

PROGETTAZIONE NELLE AREE
COSTIERE
2010-2011

r i m i n i v e n t u r e 2 0 2 7

Il Piano Strategico di Rimini

processo e azioni

un introduzione

Arch. Filippo Boschi
9 marzo 2011

2007 non vi è crisi evidente del modello Rimini.....

**però l'immagine di Rimini sta sfocando agli occhi
del mondo ma anche agli occhi dei riminesi...**

**Vi è una latente coscienza della necessità di
trasformare e innovare e vi sono segnali di
sfiducia:**

- Investimenti a brevissimo termine
- Rendita di posizione
- Rendita immobiliare
- Rassegnazione ad essere 2° meta turistica
- Assenza d'investimenti creativi



Come possiamo
alzare la qualità della
vita e l'immagine
del nostro territorio?

L'Europa **suggerisce** agli stati membri
il **Piano Strategico** come percorso di successo
nella competizione globale.



**Cos'è
il Piano
Strategico?**

- **E' un patto fra tutti coloro che hanno delle responsabilità**
- **Atto volontario**
- **Percorso a lungo termine**
- **Carattere partecipativo**
- **È un atto culturale e politico, non è partitico**

A red speech bubble with a white question mark inside, pointing towards the top left.

**Come
fare ?**

**Avviare un piano strategico non è imposto da una legge,
non c'è un manuale che dice come farlo.**

Come
fare ?

L'Europa delle città
Strategiche.

Molti piani,
diversi modelli



Torino, Amsterdam, Barcellona, Bilbao, Lione, Helsinki,...

Come
fare ?

Coinvolgere la **società civile** per
costruire il riferimento condiviso
per il futuro dello sviluppo locale





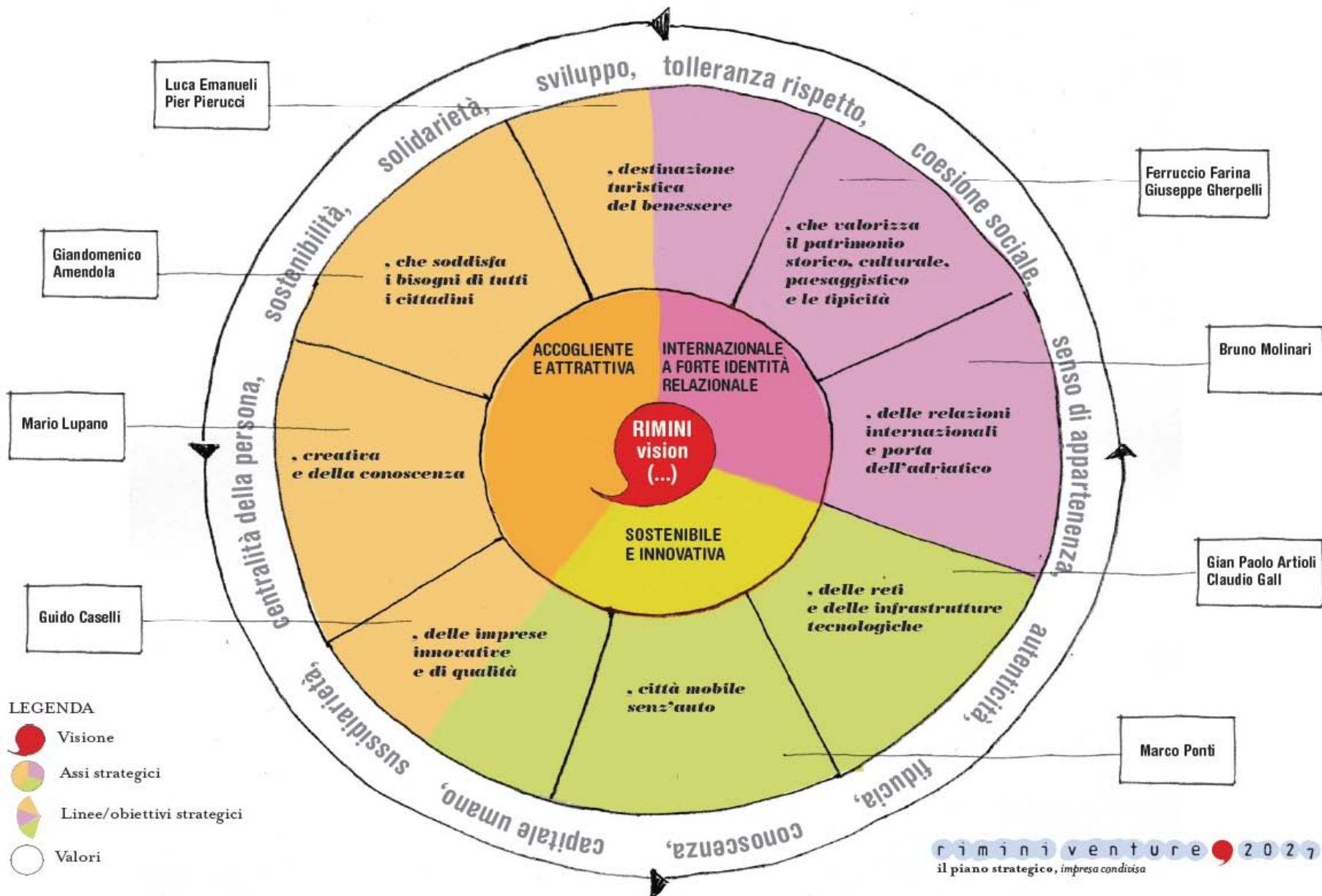
Il forum Rimini Venture

*Maurizio Ermeti - Presidente
Associazione Forum Rimini Venture
2027*

Il **Forum RIMINIVENTURE** raggruppa all'inizio 50 associazioni del territorio riminese. Con l'avanzamento dei lavori si aggiungono altre associazioni.

Oggi **60 associazioni** compongono il Forum

I primi Assi e Obiettivi identificati





**Il lavoro dei
gruppi in
sintesi**

Gruppi di lavoro:	8
N. Incontri complessivi Piano Strategico:	94
N. Giornate lavoro gruppi:	44
Macro-Azioni proposte:	42
Azioni proposte:	139
->di cui di governance:	14

Dai lavori dei gruppi derivano

25 visioni di settore; obiettivi di fondo per la Rimini futura

LE VISIONI DI SETTORE - CULTURA

I temi dell'immagine

Oggi prevalentemente
Rimini città del turismo di massa sole-mare

➔

Domani anche
Rimini città che recupera identità profonde come volano di un nuovo sviluppo

- Es. sotto-azioni**
- Parco archeologico;
 - Tempio malatestiano sito Unesco;
 - International Tourism Center;

LE VISIONI DI SETTORE - CULTURA

Paesaggio

Oggi
Rimini territorio saturato dall'edificazione residenziale e commerciale

➔

Domani
Rimini che punta sulla qualità dei paesaggi e sull'ambiente più naturalizzato

- Es. sotto-azioni**
- Parchi fluviali e aree verdi;
 - Varchi a mare;
 - Riqualificazione del periurbano;

LE VISIONI DI SETTORE - CULTURA

Paesaggio

Oggi
Rimini territorio saturato dall'edificazione residenziale e commerciale

➔

Domani
Rimini che punta sulla qualità dei paesaggi e sull'ambiente più naturalizzato

