

# **Piano Strategico per lo Sviluppo Sostenibile**



## PREFAZIONE

L'attuale congiuntura che colpisce l'economia mondiale obbliga anche le piccole comunità a mettere in campo ogni strumento per attivare e stimolare tutte le proprie potenzialità. Jesi ha percorso questa strada progettando il suo *Piano Strategico per lo Sviluppo Sostenibile*.

Vedo almeno due risultati importanti in questo percorso che la nostra città ha compiuto.

In prima istanza voglio mettere in luce il risultato sostantivo che abbiamo conseguito, poiché siamo riusciti a mettere in campo un complesso paniere di progetti che ci consentirà di lavorare nei prossimi anni per potenziare un processo di sviluppo sostenibile e integrato.

L'altro aspetto, non meno importante, è che abbiamo consolidato la capacità di definire progetti in modo congiunto e sinergico tra i diversi operatori, con l'Amministrazione comunale che ha giocato un ruolo di stimolo all'intera iniziativa e di affiancamento ai soggetti coinvolti. Abbiamo, insieme, attivato un importante processo di apprendimento acquisendo la capacità di co-progettare che potrà dare risultati ancora maggiori al momento della ripresa dell'economia, che mi auguro ravvicinato, cui potremo arrivare con una comunità coesa, orientata alla progettualità e alla cooperazione.

Credo che la coesione e la progettualità siano fattori decisivi di sviluppo anche perché permetteranno di giocare un ruolo ancora più attivo e deciso nella competizione per lo sviluppo che inevitabilmente ci vede anche "in gara" con altri territori: se non vorremo subire decisioni prese altrove o se comunque non vorremo giocare un ruolo marginale nell'acquisizione di risorse saremo chiamati sempre di più a dimostrare capacità nel proporre concrete idee progettuali e nell'attivare coalizioni di soggetti che le sostengano. Se questo avverrà l'Amministrazione comunale avrà chance ancora maggiori nel sostenere le ragioni di Jesi e degli jesini in tutte le occasioni istituzionali cui sarà chiamata a partecipare.

Jesi, maggio 2009

Il Sindaco  
**Fabiano Belcecchi**



## Indice

	<b>Una città forte in cui si vive bene</b> di Daniele Olivi	<b>6</b>
	<b>Il manifesto del Piano Strategico per lo Sviluppo Economico Sostenibile</b>	<b>16</b>
	 <b>PARTE 1. Il Piano Strategico 2009</b>	 <b>19</b>
<b>1.</b>	<b>Il processo del Piano</b>	<b>20</b>
1.1	La pianificazione strategica e la programmazione complessa a Jesi	20
1.2	La sfida e il metodo del Piano Strategico	20
1.3	La cronologia del Piano	22
<b>2.</b>	<b>La strategia, gli obiettivi e la visione del Piano</b>	<b>25</b>
2.1	Una strategia di innovazione: la situazione di partenza e i percorsi di azione verso il futuro	25
2.2	Gli obiettivi del Piano Strategico	26
2.3	Le immagini territoriali per Jesi e la visione del Piano Strategico	26
<b>3.</b>	<b>I progetti del Piano</b>	<b>31</b>
3.1	I progetti-quadro	31
3.2	I progetti-bandiera	40
<b>4.</b>	<b>L'implementazione del Piano</b>	<b>82</b>
4.1	L'Urban Center	82
4.2	Il sistema di monitoraggio del Piano	82
4.2.1	Il monitoraggio dei progetti	83
4.2.2	Il monitoraggio del Piano	84
4.3	Un calendario di attività per il 2009	85

**PARTE 2. Contributi 91**

---

**Innovazione e cluster tecnologici** di Donato Iacobucci 92

---

**Innovazione e territorio** di Gioacchino Garofoli 104

---

**Unicità dei luoghi come anima** di Renato Novelli 124

---

**Le fotografie di Schiavoni e Ubaldi** di Claudio Cardinali 143

---

**5 linee di forza** di Massimo Ippoliti e Capolinea 145

---

**Credits** 148

---

## Una città forte in cui si vive bene

Una visione per lo Sviluppo Sostenibile

### 1. Il senso dell'operazione

Tra i diversi obiettivi che l'Amministrazione comunale di Jesi - e in particolare l'Assessorato allo Sviluppo economico - si è posta con la promozione di un processo di pianificazione strategica per lo sviluppo sostenibile, ve ne è uno che si è dimostrato assolutamente centrale: definire e promuovere, probabilmente per la prima volta, una vera e propria politica economica per il Comune di Jesi.

I presupposti impliciti di questa sfida, che vale la pena affermare con chiarezza, sono almeno due.

Il primo è che il territorio "locale" è un soggetto di progettualità anche nel tema dello sviluppo economico. Dopo anni di attenzione ai temi dello sviluppo locale, dello sviluppo endogeno, questa sottolineatura potrebbe sembrare ormai inutile. In realtà, per me, non è così. Sta tornando ad affermarsi un'idea di governo che sancisce una sorta di divisione del lavoro, per cui i livelli istituzionali sovraordinati individuano obiettivi ed erogano risorse, se necessario contrattando con le categorie e con le parti sociali; i singoli operatori, con le proprie decisioni di investimento condotte all'interno di quadri programmatori pubblici a volte poco stringenti, determinano le traiettorie di sviluppo di un territorio mentre le Amministrazioni comunali sono relegate al ruolo sussidiario di soggetto che autorizza (con le procedure edilizie, con il Suap ecc.) o al più collabora, in una posizione marginale. Un ruolo, quello del Comune, che va dal facilitatore al più scomodo 'gatekeeper' (di colui che può impedire l'avanzamento di progetti decisi altrove), mentre invece, ritengo, debba caratterizzarsi sempre più come forte rappresentante dell'interesse pubblico locale.

Il secondo presupposto è relativo al modello di "governance" che sta alla base di questa richiesta di un nuovo ruolo per il "locale". Dal mio punto di vista, quando oggi parliamo di governo delle città non possiamo che rifarci alle riflessioni e agli indirizzi che ci arrivano dall'Unione Europea, dove si sta attuando una politica di sviluppo urbano integrato, che copre dimensioni economiche, sociali ed ambientali. Anche dietro alla costruzione del progetto "Piano strategico per lo Sviluppo Sostenibile" c'è un riferimento molto preciso ad almeno due importanti documenti dell'Unione Europea, cioè l'Agenda Territoriale dell'Unione Europea e la Carta di Lipsia per le città sostenibili, approvati nel corso del Consiglio dei Ministri (informale) responsabile dello sviluppo urbano e l'assetto del territorio (Lipsia 24 e 25 maggio 2007 presidenza tedesca UE) e fatti propri dal Parlamento europeo. Senza dilungarsi nell'illustrazioni di testi che trattano temi impegnativi definendo un vero e proprio

modello europeo di governo delle città, basterà ora ricordare il punto 7 dell'Agenda Territoriale per richiamare l'idea di governance che ha ispirato l'operazione del Piano Strategico:

«Uno sviluppo sostenibile delle regioni e delle città dell'UE non può essere raggiunto se non attraverso un dialogo profondo, continuo e coordinato tra tutte le parti interessate. Il mondo dell'impresa (in particolare gli imprenditori locali e regionali), la comunità scientifica, l'amministrazione (in particolare le autorità locali e regionali), le organizzazioni non governative e le politiche settoriali devono analizzare a fondo e agire insieme per trarre beneficio dagli investimenti indispensabili nelle regioni europee e, anche, per attenuare gli effetti del cambiamento climatico e adattarsi ad essi. Questo è quello che chiamiamo la 'governance territoriale'» (da: Agenda Territoriale dell'Unione Europea – “Verso un'Europa più competitiva e sostenibile composta da regioni diverse” – marzo 2007)

E questo è, possiamo dire, quello che cerchiamo di fare a Jesi.

A questo punto occorre una precisazione.

Se è vero che il nostro obiettivo è far sì che essere su un territorio, fare squadra, far parte di un progetto complessivo che interessa tutti, deve costituire un valore aggiunto per tutti i soggetti locali, attori di sviluppo, qual è il territorio a cui ci riferiamo? È evidente che in prima istanza essendo l'operazione “Piano Strategico” promossa dall'Amministrazione comunale di Jesi, l'area di interesse è quella comunale. Ma è altrettanto evidente che il riferimento in prospettiva non possa che essere costituito un territorio più ampio, quel territorio che, grazie alle analisi finanziate del Ministero, abbiamo imparato a chiamare prima “Corridoio Esino” e poi, in modo forse più preciso, “Parco di attività dell'Esino”, e i cui sindaci hanno sottoscritto nel 2006 un “Manifesto per lo sviluppo”. Tale territorio è stato da noi definito “parco di attività” perché riconosciamo che in esso coesistono valori paesaggistici e ambientali, capacità ed eccellenze nella produzione. Risorse per un progetto di sviluppo locale che non sono disponibili ovunque e che sarà nostro compito sviluppare al meglio. Un territorio che il Ministero delle Infrastrutture chiama “Territorio snodo”: “... proprio perché suscettibile, per la presenza di infrastrutture di notevole importanza, di innescare una traiettoria di sviluppo non comune.” (Ministero delle Infrastrutture – dicembre 2007)

## **2. Cosa significa progettare un piano per lo sviluppo in tempi di crisi?**

Tra l'insediamento della seconda Amministrazione Belcetti e la costruzione del Piano Strategico dello sviluppo locale, le condizioni di contesto sono cambiate.

La crisi mondiale, che è arrivata a toccare pesantemente anche la nostra Regione, poteva sollecitare atteggiamenti difensivi o momenti di stasi improduttiva in attesa che tale situazione cambiasse e riportasse opportunità per le nostre imprese e per il territorio.

L'Amministrazione ha deciso diversamente attivando subito una strategia con tattiche a breve, medio e lungo respiro nella consapevolezza di dover sia rispondere al quotidiano che, al tempo stesso, adoperarsi per essere pronti a cogliere la ripresa che seguirà certamente l'attuale fase recessiva. Per il breve periodo si sono accelerati tutti i programmi di opere pubbliche e destinate risorse ad un apposito fondo di solida-

rietà; per il medio periodo sono avviate azioni per la realizzazione dei progetti elaborati da questo stesso piano strategico; per il lungo periodo, invece, ci stiamo inserendo in reti e relazioni locali e sovralocali per partecipare a progetti complessi di geo-economia quali, ad esempio, il “Territori snodo”.

Nonostante l’attivazione di questi programmi, credo sia lecito essere ragionevolmente preoccupati, ma del resto è la nostra condizione contemporanea a vederci immersi entro fenomeni generali – quali la globalizzazione, i cambiamenti climatici, le criticità ambientali – che non possono essere governati dai soli soggetti pubblici. La preoccupazione, pertanto, non deve indurci alla passività ma, al contrario, ad un certo attivismo. Come ci ha insegnato il prof. Garofoli con la sua presenza ai lavori del Piano Strategico, anche per un sistema locale “il problema è una garanzia”: vincono quei sistemi locali (e a maggior ragione quelle imprese) che, di fronte a un problema cui sono posti, sono capaci di risolverlo mettendo al lavoro le proprie risorse e facendo innovazione. Il nostro territorio non può quindi permettersi esclusivamente risposte difensive attendendo tempi migliori. La competizione ormai non riguarda solo le imprese ma intere città e territori nel loro insieme che possono svilupparsi o avvitarsi in crisi profonde come abbiamo visto accadere, purtroppo, anche nella nostra stessa Provincia.

Se lo sguardo deve essere rivolto lontano, obiettivo immediato di un’amministrazione locale non può essere che attivare tutte le potenzialità dell’economia del contesto, suscitare la nascita di idee, immetterle nei circuiti istituzionali anche sovra locali e in tutte le occasioni di comunicazione che sono proprie dell’Ente.

Ma anche far circolare le idee all’interno della città, accrescere la consapevolezza delle proprie qualità, delle traiettorie di sviluppo che possono essere innescate. Questa, lo abbiamo capito nelle riunioni del Piano Strategico, è la pre-condizione per una politica efficace di marketing che proietti Jesi al di fuori dei suoi confini di città di provincia.

