



D_Programma_sviluppo
«HUB BAGNACAVALLO CENTRO»
Hub urbano del Comune di Bagnacavallo



Indice dei contenuti

Relazione sulle **modalità di governance** e **programma di sviluppo e innovazione** relativa alla costituzione dell'hub urbano *Bagnacavallo Centro* del Comune di Bagnacavallo, elaborata secondo quanto stabilito dai criteri e requisiti previsti dalla Regione Emilia-Romagna nella L.R. 12/2023 e successivo regolamento attuativo per la costituzione e il riconoscimento.

01 Premessa e obiettivi

02 Visione e vocazione

03 Strategie e interventi

04 Il piano di governance

05 Programmazione interventi e reperimento risorse

06 Osservazioni di sintesi

Premessa e obiettivi *programma di sviluppo e innovazione*

Stante il quadro conoscitivo, sintetizzato nell'analisi sullo stato di fatto e condiviso con i vari partner coinvolti nel processo di avvio e costituzione dell'hub urbano, la presente relazione riporta la **visione**, le **strategie**, gli **interventi** e il **piano di governance** dell'hub.

I contenuti sono stati frutto di momenti di confronto, co-progettazione e condivisione con gli attori coinvolti nella fase di start-up e costituzione dell'hub.

Intendendo l'**hub come un percorso**, e non come un "mero" progetto, nel corso dell'iter di sviluppo sono previsti momenti di **confronto e co-progettazione con altri attori territoriali** volti a implementare la rete che caratterizza l'hub e al tempo stesso raccogliere ulteriori stimoli, idee e suggerimenti per dare ulteriori risposte e rendere il **processo inclusivo** e costruire insieme nuove progettualità ed ulteriori ipotesi di intervento.

In tal senso la visione e le relative strategie rappresentano un punto di partenza condiviso in grado di abbracciare diverse "istanze", "necessità", interventi e progettualità, ed essere adeguate ed implementate nel corso del tempo e del percorso di sviluppo, coerentemente con le finalità dell'hub.

Tale processo vede come fattore fondamentale le **risorse umane attivabili** e la **governance** anch'essa impostata e implementata in modo strutturato e al tempo stesso capace di lavorare per diversi livelli (nel rispetto di ruoli, dei compiti e funzioni dei singoli partner) ed essere adattata allo sviluppo del percorso.

percorso hub



Visione e vocazione

La visione dell'hub urbano **"Bagnacavallo: un centro vissuto e da condividere"** si fonda sul riconoscimento del forte valore storico, culturale e identitario del centro cittadino, emerso dal quadro conoscitivo e condiviso con gli attori territoriali.

Essa interpreta il centro non solo come luogo di attrazione episodica, ma come spazio quotidiano di relazione, socialità e servizi, capace di integrare patrimonio storico, attività economiche, cultura e qualità dello spazio pubblico.

La vision orienta quindi il percorso dell'hub verso il rafforzamento dell'uso ordinario degli spazi, la riattivazione dei vuoti urbani, il sostegno al commercio di prossimità e la valorizzazione delle centralità esistenti, promuovendo un modello urbano inclusivo, accessibile e sostenibile. Un centro "vissuto" perché animato in modo continuativo da funzioni, eventi e presidi quotidiani; "da condividere" perché costruito attraverso la partecipazione attiva di istituzioni, operatori economici, associazioni e cittadini, in un processo progressivo e collaborativo di rigenerazione e sviluppo.

*Bagnacavallo: un centro vissuto
e da condividere*

Strategie e interventi

Le strategie di sviluppo dell'hub di Bagnacavallo sono costruite a partire da una lettura integrata del centro urbano, che ne riconosce il forte valore storico, culturale e identitario, ma anche alcune criticità legate alla **discontinuità della vita quotidiana**, alla concentrazione delle attività in momenti specifici e alla necessità di rafforzare l'uso ordinario degli spazi e delle funzioni centrali.

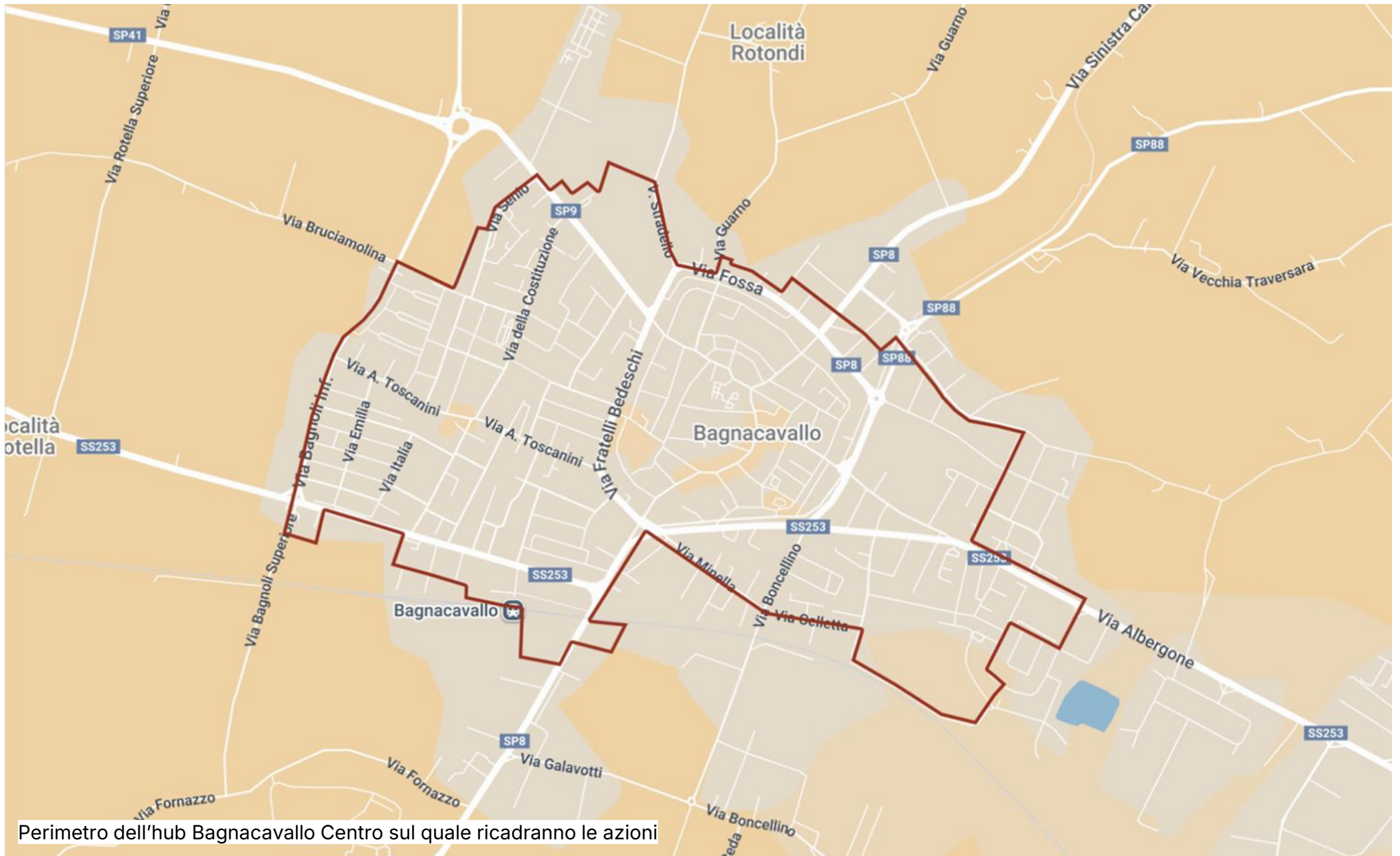
In coerenza con la visione "*Bagnacavallo: un centro vissuto e da condividere*", mirano a **rafforzare e mettere a sistema ciò che già esiste**, migliorandone la fruibilità, la continuità d'uso e la capacità di essere condiviso.