- Es. sotto-azioni**
- Parchi fluviali e aree verdi;
 - Varchi a mare;
 - Riqualificazione del periurbano;

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. sotto-azioni**
- Innovation community e tavolo di coordinamento per l'innovazione;
 - Creazione sportello innovazione (Spinner, ecc.)
 - Incubatori di spiaggia;

Valorizzazione

Oggi
Rimini nota come sistema produttivo prevalentemente monoculturale

➔

Domani
Rimini nota anche come territorio delle molte imprese innovative

- Es. sotto-azioni**
- Coordinamento per l'internazionalizzazione;
 - Sperimentazione del Prodotto Interno di Qualità;

Vivibilità

Oggi
Rimini città sempre meno vivibile

➔

Domani
Rimini città della qualità dell'ambiente di vita

- Es. sotto-azioni**
- Incremento spazi verdi;
 - Incremento servizi sociali;
 - Edilizia sociale;
 - Città dei bambini;
 - Armonizzazione dei tempi di vita e lavoro;

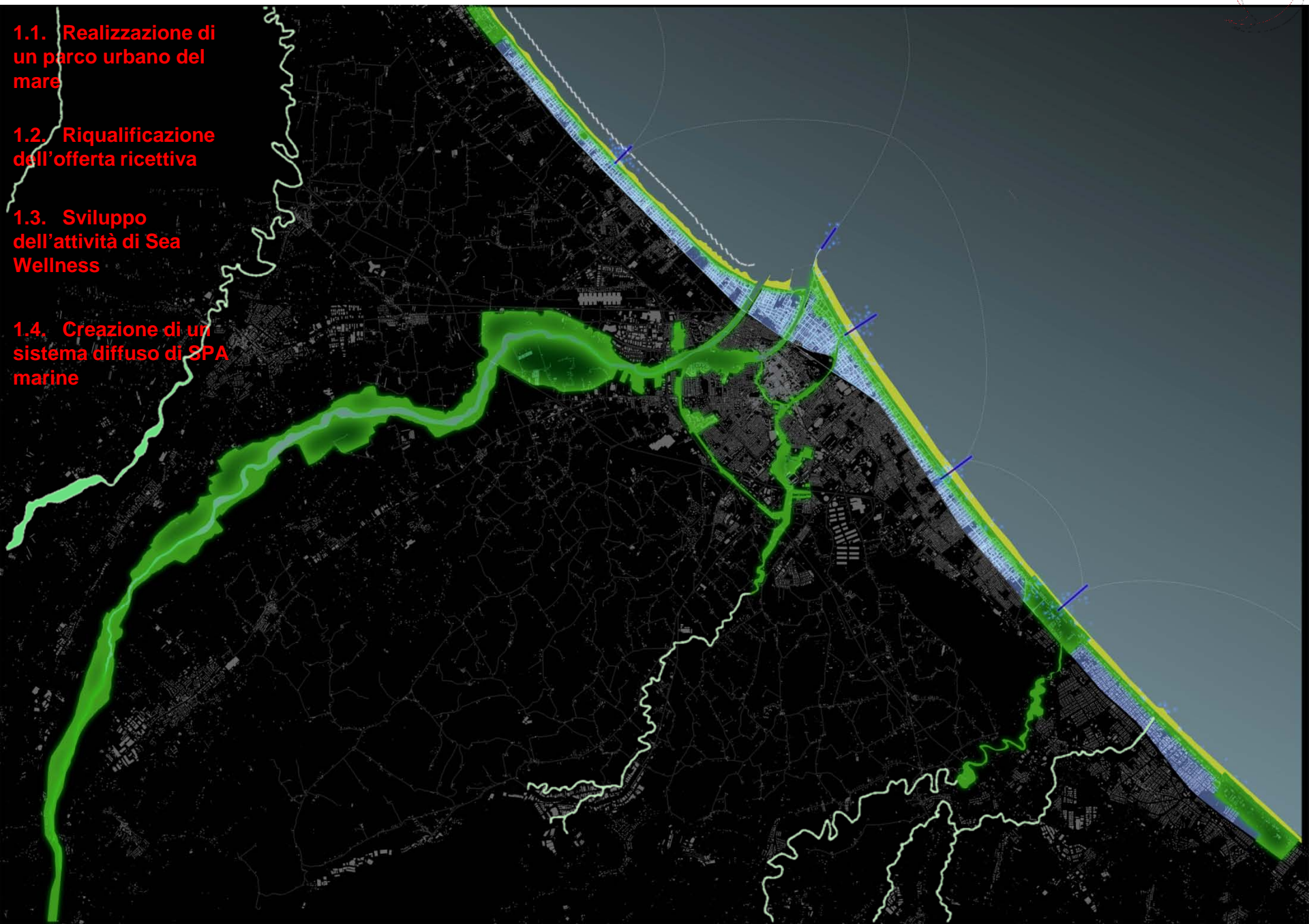
La visione
di Rimini

nei lavori dei gruppi del Forum

5 SONO GLI AMBITI RELAZIONALI STRATEGICI

1. UN NUOVO RAPPORTO COL MARE
2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA' (il nuovo modello)
3. UN SISTEMA DI IMPRESE FATTO DI PERSONE E INNOVAZIONE (territorio che attrae persone - imprese - innovazione)
4. LA QUALITA' DI UN TERRITORIO RICOMPOSTO E COESO
5. LA CULTURA CHE FORMA E INFORMA LE PERSONE CREANDO NUOVA IMMAGINE (vs. l'immagine che omologa la cultura)

1. UN NUOVO RAPPORTO CON IL MARE



- 1.1. Realizzazione di un parco urbano del mare
- 1.2. Riqualificazione dell'offerta ricettiva
- 1.3. Sviluppo dell'attività di Sea Wellness
- 1.4. Creazione di un sistema diffuso di SPA marine

PARCO URBANO DEL MARE
(anche come spazio relazionale e culturale)



