

TORINO METROPOLI 2025

Verso il terzo Piano Strategico Torinese

Uno sguardo verso il futuro, uno sguardo verso la trasformazione.



IN CONTINUO CAMBIAMENTO

Il documento intermedio del Piano Strategico Torinese, che è stato presentato a Luglio 2014, prevede per la Città una serie di trasformazioni sia strutturali sia sociali. Si tratta di un vero e proprio processo di rinascita per Torino e Provincia, iniziato con il primo Piano Strategico. Il cambiamento si avverte: dalla tradizionale vocazione di stampo manifatturiero si sta passando gradualmente ad una vocazione di stampo culturale e turistica.

Tre sono i punti che delineano i nuovi confini e ambiti della Città:

1. la rigenerazione del tessuto urbano
2. la ridefinizione del suo ruolo
3. la costruzione di un'agenda per lo Sviluppo Economico Locale

La Dimensione Metropolitana di Torino esisterà, quando saranno sostituite definitivamente le Province. Pertanto a inizio Gennaio 2015, potremo assistere al raggruppamento di 315 Comuni sotto quest'unico confine amministrativo, che darà spazio alla progettazione di un più ambizioso sviluppo del territorio.



TORINO STRATEGICA

Il mutato contesto spaziale dovrebbe rappresentare il terreno fertile per creare competizione tra i territori che partecipano all'agglomerazione. Il fine ultimo è di attrarre i

residenti, i visitatori ed i turisti attraverso la definizione di una nuova identità: la Grande Torino. Cultura, eventi e turismo sono, tuttavia, tre asset particolari che si sviluppano per lo più grazie ad una migliore connettività attraverso l'alta velocità (Milano e Genova ed in futuro anche Lione e Parigi) e gli aeroporti (Torino – Milano).

Tra i compiti più ardui che il governo metropolitano deve essere in grado di svolgere, si trovano la creazione e il mantenimento di relazioni proficue e durature con le leadership private e l'ottenimento di risorse derivanti dai finanziamenti europei (2014-2020) e nazionali (PON METRO Piano Operativo Nazionale Metropolitano). Determinanti saranno gli atteggiamenti adottati nei confronti dei portatori d'interesse, che dovranno percepire fin da

subito Torino come appartenente al Brand Italia, poiché soltanto in questo modo sarà possibile **consolidare il suo ruolo di capitale del turismo, della cultura e dello sport**. Torino, quindi, dovrebbe essere riconosciuta nell'immediato come la **città delle opportunità**.

Le **strategie** che saranno **adottate** per ottenere questo risultato sono due:

1. costruire una **governance metropolitana**;
2. **rilanciare il sistema economico**.

E' necessario iniziare a "fare sistema" per migliorare le condizioni in cui si svolgono le attività. Queste, inoltre, dovranno arricchirsi di valori trasversali quali la sostenibilità ambientale (green economy), l'inclusione sociale e ciò che concerne il concetto di Smart City. Un esempio pratico sono il Patto dei Sindaci (riduzione entro il 2020 del -30% rispetto al 2005), la Carta di Bruxelles (aumento del 15% sul totale della mobilità ciclabile entro il 2020) e il Piano metropolitano della mobilità sostenibile, che aumenta i compiti dell'Agenzia per la mobilità metropolitana, facendogli abbracciare i principi della mobilità intelligente (bike e car sharing; bigliettazione elettronica BIP che si evolve verso il "credito trasporti"; dalla smart card al riconoscimento del viaggiatore).



Non solo, i valori trasversali, cui il territorio dovrà occuparsi di interiorizzare, includeranno anche la **nuova pianificazione ambientale integrante**. Le aree verdi torinesi sono, senza alcun dubbio, fonte di attrazione per i nuovi turisti. Si tratta di una nuova "fabbrica", un tessuto fondamentale per l'accesso ai servizi eco-sistemici. In questo senso si inserisce il progetto regionale Corona Verde, che attinge le risorse economiche dai finanziamenti POR-FESR ed ha come obiettivo la valorizzazione e il potenziamento delle aree verdi. Sono 90 i comuni che hanno aderito a questo progetto coerente con i principi della Green Infrastructure. Nel frattempo, anche la Pubblica Amministrazione darà il suo supporto al progetto, diffondendo su tutti i suoi livelli le buone pratiche contenute nell'APE (Acquisti Pubblici Ecologici).

Per quanto riguarda l'Agenda sullo Sviluppo Economico Locale, non sono stati ancora individuati progetti catalizzatori in grado di sviluppare i principali fattori abilitanti dell'economia metropolitana. Ciò nonostante il progetto Destinazione Torino, attraverso 3 sotto-programmi (Destinazione

Torino, AccelleraTO, Civic Tech), tenderà di valorizzare e promuovere l'identità e le caratteristiche del territorio per attrarre capitali, competenze e attività produttive. Un altro progetto, invece, denominato Capitale Torino, dovrà arricchire e potenziare il capitale umano attraverso altri 3 sottoprogrammi: Scuola di alta formazione per la definizione di **figure manageriali di alto livello**; Laboratorio Torino per la **formazione della manodopera tecnica** in tutti i settori industriali; Accesso AperTO per **facilitare l'accesso ai mezzi e ai risultati di ricerca**.

Il coinvolgimento delle imprese e dei cittadini alle pratiche burocratiche sarà **SemplificaTO** attraverso 3 linee di intervento: la nascita del Portale Unico dell'Imprese; la creazione di Interfacce Innovative; lo sviluppo di un Ecosistema Digitale. I vantaggi sono plurimi: riduzione degli adempimenti, digitalizzazione e dematerializzazione delle pratiche burocratiche; razionalizzazione degli accessi sia nel web sia agli sportelli; tutoraggio.



Ci sono ancora altre iniziative che Torino vorrebbe attuare. Innanzitutto vorrebbe diventare la Città delle esperienze, ovvero una destinazione attrattiva a livello internazionale per la pluralità e la qualità delle esperienze che può offrire ai suoi ospiti. Su questa linea di pensiero, si inseriscono due progetti: Esperienza Torino e Torino Bilingue.

Oltre al Piano Strategico, che terminerà di essere redatto a fine 2014, esistono **altri tre documenti strategici complementari**, che faranno del territorio qualcosa di diverso da ciò che è attualmente. Gli argomenti trattati in questi documenti sono:

1. la creazione di un **sistema universitario**, grazie al quale il Politecnico e l'Università collaboreranno a stretto contatto;
2. la creazione del **sistema del cibo**, un altro asset che caratterizza il territorio piemontese da dover sviluppare;
3. la creazione di un **team di sostegno a gruppi di attori specifici**, vera e propria assistenza a chi intende investire sul territorio.