Le strategie sono tra loro complementari e orientate a costruire un processo progressivo, che integra **spazio pubblico, cultura, turismo e tempo libero, commercio, servizi e promozione**, con l'obiettivo di rendere il centro urbano più presente nella vita quotidiana e più accessibile come luogo di relazione e condivisione.

Le azioni individuate divise in **4 macro-strategie** risultano pertanto le seguenti:

- **Cultura, eventi e pratiche condivise come leva di vitalità urbana:** la strategia valorizza il patrimonio culturale, gli eventi e le pratiche già consolidate come strumenti per rafforzare la vita del centro, superando una logica episodica e favorendo una maggiore continuità tra iniziative culturali e frequentazione quotidiana.

- **Qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane:** la strategia è orientata a migliorare la qualità, la fruibilità e la riconoscibilità dello spazio pubblico del centro, rafforzando le centralità urbane come luoghi di sosta, incontro e permanenza, e sostenendo una maggiore integrazione tra spazi, funzioni ed eventi.
- **Rafforzamento delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità:** la strategia mira a sostenere il sistema delle attività economiche e dei servizi di base come presidi fondamentali del vivere urbano, affrontando il tema dei vuoti, della diversificazione dell'offerta e della capacità del centro di rispondere ai bisogni quotidiani della popolazione.
- **Promozione urbana, identità e racconto del centro:** la strategia è orientata a costruire un racconto coerente e condiviso del centro urbano di Bagnacavallo, capace di valorizzare spazi, iniziative e funzioni, rafforzare il senso di appartenenza e rendere visibile nel tempo il processo di costruzione di un centro vissuto e condiviso.



VISIONE

*Bagnacavallo: un centro vissuto
e da condividere*

STRATEGIE

1

Cultura, eventi e
pratiche condivise
come leva di
vitalità urbana

- Eventi e iniziative come strumenti sperimentali e progressivi

2

Qualità dello
spazio pubblico e
delle centralità
urbane

- Un centro accogliente, vivibile e identitario

3

Rafforzamento
delle funzioni
quotidiane e del
commercio di
prossimità

- Commercio e servizi come presidi minimi

4

Promozione
urbana, identità
e racconto del
centro

- Iniziative condivise per rafforzare l'identità locale

STRATEGIA 1 Cultura, eventi e pratiche condivise come leva di vitalità urbana

La strategia 1 assume la **cultura, gli eventi e le pratiche condivise** come principali leve per rafforzare la vitalità del centro urbano di Bagnacavallo e renderlo uno spazio sempre più vissuto e condiviso. Il centro presenta infatti una ricca dotazione di luoghi culturali, iniziative consolidate e competenze diffuse, che costituiscono un patrimonio significativo ma che oggi producono effetti prevalentemente concentrati in momenti specifici, senza incidere in modo continuativo sulla vita quotidiana.

La strategia mira a superare una logica esclusivamente episodica, valorizzando eventi e iniziative già esistenti e accompagnandoli verso una **maggiore continuità, integrazione e riconoscibilità**. Cultura ed eventi non vengono intesi come attrazioni straordinarie, ma come strumenti per sostenere l'uso ordinario dello spazio pubblico, favorire l'incontro tra persone e rafforzare il legame tra centro urbano e comunità locale.

In questa prospettiva, le pratiche culturali e sociali diventano occasioni per **attivare luoghi, percorsi e spazi meno conosciuti**, coinvolgendo cittadini, associazioni e operatori economici in un processo di condivisione e partecipazione.

