualità degli elementi funzionali e di arredo urbano, diventa il manifesto di un sistema economico e sociale sano, nel quale è possibile investire ed intraprendere.

Gli ambiti urbani di qualità devono essere strategicamente integrati attraverso un sistema di progetti per generare un complessivo piano unitario, fondamentale per trasformare il centro storico in polarità attrattiva di interessi, relazioni e investimenti.

#### **ELEMENTI DI CRITICITÀ:**

Nel centro storico si riscontrano estese aree marginali, problemi di manutenzione del patrimonio edilizio e carenze nell'organizzazione degli elementi di arredo urbano e funzionali.

3.2.4. funzioni, polarità,  
servizi

integrare gli  
aspetti  
economici alle  
valenze  
culturali per  
attivare  
potenzialità di  
fruizione e di  
relazione  
sociale nel  
centro storico.

**DESCRIZIONE — ANALISI:**

Assegnare funzioni al patrimonio culturale ed ai luoghi urbani storici significa attivare le potenzialità di fruizione e di relazione del centro storico, integrando gli aspetti produttivi del paese e del territorio alle valenze culturali e attrattive. Nell'organizzazione delle funzioni risiede la capacità di verificare se le azioni e gli interventi, ritenuti strategici nella definizione della mission, sono attuabili e sostenibili:

mettendo in rete le funzioni, attraverso gli strumenti della programmazione concertata, si accendono quei nuovi valori di zona che il progetto complessivo del centro storico deve saper tradurre nel paese e nel territorio.

I sistemi di qualità integrata devono rispondere ai fondamentali requisiti di salvaguardia del patrimonio, innovazione, integrazione al sistema socio economico locale, alla valorizzazione delle attività e delle polarità esistenti, alla programmazione di nuove polarità, servizi ed infrastrutture.

**ELEMENTI DI CRITICITÀ:**

Il sistema delle funzioni e delle relazioni è presente in una ristretta zona centrale del tessuto urbano; esistono ampie zone non qualificate e irrisolte rispetto alle funzioni di polarità e servizi.

il centro storico  
magnete e  
sorgente in  
grado di  
attrarre e  
diffondere  
qualità urbana  
al sistema  
integrato  
terranova da  
sibari

La finalità principale del Piano Strategico risiede nel far emergere i valori culturali, sociali ed economici del centro storico in tutta l'area compresa all'interno del perimetro dell'estrade di Circonvallazione.

In questa direzione, le tematiche della valorizzazione urbana prevedono uno scenario strategico di sviluppo nel quale il centro storico (rivolto al paese ed al territorio) svolge un doppio ruolo:

1. attrattore, in quanto polarità primaria di servizi per il sistema locale;
2. diffusore, in quanto centralità del territorio per la promozione e valorizzazione delle aree della pianura di Sibari.

Il processo di valorizzazione del centro storico è pertanto solamente la prima fase di un più ampio programma di complessivo coinvolgimento del paese di Terranova da Sibari nelle azioni di "urban retail" che definiscono il ridisegno del paese attraverso i criteri del marketing culturale e territoriale.

L'interazione tra i 6 obiettivi strategici posti alla base della fase di riordino urbano e le 4 tematiche prioritarie d'indagine nate dal rilievo critico sul campo porta alla definizione di uno scenario strategico di sviluppo che prevede azioni d'intervento in centro storico su 2 distinti livelli:

marketing  
urbano  
rispetto  
all'esistent  
e

**1. MARKETING URBANO: POTENZIALITÀ DA PROMUOVERE RISPETTO ALL'ESISTENTE** per riorganizzare la qualità urbana del patrimonio storico — artistico — culturale e più in generale degli spazi aperti che costituiscono l'ossatura portante (piazze, strade, porte, verde pubblico), riqualificare le attività imprenditoriali esistenti, mettere a sistema i servizi e le polarità attraverso vere e proprie azioni di promozione.

nuovi  
obiettivi  
strategici  
rispetto a  
scenari  
futuri

**2. NUOVI OBIETTIVI STRATEGICI: POTENZIALITÀ DA SVILUPPARE RISPETTO AGLI SCENARI FUTURI**, da coordinare sulla base degli studi, delle ricerche e delle proposte in fase di elaborazione all'interno del processo di elaborazione del Piano Strutturale Comunale (PSC), per riorganizzare l'accessibilità, la sosta ed i collegamenti con il territorio, coinvolgere grandi aree di interesse strategico per servizi di qualità attraverso la riqualificazione delle strade che collegano il centro storico al resto del paese, incentivare la presenza di nuove polarità urbane e nuovi servizi, progettare il sistema del verde urbano mettendolo a sistema con il verde fuori dal centro storico, migliorare la fruibilità e implementare i servizi e le funzioni a supporto della residenza.