Come è stato notato da Retecamere, “parte della popolazione, soprattutto le nuove generazioni, hanno una conoscenza non piena del proprio territorio e di quello che offre”(relazione ReteCamere anno 2008). Per questo è necessario avviare un percorso di rafforzamento della conoscenza di “quello che si ha” nei confronti dei cittadini stessi, che sono le risorse primarie del territorio. E del resto, come ci ha detto il prof. Renato Novelli, ai turisti, a chi viene da fuori “interessa la storia della comunità, quindi il legame con la cultura locale deve essere un legame molto forte, molto significativo... Un buon turismo è quello che fa della cultura locale e del passato un elemento vivo ed operativo” (Incontro su “dimensione slow dell’economia” Piano Strategico di Jesi – ottobre 2008).

Attenti al futuro e consci delle nostre qualità, dovremo farci trovare pronti anche alla competizione tra territori, per attrarre risorse, per svolgere ruoli importanti: non dimentichiamo che da un punto di vista geo-strategico, per così dire, Jesi è stretta tra due importanti realtà, quella di Ancona e di Fabriano (vedi studio/analisi sul “policentrismo” del prof. A.Calafati). Ancona, che solo per il fatto di essere capoluogo regionale e sede del porto, tende ad attrarre investimenti in opere pubbliche e a ‘drenare’ molte attività di tipo terziario; Fabriano invece, che anche per un necessario sostegno alla crisi degli elettrodomestici, viene indicata dalla Regione come sede su cui indirizzare consistenti interventi pubblici finalizzati all’innovazione.

Credo, nonostante tutto, che Jesi possa sostenere con successo anche questa ulteriore sfida. Grazie alla sua realtà imprenditoriale ed ai talenti

diffusi, ha un'economia diversificata e un ambiente urbano assolutamente accogliente e di pregio. Tradizionalmente Jesi, tuttavia, rinuncia a fare squadra e spesso i suoi talenti corrono in ordine sparso. Ora come non mai, è invece necessario per noi tutti presentarsi coesi: mi verrebbero in mente immagini legate agli eserciti, come falangi o testuggini, ma forse è sufficiente rifarsi alla capacità di essere un vero sistema, anziché una sommatoria di individualità talentuose e creative.

### **3. Come costruire un Piano Strategico per lo sviluppo a scala locale: la visione che il Comune ha proposto ai soggetti locali e la sua articolazione nel processo di piano**

Un piano per lo sviluppo costruito da un'amministrazione comunale non può essere che "strategico", un piano che guarda al futuro e costruito insieme ai soggetti sociali, ed essere un processo continuo, un work in progress, che continuamente, a cadenze stabilite, si aggiorna e produce risultati. In poche parole, un piano concreto, orientato all'azione, in questo senso, meno omnicomprensivo e generale rispetto ad altri piani strategici prodotti in altre realtà italiane, ma forse proprio per questo, credo, più capace di avvicinare gli obiettivi che si è posto.

Nel caso di Jesi, avviando il processo ed organizzando i lavori, l'Amministrazione ha compiuto alcune mosse principali.

1. Ha proposto una bozza di visione guida che si è articolata nel corso dei lavori. In questo modo ha contribuito a costruire una prima agenda di temi e progetti.
2. Ha cercato di stabilire un clima di fiducia nel confronto ai tavoli (tra amministrazione e operatori, tra gli stessi operatori).
3. Ha cercato di stabilire connessioni tra soggetti locali per attivare processi collaborativi e generare progetti.

La bozza di visione-guida proposta dall'Amministrazione ipotizzava che il futuro di Jesi dipendesse dalla capacità di sviluppare e far interagire tra loro tre dimensioni dell'economia locale: la dimensione strutturale (storicamente incardinata sul settore meccanico, industriale e artigiano, sulle sue evoluzioni e le sue necessità) la dimensione innovativa (orientata al parco tecnologico e all'economia della conoscenza, alle energie rinnovabili), la dimensione 'slow' (turismo, settore agroalimentare, ambiente).

Rispetto a questa ipotesi di lavoro, che è apparsa a tutti (forum del luglio 2008) ragionevole e fertile, durante i lavori si sono chiariti meglio alcuni punti. È risultato evidente che dimensione strutturale e dimensione innovativa sono strettamente compenstrate. Si è capito che è sempre più difficile separare dimensione strutturale da dimensione innovativa perché l'innovazione si innesta sulla struttura dell'economia e la struttura non può continuare ad essere tale se non è proiettata verso l'innovazione. Quindi gli obiettivi che un sistema territoriale dovrebbe darsi, come ci ha sintetizzato il prof. Donato Iacobucci, dovrebbero essere volti a modificare la composizione settoriale delle attività verso settori a più alto contenuto di conoscenza e a migliorare la capacità di interazione fra il tessuto produttivo esistente e i centri di ricerca, nell'ottica di trattenere (o attrarre) sul territorio persone ad elevata qualificazione.

Si è capito che valorizzare la dimensione slow non è una componente marginale di una politica di sviluppo locale ma è la pre-condizione: l'ambiente di Jesi, in cui è piacevole vivere perché offre una pluralità di occasioni, è un forte elemento caratterizzante ed essenziale. L'ambien-



Foto: Ubaldo Ubalci



“Dare un volto” e “dare una traiettoria” sono due facce della stessa attività.

La Carta di Lipsia per le città sostenibili conclude sostenendo che *“l’Europa ha bisogno di città e regioni forti e in cui si vive bene”*. Conclusione che esprime in una frase un intero progetto politico, del quale, questo Piano Strategico dello Sviluppo Sostenibile, ne è una delle espressioni.

te urbano di qualità, infatti, deve essere tutelato e valorizzato perché l'abitabilità di una città è tanto un elemento di benessere e sviluppo personale per i suoi cittadini, quanto un fattore di attrazione e sviluppo per il sistema economico nel suo insieme.

Finita questa fase più intensa di progettazione, cosa farà l'Amministrazione Comunale e cosa faranno gli altri soggetti?

L'Amministrazione comunale si farà promotrice dei progetti che le sono propri secondo le normali procedure che regolano l'azione amministrativa compatibilmente con le risorse disponibili, rese sempre più limitate dalla crisi economica e dalle ristrettezze di bilancio. Su alcuni progetti l'Amministrazione ha comunque scommesso ed è pronta ad avviare il lancio: il progetto per la logistica di distretto, per esempio, o il progetto per il wi-fi nel centro storico, funzionale alla valorizzazione del turismo e in generale ad una maggiore attrattività del centro.

Gli altri partecipanti al piano avranno posizioni e ruoli diversi a seconda del fatto di essere proponenti/partecipanti ai progetti elaborati o aderenti alla visione del piano stesso.

Nel ringraziarli tutti per i nove mesi di proficuo lavoro ricordo che associazioni, categorie, agenzie pubbliche, privati, hanno firmato il "Il Manifesto del Piano Strategico per lo Sviluppo Economico Sostenibile di Jesi" aderendo agli obiettivi ed alla visione enunciati nel piano, riconoscendo l'utilità di questo strumento e del suo percorso, condividendo la necessità di co-pianificare una strategia di decisa innovazione del sistema locale. Altri, invece, sono andati oltre proponendo ai tavoli dei progetti con i quali sono stati in grado di costruire sinergie e relazioni contribuendo ad allargare la platea nelle riunioni; progetti che li vedono, responsabilmente, assumersi impegni in prima persona. A queste persone/associazioni va il mio più sentito ringraziamento per aver accettato la proposta senza tatticismi e pregiudizi, ma anzi accogliendo la sfida e "mettendoci la faccia", ponendosi così al servizio del nostro territorio e della nostra comunità: per il bene comune.

L'Amministrazione comunale, in questa prima fase, si farà carico della regia, cercherà di alimentare la fiducia che si è creata in questo processo e di aumentare le occasioni di connessioni tra soggetti.

L'idea è quella di attivare l'Urban Center come luogo che tra le altre funzioni, abbia quella di monitorare e sollecitare il Piano Strategico. Decideremo insieme ai sottoscrittori del "manifesto" la forma che questa struttura dovrà avere, così come concorderemo anche con tutti i soggetti interessati i suoi programmi. Sarebbe poi auspicabile che l'Urban Center che noi proponiamo trovi l'interesse anche negli altri territori della Vallesina e nelle aree contermini, così da poter diventare un Territorial Center, una struttura di governance di area vasta in cui discutere, tra Amministrazioni, cittadini e stakeholders, i temi di interesse comune per la nostra area

In ogni caso l'Urban Center dovrà accompagnare (seguire, facilitare, comunicare, mettere in rete) tutti i progetti proposti dal piano anche quelli dei privati che, proprio per essere pensati all'interno di una cornice comune, acquistano un valore maggiore.

#### 4. Le sfide aperte

Non è stato ovviamente possibile toccare tutti i temi dello sviluppo in questa prima fase di pianificazione strategica. Poiché abbiamo immaginato il nostro piano strategico come un processo continuo che si aggiornerà

e produrrà progetti nel tempo, la nostra idea-guida dello sviluppo di Jesi potrà arricchirsi e articolarsi e generare nuovi progetti. Provo ad anticipare alcuni temi che mi appaiono di grande rilievo e che potrebbero generare progetti significativi.

*Un progetto per sviluppare attività che creano reddito nel campo della cultura (Jesi città creativa)*

Abbiamo approfondito un tema essenziale: Jesi come città creativa, innovativa, epicentro della conoscenza dal punto di vista dell'innovazione tecnologica. È possibile pensare un progetto analogo anche per quanto riguarda arte, cultura, ed altre dimensioni della creatività? È in altre parole possibile fare diventare progetto e risorsa economica, l'intensa attività culturale che si svolge in città?

È un tema difficile perché tipicamente affrontato da città metropolitane, tuttavia anche Jesi può iniziare a muoversi in questa direzione. La varietà dell'ambiente urbano, la molteplicità di competenze di punta in settori diversi (cinema, musica, arti, design) favorite dalla varietà di occasioni di lavoro, possono diventare un fattore di attrazione e competitività, e della varietà di occasioni di interscambio tra eccellenze di settori diversi può innescarsi un circuito virtuoso per rendere sempre più Jesi una "città creativa".

*La Green Economy e i Green Jobs*

Non sono mai abbastanza apprezzate le possibilità offerte dalla Green Economy: la ricerca sulle fonti rinnovabili, le tecnologie poco impattanti sull'ambiente, le attività economiche per la tutela e la valorizzazione dell'ambiente.

L'avvento alla presidenza americana di Barak Obama ha reso questo orizzonte meno utopistico e più concreto, la nuova Amministrazione statunitense ha varato un 'pacchetto di stimolo' con oltre 500 milioni di dollari per la creazione di migliaia di "colletti verdi". Ancora più interessante, poi, perché la Green Economy interessa dai livelli più elevati (per esempio gli ingegneri esperti in nuove tecnologie) a quelli meno qualificati (per es. tecnici esperti in interventi di bioarchitettura o nel montaggio di impianti orientati all'ambiente). A Jesi potremo collegare questo obiettivo al "parco tecnologico" di Zipa Verde, al progetto "Jesi città solare" allo strumento del PEAC (Piano Energetico Ambientale Comunale); alla nostra università con i suoi masters e alle scuole professionali qui presenti (formazione e/o riqualificazione professionale). Attivare a Jesi una seria politica dei "green jobs" significherebbe cogliere quello che oggi viene fatto in Austria, in Germania, dove sono decine i settori in cui si è sviluppata questa offerta di lavoro e dove sono centinaia di migliaia i lavoratori occupati.

*Il sociale e il benessere della persona*

Quando si parla di forme di sociale che può diventare fattore di sviluppo economico si affronta un terreno apparentemente scivoloso.

Tuttavia non si tratta di trascurare l'idea che il sociale è fondamento della coesione. Sarebbe invece bello immaginare che, accanto alla dimensione dell'attenzione all'altro che a Jesi vanta esperienze importanti, la cura della persona possa diventare un fattore di sviluppo. Il prof. Giocchino Garofoli ci ha raccontato dell'evoluzione del distretto di Saint Etienne che si è evoluto da distretto tessile a distretto centrato sui temi della salute. Il prof. Renato Novelli ci ha fatto capire come un turismo legato al benessere e alla cura della persona possa costituire una prospettiva di grande rilievo anche per i nostri territori. Credo che Jesi potrà essere capace di mettersi in gioco anche in questa dimensione vista la presenza

viva sia del privato sociale, sia di realtà in grado di sviluppare il tema del benessere, dell'alimentazione e della cura della persona.