STRATEGIA 1 Set interventi

1.1 la **valorizzazione e il coordinamento degli eventi consolidati del centro urbano**, con particolare riferimento alle manifestazioni storiche e identitarie, come **San Michele**, rafforzandone la capacità di attivare il centro anche oltre i giorni dell'evento e favorendo sempre una maggiore integrazione con spazi pubblici, attività economiche e luoghi culturali;

1.2 la progettazione di "*Bagnacavallo da scoprire*", come insieme di iniziative e strumenti narrativi finalizzati a raccontare il centro attraverso **passeggiate nei vicoli, luoghi meno conosciuti e percorsi tematici**, utilizzando materiali cartacei semplici e/o **video pillole** con protagonisti commercianti, cittadini e soggetti attivi del territorio;

1.3 la rivitalizzazione di esperienze già effettuate per creare manifestazioni ricorrenti di valorizzazione di **palazzi storici, giardini, spazi privati e poli museali**, attraverso una o più giornate dedicate che favoriscano una fruizione inedita e condivisa del patrimonio urbano in maniera gratuita;

1.4 il rafforzamento del ruolo dell'**ex Mercato Coperto** come spazio multifunzionale a servizio della vita culturale e sociale del centro, promuovendone un utilizzo più ampio e continuativo anche per **eventi, iniziative promosse da operatori economici, attività formative e tematismi culturali**, in modo da renderlo un presidio attivo nel corso dell'anno;

1.5 il potenziamento della sinergia pubblico-privato nella costruzione dei **calendari condivisi di animazioni stagionali** (Primavera a Bagnacavallo, Bagnacavallo d'Estate, Bagnacavallo d'Inverno), con il coinvolgimento di pubblici esercizi e attività del centro nella promozione di momenti musicali e culturali nei plateatici o nelle immediate vicinanze dei locali, in orario aperitivo o prima serata, anche attraverso eventuali facilitazioni amministrative;

1.6 la promozione di **pratiche culturali diffuse e partecipate**, attraverso il coinvolgimento di associazioni, gruppi informali, cittadini e soggetti attivi del territorio nella progettazione e realizzazione delle iniziative, rafforzando il senso di appartenenza e la dimensione comunitaria del centro;

1.7 il coordinamento delle iniziative culturali e degli eventi con le azioni di promozione e racconto del centro previste dalla Strategia 4, al fine di garantire continuità comunicativa, riconoscibilità e maggiore capacità di attrazione nel tempo.

SCHEMA DI SINTESI STRATEGIA 1 E I SUOI INTERVENTI

Cultura, eventi e pratiche
condivise come leva di
vitalità urbana

- valorizzazione e coordinamento degli eventi già consolidati come San Michele
- progettazione di *"Bagnacavallo da scoprire"*, come insieme di iniziative e strumenti narrativi finalizzati a raccontare il territorio
- organizzazione di iniziative speciali per la valorizzazione di spazi pubblici e privati
- rafforzamento del ruolo dell'ex Mercato Coperto come spazio multifunzionale
- potenziamento della sinergia pubblico/privato nella programmazione dei calendari di iniziative stagionali
- promozione di pratiche culturali diffuse e partecipate
- coordinamento delle iniziative culturali e degli eventi con le azioni di promozione e racconto del territorio

STRATEGIA 2 Qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane

La Strategia 2 è orientata a rafforzare la **qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane** come condizioni essenziali per rendere il centro di Bagnacavallo uno spazio realmente vissuto e condiviso. Il centro storico presenta una struttura urbana riconoscibile e di pregio, ma caratterizzata da alcune criticità legate alla **continuità dei percorsi, alla leggibilità degli accessi, alla qualità di alcuni spazi e alla loro capacità di accogliere l'uso quotidiano**, oltre che eventi e iniziative.

La strategia parte dalla consapevolezza che la vitalità urbana non può prescindere da uno spazio pubblico curato, accessibile e percepito come accogliente. Piazze, strade, portici, parchi e percorsi rappresentano l'infrastruttura fisica attraverso cui si costruisce l'esperienza del centro: migliorarne la qualità significa favorire la permanenza, l'incontro e la condivisione, oltre a sostenere in modo diretto le strategie dedicate alla cultura, al commercio e alla promozione urbana.

In questa prospettiva, la strategia assume un approccio integrato che combina **interventi di riqualificazione fisica, miglioramento della fruibilità e rafforzamento della leggibilità urbana**, mettendo a sistema azioni puntuali già in corso o programmate con ulteriori interventi capaci di incidere sulla percezione complessiva del centro.

Attraverso lo sviluppo degli interventi previsti, la strategia mira a costruire uno spazio pubblico più curato, accessibile e riconoscibile, capace di sostenere nel tempo un centro urbano vissuto e condiviso e di rafforzare il legame tra luoghi, persone e funzioni.

STRATEGIA 2 Set interventi

2.1 il miglioramento della **segnaletica dei parcheggi di servizio e di cintura del centro storico**, finalizzato a rendere più leggibile l'accesso al centro e a favorire una distribuzione più ordinata dei flussi veicolari, anche attraverso l'eventuale comunicazione del numero di posti auto disponibili;

2.2 la realizzazione di un eventuale **"percorso di accoglienza e benvenuto"** lungo l'asse Via Vecchia Darsena – Largo De Gasperi, attraverso interventi di sistemazione del verde, inserimento di elementi narrativi e qualificazione dello spazio pubblico, anche mediante accordi e partnership con vivaisti e sponsor locali;

2.3 un **focus specifico su Piazza Nuova**, finalizzato alla riattivazione degli spazi sfitti e alla definizione di esigenze di riqualificazione fisica (coperture, portici, arredi), al fine di rafforzarne il ruolo come centralità urbana riconoscibile e vissuta;

2.4 il potenziamento e la valorizzazione dell'area dello **Sferisterio**, come spazio pubblico in fase di riqualificazione e renderlo maggiormente fruibile per futuri eventi, manifestazioni e iniziative, in coerenza con le strategie culturali e di animazione urbana;

2.5 la qualificazione e il miglioramento dei **portici del centro storico**, attraverso un rilievo puntuale dello stato di illuminazione, pavimentazioni e criticità manutentive, e la definizione di un progetto integrato di valorizzazione, anche con eventuale coinvolgimento dei proprietari;

2.6 l'attuazione di interventi di **miglioramento dei percorsi e degli spazi di attraversamento**, attraverso azioni straordinarie di pulizia, potenziamento dell'illuminazione e inserimento di arredi urbani, al fine di rendere il centro più leggibile e accessibile;

2.7 la **riqualificazione e valorizzazione dei parchi e dei giardini urbani**, in funzione delle diverse vocazioni:

- **Giardino dei Semplici**, in chiave più suggestiva e attrattiva anche sul piano turistico;
- **Parco della Pace, Parco Montessori e Parco Madri Costituenti**, con interventi orientati alla fruizione quotidiana, ai giochi, ai percorsi e alle attrezzature;

2.8 il miglioramento dei **percorsi pedonali e ciclopedonali**, attraverso interventi mirati di continuità, sicurezza e segnaletica, favorendo una connessione più fluida tra le diverse parti del centro;

2.9 l'implementazione di sistemi di **videosorveglianza**, come elemento di supporto alla qualità urbana e alla sicurezza percepita negli spazi pubblici.