I dati emersi dalla fase uno di riordino urbano indicano che i nuovi obiettivi strategici, e cioè la potenzialità da sviluppare rispetto agli scenari futuri, possono essere organizzati in quattro sottosistemi urbani nei quali intervenire secondo logiche settoriali, riferite ad un unico sistema di progetti integrati.

### 3.3.1. riorganizzare la mobilità

analisi:  
zone marginali  
attestate  
interne ed  
esterne al  
centro storico

La trasformazione delle strade di accesso deputate quasi esclusivamente alla viabilità ad ambito urbano di qualità sul quale si possono attestare non solo funzioni infrastrutturali, ma anche servizi, può essere realizzata solamente attraverso il coinvolgimento e la relazione tra aree esterne ed interne al centro storico, secondo una visione strategica complessiva di paese-territorio che parte da un presupposto ineludibile: il centro storico non è in grado di "salvare se stesso", ha necessità di collegarsi ad aree complesse (funzioni e relazioni) per dilatare il proprio ambito di influenza e sviluppare il ruolo di polarità primaria urbana e territoriale.

azioni: collegare  
percettivamente,  
funzionalmente  
e strutturalmente  
il centro storico  
con il resto del  
paese

Le azioni del Piano sono rivolte

a:

1. riorganizzare la mobilità, l'accesso e la sosta;
2. riqualificare l'ambito urbano dei viali di circonvallazione (parcheggi, verde, servizi);
3. riqualificare l'ambito urbano dei viali di penetrazione (parcheggi, verde, servizi);
4. collegare funzionalmente e strutturalmente le aree interne ed esterne.

### 3.3.2. favorire nuove attività

Le azioni del Piano sono rivolte  
a:

1. estendere la qualità urbana e la capacità attrattiva a tutto il centro storico;
2. estendere la qualità urbana e la capacità attrattiva della Piazza Castello e dei vicoli.

### 3.3.3. implementare i servizi

analisi:  
la zona sud  
presenta  
grandi  
potenzialità  
per il centro  
storico e il  
sistema  
territoriale

La zona di Corso Margherita è polarità attrattiva che necessita di essere messa a sistema. Qui è concentrata la maggior presenza di verde pubblico e di ambiti urbani a forte specializzazione in servizi culturali di qualità.

Potenzialmente il Corso Margherita ha tutti i requisiti per divenire l'ambito urbano di maggiore valore aggiunto, rispetto a tutto il centro storico, presentando un enorme valore di interscambio (flussi e relazioni) economico, sociale e culturale.

Siamo di fronte ad un'area di grande capacità attrattiva non solo per il centro storico, ma anche per l'interopaese e più in generale per il sistema d'area vasta nella quale occorre implementare i servizi, mettere a sistema gli interventi realizzati e in fase di realizzazione e instaurare rapporti funzionali e strutturali con gli altri sistemi urbani dentro il centro storico.

L'organizzazione funzionale dell'area prevede l'individuazione di sotto-zone strategiche dotate di servizi infrastrutturali e funzionali e con capacità di coinvolgimento e relazione tra aree interne ed esterne al centro storico.

Il completamento degli interventi necessari per caratterizzare il Corso Margherita quale polarità attrattiva dipende in gran parte dalla collaborazione pubblico-privata e dal ruolo che il centro storico saprà svolgere all'interno della mission del paese di Terranova da Sibari.

azioni:  
specializzar  
e  
potenziare  
e mettere a  
sistema le  
funzioni e i  
servizi  
esistenti

Le azioni del Piano sono rivolte a:

1. potenziare il sistema delle piazze;
2. qualificare e aumentare la dotazione di polarità e servizi;
3. mettere a sistema le funzioni esistenti e di progetto;
4. connotare tutta l'area come zona specialistica per funzioni urbane e territoriali d'area vasta.

### 3.3.4 incentivare l'uso residenziale

analisi:  
zona sud a  
forte  
connotazione  
residenziale

La zona del Centro Storico del paese presenta una forte connotazione residenziale.

Il tessuto urbano (relazioni tra piazze e assi) favorisce l'uso residenziale, purché si raggiunga un alto livello di qualità diffusa ed una buona dotazione di servizi alla residenza; i consolidati modelli europei possono costituire un'ottima base di confronto per realizzare in Terranova da sibili un nuovo standard di qualità del "vivere in centro storico", emblema del "sistema Italia" nel mondo.

La condizione fondamentale per il rilancio complessivo della zona è quella di risolvere il problema dell'accessibilità e della fruibilità per residenti.