2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

2.1. Miglioramento connessioni ferroviarie con grandi direttrici alta velocità.

2.2. Istituzione di collegamenti aerei giornalieri con hub internazionali e sinergie con aeroporto di Bologna.

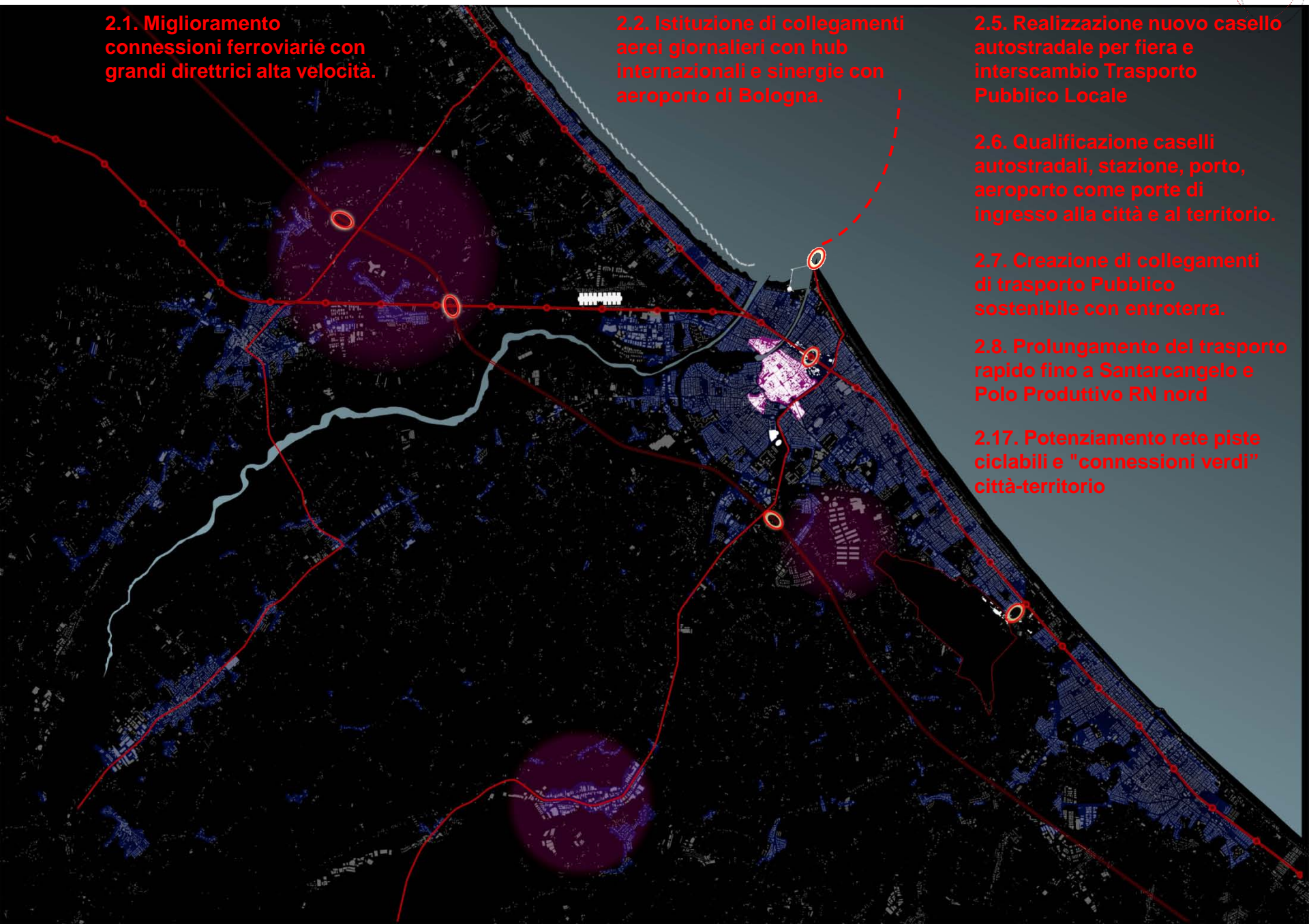
2.5. Realizzazione nuovo casello autostradale per fiera e interscambio Trasporto Pubblico Locale

2.6. Qualificazione caselli autostradali, stazione, porto, aeroporto come porte di ingresso alla città e al territorio.

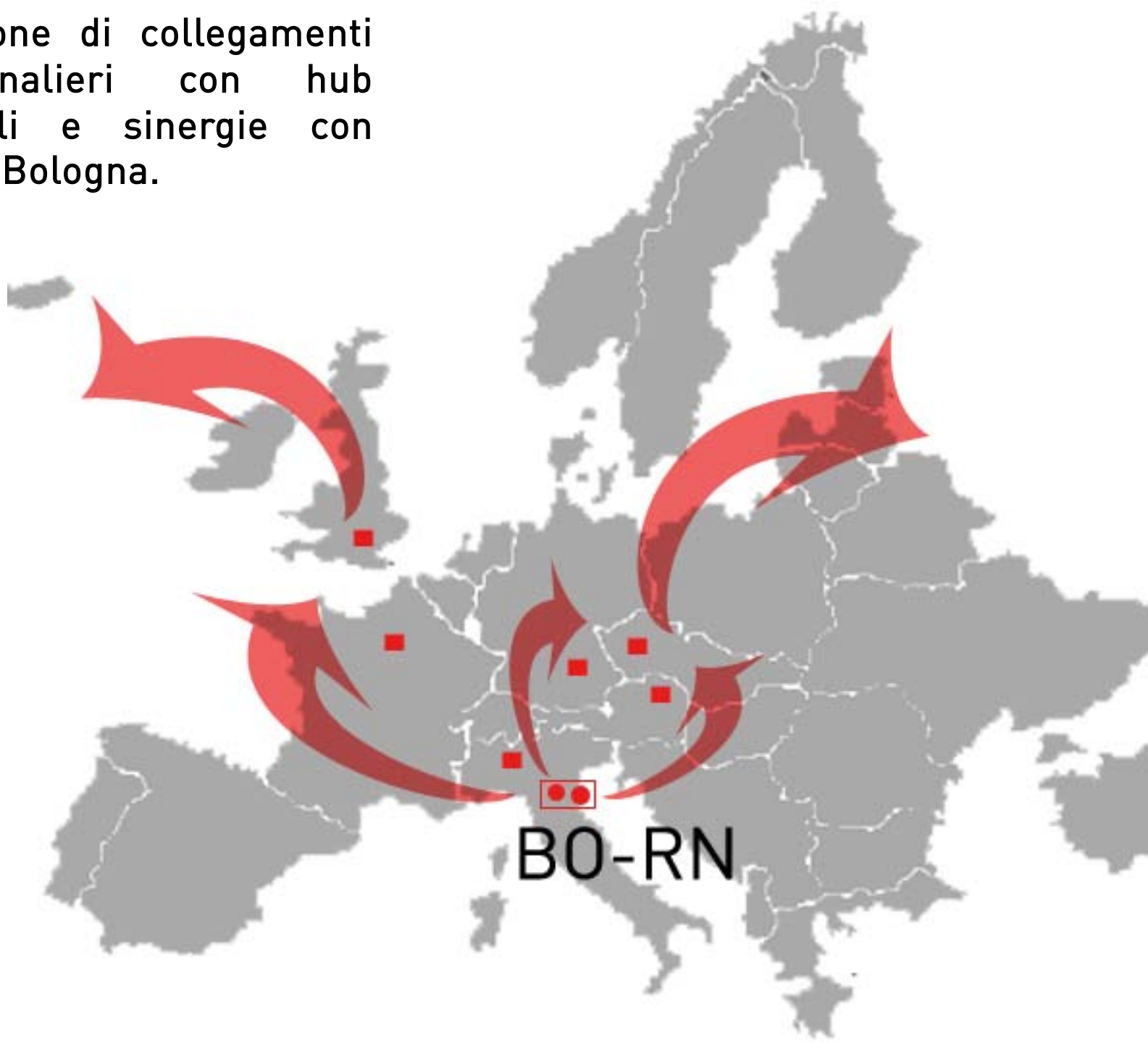
2.7. Creazione di collegamenti di trasporto Pubblico sostenibile con entroterra.