#### *Biotecnologie e nanotecnologie*

I dati emersi lo scorso ottobre nella quinta edizione di Bioforum, a Milano, hanno evidenziato che sul biotech ci sono in Italia oltre 200 imprese che impiegano più di 26 mila addetti con un fatturato che è cresciuto del 11% nel 2007; sempre al Bioforum si è constatato che il nanotech crescerà del 40% l'anno nei prossimi 12-15 anni. Tra le conclusioni di questo convegno internazionale risalta che per il nostro Paese:

"...lo sviluppo di queste tecnologie; l'asse microtecnologie - information technology; la coniugazione di università, centri di ricerca e industria, contribuiranno significativamente alla crescita economica dell'Italia" (Bioforum – Milano, Ottobre 2008).

A Jesi sono presenti soggetti d'interesse nazionale che operano nel settore delle biotecnologie, così come il settore del ICT è fortemente radicato anche con spin off universitari della Politecnica di Ancona: perché non cogliere quest'opportunità? perché non costruire un sistema integrato, qui nella Vallesina?

Ho semplicemente accennato a quattro temi che mi stanno particolarmente a cuore ma ne potrei elencare molti altri. In generale, credo che l'idea vincente sarà quella di coinvolgere un numero sempre maggiore di soggetti in processi di sviluppo e innovazione. Il gioco collettivo che ha funzionato bene finora non potrà che giovare dalla presenza di un numero sempre maggiore di competenze e specializzazioni, dall'aumento di varietà e complessità.

### **5. "Jesi città bella" perché città della "vita bella"**

Al termine di due cicli di pianificazione strategica che ho promosso dapprima come Assessore al Territorio per la revisione del nuovo Piano urbanistico di Jesi e, ora, come Assessore allo Sviluppo Economico per sostenere lo sviluppo sostenibile della città, vorrei provare a cercare di estrarre un senso da queste esperienze.

Come spesso ho detto, essere impegnato dapprima nella costruzione del piano urbanistico e poi nella costruzione di un progetto di sviluppo, ha per me significato dapprima cercare di "dare un volto", in modo partecipato e tecnicamente competente, alla nostra città e poi "dare una traiettoria" di sviluppo alla nostra comunità.

Sono state due esperienze alte, per chi fa politica, due sfide impegnative che ho affrontato convinto delle possibilità offerte dalla pianificazione strategica, sia per sua capacità di "ascoltare" la società locale sia per la possibilità che offre di costruire progetti condivisi entro cornici comuni.

Le immagini che conservo di questa esperienza sono quelle di una città bella, ancora coesa, con una comunità locale fortemente radicata e preoccupata del bene comune, competitiva con ulteriori potenzialità di sviluppo. Allora a me sembra che essere consapevoli di "Jesi città bella" sia la chiave di volta.

Tutti ricordiamo la vecchia descrizione del geografo Edrisi *"Jesi città bella adagiata lungo un fiume"*. È un'immagine che risale al 1154 ma

che credo dovremmo tenere sempre presente

La coesione sociale della comunità Jesina è stata nel tempo capace di generare una città riconoscibile e di qualità; i molti talenti che la città ha espresso nella storia antica o recente (nella musica e nell'arte, nel mondo del lavoro e del sociale, nello sport, e così via ...) si sono potuti sviluppare al meglio proprio perché si sviluppavano entro una società ed entro un ambiente fisico che li supportava nelle loro scelte, offrendo la possibilità di coltivare e accrescere i loro talenti. Oggi la bellezza della città (intesa come dimensione fisica, qualità degli spazi e dell'ambiente, e come dimensione sociale di coesione) è diventata ulteriormente fattore di attrazione e sviluppo. Di questo dovremmo essere coscienti, in primis come amministratori: una città è tanto più coesa e competitiva quanto più mantiene la sua bellezza. Ciò dovrebbe essere sempre tenuto presente nel progettare spazi pubblici, nel risolvere gli elementi di degrado emergenti, nell'offrire un paniere variegato di servizi, nell'inventare sempre più politiche pubbliche non banali ma invece complesse e integrate.

“Jesi città bella” non è solo una descrizione di quello che c'è ma è un'idea regolativa che ci deve indicare una traiettoria per futuro ed un'attenzione per il presente. Dobbiamo pensare che Jesi è, e sarà, una città bella non perché permette al cittadino “la bella vita” - come un progetto di vita individualistico orientato al consumo - ma perché consente alla persona di realizzare una “vita bella” dove il successo individuale trascina la comunità e dalla comunità è favorito, dove la cultura è diffusa, dove le differenze di reddito non sono drammatiche e non escludono. In poche parole, una città dove bellezza, competitività e coesione si rafforzano tra loro.

Alla fine ho capito come “dare un volto” e “dare una traiettoria” sono due facce della stessa attività. Ho scoperto che la Carta di Lipsia per le città sostenibili conclude sostenendo che *“l'Europa ha bisogno di città e regioni forti e in cui si vive bene”*. Conclusione che esprime in una frase un intero progetto politico, che è anche il mio.

Assessore allo  
Sviluppo Sostenibile,  
Progetti Speciali,  
Infrastrutture di Area Vasta  
**Daniele Olivi**

## Il Manifesto del Piano Strategico per lo Sviluppo Economico Sostenibile

Il sistema economico di Jesi e della Vallesina si trova oggi ad affrontare una situazione critica, risultato soprattutto di una congiuntura internazionale particolarmente sfavorevole ma anche di criticità locali che ancora sollecitano risposte adeguate.

La città e il territorio della Vallesina possiedono d'altro canto cospicue risorse per poter affrontare una sfida ambiziosa: patrimoni di conoscenza, competenze tecniche e scientifiche, capacità di intraprendere e diffusa cultura del lavoro, qualità e riconoscibilità dei prodotti, forte legame degli operatori con il territorio, cluster nell'ambito delle ICT e del digitale, casi di successo di imprese esito di spin off universitari in settori fortemente innovativi, presenza di patrimoni storici, artistici, naturali e paesaggistici di grande valore, importanti giacimenti della cultura materiale, potenzialità per lo sviluppo di un turismo sostenibile, ecc. Tali risorse appaiono tuttavia al momento poco valorizzate e soprattutto risultano frammentate ed incapaci di fare sistema.

È giunto il tempo di promuovere una strategia di decisa innovazione del sistema locale, che faccia propri alcuni obiettivi comuni:

1. Promuovere un percorso di decisa innovazione del sistema jesino, spingendo verso la costruzione di progetti sperimentali che incidano sulla qualificazione e integrazione delle risorse locali.
2. Rilanciare lo sviluppo di Jesi e della Vallesina, in una fase critica dell'economia locale e internazionale, mettendo esplicitamente a tema lo sviluppo sostenibile come fuoco attorno al quale orientare l'attenzione del nuovo ciclo di politiche di crescita per la città e il territorio.
3. Identificare e dare sostanza a prospettive di sviluppo per Jesi e per la Vallesina, che sappiano coniugare la tradizionale vocazione industriale con l'attenzione all'ambiente e al paesaggio, integrando i temi della sostenibilità, della soft economy e dell'economia della conoscenza.

Vi è la necessità di intraprendere iniziative di attrazione di nuove imprese e di investimenti esteri, qualificazione delle professionalità, collegamenti tra mondo della produzione e mondo della ricerca, miglioramento della qualità dell'ambiente urbano e del paesaggio, incremento della capacità di cooperazione e dunque rafforzamento delle reti di governance.

Grazie al Piano Strategico per lo Sviluppo Economico Sostenibile è stata identificata una serie di progetti che intendono muoversi nella

direzione di una strategia di innovazione e per il perseguimento degli obiettivi enunciati.

Sulla base di quanto finora richiamato, noi sottoscrittori del documento di Piano Strategico di Sviluppo Sostenibile, in rappresentanza delle organizzazioni e delle associazioni degli interessi locali e in qualità di singoli operatori del mondo della produzione e dei servizi:

Riconosciamo l'utilità del percorso compiuto dal Piano Strategico come occasione di co-progettazione tra gli attori e come modalità innovativa per la concertazione tra partner.

Dichiariamo l'interesse verso ulteriori iniziative che vadano nella direzione del consolidamento e rafforzamento della cooperazione locale, e della generazione di nuove iniziative e progetti di sviluppo, considerando il Piano Strategico un primo passo in questo senso.

Aderiamo agli obiettivi e alla visione enunciata dal Piano Strategico.

Assumiamo come prospettiva di lavoro comune i progetti del Piano Strategico, esplicitando la volontà di contribuire alla loro realizzazione secondo modalità e tempi che saranno concordati all'interno di ciascun partenariato di progetto.

### **Firmatari del Manifesto del Piano Strategico**

Al momento di andare in stampa il Manifesto del Piano Strategico per lo Sviluppo Sostenibile è già stato sottoscritto da Associazioni industriali (Confindustria Ancona), artigiane (CNA, CGIA) del mondo agricolo (Confederazione italiana agricoltura, Confederazione Produttori Agricoli-Confagri, Coldiretti), del commercio (Confesercenti, Confcommercio), della cooperazione (Confcooperative Ancona, Legacoop Marche – Comitato provinciale di Ancona, AGCI) e dai Sindacati (CGIL, CISL). Dalle Banche con sede a Jesi (Banca delle Marche e Banca Popolare di Ancona). Da Fondazioni (Fondazione Pergolesi Spontini, Fondazione Angelo Colocci). Da società e consorzi pubblici finalizzati allo sviluppo del territorio (Consozio Zipa, Interporto Marche SPA). Da Associazioni ambientali (Circolo Legambiente Azzaruolo Jesi).

Inoltre il manifesto è in corso di sottoscrizione da parte di singoli soggetti (aziende, professionisti, onlus) attivi nel mondo della produzione e dei servizi.



**PARTE 1:**

# **Il Piano Strategico 2009**

### 1.1 La pianificazione strategica e la programmazione complessa a Jesi

## 1. Il processo del Piano

Negli anni recenti l'attività dell'Amministrazione comunale di Jesi, nel campo delle politiche urbane e territoriali, è stata orientata alla produzione di piani, programmi e progetti di carattere strategico. Si è trattato, infatti, di forme di azione che hanno riguardato di volta in volta la città, alcune sue specifiche parti, il territorio della Vallesina, caratterizzate dalla costruzione di una nuova visione dello sviluppo e dalla generazione di proposte di intervento di trasformazione e sviluppo: dal Piano Strategico al Piano regolatore, dal Contratto di Quartiere a Zipa verde, dal Progetto Sistema ad Agenda 21 locale.

Queste esperienze hanno fatto maturare, in primo luogo, una nuova consapevolezza sui temi dello sviluppo locale e della necessità di cooperazione tra attori. Oggi la cooperazione su singoli piani e iniziative si è affermata: si pensi alla vicenda dell'Area ad alto rischio di crisi ambientale-Aerca, che ha visto la partecipazione di 9 Comuni; le politiche di promozione dello sviluppo al livello regionale hanno continuato a favorire l'emergere di progettualità condivisa tra Comuni (si pensi alle Agende regionali di sviluppo locale-Arstel); alcune parole d'ordine dello sviluppo locale (come quello della concertazione e della cooperazione locale) hanno cominciato ad entrare nel lessico e nei comportamenti degli amministratori.

Oggi quindi il tema è posto ed è percepito come rilevante. Questo rende possibile il suo trattamento in termini operativi, ma ciò accresce ovviamente la responsabilità del Piano Strategico di sviluppo sostenibile di alimentare la riflessione e lo sforzo progettuale attorno ad esso, perché una forte attenzione chiede di essere sostenuta da risultati concreti.

In questo quadro, un elemento significativo è che il Comune di Jesi è tornato nella condizione di poter svolgere un ruolo nei confronti delle politiche di sviluppo territoriale, è riconosciuto dagli altri attori come un interlocutore rilevante (sia gli altri Comuni dell'area della Vallesina, che le istituzioni di livello superiore, che le stesse associazioni e operatori locali).