Il ritorno della funzione residenziale è rilevante nel processo di generale rilancio del centro storico, in quanto indice di riconquistata qualità della vita e completamento del modello italiano di integrazione tra conservazione e innovazione.

azioni:  
qualificare  
l'esistente  
e  
incentivare  
nuova  
residenza

Le azioni del Piano sono rivolte  
a:

1. potenziare il sistema delle piazze;
2. riqualificare gli spazi aperti;
3. aumentare la dotazione dei servizi;
4. favorire le politiche abitative.

#### 4. patto con ilpaese

---

la fase di riordino urbano porta alla definizione di uno scenario

La **FASE UNO** di riordino urbano, organizzata intorno al rilievo critico del centro storico che sulla base di obiettivi programmatici e tematiche d'indagine ha cercato di raccogliere nel suo cammino, dal particolare al generale, la maggior parte di criticità e potenzialità inespresse e il maggior numero di attori, si conclude con la rappresentazione di uno scenario strategico di sviluppo.

da condividere per arrivare alla stipula di un patto con ilpaese

La discussione "aperta" e la successiva condivisione di questo scenario strategico portano alla stipula di un patto con ilpaese da cui emergono gli impegni del pubblico e del privato per la concretizzazione delle tematiche fondamentali per la salvaguardia, riqualificazione e valorizzazione del centro storico.

la fase di masterplan delinea i progetti, gli strumenti e le azioni concrete

Successivamente, La **FASE DUE** di masterplan, nel suo cammino a ritroso dal generale al particolare, individua da un lato progetti, strumenti e azioni puntuali e dall'altro gli operatori (enti pubblici e privati, imprenditori, cittadini, associazioni,..) che, attraverso protocolli d'intesa, convenzioni, accordi di programma, contratti tra le parti, renderanno esecutivo il Piano Strategico per la valorizzazione del centro storico.

complessivamente  
e  
l'amministrazione  
svolge il ruolo di  
interlocutore tra  
le altre istituzioni  
pubbliche e i  
soggetti privati

Nel Piano Strategico di valorizzazione del centro storico, l'Amministrazione svolge il ruolo di interlocutore di sistema per qualificare il rapporto di collaborazione con il mondo imprenditoriale, culturale, sociale, in vista dei necessari e urgenti obiettivi di sviluppo sostenibile e di visibilità del territorio.

Ad essa compete l'onere di creare le condizioni organizzative e socio economiche per realizzare nel proprio territorio il modello di sviluppo sostenibile in collaborazione diretta con:

1. le Istituzioni pubbliche (Provincia, Regione, Ministeri competenti)
2. i soggetti privati cui è chiesto di collaborare affinché le potenzialità che risiedono nel sistema urbano e nell'identità locale siano espresse dall'economia d'area e divengano riferimento per il marketing culturale e di prodotto a livello internazionale.

La realizzazione di un ambiente urbano storico più "attraente", sia per i city-users (residenti, lavoratori, fruitori locali, turisti ecc..), sia per tutte le fasce sociali (giovani, anziani, famiglie, immigrati, portatori di handicap,...), sia per i potenziali investitori, inizia col fornire precise risposte alle esigenze espresse dai cittadini in termini di migliore vivibilità e funzionalità, efficace tutela dell'ambiente costruito e naturale, rispetto di regole condivise, maggiore offerta di servizi e promozione del sistema culturale. Puntare sulla qualità dell'ambiente, sulle strutture ricettive, le attrezzature culturali e di svago, i servizi alla persona, per il business, lo shopping, all'interno di un sistema di trasporti collettivi, aree pedonali, percorsi tematici e complementi d'arredo urbano ben armonizzati, consente all'Amministrazione di adottare gli stessi principi del "retail" per dare valore aggiunto al proprio prodotto, alpaese e nello specifico al suo centro storico trasformandolo in una sorta di "concept-store" urbano personalizzato, in quanto testimonianza dell'identità locale; molto riconoscibile, in quanto depositario di stratificazioni storiche uniche; facile da vivere, in quanto ben strutturato, funzionale e fruibile da e per tutti attraverso:

per elevare la  
qualità  
urbana del  
centro storico  
e la qualità  
della vita dei  
suoi city-  
users

attraverso  
impegni diretti  
e attraverso il  
coordinamento  
o l'indirizzo  
degli  
interventi  
privati

1. **STRUMENTI PER LA VALORIZZAZIONE: GLI IMPEGNI DEL PUBBLICO** damettere in campo per superare e ribaltare in potenzialità le criticità segnalate nella fase di riordino urbano;
2. **UN SISTEMA INTEGRATO DEGLI INTERVENTI: GLI IMPEGNI DEL PRIVATO** damettere in campo a supporto ed integrazione degli strumenti di valorizzazione elaborati dal pubblico per completare il rilancio del centro storico.