2.8. Prolungamento del trasporto rapido fino a Santarcangelo e Polo Produttivo RN nord

2.17. Potenziamento rete piste ciclabili e "connessioni verdi" città-territorio



2.2. Istituzione di collegamenti aerei giornalieri con hub internazionali e sinergie con aeroporto di Bologna.

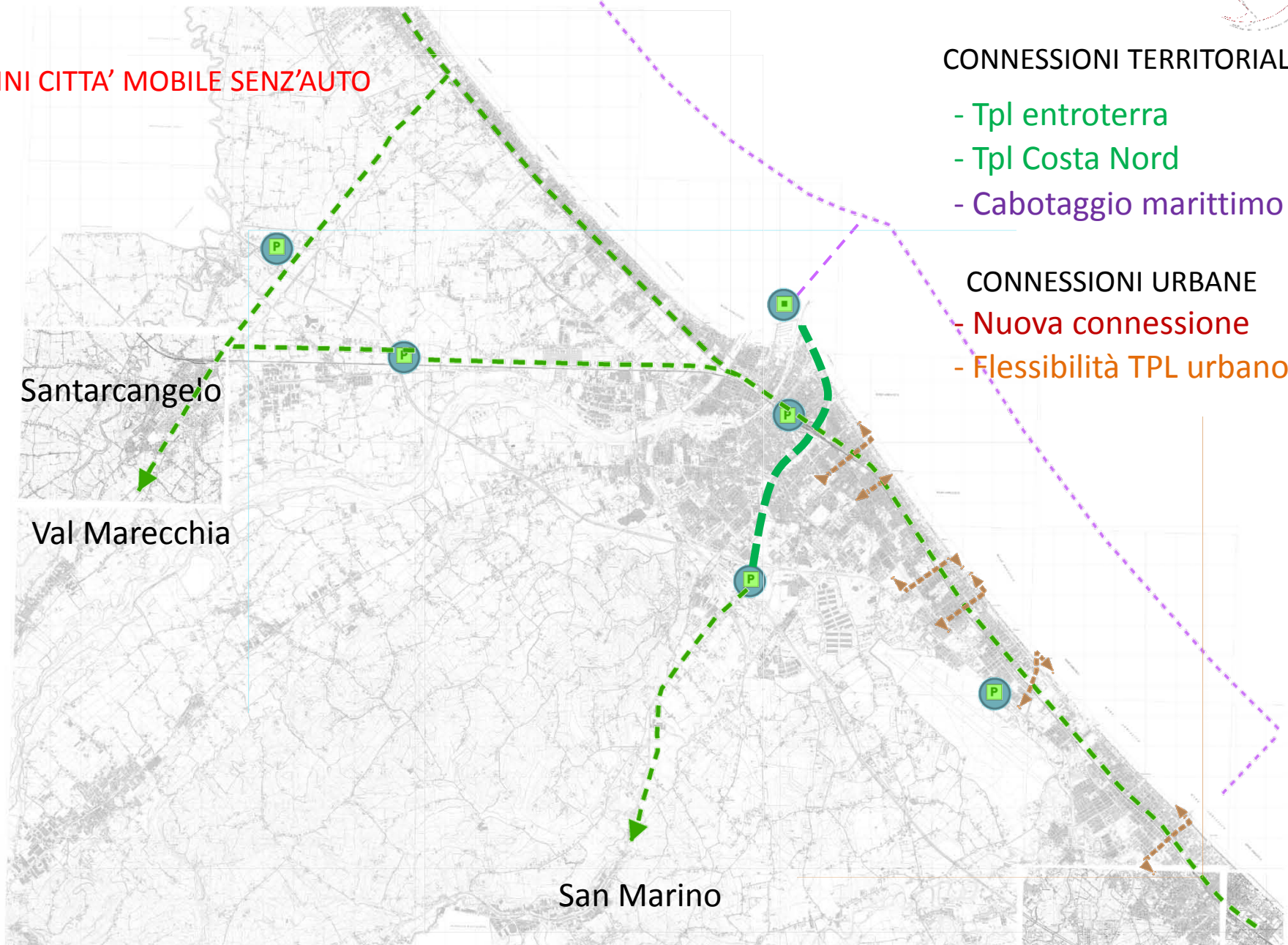


2.5. Realizzazione nuovo casello autostradale per fiera e interscambio Trasporto Pubblico Locale



2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

RIMINI CITTA' MOBILE SENZ'AUTO



2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

21



2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

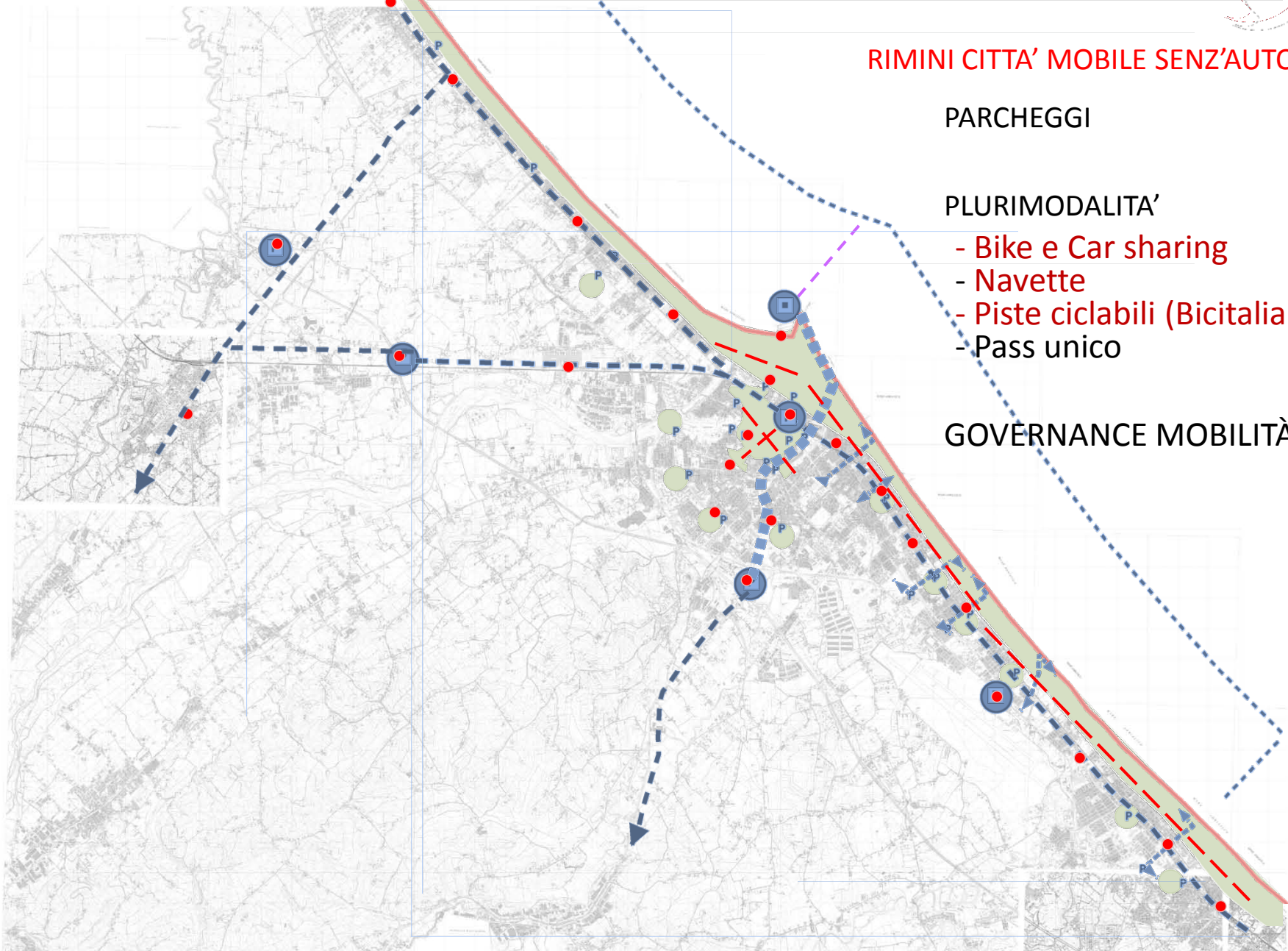
RIMINI CITTA' MOBILE SENZ'AUTO