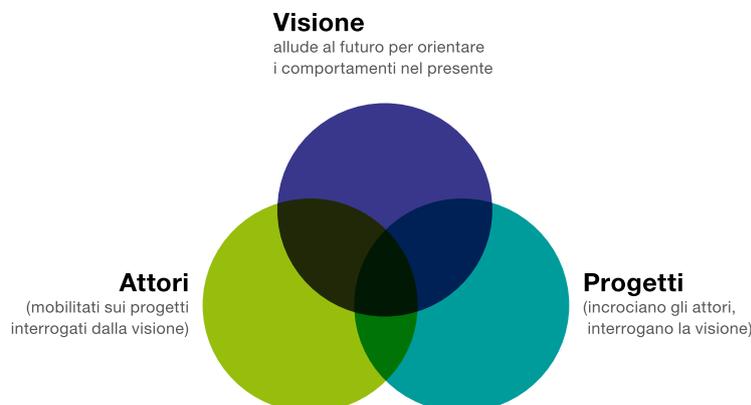
### 1.2 La sfida e il metodo del Piano Strategico

La costruzione del Piano Strategico di Sviluppo Economico Sostenibile ha costituito una sfida tecnica e politica.

Dal punto di vista tecnico, si trattava di cogliere una scommessa, quella di riuscire a montare, in un tempo relativamente breve (otto mesi di lavoro, tra l'inizio del processo a fine luglio 2008 e la conclusione del Piano a febbraio 2009), una lista abbastanza cospicua di progetti,

associando ad essi gli attori interessati (già mobilitati o mobilitabili), e fornendo ai progetti un quadro di riferimento capace di indicare la direzione dello sviluppo.

La logica con cui ci si è mossi è restituita dalla figura seguente:



Si tratta di una modalità di pianificazione strategica inconsueta. Di norma, in letteratura e nelle esperienze più note, la costruzione del piano strategico occupa un tempo più lungo, dedicato sia agli approfondimenti analitici, sia ad un prolungato lavoro di co-progettazione e concertazione con gli attori.

Nel caso di Jesi, si è deciso di ridefinire la parte analitica, agendo su tre fronti:

- in primo luogo, contando sull'ampia disponibilità di fonti informative derivanti da precedenti attività di indagine, svolte a ridosso della elaborazione di altri strumenti di pianificazione e programmazione territoriale;
- in secondo luogo, integrando la conoscenza della situazione locale con le oltre venti interviste ad una serie di interlocutori rilevanti;
- infine, invitando alcuni esperti esterni a portare il loro punto di vista ai tavoli di lavoro organizzati con gli attori locali, in modo da contribuire ad alimentare le discussioni con conoscenze derivanti da altri contesti.

Per quanto riguarda le attività di concertazione, esse sono state condotte facendo ricorso ad una modalità molto semplice. Sono stati organizzati infatti dei tavoli di lavoro, articolati su tre dimensioni specifiche dello sviluppo economico: la dimensione strutturale, la dimensione creativa, la dimensione slow. L'ipotesi che ha guidato la scelta era che l'individuazione di declinazioni specifiche dei temi legati allo sviluppo economico del territorio consentisse una maggiore vicinanza e precisione tanto nell'individuazione dei problemi quanto nella definizione dei progetti e degli attori attivabili su ciascuno di essi.

I tavoli sono stati chiamati ad istruire i temi rilevanti per lo sviluppo futuro di Jesi e del suo territorio, a identificare una prima lista di progetti o percorsi di azione coerenti per il trattamento dei temi indicati, e a porre le basi per la loro fattibilità, cominciando a selezionare gli attori interessati a prendersi carico della loro costruzione e gestione.

Le questioni specifiche affrontate nei tre tavoli sono state:

1. La dimensione strutturale dell'economia di Jesi: settore meccanico e sue evoluzioni, rapporti tra industria e artigianato, internazio-

nalizzazione, accesso al credito, logistica, accessibilità, livello di infrastrutturazione.

2. La dimensione creativa dell'economia di Jesi: innovazione, economia della conoscenza, città creativa, energie rinnovabili.
3. La dimensione slow dell'economia di Jesi: agricoltura, prodotti tipici, città del gusto, turismo sostenibile, produzione e fruizione culturale.

La sfida politica del Piano Strategico è consistita nell'assunzione di un modello di concertazione locale che superasse logiche ritenute poco fertili, riferite ai modelli più tradizionali della consulta (le istituzioni decidono le politiche e i progetti, e chiamano i rappresentanti degli interessi a discuterne) e della concertazione di stampo "neo-corporativo" (laddove la dimensione della rappresentanza vale spesso di più di quello della rilevanza). Si è piuttosto preferito assumere un modello che privilegiasse logiche di reale apertura del processo decisionale, coinvolgendo gli attori (quelli organizzati e i singoli rappresentanti del mondo del lavoro, dei servizi e della produzione) attorno ad un percorso di dialogo, di riflessione sulle azioni da intraprendere e di concreto apporto progettuale.

In sintesi, i principi cui si è ispirato il processo partenariale sono dunque i seguenti:

1. Assumere il piano strategico come nuova modalità di concertazione locale, finalizzata alla realizzazione di progetti collettivi condivisi grazie al miglioramento della capacità progettuale dei soggetti.
2. Raccogliere e ricondurre ad unitarietà la progettualità finora espressa in ambito locale e le ulteriori proposte emerse nel corso del processo di pianificazione strategica, nei campi dell'innovazione tecnologica, dell'apertura internazionale del sistema locale, della formazione e dell'economia della conoscenza, delle politiche ambientali, del risparmio energetico e del paesaggio, della logistica, della cultura, del marketing territoriale e della qualità urbana.
3. Organizzare dei momenti di confronto e di concertazione tra gli attori interessati ad intraprendere congiuntamente azioni di sviluppo sulla base di obiettivi condivisi.
4. Condividere la strategia e coinvolgere gli attori rilevanti della città e del territorio (la cabina di regia, il forum dei sindaci, gli interessi diffusi, ...), stabilendo solidi partenariati in grado di prendersi in carico la costruzione e la gestione dei progetti di sviluppo.
5. Far maturare e/o affinare i progetti, le proposte e le ipotesi di intervento, cominciando a definirne e valutarne le condizioni di fattibilità.

### 1.3 La cronologia del Piano

Il processo di costruzione di Piano può essere fatta risalire ad una riunione con i componenti della cabina di regia e del mondo produttivo locale organizzata il 27 marzo 2008, alla presenza dell'Assessore regionale alle Attività produttive Gianni Giaccaglia e del relativo dirigente, in cui era stata formulata l'ipotesi di dare vita ad un Piano Strategico per lo sviluppo economico. L'avvio formale del processo è avvenuta con una presentazione pubblica dell'iniziativa, svoltasi il giorno 24 luglio 2008 presso il Centro Docens di Zipa con l'obiettivo di illustrare il programma di lavoro operativo che ha consentito in un arco di tempo abbastanza ristretto di costruire, in modo condiviso, un parco progetti ed una politica innovativa per il territorio di Jesi. In quella occasione, avevano portato il loro contributo Giorgio Pagano, ex sindaco di La Spezia e responsabile della Rete nazionale delle città strategiche, e la prof. Mariangela Paradisi

dell'Università Politecnica delle Marche

Successivamente, l'articolazione delle attività svolte nel corso della costruzione del Piano è stata la seguente:

### *1. Indagini preliminari (luglio-ottobre)*

La prima fase del lavoro ha previsto lo svolgimento di una serie di interviste e colloqui ad attori e testimoni privilegiati del sistema locale, orientate a raccogliere opinioni e punti di vista sui temi oggetto del piano strategico, sui progetti attivabili e sul percorso del lavoro.

Questa attività, che ha consentito anche di rafforzare il quadro delle idee progettuali e misurare disponibilità alla collaborazione, è poi proseguito nel corso dell'elaborazione del Piano Strategico<sup>1</sup>.

### *2. Le attività dei tavoli (ottobre-dicembre)*

Ciascuno dei tre tavoli di lavoro si è riunito due volte tra ottobre e metà dicembre.

La prima riunione è stata orientata a identificare gli obiettivi di carattere generale dello sviluppo locale, a definire il tema (sulla base delle analisi disponibili), alla illustrazione dei progetti attivabili e alla definizione del gruppo di attori che stabilmente ha seguito il tema specifico del tavolo.

La seconda riunione è stata invece dedicata all'affinamento dei temi specifici, alla istruttoria dei progetti attivabili, alla costruzione dei partenariati di progetto, al disegno del percorso di sviluppo e di implementazione dei progetti, alla verifica della coerenza tra progetti e obiettivi di carattere generale di sviluppo locale.

La composizione dei tavoli ha tenuto conto di criteri quali la rappresentanza (le organizzazioni e le associazioni degli interessi, le autonomie funzionali, le agenzie tecniche dell'area), ma anche la rilevanza di singoli contributi (imprenditori e operatori dell'economia locale). La distribuzione dei partecipanti tra i tre tavoli è poi stata decisa in autonomia da ciascuno di essi.

Alle riunioni di ciascuno dei tavoli sono stati invitati ospiti esterni:

- prof. Ugo Ascoli, Assessore Regionale al Lavoro e alla Formazione
- prof. Donato Iacobucci, Università Politecnica delle Marche
- prof. Renato Novelli, Università Politecnica delle Marche
- prof. Gioacchino Garofoli, Università Carlo Cattaneo di Castellanza
- prof. Matteo Bolocan, Politecnico di Milano

Gli esperti esterni sono stati individuati tra docenti universitari ed esponenti politici per la loro riconosciuta competenza sulle specifiche questioni affrontate ed hanno portato un contributo di impostazione di carattere generale sui temi trattati dal tavolo.

Hanno inoltre portato il loro contributo su progetti specifici: l'arch: Gianluigi Mondaini (dell'Università Politecnica delle Marche) che ha presentato i risultati di un workshop progettuale sul Viale della vittoria svolto con studenti di diverse facoltà di architettura italiane, e il dott. Enzo Santurro (di Retecamere), che ha presentato un progetto di mar-

1. Le interviste e i colloqui sono stati i seguenti: Rolando Agostinelli, imprenditore; Patrizia Barbaresi, Coop Futura; Gianfranco Berti, Assindustria Comitato territoriale Vallesina; Massimo Bianconi, direttore generale Banca delle Marche; Paolo Bifani, Confcommercio; Claudio Bocchini, imprenditore; Cecchetti Simone, Legacoop Marche; Gabriele Fava, presidente Fondazione Colocci; Fiorentini Annalisa, dir. Confcooperative Ancona; Giampaolo Ghepardi, Coos Marche; Marco Gialletti, imprenditore; Giampaolo Giampaoli, Presidente Camera Commercio Ancona; Giancamilli Erino, Coldiretti; William Graziosi, amministratore delegato Fondazione Pergolesi Spontini; Fabio Marcatili, Confartigianato; Doriano Marchetti, presidente Cooperativa Moncaro; Gianluca Mirizzi, imprenditore; Sandro Paradisi, imprenditore; Andrea Pieralisi, presidente Assindustria Comitato territoriale Vallesina; Gennaro Pieralisi, imprenditore; Paolo Pizzichini, Cisl; Profili Roberto, CIA; Therese Roleaux, IAT Jesi; Domenico Sarti, Cgil; Sandro Sbarbati, presidente Italcook; Massimo Stronati, coop Cisa Gest; Federico Tardioli, presidente Fondazione Colocci; Tassi Daniele, AGCI; Daniela Bianchi, BioAesis srl.

keting del centro storico commissionato dal Comune di Jesi e Camera di Commercio di Ancona.

L'attività dei tavoli si è avvalsa anche di documenti introduttivi a ciascuno dei tre tavoli, presentazioni in power point e materiali informativi su casi analoghi ai progetti in discussione forniti dal gruppo di lavoro.

Alle riunioni dei tavoli hanno partecipato in media tra le 40 e le 50 persone<sup>2</sup>.

### 3. Elaborazione del Piano Strategico (gennaio-febbraio)

La fase finale del lavoro è stata invece dedicata alla messa a sistema degli elementi emersi secondo lo schema dei piani strategici: obiettivi generali, linee strategiche, progetti di sviluppo e loro modalità di implementazione (con una prima valutazione circa la loro fattibilità) e attori attivabili, con una verifica finale con gli attori gestita attraverso una riunione finale congiunta dei tre tavoli.