SCHEMA DI SINTESI STRATEGIA 2 E I SUOI INTERVENTI

Qualità dello spazio pubblico
e delle centralità urbane

- miglioramento della segnaletica dei parcheggi di servizio e di cintura del centro storico
- realizzazione di un eventuale *“percorso di accoglienza e benvenuto”* lungo l’asse Via Vecchia Darsena – Largo De Gasperi
- focus specifico su Piazza Nuova, finalizzato alla riattivazione degli spazi sfitti e alla definizione di esigenze di riqualificazione fisica
- potenziamento e valorizzazione dell’area dello Sferisterio, come spazio pubblico in fase di riqualificazione
- qualificazione e miglioramento dei portici del centro storico
- attuazione di interventi di miglioramento dei percorsi e degli spazi di attraversamento
- riqualificazione e valorizzazione dei parchi e dei giardini
- miglioramento dei percorsi pedonali e ciclopedonali
- implementazione di sistemi di videosorveglianza

STRATEGIA 3 Rafforzamento delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità

La strategia 3 è orientata a rafforzare il **sistema delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità** come presupposto per rendere il centro di Bagnacavallo vissuto e condiviso. Accanto a una forte identità culturale e a una buona capacità di attrazione in occasione di eventi, il centro presenta infatti alcune criticità legate alla continuità dell'offerta commerciale, alla presenza di spazi sfitti e alla difficoltà di garantire una frequentazione costante durante l'arco della settimana.

La strategia parte dalla consapevolezza che la vitalità urbana non può poggiare esclusivamente su iniziative straordinarie, ma richiede una **rete solida di attività economiche e servizi di base**, in grado di rispondere ai bisogni quotidiani di residenti e fruitori. Il commercio di prossimità viene quindi assunto come elemento strutturale, non solo in termini economici, ma anche come presidio sociale, capace di generare relazioni, sicurezza percepita e qualità dello spazio pubblico.

In questa prospettiva, la strategia mira a sostenere le attività esistenti, favorire nuove aperture coerenti con il contesto, affrontare in modo attivo il tema dei locali vuoti e valorizzare il mercato settimanale come componente del centro. L'hub urbano diventa lo strumento attraverso cui coordinare azioni di accompagnamento, incentivazione e promozione, mettendo in relazione operatori economici, spazi disponibili e politiche pubbliche.

Attraverso lo sviluppo degli interventi previsti, la **strategia mira a costruire un sistema di funzioni quotidiane e di commercio di prossimità più solido, riconoscibile e integrato**, capace di sostenere nel tempo un centro urbano vissuto, accessibile e condiviso.

STRATEGIA 3 Set interventi

- 3.1** l'attivazione di **bandi di contributo a sostegno delle imprese esistenti**, finalizzati a supportare interventi di qualificazione innovazione, adeguamento degli spazi e miglioramento dei servizi offerti, in coerenza con l'evoluzione dei comportamenti di consumo;
- 3.2** l'attivazione di **bandi di contributo per nuove aperture**, con una particolare attenzione al riuso dei **locali sfitti**, favorendo l'insediamento di attività coerenti con i bisogni quotidiani e con il ruolo del centro;
- 3.3** lo sviluppo di un **progetto sui vuoti**, che **preveda azioni di riuso temporaneo dei locali non occupati** attraverso interventi di abbellimento, allestimenti delle vetrine, mostre temporanee visibili dall'esterno e aperture in giornate o periodi definiti, al fine di ridurre l'impatto visivo dei vuoti e migliorare la percezione complessiva dell'area;
- 3.4** il sostegno e la **valorizzazione del piccolo commercio**, anche attraverso **strumenti di promozione dedicati, come video interviste e racconti delle attività economiche, e il potenziamento dei contenuti delle pagine social e dei canali di comunicazione della rete d'impresa**;
- 3.5** la valorizzazione e la **comunicazione coordinata del mercato settimanale** come presidio ordinario di frequentazione del centro e come occasione di integrazione con il commercio stabile e le iniziative urbane;
- 3.6** l'integrazione tra **commercio, eventi e iniziative culturali, favorendo forme di complementarità** e coordinamento che rafforzino la capacità attrattiva complessiva del centro, evitando sovrapposizioni e conflitti (**convenzioni con musei e teatro**);
- 3.7** l'accompagnamento e il coordinamento tra operatori economici, anche attraverso momenti di confronto, **workshop e azioni condivise**, finalizzati a rafforzare la capacità organizzativa e collaborativa del sistema commerciale locale.

SCHEMA DI SINTESI STRATEGIA 3 E I SUOI INTERVENTI

Rafforzamento delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità

- attivazione di un bando di contributi a sostegno delle imprese esistenti
- attivazione di un bando di contributi per nuove aperture
- sviluppo di un progetto sui vuoti, che preveda azioni di riuso temporaneo dei locali non occupati
- sostegno e valorizzazione del piccolo commercio
- valorizzazione e comunicazione coordinata del mercato settimanale
- integrazione tra commercio, eventi e iniziative culturali
- accompagnamento e coordinamento tra operatori economici

STRATEGIA 4 Promozione urbana, identità e racconto del centro

La strategia 4 è orientata a costruire un **racconto urbano coerente, riconoscibile e condiviso del centro di Bagnacavallo**: in un contesto caratterizzato da una forte identità storica e culturale, ma da una percezione non sempre chiara e accessibile del centro come luogo da vivere, la promozione assume un ruolo strategico come **strumento di connessione e valorizzazione delle azioni attivate**.

La strategia mira a rendere leggibile e comprensibile l'insieme delle trasformazioni in atto, mettendo in relazione spazi pubblici, funzioni urbane, commercio di prossimità, luoghi culturali e pratiche. La promozione viene quindi intesa come processo continuo di racconto del centro, capace di rafforzarne l'identità, sostenere la frequentazione e favorire una maggiore condivisione degli spazi e delle iniziative.