PARCHEGGI

PLURIMODALITA'

- Bike e Car sharing
- Navette
- Piste ciclabili (Bicitalia)
- Pass unico

GOVERNANCE MOBILITA'



2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

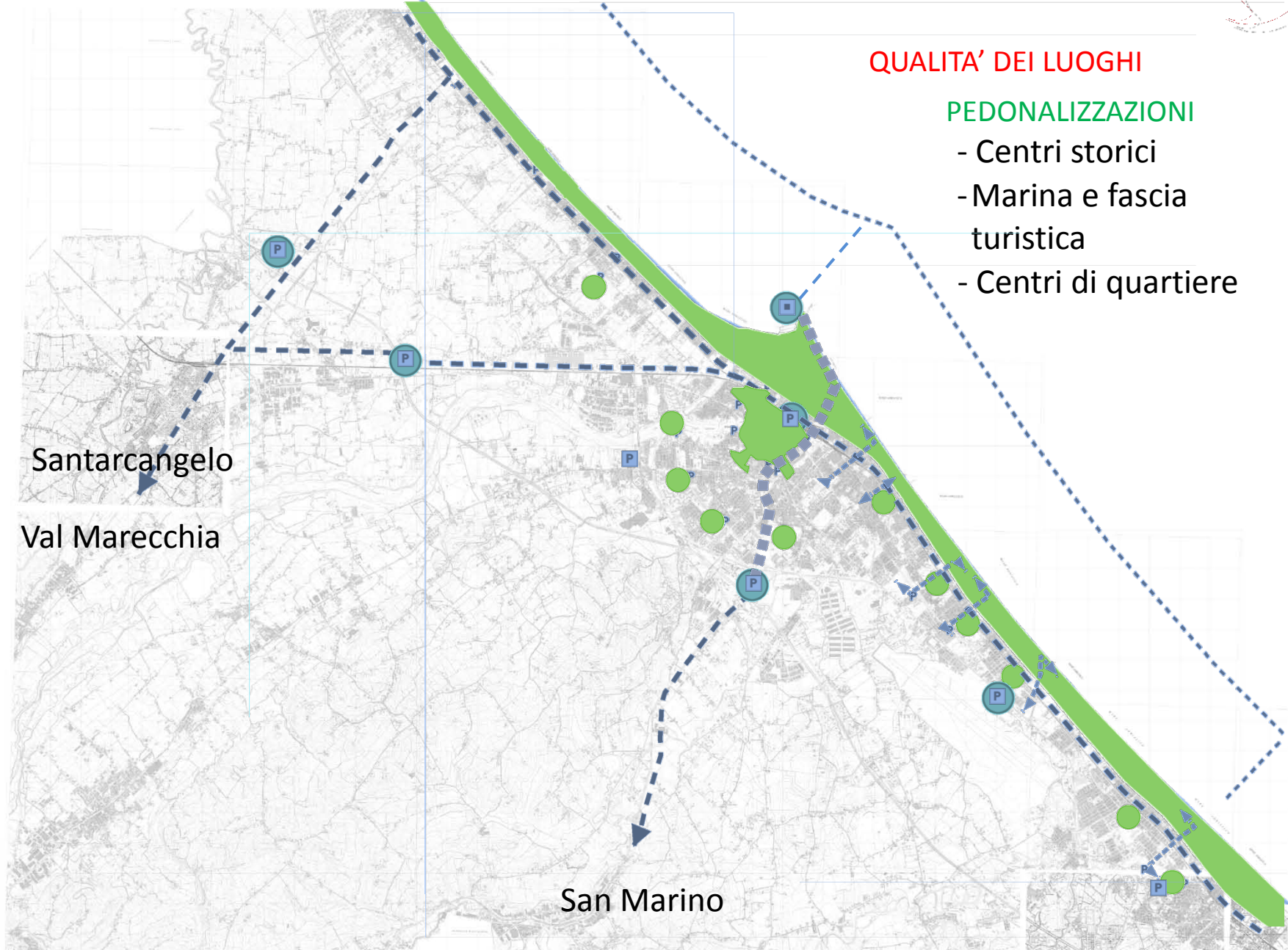


2. UNA SFIDA SULLA MOBILITA'

QUALITA' DEI LUOGHI

PEDONALIZZAZIONI

- Centri storici
- Marina e fascia turistica
- Centri di quartiere



3. UN SISTEMA DI IMPRESE FATTO DI PERSONE E INNOVAZIONE

3. UN SISTEMA DI IMPRESE FATTO DI PERSONE E INNOVAZIONE

1_ METTERE A FRUTTO L'INNOVAZIONE CHE E' PRESENTE NELL'EVENTO RELAZIONALE

Strutturare sempre più le numerose occasioni che il territorio offre quale momento di scambio di valori, saperi, culture, INNOVAZIONE