L'attività di costruzione e disseminazione del processo di pianificazione strategica ha anche usufruito del sito dedicato:

**[www.comune.jesi.an.it/strategiasviluppo](http://www.comune.jesi.an.it/strategiasviluppo)**

2. L'elenco dei partecipanti, desunto sulla base delle presenze segnalate alla Conferenza del 24 luglio e delle successive riunioni dei tavoli, è il seguente: Agostinelli Luca, Soluzioni Informa; Agostinelli Rolando, On Demand; Allegrini Luca, Babyland Service; Baglieni Simone, Banca Popolare di Ancona; Baldi Emiliano, Baldi Ristorazione; Barbaresi Patrizia, Futura soc. coop.; Belluzzi Gioacchino, Banca delle Marche; Benedetti Emanuele, Osteria Corte Bettini; Berti Gian Franco, Osservatorio Civico/Centro Calamandrei; Biancini Gianfranco, Interporto; Bifani Paolo, Confcommercio; Binci Andrea, Comune di Jesi; Biondi Pietro, C.C. Vallesina; Bordoni Andrea, Regione Marche Servizio Agricoltura; Bucci Mario, Direttore Consorzio Zipa; Caldarelli Maurizio, Gruppo Loccioni; Callari Ignazio Ezio, Interporto Marche; Capitani Ezio, Erap Ancona; Carancini Giuseppe, Confartigianato; Cardinaletti Marco, Project Manager Sviluppo Sostenibile; Cardinali Claudio, Oikos Jesi onlus; Cardinali Daniele, Fastnet spa; Cartuccia Aldo, Seci-Energia; Celli Luca, Camera Work spa; Celli Flaviano, ex Amministratore Comunale; Cellottini Mirko, Caffè Imperiale; Cerioni Sergio, Osservatorio Civico; Ciabocco Fiorella, Sartoria Fiorella; Cinti Matteo, Comune di Jesi; Coltorti Mauro, Università di Siena; Costantini Daniele, Cisagest soc.coop.; Domenichetti Angelo, Confcommercio; Fiorentino Giuseppe, SPF Studio Progetti Finanziari; Focante Marcello, Jesi e la sua Valle; Gabellini Patrizia, Politecnico MI; Gambetti Fabio, Fondazione Pergolesi; Ganzetti Giampiero, Jesiservizi; Gennai Stefano, Direttore Generale Comune di Jesi; Gialletti Marco, Nautes srl; Giancamilli Erino, Coldiretti; Graziosi William, Fondazione Pergolesi Spontini Jesi; Grilli Elisabetta, CNA; Grizi Lavinia, Agriturismo; Guerriero Piero, Capolinea srl; Iencenella Fabio, Arcafelice srl; Leoni Leonardo, Consorzio Zipa; Lillini Alfio, Consigliere Comunale; Lucarini Diego, Copagri Jesi; Mancinelli Alfredo, MA.SCO; Marcatili Fabio, Confartigianato - Cgia Jesi; Marcozzi Marina, Regione Marche; Marini Marina, Jesi e la sua Valle; Martinovich Mara, Newbeetle/Incontrieuropei; Meloni Rosa, Consigliere Provinciale/I.C. Urban Jesi; Mirizzi Gianluca, Montecappone; Moretti Fabio, Capolinea srl; Morosetti Paolo, Studio Film; Negozi Leonello, Legambiente; Novelli Rodolfo, Dirigente Regione Marche Serv. Governo Territorio; Panariello Roberto, Provincia di Ancona; Paoloni Patrizia, Gruppo MA.PA Cannelloni srl; Paradisi Sandro, Paradisi srl; Pizzichini Paolo, Cisl Jesi; Profili Roberto, CIA - Jesi; Rossini Bruno, Multiservizi spa; Santurro Enzo, Retecamere; Sargentoni Stefano, CNA; Sarti Domenico, Cgil Jesi; Sebastianelli Evasio, CIA Ancona; Silveri Nicola, Rusticanella; Stronati Roberto, Simonetta spa; Talacchia Mario, Architetto; Trionfi Honorati Giuseppe; Vittori Graziano, Soc.Agr.Arcafelice/C.J.P.O.; Zelli Gianluigi, Agriturismo.

## 2. La strategia, gli obiettivi e la visione del Piano

Sulla base delle attività analitiche e del lavoro di interazione con gli attori locali, il Piano formula un'ipotesi strategica di lavoro, un coerente sistema di obiettivi e una visione al futuro per Jesi e il suo territorio.

### 2.1 Una strategia di innovazione: la situazione di partenza e i percorsi di azione verso il futuro

Il Piano Strategico per lo Sviluppo Sostenibile intende promuovere una strategia di decisa innovazione del sistema locale, per la città e per il territorio della Vallesina.

La domanda di innovazione è del resto espressa con forza dagli stessi attori locali, quando sollecitano iniziative di attrazione di nuove imprese e di investimenti esteri, qualificazione delle professionalità, collegamenti tra mondo della produzione e mondo della ricerca, miglioramento della qualità dell'ambiente urbano e del paesaggio, incremento della capacità di cooperazione e dunque rafforzamento delle reti di governance.

A questa domanda, il Piano Strategico intende fornire una risposta adeguata, nella consapevolezza che Jesi e la Vallesina hanno cospicue risorse in grado di porre la città e il suo territorio all'altezza di una sfida ambiziosa: patrimoni di conoscenza, competenze tecniche e scientifiche, capacità di intraprendere e diffusa cultura del lavoro, qualità e riconoscibilità dei prodotti, forte legame degli operatori con il territorio, cluster nell'ambito delle ICT e del digitale, casi di successo di imprese esito di spin off universitari in settori fortemente innovativi, presenza di patrimoni storici, artistici, naturali e paesaggistici di grande valore, importanti giacimenti della cultura materiale, potenzialità per lo sviluppo di un turismo sostenibile.

Tuttavia, i limiti del sistema locale sono ben noti: esso appare caratterizzato dalla presenza di aziende di piccole e medie dimensioni che operano principalmente in settori "tradizionali" a basso contenuto tecnologico, limitata presenza di cultura manageriale, peso contenuto dell'occupazione nelle attività di R&S, scarsa capacità di visione di lungo periodo dell'attività innovativa, criticità sotto il profilo del sistema dell'accessibilità, turismo in crescita ma ancora caratterizzato da una offerta frammentata. Inoltre, la congiuntura attuale appare critica: il sistema locale risente della congiuntura negativa dell'economia mondiale e di quella italiana in particolare; altri poli dello sviluppo dell'area versano in condizioni di forte difficoltà (si pensi al distretto degli elettrodomestici di Fabriano); l'integrazione tra le infrastrutture logistiche e della mobilità appare ancora scarsa.

A fronte di questa situazione, promuovere una innovazione di sistema significa dare corpo a progetti che permettano di introdurre, nei vari settori che compongono l'economia locale (dal manifatturiero al turismo, dal digitale all'enogastronomia, dai servizi alla produzione all'offerta culturale), sperimentazioni avanzate e rotture significative rispetto alle performance consolidate. Ciò significa, all'interno di un contesto che appare connotato da cospicue risorse ma frammentate, introdurre dispositivi di integrazione, mettendo in rete e stabilendo connessioni tra attori, competenze, produzioni, conoscenze, progettualità che finora sono rimasti isolati, perché non hanno trovato occasioni di cooperazione, e dunque non hanno fatto sistema.

Per questa ragione, il Piano Strategico ha elaborato dei progetti che incidono sullo spazio all'incrocio tra ambiti di intervento tradizionalmente separati. In questo senso, il Piano Strategico ha lavorato sulle connessioni: tra manifattura, ambito della ricerca avanzata e formazione; tra risorse endogene, marketing e apertura verso l'internazionalizzazione; tra sostenibilità ambientale e produzione industriale; tra qualità urbana, logistica e innovazione tecnologica; tra paesaggio, cultura materiale e turismo; ecc.

## 2.2 Gli obiettivi del Piano Strategico

Il Piano Strategico per lo Sviluppo Sostenibile persegue una serie di obiettivi, tra loro fortemente intrecciati:

1. Promuovere un percorso di decisa innovazione del sistema jesino, spingendo verso la costruzione di progetti sperimentali che incidano sulla qualificazione e integrazione delle risorse locali.
2. Rilanciare lo sviluppo di Jesi e della Vallesina, in una fase critica dell'economia locale e internazionale, mettendo esplicitamente a tema lo sviluppo sostenibile come fuoco attorno al quale orientare l'attenzione del nuovo ciclo di politiche di crescita per la città e il territorio.
3. Identificare e dare sostanza a prospettive di sviluppo per Jesi e per la Vallesina, che sappiano coniugare la tradizionale vocazione industriale con l'attenzione all'ambiente e al paesaggio, integrando i temi della sostenibilità, della soft economy e dell'economia della conoscenza.
4. Intercettare nuove risorse per la promozione dello sviluppo locale, collegandosi quanto più possibile agli strumenti della programmazione territoriale regionale e alla cattura di finanziamenti esterni.
5. "Fare sistema", coinvolgendo nella costruzione del Piano i protagonisti dello sviluppo economico (istituzioni, agenzie funzionali, associazioni di categoria, sindacati, singoli imprenditori) e costruendo relazioni improntate ad una logica di co-progettazione e di reciproco impegno.

## 2.3 Le immagini territoriali per Jesi e la visione del Piano Strategico

La strategia e il sistema di obiettivi messi in campo dal Piano sollecitano l'assunzione di una visione territoriale che sostenga e dia senso allo sviluppo dei progetti e informi la loro implementazione.

Occorre considerare che le esperienze precedenti di pianificazione strategica e progettazione territoriale elaborate a Jesi (di cui si è dato conto nel capitolo precedente) avevano a loro volta costruito degli scenari di riferimento per il disegno del futuro della città.

La prima iniziativa di pianificazione strategica, promossa a ridosso della stesura del nuovo Piano regolatore della città, aveva proposto l'immagine di Jesi come "territorio di interconnessione". In quell'occasione, si sottolineava che "territorio di interconnessione" andava inteso come spazio di intersezioni importanti e articolate: tra capacità endogene e opportunità esogene; tra dinamiche locali e progetti sovra locali; tra l'ambiente insediativo della costa e dell'entroterra; tra un sistema ambientale di pregio e un assetto infrastrutturale complesso. Si alludeva al concetto di "rete" come immagine che alludeva a reti di economie, reti di società locali, reti di ambienti e paesaggi, reti di infrastrutture. Un territorio di interconnessione è chiamato – secondo il primo Piano Strategico – a sviluppare e governare l'intreccio di questo insieme di reti.

Questa visione aveva permesso di impostare i progetti e i programmi successivi (e lo stesso Prg) su una base che problematizzava il ruolo territoriale di Jesi.

Basandosi su questa impostazione, il Progetto Sistema "Complessità territoriali" aveva provato a mettere sotto osservazione non più solo la città, ma l'intero sistema di relazioni territoriali che si sviluppano nell'ambito della Vallesina. Ciò significava riprendere la visione del territorio di interconnessione applicandolo ad una dimensione più ampia. Da questo punto di vista, la stessa immagine del Corridoio Esino (proposta dal Piano territoriale regionale) sembrava riduttiva, per il rischio di ricondurre un territorio fatto di intrecci e compresenze (di risorse naturalistiche ambientali e sistemi produttivi, di strutture logistiche e patrimoni ambientali, di paesaggio e agricoltura, di tradizione manifatturiera e di innovazione legata alle ICT), alla sua sola connotazione funzionalista, di piattaforma a servizio di flussi e deposito di infrastrutture locali come segmento di collegamenti di scala più ampia.

Da quel lavoro era emersa la visione del "Parco di attività" che identificava aree produttive e terziarie di nuova generazione dove convivono imprese ad alto valore aggiunto, istituti di ricerca e formazione, servizi alle attività economiche e alle persone. "Parco" era una parola-chiave che sottolineava la presenza decisiva di elementi naturali e di spazi aperti dilatati, di aree protette e terreni aperti a molteplici funzioni (per l'agricoltura, il tempo libero, il loisir, ecc.).