#### 4.1. tematiche della valorizzazione: gli impegni del pubblico

---

Di seguito sono elencate le principali tematiche della valorizzazione che riguardano gli impegni del pubblico per arrivare alla costruzione del patto con il paese. Si tratta di una traccia di lavoro che individua alcuni dei possibili strumenti di salvaguardia, riqualificazione e valorizzazione, lasciando alla discussione il compito di analizzare in dettaglio l'opportunità, la fattibilità tecnica, le modalità, i tempi....

##### 4.1.1. marketing urbano

##### POTENZIALITÀ DA PROMUOVERE RISPETTO ALL'ESISTENTE

tematica	PROMOZIONE: il patrimonio storico è promosso, ma non il sistema urbano centro storico e il suo rapporto con il territorio
strumento	PROGETTO DI PROMOZIONE "TERRANOVAPAESE STORICO"
azioni	dare impulso al sistema urbano centro storico quale polarità primaria del territorio; .....;
tematica	QUALITÀ DEL PATRIMONIO ARCHITETTONICO: il tessuto edilizio che caratterizza l'aspetto formale e simbolico del centro storico presenta problematiche relative al restauro e alla manutenzione
strumento	REGOLAMENTO EDILIZIO
azioni	recuperare le regole della tradizione locale: materiali, tecniche; riqualificare gli edifici; .....;
tematica	PROGETTO DI SUOLO UNITARIO: gli spazi aperti pubblici sono potenzialità di riqualificazione e valorizzazione ancora non pienamente espressa
strumento	PROGETTI DI SETTORE
azioni	riqualificare il sistema delle piazze; riqualificare i viali, le strade, i vicoli; riqualificare le porte di accesso; riqualificare il verde pubblico; .....;

tematica	ATTIVITÀ: le attività commerciali si devono dotare di nuovi strumenti per organizzare e valorizzare il loro prodotto
strumento	PROGETTO DI VALORIZZAZIONE COMMERCIALE
azioni	collaborazione pubblico-privato; estendere il sistema commerciale; coordinamento delle attività e delle iniziative commerciali; .....;
tematica	ARREDO URBANO: gli elementi di arredo presentano scarsa qualità, eterogeneità, assenza di coordinamento
strumento	PROGETTO UNITARIO DELL'ARREDO URBANO
azioni	riqualificare gli elementi dell'arredo urbano; organizzare la personalizzazione dei luoghi; caratterizzare l'immagine del paese storico; .....;
tematica	INFORMAZIONE: gli strumenti d'informazione sono privi di coordinamento e di una sufficiente dotazione di dati informativi per il paese ed il territorio
strumento	SISTEMA DELL'INFORMAZIONE URBANA
azioni	organizzare il percorso dell'informazione; creare gerarchia nella comunicazione; differenziare gli elementi della comunicazione urbana, istituzionale e commerciale; .....;
tematica	.....;
strumento	.....;
azioni	.....;

4.1.2. nuovi obiettivi strategici

POTENZIALITÀ DA SVILUPPARE RISPETTO AGLI SCENARI FUTURI

tematica	RESIDENZA: crisi della funzione residenziale
strumento	PROGRAMMA DI PROMOZIONE RESIDENZIALE
azioni	riqualificare gli ambiti urbani implementare i servizi riorganizzare il sistema della mobilità favorire le politiche abitative .....;
tematica	SERVIZI: coordinamento delle funzioni pubbliche e private ed elevata capacità di attrarre investimenti nel settore dei servizi di qualità
strumento	PIANO DELLE FUNZIONI PIANO DELLE FUNZIONI PUBBLICHE .....;
azioni	assegnare destinazioni d'uso ai grandi contenitori non utilizzati secondo un piano unitario di progetti integrati; logistica degli uffici comunali; logistica degli altri enti pubblici; .....;
tematica	NUOVE ATTIVITÀ: inserire nuove opportunità per il centro storico ed il paese
strumento	PIANO DI COORDINAMENTO TRA PAESE' E TERRITORIO .....;
azioni	nuovi servizi per i turisti nuovi servizi per attività di ricerca e promozione .....;

tematica	<b>MOBILITÀ:</b> sistema condizionato dall'eccessiva presenza di viabilità non carrabile (piazze utilizzate a parcheggio), dalla cesura tra il paese e centro storico generata dall'attuale configurazione del Corso Margherita, dalla mancanza di gerarchia dei percorsi veicolari, ciclabili e pedonali
strumento	<b>PIANO PER IL TRAFFICO</b> .....;
azioni	riorganizzare il sistema degli accessi; individuare gerarchie di percorsi per auto, bici e pedoni; implementare parcheggi e sosta; riorganizzare la mobilità delle merci; supportare le attività con mobilità elettrica e magazzini dinamici; sostenere le attività in centro storico; .....;

tematica	.....;
strumento	.....;
azioni	.....;

4.2. sistema integrato degli interventi: gli impegni del privato

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....