2_ INNOVAZIONE APERTA A VARI SETTORI

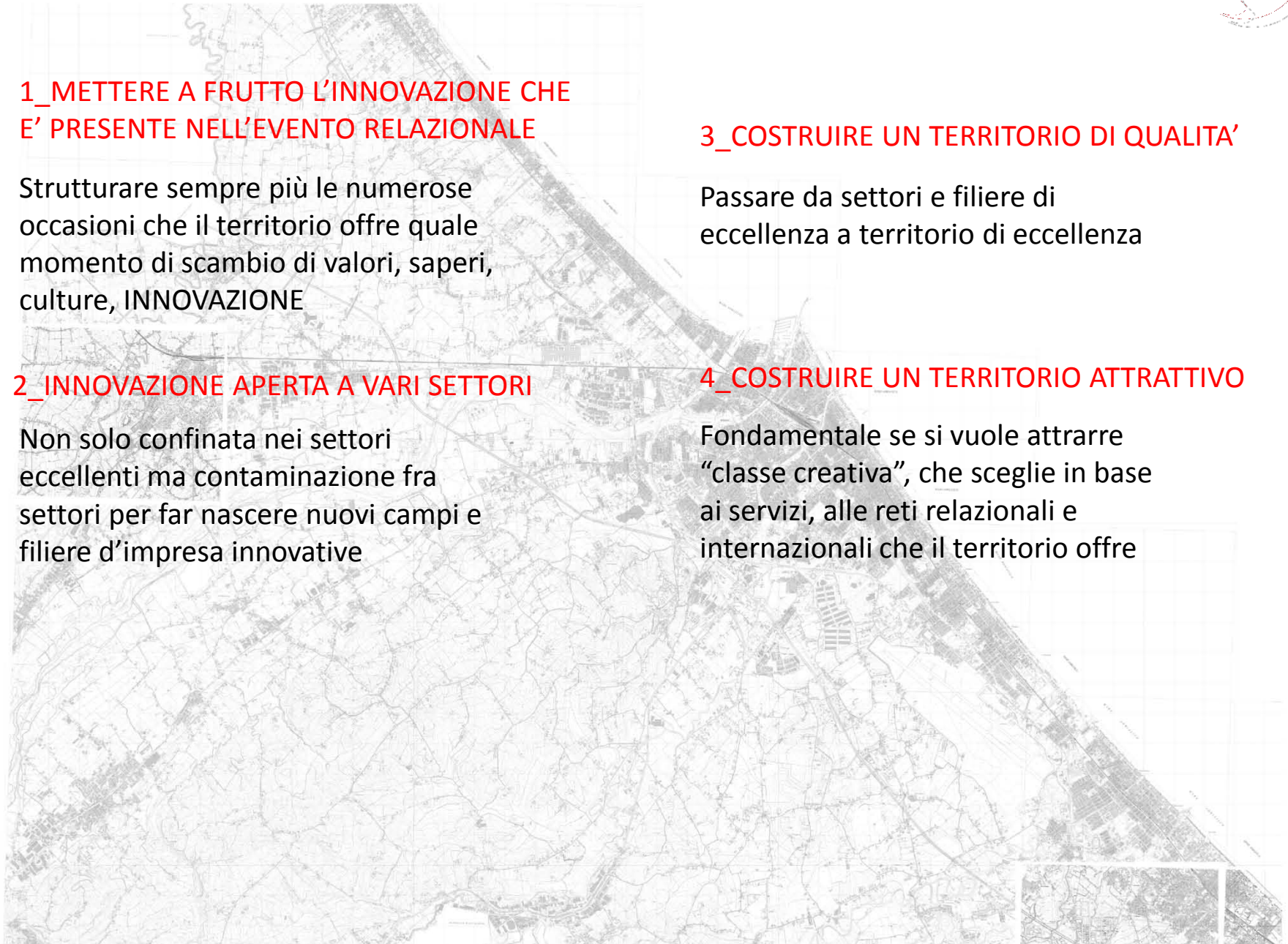
Non solo confinata nei settori eccellenti ma contaminazione fra settori per far nascere nuovi campi e filiere d'impresa innovative

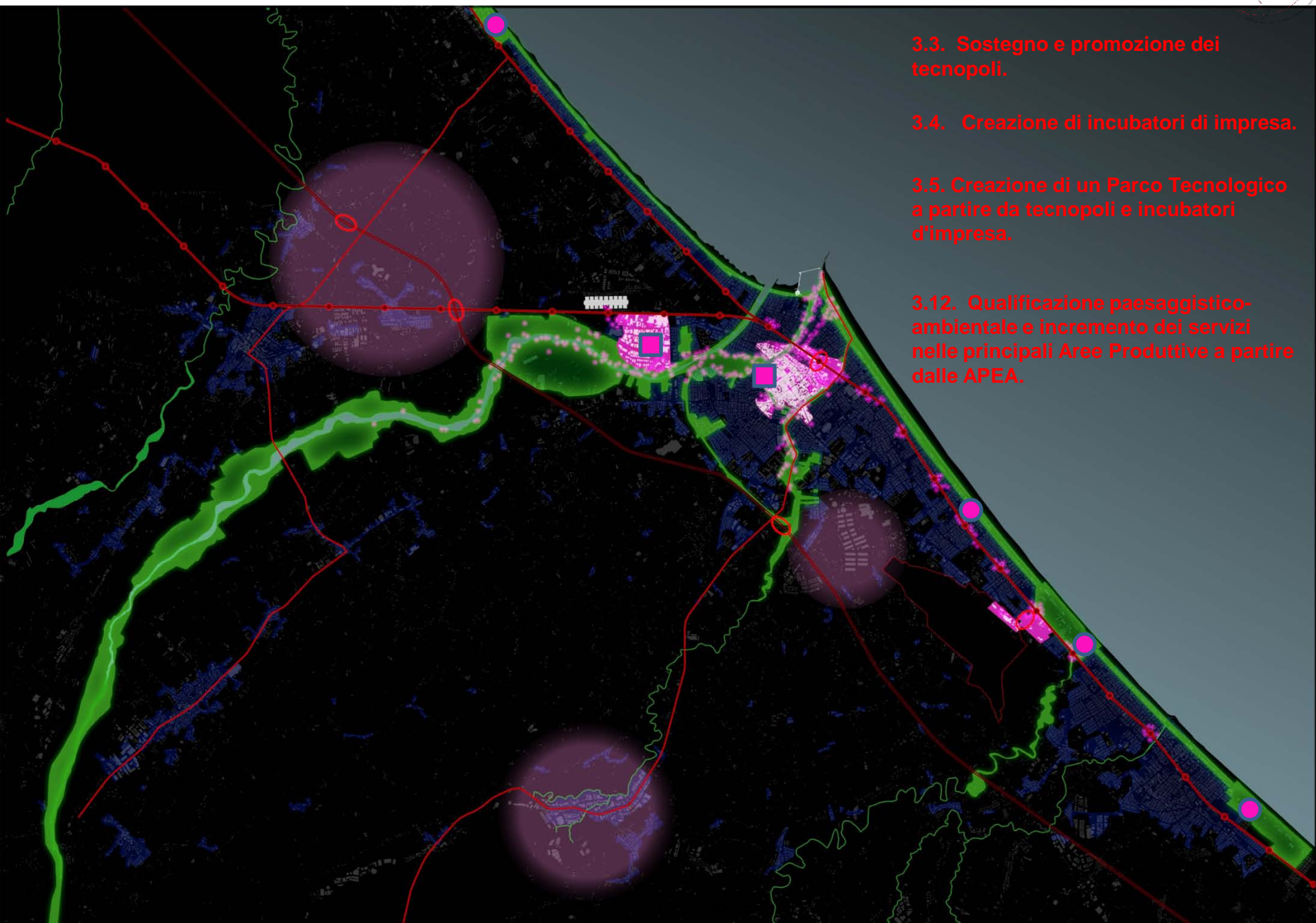
3_ COSTRUIRE UN TERRITORIO DI QUALITA'

Passare da settori e filiere di eccellenza a territorio di eccellenza

4_ COSTRUIRE UN TERRITORIO ATTRATTIVO

Fondamentale se si vuole attrarre "classe creativa", che sceglie in base ai servizi, alle reti relazionali e internazionali che il territorio offre