In questa prospettiva, l'hub urbano diventa anche il luogo di coordinamento delle azioni di promozione e comunicazione, garantendo coerenza tra strumenti, messaggi e iniziative e contribuendo a costruire un'immagine del centro fondata sull'esperienza reale, sull'uso quotidiano e sulla partecipazione.

Attraverso il set di interventi previsti la strategia mira a rendere **visibile, comprensibile e condiviso il processo di costruzione di un centro urbano vissuto**, rafforzando l'identità di Bagnacavallo e sostenendo una frequentazione più consapevole, diffusa e continuativa del centro.

STRATEGIA 4 Set interventi

4.1 il potenziamento del progetto di comunicazione turistica «Benvenuti a Bagnacavallo» con rimandi ai canali digitali e social e ulteriore distribuzione di materiale informativo presso luoghi turistici e strutture ricettive, per raccontare il centro, i suoi luoghi di interesse e le opportunità di visita e fruizione;

4.2 la produzione di **video pillole** con protagonisti commercianti, cittadini e soggetti attivi del territorio, finalizzate a raccontare il centro attraverso le persone, le attività e le esperienze quotidiane, valorizzando vicoli, passeggiate e luoghi anche meno conosciuti;

4.3 lo sviluppo di un progetto **“Bagnacavallo da scoprire”** come insieme coordinato di itinerari urbani e percorsi tematici, concepiti anche in forma di gioco o evento, per favorire una scoperta diffusa del centro storico e dei suoi spazi nascosti;

4.4 l’attivazione di **campagne di promozione dei luoghi di interesse del centro urbano**, finalizzate a valorizzare spazi culturali, edifici storici, piazze, parchi e percorsi, mettendoli in relazione con eventi, iniziative e attività economiche;

4.5 il coordinamento con le azioni di **riuso dei locali vuoti**, utilizzando gli interventi di abbellimento, le mostre temporanee visibili dall’esterno e le aperture in giornate dedicate come strumenti di racconto urbano e di promozione del centro;

4.6 il **potenziamento e la messa a sistema delle installazioni di arte urbana**, sia permanenti sia temporanee, come elementi identitari e narrativi del centro, capaci di costruire percorsi tematici e punti di interesse diffusi;

4.7 la promozione di iniziative di **incentivazione incrociata tra commercio, scuola e sport**, come ad esempio meccanismi di restituzione e premialità finalizzati a rafforzare il legame tra acquisti nel centro e servizi collettivi;

SCHEMA DI SINTESI STRATEGIA 4 E I SUOI INTERVENTI

Promozione urbana, identità
e racconto del centro

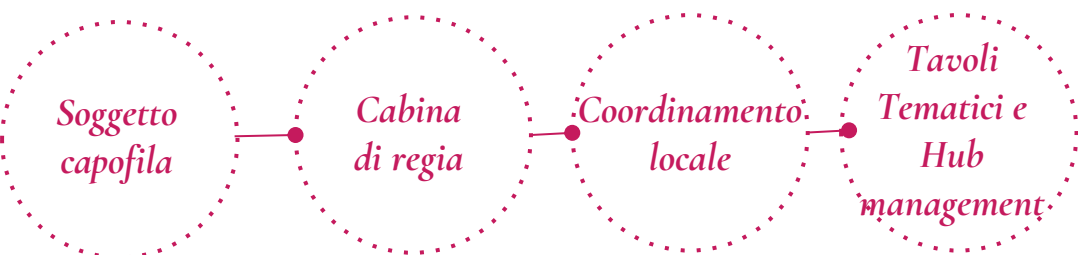
- Potenziamento del progetto di comunicazione turistica «Benvenuti a Bagnacavallo» con rimandi ai canali digitali e social
- produzione di video pillole con protagonisti commercianti, cittadini e soggetti attivi del territorio
- sviluppo di un progetto *“Bagnacavallo da scoprire”* come insieme coordinato di itinerari urbani e percorsi tematici
- attivazione di campagne di promozione dei luoghi di interesse del territorio
- coordinamento con le azioni di riuso dei locali vuoti
- potenziamento e messa a sistema delle installazioni di arte urbana
- promozione di iniziative di incentivazione incrociata tra commercio, scuola e sport

Il piano di governance *articolazione della governance*

L'hub si è dotato di un sistema di governance articolato, basato sulla **sottoscrizione dell'accordo di partenariato** che ne definisce l'architettura e le modalità di funzionamento.

L'articolazione della governance, come meglio descritto e dettagliato nelle pagine seguenti e nell'accordo di partenariato prevede:

- il **soggetto capofila** (soggetto responsabile) dell'hub con la funzione di coordinamento, sviluppo e monitoraggio;
- la **cabina di regia** dell'hub su scala di Unione Bassa Romagna stante le funzioni assegnate all'Unione stessa con l'individuazione di partner stabili e partner ad invito;
- il **coordinamento locale** con funzione di definizione e sviluppo iniziative su scala comunale
- la possibilità di attivazione di **tavoli di lavoro tematici**;
- la possibilità di supporto dell'**hub management**.



SPECCHIETTO DI SINTESI

Soggetto capofila	Raccordo e riferimento con Regione Emilia Romagna Soggetto capofila fase costituzione: <i>COMUNE DI BAGNACAVALLO CON SUPPORTO UNIONE BASSA ROMAGNA</i>
Cabina di regia	Coordinamento, attuazione e monitoraggio Partner stabili: <i>UNIONE BASSA ROMAGNA, COMUNE DI BAGNACAVALLO, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA, CONSORZIO IN BASSA ROMAGNA</i> Partner ad invito: <i>in base ad argomenti, tutti gli altri firmatari dell'accordo</i>
Coordinamento locale	Coordinamento, attuazione Partner stabili: <i>COMUNE, RETE BAGNACAVALLO FA CENTRO, RAPPRESENTANTI OPERATORI ECONOMICI ADERENTI AL HUB, ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA</i> Partner ad invito: <i>in base ad argomenti, tutti gli altri firmatari dell'accordo</i>
Tavoli Tematici	Gruppo di lavoro su specifici progetti, azioni e interventi
Hub management	A supporto soggetto responsabile, cabina di regia, coordinamento locale