Ma la prospettiva di una strategia di area vasta poteva essere perseguita solo mettendo in rete gli attori: le amministrazioni, le autonomie funzionali, i privati e i portatori di interessi. Per questo, il Progetto Sistema aveva costruito molteplici occasioni di confronto tra gli attori: incontri, tavoli di lavoro e il Forum dei Sindaci della Vallesina firmatario di un Patto sulle politiche di sviluppo dell'area. L'idea era infatti quella di un "parco federato", che potesse realizzarsi per iniziative singole e relativamente autonome, tenute insieme da una immagine condivisa.

Il presente Piano Strategico si muove dunque nel solco delle immagini depositate in precedenti cicli di pianificazione e programmazione territoriale, ne riprende le suggestioni e prova a spingere verso la predisposizione di progetti coerenti con le impostazioni ereditate. Ma – come è tipico dei processi di pianificazione strategica – la costruzione di concrete iniziative di sviluppo richiede di riconsiderare e precisare la visione territoriale che a queste fa da sfondo, come elemento capace di fornire una cornice di senso all'azione degli attori coinvolti.

Jesi e la Vallesina negli anni futuri saranno:

- un territorio riconosciuto per l'innovazione continua del proprio sistema economico, avendo sperimentato percorsi di apertura

Fondo fotografico Luigi Schiavoni



Fondo fotografico Luigi Schiavoni





La crisi, inutile nasconderselo, ha toccato anche il nostro territorio e tutti i settori economici. La paura, però, deve stimolare all'azione e alla competizione. Una competizione non ristretta alle imprese, ma alla città, al territorio per attivare tutte quelle potenzialità del mondo dell'economia capaci di suscitare e far circolare idee soprattutto tra le nuove generazioni, che spesso non hanno una conoscenza piena del territorio e di quello che offre.

internazionale del tessuto produttivo, di qualificazione dei profili di competenze, di connessione tra mondo delle imprese e mondo della ricerca avanzata, di integrazione tra le diverse risorse e patrimoni di cui gode: la tradizione manifatturiera, l'eno-gastronomia, la produzione e l'offerta culturale, il paesaggio agrario e l'ambiente, lo sviluppo delle biotecnologie;

- un contesto nel quale è piacevole vivere, lavorare, studiare e soggiornare; attrattivo per la sua economia basata sul ruolo fondamentale della ricerca e della formazione continua, per la qualità della sua offerta culturale e di servizi alla persona e alla collettività, per la piacevolezza e la cura posta alla conservazione dell'ambiente urbano, del paesaggio rurale e del patrimonio naturalistico;
- un'area allo snodo dei processi di integrazione tra diversi sistemi economici, che conta su una solida integrazione del proprio sistema infrastrutturale, dell'accessibilità, della mobilità delle persone e delle merci e della logistica;
- un sistema che ha nella tecnologia applicata al risparmio energetico e al miglioramento delle prestazioni degli insediamenti residenziali e industriali, nonché del patrimonio edilizio la propria cifra distintiva.

### 3. I progetti del Piano

I progetti attivati sono suddivisi per progetti-quadro e progetti-bandiera.

I primi sono i progetti che orientano il Piano Strategico, perché rappresentano i temi di riferimento del Piano: l'innovazione, la sostenibilità, il modello di concertazione.

I secondi sono i progetti che, a diverso stato di maturazione, rappresentano i campi di intervento fondamentali del piano.

#### 3.1 I progetti-quadro

##### 1. Parco tecnologico

###### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

L'idea del Parco tecnologico intende offrire una risposta alla sfida dell'innovazione particolarmente avvertita oggi nel contesto jesino. L'area infatti si caratterizza per la presenza di un tessuto di piccole e medie imprese operanti nei settori della meccanica, ma anche di soggetti industriali di dimensioni più consistenti.

Le imprese locali sono spesso competitive, capaci d'innovazione, anche se in larga misura di tipo incrementale. Quello che sembra mancare loro è la capacità di agire collettivamente, di avere una visione di lungo periodo dell'attività innovativa: ad esempio, grande è la difficoltà di esplorare nuovi possibili sviluppi tecnologici (costi elevati, incertezza dei risultati), e quindi si limitano a percorrere linee di ricerca già intraprese. Il parco tecnologico offrirebbe quindi quelle possibilità, derivanti dalle economie di scala e di scopo, di affrontare la ricerca a più ampio spettro, coinvolgendo così soggetti con cui spesso le piccole imprese hanno difficoltà ad interagire, ad esempio le università.

D'altro canto, a Jesi esistono delle rilevanti opportunità per il consolidamento di cluster innovativi: significativa presenza di imprese operanti nel comparto del digitale, disponibilità di infrastrutture logistiche di rango regionale e nazionale, presenza di un'area industriale attrezzata di qualità, capitale umano qualificato. Tali opportunità e risorse potrebbero trovare nella costruzione di un Parco tecnologico l'occasione per intraprendere positivi processi di sviluppo.

Il progetto prevede la costituzione di un Parco tecnologico a Jesi, orientato a promuovere e disseminare processi di innovazione tra le imprese che operano nel sistema produttivo di Jesi.

Gli ambiti di intervento del Parco tecnologico ipotizzati dal progetto sono:

- Information e communication technology: informatica, telecomunicazioni, domotica, bioingegneria, ...
- Energia: energie alternative (Progetto "Jesi città solare"), impatto ambientale, servizi energetici innovativi, ...
- Meccanica avanzata: mecatronica, materiali innovativi, ...
- Logistica: progetto "City logistics", ...
- Formazione: spin-off universitari, programmi di ricerca di cooperazione internazionale, ...
- Agro-alimentare: tracciabilità dei prodotti di filiera, qualità della produzione, marketing delle eccellenze locali, ...
- Biotecnologie

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Costruire sinergie tra imprese insediate e mondo della formazione avanzata e della ricerca (università, centri di ricerca) al fine di incrementare la capacità di innovazione delle imprese locali;
- Costituire e/o rafforzare la presenza di cluster innovativi di imprese a Jesi;
- Offrire servizi centralizzati e attrezzature comuni alle imprese insediate;
- Promuovere esperienze di marketing territoriale;
- Posizionare Jesi nell'ambito di reti di economie locali innovative, attraverso lo sviluppo di progetti di cooperazione a livello nazionale e internazionale.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Il progetto è presente nelle intenzioni del mondo imprenditoriale locale. Il Comitato territoriale Vallesina di Confindustria se ne è fatto promotore già da diverso tempo e il Comune di Jesi ha mostrato notevole interesse. Nel corso dei tavoli di lavoro del Piano Strategico ha raccolto l'interesse di una pluralità di attori (tra cui le associate alle centrali cooperative), ma non si è ancora formata una chiara coalizione a sostegno della proposta, anche per alcuni nodi critici che vanno ancora affrontati (vedi punto su "Elementi da approfondire").

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Agenzia degli investimenti
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Master universitari post lauream
- Impat Point
- Fotoom
- Customer relationship management (Crm) per piccole e medie imprese
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori

#### *Elementi da approfondire*

Nel corso delle attività istruttorie del Piano Strategico, è emerso come la prospettiva di un Parco tecnologico sia nell'interesse e nelle potenzialità di una area come quella della Vallesina. Tuttavia, è risultato anche evidente il fatto che tali potenzialità vanno calibrate rispetto alle opportunità già presenti: dal progetto di Zipa verde, che costituisce in fondo la prefigurazione di un insediamento industriale attrezzato con caratteristiche tali da poter ospitare attività innovative; alla necessità di pensare al Parco tecnologico in una prospettiva incrementale, come un progetto cioè che si costituisce nel corso del tempo cominciando

ad intraprendere iniziative a sostegno dell'innovazione locale su temi cruciali quali la formazione (vedi progetto sui Master universitari), sulla diffusione delle tecnologie informatiche (vedi progetti Fotoom e per lo sviluppo tecnologico), per la promozione di spin-off universitari (vedi progetto Impat Point).

Rimangono da definire costi, risorse finanziarie e cronoprogramma del progetto.

## 2. Ecodistretto rurale

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto di ecodistretto rurale nasce a valle delle numerose iniziative che in questi anni hanno interessato il Comune di Jesi e l'intera vallesina. L'idea progettuale è quella di creare a Jesi un "Ecodistretto rurale", ovvero un ambito territoriale ove sia possibile attuare uno sviluppo socio-economico basato sul potenziamento della rete di relazioni e sulla condivisione di programmi ed obiettivi comuni con la prospettiva di introdurre pratiche agronomiche di tipo integrato e biologiche laddove possibile.

L'Ecodistretto rurale consentirebbe di continuare un percorso progettuale di riqualificazione del territorio rurale già avviato, soffermando l'attenzione su particolari aree quali: la Riserva Naturale Regionale Ripa Bianca; le aree di particolare valore paesaggistico, le aree interessate da fenomeni gravitativi, le aree caratterizzate da eccellenze produttive.

Le azioni previste, con riferimento ad una serie di obiettivi specifici e al contesto territoriale coinvolto, sono:

OBIETTIVI	AZIONI	TERRITORIO INTERESSATO
<p>Organizzazione tecnica delle produzioni agricole favorire produzioni di qualità che possano competere sul mercato e garantire redditi equi agli agricoltori:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Assicurare e tutelare la competitività delle aziende;</li> <li>- Garantire l'evoluzione tecnologica;</li> <li>- Supportare e integrare le opportunità per aziende marginali;</li> <li>- Potenziare e recuperare le infrastrutture agrarie anche a scopi turistici</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Istituzione di un marchio per l'Ecodistretto rurale; misura specifica PSR;</li> <li>- Progetto di valorizzazione delle carni (sommelier delle carni);</li> <li>- Filiera corta-prodotti a km 0;</li> <li>- recupero delle strade vicinali e poderali per percorsi a cavallo o bicicletta;</li> <li>- Formazione legata alle tecniche della produzione biologica e delle pratiche agronomiche di tipo integrato;</li> </ul>	Tutto il territorio comunale
<p><i>Tutela e conservazione della qualità di acqua e suolo</i> protezione dall'inquinamento dei suoli, delle acque superficiali e sotterranee; conservazione della fertilità dei terreni (controllo e limitazioni nell'uso dei fitofarmaci)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accordo agroambientale d'area finalizzato alla difesa del suolo (misure del PSR attivabili 1.1.1, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.4c, 2.1.6, 2.2.1, 2.2.2- 1.1.1, 2.1.4a, 2.1.4b, 2.1.4c, 2.1.6, 2.2.1, 2.2.2);</li> </ul>	Tutto il territorio in particolare le aree le aree di dissesto, i calanchi, le zone di esondazione individuate dal Prg