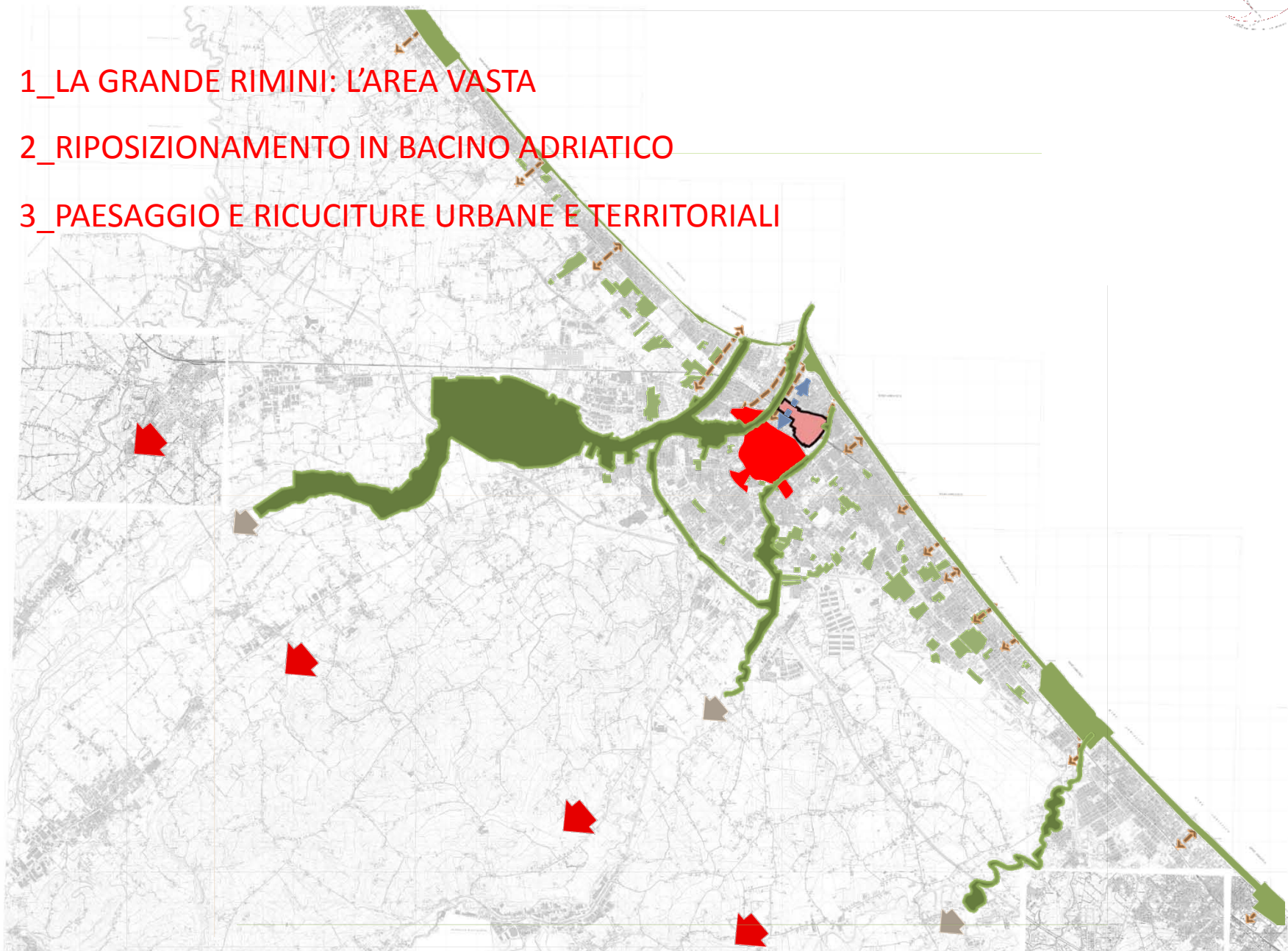
- 3.3. Sostegno e promozione dei tecnopoli.
- 3.4. Creazione di incubatori di impresa.
- 3.5. Creazione di un Parco Tecnologico a partire da tecnopoli e incubatori d'impresa.
- 3.12. Qualificazione paesaggistico-ambientale e incremento dei servizi nelle principali Aree Produttive a partire dalle APEA.

4. LA QUALITA' DI UN TERRITORIO RICOMPOSTO E COESO

1_ LA GRANDE RIMINI: L'AREA VASTA

2_ RIPOSIZIONAMENTO IN BACINO ADRIATICO

3_ PAESAGGIO E RICUCITURE URBANE E TERRITORIALI



4.2. Riqualificazione area Stazione, quale nuova polarità urbana e nodo di interscambio

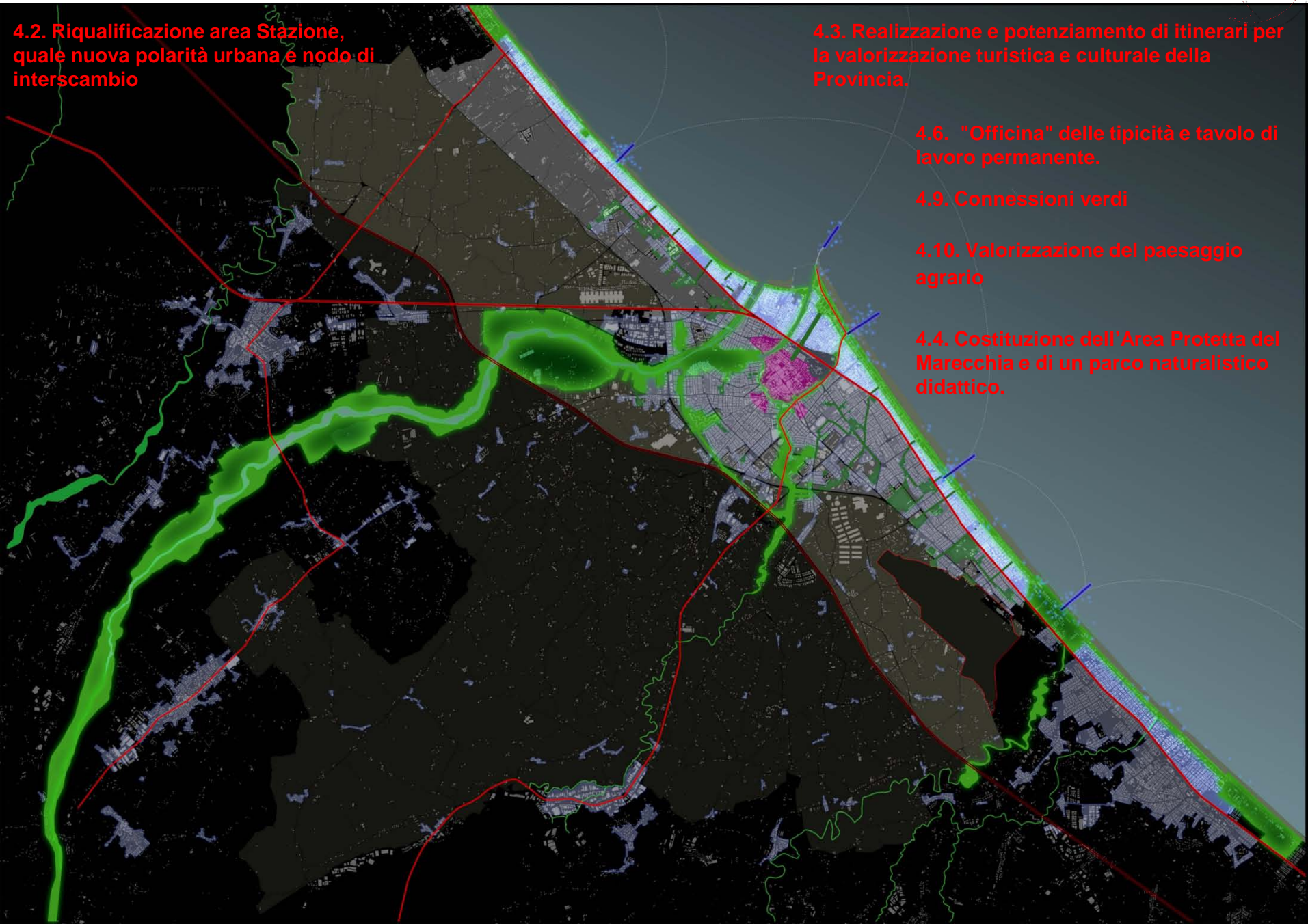
4.3. Realizzazione e potenziamento di itinerari per la valorizzazione turistica e culturale della Provincia.