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

Soggetto capofila *macro attività*

- ❖ **redigere e trasmettere la documentazione** relativa allo studio di fattibilità **alla Regione Emilia-Romagna** secondo la tempistica prevista;
- ❖ fungere da **responsabile e referente amministrativo** nei confronti dell'amministrazione regionale in ordine allo sviluppo delle attività dell'hub;
- ❖ **produrre**, a richiesta della struttura regionale competente in materia, adeguata **reportistica** in ordine alle attività svolte e ai risultati conseguiti;
- ❖ **coordinare** sul territorio lo sviluppo delle **attività** dell'hub e la sua evoluzione nel tempo;
- ❖ **coordinare la partecipazione a bandi** di contributo per lo sviluppo e l'attuazione degli interventi previsti dall'hub;
- ❖ **coordinare il processo di attuazione del programma** di attività e assicurare il monitoraggio.

Cabina di regia *macro attività*

Nel percorso di riconoscimento degli hub urbani dei Comuni di **Fusignano, Bagnacavallo, Cotignola e Lugo**, l'Unione della Bassa Romagna assume un ruolo attivo di **governance sovracomunale**, con l'obiettivo di garantire coerenza strategica, omogeneità di strumenti e coordinamento operativo tra i diversi programmi di sviluppo locali.

Accanto agli interventi specifici definiti dai singoli Comuni, l'Unione individua e gestisce una serie di interventi trasversali, comuni a tutti gli hub candidati, che verranno attuati secondo regole condivise e criteri unitari, pur mantenendo una declinazione operativa capillare e aderente alle caratteristiche di ciascun territorio.

Questo approccio consente di:

- ❖ rafforzare l'efficacia delle politiche a sostegno del commercio e della vitalità urbana
- ❖ evitare frammentazioni e sovrapposizioni
- ❖ valorizzare le competenze e le reti già presenti sul territorio dell'Unione
- ❖ coordinare e dare organicità agli interventi previsti, creando un punto di sintesi e raggiungendo una sinergia tra i diversi soggetti pubblici e privati coinvolti;

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

Cabina di regia *macro attività* - *Interventi trasversali coordinati a livello di Unione*

Bandi a sostegno delle imprese e del riuso dei vuoti

L'Unione della Bassa Romagna coordina l'attivazione di **bandi di contributo comuni**, rivolti:

- alle **imprese esistenti**, per interventi di qualificazione, innovazione e adattamento;
- alle **nuove attività insediabili**, in coerenza con i bisogni dei centri urbani;
- alla **gestione e al riuso dei locali sfitti**, attraverso strumenti di incentivo e accompagnamento.

I bandi sono definiti a livello di Unione e attuati dai singoli Comuni in relazione alle specificità locali.

Workshop per i commercianti

L'Unione definisce un **programma unitario di workshop tematici** rivolti ai commercianti, individuando contenuti e ambiti di lavoro comuni (es. innovazione, comunicazione, gestione, nuove pratiche commerciali, ecc.).

I workshop vengono poi **realizzati in modo diffuso e capillare nei singoli Comuni**, coinvolgendo le imprese di ciascun territorio, evitando concentrazioni sovracomunali e favorendo un confronto diretto e contestualizzato.

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

Cabina di regia *macro attività* - *Interventi trasversali coordinati a livello di Unione*

Valorizzazione dei mercati ambulanti settimanali

L'Unione assume il tema dei **mercati ambulanti settimanali** come elemento strategico comune, promuovendo azioni coordinate di:

- valorizzazione e comunicazione;
- miglioramento dell'integrazione con il commercio di prossimità;
- rafforzamento del ruolo dei mercati come presidi ordinari di vita urbana.

Le azioni vengono definite in modo unitario e declinate localmente dai Comuni.

Promozione e rilancio delle reti d'impresa

L'Unione della Bassa Romagna valorizza e rilancia il ruolo delle **reti d'impresa locali**, anche in connessione con il consorzio "*In Bassa Romagna*", promuovendo:

- il coordinamento tra le reti presenti nei Comuni di Fusignano, Bagnacavallo, Cotignola e Lugo;
- il rafforzamento delle capacità organizzative e comunicative;
- azioni comuni di promozione e visibilità, in coerenza con i programmi di sviluppo degli hub urbani;
- Consolidamento delle azioni portate avanti dalle reti d'impresa locali.

Gli interventi trasversali rappresentano la base comune su cui si innestano i programmi di sviluppo dei singoli hub, rafforzando la capacità dell'Unione della Bassa Romagna di operare come sistema coordinato di centri urbani, ciascuno con la propria identità ma all'interno di una strategia condivisa.

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

Coordinamento locale - *macro attività*

- ❖ **promuovere il confronto, la partecipazione e il coinvolgimento** di diversi soggetti per la programmazione e l'attuazione degli interventi previsti;
- ❖ **attuare gli interventi condivisi**;
- ❖ **coordinare la comunicazione** per garantire la visibilità delle iniziative realizzate in attuazione del percorso di sviluppo dell'hub;
- ❖ **condividere e definire piani di attività**, monitorarne l'attuazione, i risultati e i possibili sviluppi.

Dal punto di vista metodologico, si prevede che la cabina di regia si riunisca su base trimestrale per un totale di n. 4 sedute all'anno. In funzione di specifiche esigenze tale programmazione può subire modifiche.

L'attività della cabina di regia si concentra sullo **sviluppo di un piano annuale di attività** da realizzarsi nell'ambito dell'hub, sulla condivisione degli interventi strutturali previsti o da programmare nonché su altre tematiche di interesse per l'ambito

Nello sviluppo della singola annualità la cabina di regia segue lo sviluppo degli interventi, può definire nuove iniziative e monitora l'efficacia di quanto realizzato.

Al termine di ogni anno viene realizzato un sintetico report delle azioni svolte e si procede allo sviluppo di un nuovo piano d'azione.

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

Tavoli di lavoro

In funzione del piano di attività e delle relative azioni da realizzare si prevede di poter attivare dei tavoli di lavoro tematici. I componenti dei tavoli di lavoro possono essere sia i **firmatari del presente accordo**, in base alle specifiche competenze e disponibilità, sia **altri soggetti coinvolgibili** in funzione degli argomenti trattati dai tavoli di lavoro stessi.

Per quanto riguarda i tavoli di lavoro tematici la loro attivazione e frequenza viene demandata alle decisioni della *cabina in regia o del coordinamento locale* in funzione delle esigenze, tematiche e progettualità.

Hub management

Per l'accompagnamento del percorso si prevede la possibilità da parte dell'amministrazione comunale di avvalersi di un **soggetto deputato alla gestione dell'hub** (*hub management*). Tale soggetto, che deve avere specifiche competenze in materia, può **affiancare i partner nello start-up e sviluppo del percorso** con funzioni di sensibilizzazione e stimolo, supporto nello sviluppo di progetti e azioni, definizione di piani di attività annuali, monitoraggio degli interventi e altre attività che si rendano necessarie.

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

ULTERIORI ELEMENTI RILEVANTI

Impegni dei soggetti sottoscrittori:

- operare secondo una logica collaborativa e trasversale;
- favorire e stimolare lo sviluppo del percorso dell'hub;
- collaborare verso gli obiettivi dell'hub;
- realizzare gli interventi di propria competenza nel rispetto delle modalità definite dall'accordo di partenariato in linea con quanto previsto dallo studio di fattibilità (*B_relazione_illustrativa* e *D_programma_sviluppo_innovazione*) e dallo sviluppo del percorso, chiaramente in funzione di specifici accordi che i vari partner potranno prendere nel rispetto di ruoli, funzioni, competenze ed effettiva disponibilità alla realizzazione.

Modalità di finanziamento:

- i partner condividono di partecipare ed essere presenti alle riunioni della cabina di regia a titolo gratuito;
- i partner si impegnano, nello svolgimento delle proprie attività, a tenere presente e comunicare la nascita dell'hub e a divulgare obiettivi, strategie, opportunità, azioni e progettualità ai diversi interlocutori interessati/interessabili
- i partner si impegnano, caso per caso, a valutare l'opportunità di apportare contributi sia in termini di risorse umane sia in termini economici su specifiche progettualità individuate e promosse anche mediante la partecipazione ad eventuali bandi di finanziamento comunali, regionali, nazionali ed europei
- i partner si impegnano a verificare la possibilità di apportare per lo sviluppo di attività e progettualità risorse economiche proprie o di altri soggetti istituzionali e/o privati quali ad esempio sponsorizzazioni, contributi, etc.;
- **in fase di start-up non è prevista alcuna quota fissa di natura economica a carico dei partner da destinare all'hub, ad eccezione degli interventi già in corso indicati nel documento *D_programma_sviluppo_innovazione*;**
- **in funzione dello sviluppo del percorso i partner possono valutare di definire quote di partecipazione anche economica allo sviluppo del percorso dell'hub, ogni partner può liberamente decidere se contribuire o meno con tale quota, si specifica che impegni di natura economica da parte di ogni partner sia stabile sia ad invito saranno oggetto di specifici accordi in funzione di specifiche progettualità.**

Il piano di governance *soggetti e principali macro attività*

ULTERIORI ELEMENTI RILEVANTI

Durata dell'accordo: L'accordo di partenariato ha **validità di 4 anni** a decorrere dalla data di sottoscrizione.

Nuove adesioni e modifiche:

- per l'ingresso tra i partner stabili di nuovi soggetti è necessario l'accordo di tutti i soggetti stabili;
- per l'adesione di partner ad invito trattandosi di una manifestazione di interesse a collaborare al percorso dell'hub in forme e modi da definire anche in funzione di specifiche progettualità si ritiene che possano aderirvi soggetti quali: imprese, associazioni culturali e di animazione territoriale, altri soggetti aggregativi, ecc. In questo caso la richiesta di adesione è libera chiaramente previa conoscenza e condivisione degli obiettivi dell'hub e sue caratteristiche.

Per quanto concerne eventuali modifiche dell'accordo di partenariato al momento sono demandate alla scadenza dello stesso, cioè tra 4 anni, fatto salvo casi di speciali e/o di urgenza al momento non prevedibili.

Programmazione interventi e reperimento risorse

Durante il percorso di definizione del programma di sviluppo sono state delineate una serie di strategie d'azione articolate, che potranno essere realizzate attraverso l'impiego di diverse fonti di finanziamento come ad esempio: le risorse del bilancio comunale, i contributi derivanti dal bando regionale per il sostegno agli hub, il coinvolgimento di soggetti privati interessati a partecipare alle iniziative e, non da ultimo, i proventi generati dall'organizzazione stessa degli eventi.

I promotori e i sottoscrittori dell'accordo di partenariato condividono l'importanza di adottare un approccio proattivo, orientato alla ricerca e all'attivazione di ulteriori opportunità di finanziamento.

Per garantire una strategia di valorizzazione realmente efficace per il futuro di Bagnacavallo, sarà fondamentale saper intercettare risorse provenienti da più canali e da diversi soggetti istituzionali, valorizzando ogni occasione utile e partecipando al maggior numero possibile di bandi disponibili.

In quest'ottica, occorre essere pronti a declinare le linee guida condivise e i progetti previsti adattandoli, di volta in volta, agli obiettivi specifici dei bandi promossi da Regione, Camera di Commercio e altri enti.

Temi quali la sostenibilità ambientale, la riqualificazione, l'innovazione tecnologica, la digitalizzazione delle imprese e la sicurezza del territorio rappresentano ambiti centrali, rispetto ai quali sarà necessario costruire proposte coerenti e competitive.

Nel presente capitolo si riporta in una logica di programmazione pluriennale il set degli interventi proposti e individuati, distinguendo tra interventi continuativi e specifici.

Tale impostazione consentirà di organizzare i progetti e le azioni in modo progressivo e strutturato, garantendo continuità, sostenibilità economica e capacità di risposta alle opportunità che emergeranno nel corso dello sviluppo del percorso

Per quanto concerne le risorse economiche da destinare ad ogni singolo intervento si prevede di sviluppare specifici approfondimenti da parte dell'amministrazione comunale e dei vari partner nel corso dei prossimi mesi e nel confronto in sede di cabina di regia e coordinamento locale.