4.6. "Officina" delle tipicità e tavolo di lavoro permanente.

4.9. Connessioni verdi

4.10. Valorizzazione del paesaggio agrario

4.4. Costituzione dell'Area Protetta del Marecchia e di un parco naturalistico didattico.



5. LA CULTURA CHE FORMA E INFORMA CREANDO NUOVA IMMAGINE

RIMINI: "COLTA E CORTESE" (storia e tradizioni)

RIQUALIFICAZIONE LUOGHI URBANI STORICI E A FORTE VALENZA IDENTITARIA

5.3. Creazione percorso lungofiume, porto-ponte Tiberio e riqualificazione complessiva aree interessate compresa la Marineria

RICERCA E FORMAZIONE TURISTICA

5.7. Museo Dinamico del Turismo / International Tourism Center / Polo Formativo / Centro della conoscenza

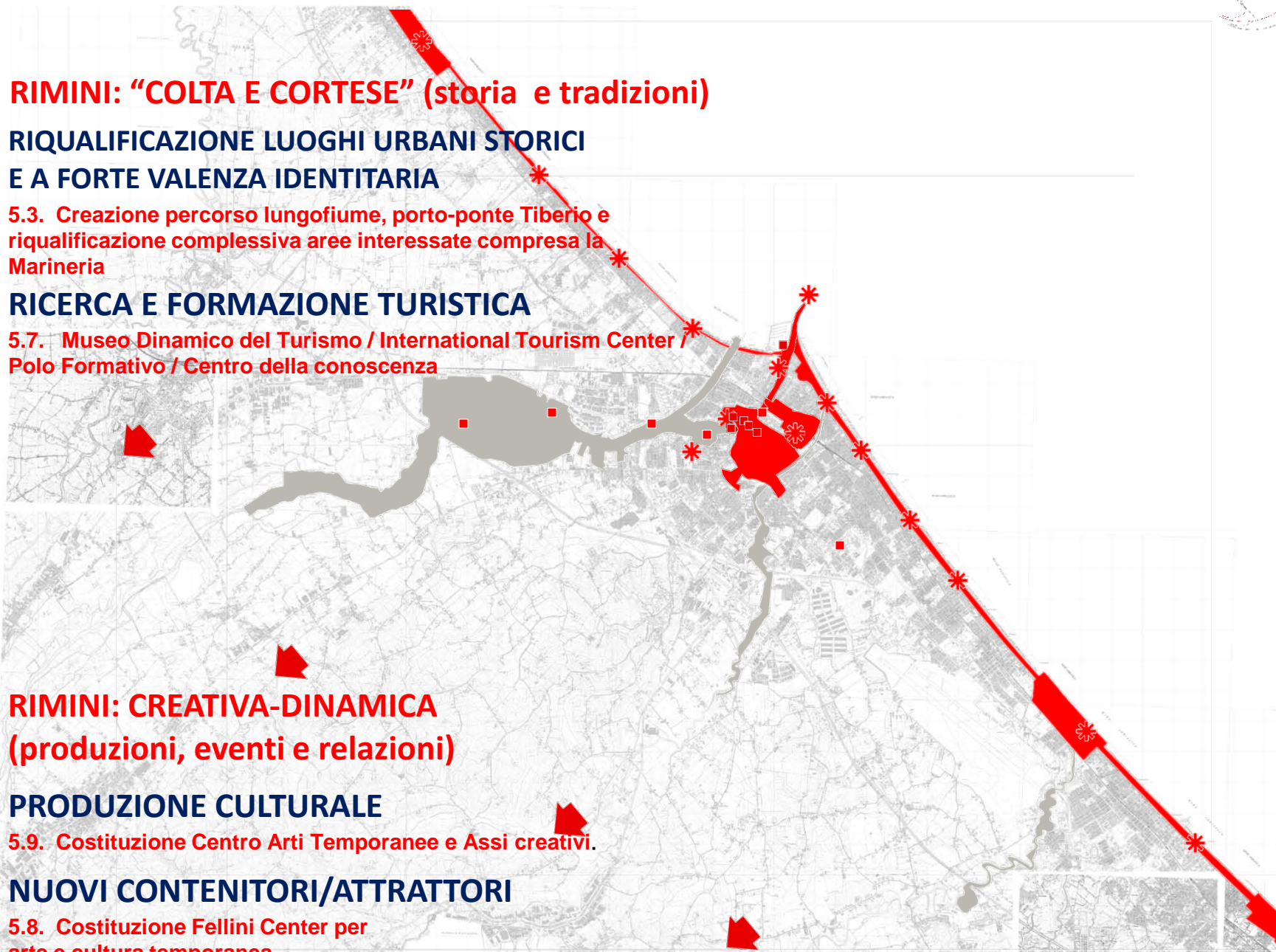
RIMINI: CREATIVA-DINAMICA (produzioni, eventi e relazioni)

PRODUZIONE CULTURALE

5.9. Costituzione Centro Arti Temporanee e Assi creativi.

NUOVI CONTENITORI/ATTRATTORI

5.8. Costituzione Fellini Center per arte e cultura temporanea



Legenda

1. UN NUOVO RAPPORTO COL MARE

- Parco urbano del Mare
- Spa marine
- Sea wellness
- Riqualificazione della fascia turistica

2. UNA SFIDA SULLA MOBILITÀ

- Corridoi trasporto pubblico primario TPL - TRC - FS
- Corridoi trasporto pubblico secondario TPL
- Trasporto marittimo passeggeri
- Nuove porte territoriali

3. UN SISTEMA DI IMPRESE FATTO DI PERSONE E INNOVAZIONE

- Aree produttive da qualificare

4. LA QUALITÀ DI UN TERRITORIO RICOMPOSTO E COESO

- Aree strategiche
- Centro storico
- Sistema del verde urbano
- Sistema verde territoriale

5. LA CULTURA CHE FORMA E INFORMA CREANDO UNA NUOVA IMMAGINE

- Aree progetto cultura e centri creatività diffusa