STRATEGIA 1	INTERVENTI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO
Cultura, eventi e pratiche condivise come leva di vitalità urbana	valorizzazione e coordinamento degli eventi già consolidati come San Michele				
	progettazione di <i>"Bagnacavallo da scoprire"</i> , come insieme di iniziative e strumenti narrativi finalizzati a raccontare il territorio				
	organizzazione di iniziative speciali per la valorizzazione di spazi pubblici e privati				
	rafforzamento del ruolo dell'ex Mercato Coperto come spazio multifunzionale				
	potenziamento della sinergia pubblico/privato nella programmazione dei calendari di iniziative stagionali				
	promozione di pratiche culturali diffuse e partecipate				
	coordinamento delle iniziative culturali e degli eventi con le azioni di promozione e racconto del territorio				
STRATEGIA 2	INTERVENTI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO
Qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane	miglioramento della segnaletica dei parcheggi di servizio e di cintura del centro storico				
	realizzazione di un eventuale <i>"percorso di accoglienza e benvenuto"</i> lungo l'asse Via Vecchia Darsena – Largo De Gasperi				
	focus specifico su Piazza Nuova, finalizzato alla riattivazione degli spazi sfitti e alla definizione di esigenze di riqualificazione fisica				
	potenziamento e valorizzazione dell'area dello Sferisterio, come spazio pubblico in fase di riqualificazione				
	qualificazione e miglioramento dei portici del centro storico				

STRATEGIA 2	INTERVENTI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO
Qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane	attuazione di interventi di miglioramento dei percorsi e degli spazi di attraversamento				
	riqualificazione e valorizzazione dei parchi e dei giardini				
	miglioramento dei percorsi pedonali e ciclopdonali				
	implementazione di sistemi di videosorveglianza				
STRATEGIA 3	INTERVENTI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO
Rafforzamento delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità	attivazione di un bando di contributi a sostegno delle imprese esistenti				
	attivazione di un bando di contributi per nuove aperture				
	sviluppo di un progetto sui vuoti, che preveda azioni di riuso temporaneo dei locali non occupati				
	sostegno e valorizzazione del piccolo commercio				
	valorizzazione e comunicazione coordinata del mercato settimanale				
	integrazione tra commercio, eventi e iniziative culturali				
	accompagnamento e coordinamento tra operatori economici				

STRATEGIA 4	INTERVENTI	I ANNO	II ANNO	III ANNO	IV ANNO
Promozione urbana, identità e racconto del centro	potenziamento del progetto di comunicazione turistica «Benvenuti a Bagnacavallo» con rimandi ai canali digitali e social				
	produzione di video pillole con protagonisti commercianti, cittadini e soggetti attivi del territorio				
	sviluppo di un progetto <i>"Bagnacavallo da scoprire"</i> come insieme coordinato di itinerari urbani e percorsi tematici				
	attivazione di campagne di promozione dei luoghi di interesse del territorio				
	coordinamento con le azioni di riuso dei locali vuoti				
	potenziamento e messa a sistema delle installazioni di arte urbana				
	promozione di iniziative di incentivazione incrociata tra commercio, scuola e sport				

Osservazioni di sintesi

Il percorso di costituzione dell'hub *Bagnacavallo Centro* ha visto lo svolgimento delle seguenti principali attività:

- Attività di analisi e rilievi su campo volte a fornire un quadro della situazione in termini di caratteristiche e densità dell'offerta commerciale e di servizi presenti nell'area dell'hub, criticità e potenzialità di sviluppo dell'area per quanto concerne l'offerta, la qualità urbana e più in generale l'ambiente urbano per strutturare la documentazione inerente allo stato dell'arte del territorio comunale (*B_relazione_illustrativa*);
- Interviste di profondità, indagini, momenti di confronto e approfondimento con gli stakeholder locali, in particolare rappresentanti delle associazioni di categoria, nonché l'organizzazione di incontri pubblici sul territorio con operatori economici e cittadini;
- Sviluppo di un sistema di governance volto a consolidare l'hub e definire un metodo di lavoro utile al suo sviluppo e all'attuazione degli interventi descritti nel suddetto documento;
- Condivisione e costruzione in sinergia tra amministrazione comunale e partner locali sia del quadro conoscitivo sia delle strategie e degli interventi previsti nel breve, medio e lungo periodo.

L'approccio alla costituzione e allo sviluppo dell'hub si è basato su una visione integrata attenta a individuare e tenere in considerazione diversi aspetti e tematiche necessarie per delineare un percorso virtuoso di sviluppo con l'individuazione delle seguenti linee strategiche:

1. Cultura, eventi e pratiche condivise come leva di vitalità urbana
2. Qualità dello spazio pubblico e delle centralità urbane
3. Rafforzamento delle funzioni quotidiane e del commercio di prossimità
4. Promozione urbana, identità e racconto del centro

Per ciascuna linea strategica sono stati individuati specifici progetti guida che saranno oggetto di ulteriore condivisione, approfondimento e possibile attuazione anche in funzione delle risorse economiche disponibili nell'arco del piano quadriennale.

Su questa impostazione si basa la governance dell'hub, pensata per favorire un *lavoro multilivello* attraverso una Cabina di Regia composta, in questa fase iniziale, dall'amministrazione comunale insieme a partner stabili e partner ad invito. A supporto operano anche il coordinamento locale e i tavoli tematici, istituiti per promuovere processi di co-progettazione e il coinvolgimento di nuovi attori in linea con la logica dell'hub.

Al termine di questa *fase di start-up*, si può affermare che l'opportunità offerta dalla legge n. 12 sugli hub ha contribuito a consolidare una visione condivisa tra gli attori territoriali. Essa rappresenta inoltre un'occasione significativa di cambiamento per il territorio di Bagnacavallo che, grazie al contributo degli attori già coinvolti e di quelli che potranno esserlo in futuro, potrà generare benefici per la comunità locale e rendere il sistema territoriale più attrattivo.