OBIETTIVI	AZIONI	TERRITORIO INTERESSATO
<p><i>Tutela e conservazione delle risorse naturali</i> conservazione della fauna e della flora e degli ecosistemi per tutto il territorio dell'ecodistretto ma in particolare per l'area della riserva regionale (prevedendo anche interventi di rinaturalizzazione e di riqualificazione ambientale da attuarsi anche attraverso specifiche convenzioni e misure incentivanti)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accordo agroambientale d'area finalizzato alla tutela della biodiversità (misure del PSR attivabili: 1.1.1, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.3, 2.1.4b, 2.1.4d, 2.1.6, 2.2.2);</li> <li>- Formazione legata alla conoscenza delle risorse naturali e alla gestione degli ecosistemi e del paesaggio;</li> </ul>	Tutto il territorio in particolare l'area della riserva Naturale Regionale Ripa bianca
<p><i>Valorizzazione del paesaggio agrario</i> mantenimento e ripristino del paesaggio agrario (in relazione sia agli obiettivi già fissati sia valutando la possibilità di introdurre nuove regole quali ad esempio le buone pratiche dettate dalla Rete delle Città del vino)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accordo agroambientale d'area finalizzato al recupero del paesaggio rurale (misure del PSR attivabili: 1.1.1, 2.1.1, 2.1.2, 2.1.4b, 2.1.4d, 2.1.6, 2.2.2);</li> <li>- Formazione legata alla conoscenza delle risorse naturali e alla gestione degli ecosistemi e del paesaggio;</li> <li>- Rafforzare il ruolo dei soggetti locali valorizzandone il legame con il territorio da approfondire</li> </ul>	Tutto il territorio in particolare le aree del Paesaggio agrario storico e l'area di particolare valore paesaggistico (DL 42 2004 e ssmm)
<p><i>Sviluppo di attività connesse all'agricoltura:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Investimenti innovativi,</li> <li>- Applicazione di nuove tecnologie di produzione,</li> <li>- Orientamento della produzione in relazione ai mercati,</li> <li>- Miglioramento e razionalizzazione dei circuiti di commercializzazione e dei processi di trasformazione,</li> <li>- Protezione e tutela dell'ambiente,</li> <li>- Miglioramento della presentazione e del confezionamento dei prodotti,</li> <li>- Adozione di tecnologie finalizzate ad un migliore impiego delle risorse,</li> <li>- Miglioramento e controllo delle condizioni igienico sanitarie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Costituzione del GAS</li> <li>- Esposizione dei prodotti nei luoghi del centro storico recuperati con il contratto di quartiere</li> <li>- Percorsi turistici guidati di tipo enogastronomico (con visita presso le aziende agricole) percorribili anche in bicicletta e a cavallo;</li> <li>- Mettere a sistema filiere produttive affini e complementari;</li> <li>- Promuovere un'immagine del territorio rurale legata oltre che alle produzioni locali di qualità anche alle altre eccellenze di Jesi (storico-artistiche, eventi culturali, ecc)</li> </ul>	Tutto il territorio
<p><i>Sviluppo e incentivazione dell'agricoltura biologica e/o integrata</i> l'attività agricola svolta all'interno dell'ecodistretto non deve avere solo carattere produttivo ma deve configurarsi anche come produzione di beni ambientali al servizio della collettività.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formazione legata alle tecniche della produzione biologica e delle pratiche agronomiche di tipo integrato;</li> <li>- Sensibilizzare il consumatore all'acquisto di prodotti biologici sottolineando lo stretto legame esistente fra prodotto e ambiente.</li> </ul>	Tutto il territorio

Il progetto di Ecodistretto rurale si articola dunque in una pluralità di azioni di cui quella relativa all'accordo agroambientale per il territorio della riserva e dell'azienda Arca felice assume il ruolo di progetto di traino in virtù del fatto che i soggetti interessati hanno già mostrato una disponibilità di massima.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

L'obiettivo del progetto è quello di valorizzare il patrimonio ambientale, secondo i principi di cura e sostenibilità delle risorse di pregio e insieme di sviluppo e promozione delle attività produttive legate al territorio quali le produzioni vinicole e agroalimentari, l'agricoltura biologica, l'agriturismo, il turismo responsabile.

Si consideri che, negli ultimi tempi, a causa anche della crisi dei mercati finanziari, le abitudini alimentari degli italiani stanno cambiando con un ritorno agli acquisti presso i mercati rionali e direttamente dai produttori. Inoltre la sicurezza all'acquisto di un prodotto sano e che non abbia percorso troppi chilometri porta alla riscoperta del territorio locale e delle sue eccellenze. Valorizzare quindi le risorse locali anche attraverso l'istituzione di marchi di qualità, l'utilizzo di filiere corte, processi produttivi ecologicamente responsabili diventa una priorità per la stessa comunità.

Gli obiettivi specifici sono quelle già richiamati sopra.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- Comune di Jesi

I partner da coinvolgere nel percorso di messa a punto e attuazione del progetto sono:

- Regione Marche
- Provincia di Ancona
- Università Politecnica delle Marche
- Riserva Regionale Ripa Bianca
- Azienda Agraria Arca Felice
- Istituto Professionale per l'Agricoltura "Salvati" di Pianello Vallesina
- Associazioni di categoria (Coldiretti, Cia, Copagri)
- Centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop)
- WWF Italia
- Ente certificatore (Amab)
- Ital Cook
- Enoteca Regionale
- GAS (gruppi di acquisto solidale)
- Upa
- Cooperative agricole

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Incoming turistico
- I "sommeliers delle carni"
- Master universitari post-lauream
- Gruppo Acquisto Solidale "Il tempo felice"
- Marketing del centro storico
- Anniversario pergolesiano
- Teatro dei Profumi e dei Sapori
- Mercato del contadino

#### *Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

L'attuazione del progetto può essere articolata secondo alcune fasi

come per esempio quelle di seguito elencate:

- Costante aggiornamento delle progettualità (sia di carattere locale che sovralocale) e delle conoscenze riferite all'area in questione;
- Fase conoscitiva relativa a tutte le componenti interessate dal progetto;
- Individuazione dei vincoli e delle potenzialità espresse, in merito all'idea progettuale, dai soggetti da coinvolgere e relativamente alle proprie competenze, attraverso interviste o attraverso la predisposizione di un questionario che, redatto su una base comune, verrà orientato a seconda del soggetto interessato;
- Valutazione delle informazioni così raccolte attraverso l'analisi SWOT;
- Coinvolgimento degli attori e dei soggetti interessati attraverso incontri mirati;
- Ricerca di un partenariato finalizzato a creare le condizioni di accesso ai fondi: valutazione della coerenza tra gli interventi previsti dal progetto e la programmazione regionale (accesso alle misure del PSR – prossima scadenza prevista 15 maggio 2009);
- Sottoscrizione del progetto per l'accordo agroambientale in cui i soggetti coinvolti si impegnano a condividere programmi comuni e a individuare il soggetto capofila responsabile del coordinamento e dell'eventuale coinvolgimento di altri soggetti;
- Ripetizione dei punti 5-6-7 per le altre azioni del progetto;
- Informazione e comunicazione durante tutte le fasi progettuali quali elementi strettamente correlati al progetto stesso;
- Verifica e controllo delle azioni intraprese e della loro sinergia.

#### *Elementi da approfondire*

Dal punto di vista del suo percorso di implementazione, occorre considerare che il progetto di Ecodistretto rurale sarà attuato anche attraverso la redazione di un progetto di accordo agroambientale territoriale che prevederà l'attivazione di un pacchetto multimisura ovvero con interventi afferenti ai diversi assi del Piano di Sviluppo Rurale delle Marche, con un priorità rivolta all'Asse 2.

Più in generale tuttavia, essendo quello dell'Ecodistretto un progetto-quadro, gli elementi da approfondire riguardano soprattutto le sue capacità di intercettare e generare altra progettualità, costruendo in futuro connessioni positive con altri attori e iniziative.

La presenza a Jesi di importanti realtà, quali l'Enoteca Regionale, Ital Cook, l'Università Politecnica delle Marche, l'Istituto Professionale per l'Agricoltura "Salvati" di Pianello Vallesina, delinea un sistema di offerta formativa sui temi dell'agricoltura e dei prodotti tipici di primaria importanza. Uno degli sviluppi possibili del progetto potrebbe essere proprio a ridosso della dimensione formativa, in connessione con altri progetti presenti nel Piano Strategico (si pensi ad esempio ai master post-lauream).

Inoltre, nel Contratto di Quartiere II "Abitare il centro antico di Jesi", che prevede la ristrutturazione e riqualificazione di importanti edifici storici, gli spazi del Palazzo Santoni affacciati sui vicoli sono stati destinati all'esposizione dei prodotti agroalimentari in accordo con la Coldiretti, affittuaria di detti spazi. Questo aspetto evidenzia la possibile connessione tra Ecodistretto e percorsi di riqualificazione urbana.

Infine, un ruolo di importanza primaria assume la partecipazione al progetto della Riserva Regionale Naturale Ripa Bianca di Jesi (circa 300 Ha) e dell'Azienda Agraria Arca Felice (con una superficie aziendale di circa 300 ha interamente biologica). Sarà possibile consentire successivamente anche ad altre aziende che siano interessate alla condivisione

di programmi ed obiettivi comuni di far parte di questo progetto. Infine, rimangono da definire i costi complessivi del progetto in connessione con i costi delle varie iniziative previste.

### 3. Urban Center<sup>1</sup>

#### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il primo problema che attraverso il progetto si intende affrontare è la difficoltà delle pubbliche amministrazioni a mettere a disposizione informazioni su azioni e progetti in corso e a comunicare le strategie che li supportano. È questa una occasione per creare e rafforzare reti e relazioni fra enti, reti e relazioni oggi deboli e non attivate con continuità.

L'Urban Center di Jesi ha una doppia identità: è un luogo fisico riconoscibile e un luogo virtuale, attraverso il web; è tuttavia anche un soggetto attivo nella campo della comunicazione pubblica e della costruzione delle politiche di sviluppo.

Le sue funzioni potrebbero essere:

Raccogliere informazioni sul territorio della Vallesina, il suo passato, il suo presente, le ipotesi di trasformazione e sviluppo future.

Rendere le informazioni disponibili e comprensibili ad un pubblico vasto e molteplice: dai professionisti e gli addetti ai lavori, agli stakeholders, ai cittadini non depositari di competenze tecniche.

Caratterizzarsi per la sperimentazione nei linguaggi e nell'uso delle nuove tecnologie.

Promuovere la discussione pubblica e la crescita culturale in merito ai temi che riguardano il territorio della Vallesina e il suo sviluppo, attraverso l'organizzazione di iniziative pubbliche, corsi di formazione, ecc.

Veicolare l'immagine contemporanea di Jesi e della Vallesina, rivolgendosi ai cittadini e ai visitatori temporanei.

Riunire i diversi attori, pubblici e privati, di Jesi e della Vallesina, coinvolti nella definizione delle strategie di sviluppo e nei principali progetti di trasformazione dando continuità alle esperienze di governance effettuate in questi anni (tavoli del primo Piano Strategico, Agenda 21, Forum dei sindaci e tavoli attivati da Progetto Sistema, tavoli del Piano Strategico di sviluppo, ecc..).

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Comunicazione pubblica
- Crescita culturale
- Marketing territoriale
- Governance allargata

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

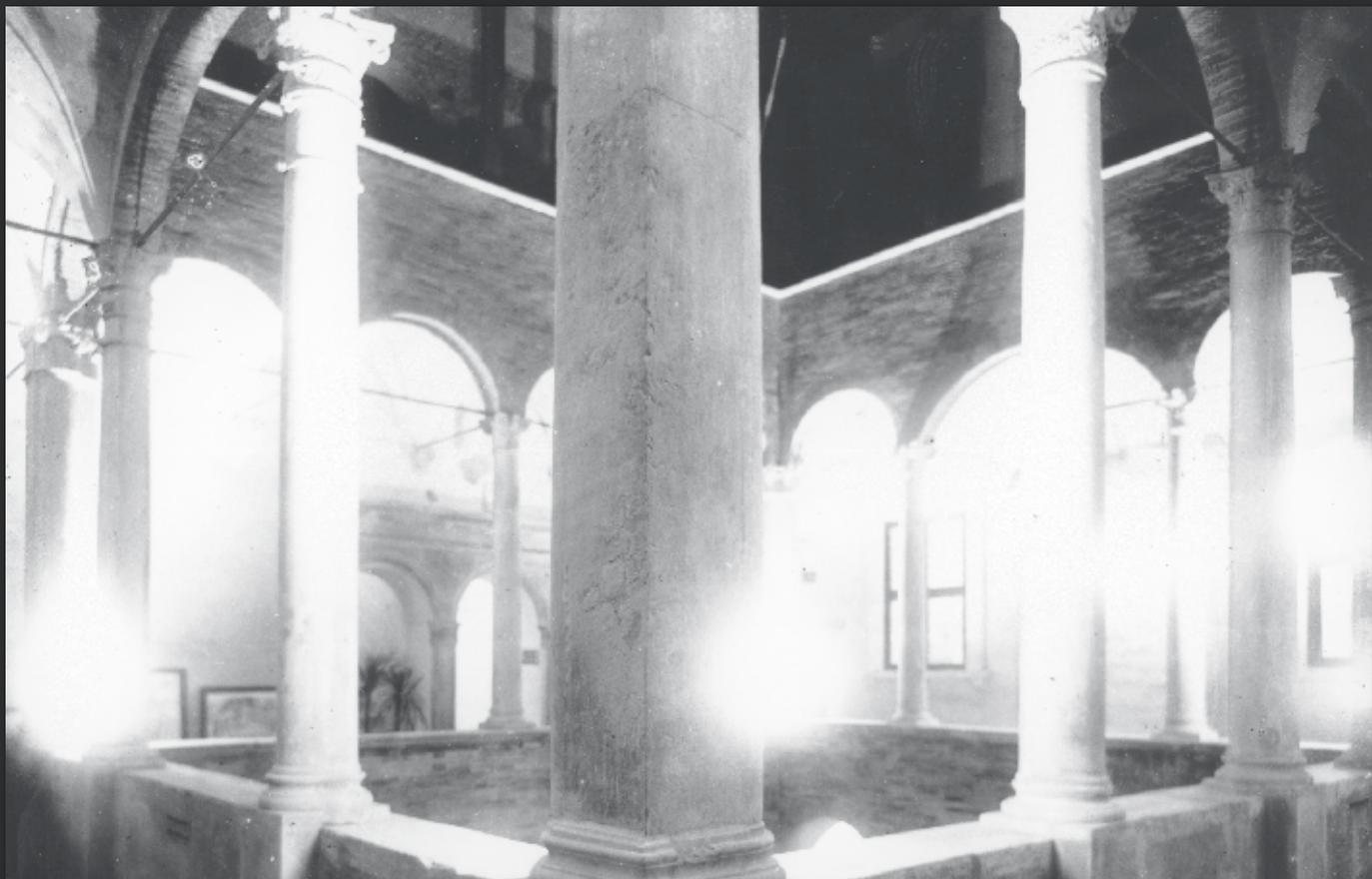
- Comune di Jesi

I partner da coinvolgere:

- Regione Marche
- Provincia di Ancona
- altri comuni della Vallesina
- Camera di commercio di Ancona
- Fondazioni

1. Gli Urban center sono luoghi plurali, arene pubbliche strutturate di riflessione e confronto sulle politiche per la città, capaci di dare voce alle diverse articolazioni della società locale e di orientarle secondo una prospettiva di interlocuzione e confronto con le istituzioni pubbliche. Strutture di questa natura sono ormai presenti in molte città italiane, sia di grande (Torino, Bologna, Venezia, Genova), che di media dimensione (come Pesaro) in questo senso più prossime alla realtà di Jesi e della Vallesina.

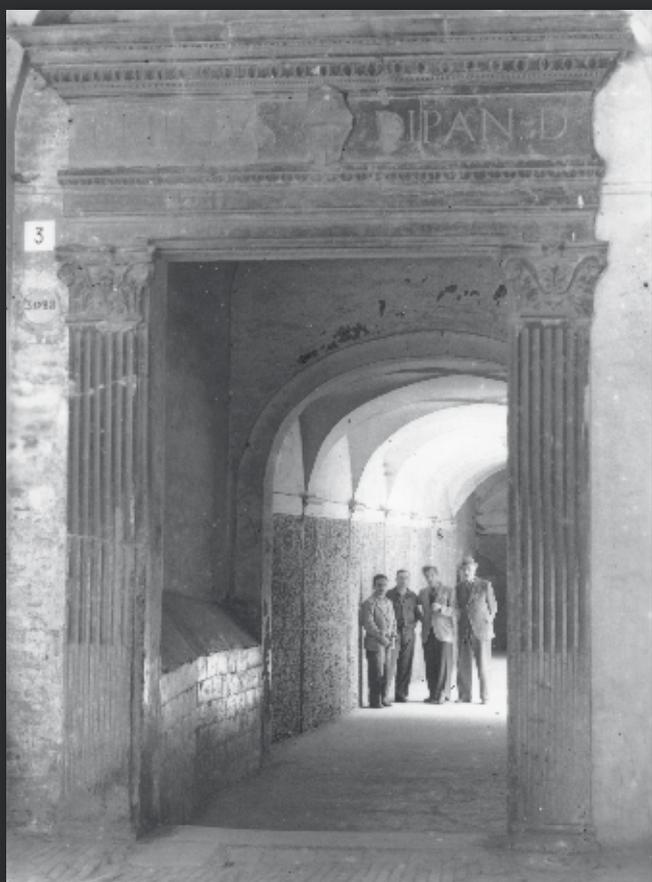
Fondo fotografico Luigi Schiavoni



Fondo fotografico Luigi Schiavoni



Fondo fotografico Luigi Schiavoni





Il viaggio si nutre di cultura, di conoscenza e queste foto ci introducono nel rinascimentale Palazzo della Signoria, sede della Biblioteca Comunale Planetiana, con un patrimonio librario di oltre 110.000 volumi.

Il gioco di luci notturno rende ancora più agili le colonne in pietra al secondo ordine del loggiato interno.

- Università
- Agenzie tecniche e società multiutilities
- Confcooperative
- Legacoop

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

L'Urban Center, per le sue caratteristiche di progetto per la governance territoriale, è in connessione con tutti gli altri progetti del Piano Strategico.

#### *Elementi da approfondire*

La studio di fattibilità dell'Urban Center richiede una serie di approfondimenti, riferiti a:

- Costi e modello di finanziamento: pubblico, pubblico/privato, privato...;
- Cronoprogramma di attuazione;
- Modello di struttura gestionale: parte integrante dell'amministrazione pubblica, associazione o comitato di enti, soggetto autonomo capace di agire anche sul mercato, ecc.;
- Modello di struttura operativa e competenze necessarie;
- Censimento di partner potenzialmente interessati;
- Censimento delle informazioni e dei prodotti di comunicazione già oggi disponibili prodotti dai diversi soggetti coinvolgibili.

## 3.2 I progetti-bandiera

### 1. Agenzia per gli investimenti

#### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto nasce da una preoccupazione sulle prospettive del sistema produttivo di Jesi, caratterizzato da un tessuto di imprese della meccanica che soffre in parte di problemi noti (ridotta dimensione aziendale, sottocapitalizzazione, diffusa presenza di aziende conto terzi prive di riconoscibilità, formazione del management d'azienda), in parte risulta esposto a processi che aprono a prospettive fortemente incerte (con particolare riferimento alla competizione internazionale).

Sullo sfondo, sembrano inoltre permanere problemi "di sistema", come ad esempio la difficoltà di fare rete e ad instaurare una cooperazione proficua tra istituzioni e mondo delle imprese.

D'altro canto, l'insediamento di una tale agenzia nell'area di Jesi sarebbe giustificata (e dovrebbe valorizzare) la lunga tradizione industriale del territorio, la diffusa "cultura del fare", la vivacità finora dimostrata dal tessuto imprenditoriale, le competenze presenti.

Il progetto prevede la costituzione di una agenzia per gli investimenti esterni nella Vallesina. Si tratta di una proposta presente nelle Linee programmatiche della nuova Amministrazione comunale e avanzata qualche anno fa dal Comitato territoriale Vallesina di Assindustria, dalle tre confederazioni sindacali e dall'Osservatorio civico di Jesi.

Tale agenzia dovrebbe prioritariamente favorire l'attrazione di investimenti esterni verso l'area di Jesi (sia nazionali che internazionali), con particolare attenzione alle imprese che operano in settori ad alto contenuto tecnologico.

Le funzioni principali potrebbero essere:

- Informazione e consulenza alle imprese che intendono insediarsi nell'area, in materia societaria, fiscale, legale, giuslavoristica, di

offerte localizzative, di competenze, di incentivazioni all'insediamento, ecc.;

- Accompagnamento allo start-up, anche attraverso il trattamento delle questioni attinenti il rapporto con le imprese del territorio e con le istituzioni;
- Assistenza specialistica, con offerta di valutazioni iniziali e di studi di fattibilità del progetto imprenditoriale.

Tra le funzioni dell'agenzia dovrebbe esserci anche quella di promuovere iniziative di supporto all'innovazione e all'internazionalizzazione nel campo della formazione, con offerte formative (diplomi, corsi post laurea) nei campi del management, dei trasporti e della logistica (economia e tecnologia), del marketing, della finanza, ecc.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Rilanciare e consolidare lo sviluppo industriale dell'area di Jesi attraverso una attività di attrazione di nuove imprese e investimenti esterni;
- Promuovere l'innovazione e la dinamizzazione del tessuto produttivo locale attraverso l'inserimento di nuove realtà imprenditoriali;
- Promuovere la migliore connessione tra mondo dell'impresa e mondo della formazione e della ricerca.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Il progetto è presente nelle intenzioni del mondo imprenditoriale locale. Nel corso dei tavoli di lavoro del Piano Strategico ha raccolto l'interesse di una pluralità di attori (comprese le associate alle centrali cooperative), ma non si è ancora formata una chiara coalizione a sostegno della proposta, anche per alcuni nodi critici che vanno ancora affrontati (vedi punto su "Elementi da approfondire").

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Ecodistretto rurale
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Master universitari post lauream
- Impat Point
- Fotoom
- Incoming turistico
- Marketing del centro storico
- Anniversario pergolesiano
- Qualificazione della presenza dell'università a Jesi
- Teatro dei Profumi e dei Sapori
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori

#### *Elementi da approfondire*

Occorrerà valutare la fattibilità del progetto con riferimento alle politiche più complessive di promozione dei processi di internazionalizzazione dell'economia locale e delle imprese. Va sottolineato per altro che una recente legge regionale (la n. 30 del 30 ottobre 2008) promuove la creazione di un sistema regionale per le politiche di internazionalizzazione e per la promozione all'estero.

La fattibilità del progetto andrà dunque verificata alla luce di queste nuove disposizioni regionali, anche attraverso un necessario confronto con i soggetti rilevanti in materia (Provincia, Camera di commercio, SVIM, i centri per l'innovazione tecnologica delle imprese), e con il coinvolgimento delle associazioni di categoria e del Consorzio Zipa.

Vanno definiti infine costi e orizzonte di attuazione del progetto.

## 2. City logistics

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto fa riferimento alla possibilità di attivare all'interno dell'area interportuale funzioni che consentano, con un modesto impiego di superficie operativa dell'Interporto, di fornire servizi a supporto dell'economia locale e di limitare gli impatti ambientali sul territorio dell'Esino.

Le due funzioni che si potrebbero attivare nel breve periodo, ad integrazione di quanto già previsto dall'Interporto, sono:

il supporto alla distribuzione delle merci di ambito locale;  
il coordinamento con il tessuto produttivo locale con particolare riferimento alle imprese insediate presso la ZIPA.

L'insieme di queste attività è sintetizzabile nella definizione di 'Logistica Distrettuale Sostenibile'.

La funzione di supporto alla distribuzione locale ha lo scopo di razionalizzare la consegna di merce destinata ad alimentare le attività commerciali (al dettaglio e ingrosso) localizzate nelle aree urbane di Jesi e dei comuni dell'esino. La razionalizzazione delle 'prese e consegne' e dei giri di consegna si traduce in una riduzione del numero di mezzi impiegati nell'attività di distribuzione delle merci destinate al consumo con positivi effetti di carattere ambientale.

In prima approssimazione gli interventi ipotizzabili potrebbero comprendere:

- La localizzazione delle strutture fisiche dedicate alla movimentazione delle merci nell'area dell'Interporto, più facilmente nella parte destinata all'insediamento di imprese di distribuzione e corrieri;
- L'utilizzo di veicoli a basso impatto ambientale (trazione eco-compatibile);
- La costituzione di una società partecipata dai corrieri e trasportatori locali, che garantisca prestazioni del servizio e costi coerenti con quelli dei competitori del settore;
- L'assunzione di strumenti di regolamentazione degli accessi da parte della pubblica amministrazione, che incentivino il ricorso all'uso di veicoli a basso impatto ambientale, o che penalizzino l'uso di quelli a maggior impatto.

Il supporto all'area produttiva della Zipa trova applicazione nell'offerta di servizi logistici e di trasporto rispondenti alle esigenze delle piccole-medie imprese produttive ed artigiane localizzate nell'area della Zipa. I servizi logistici di questo tipo potrebbero riguardare lo stoccaggio, la gestione degli ordini sia per le merci in ingresso che in uscita.

In ultimo, la recente decisione da parte del Consiglio Comunale della chiusura pedonale di parte della zona storica della città, va ad aumentare la potenzialità del progetto.

### *Gli obiettivi perseguiti*

- Razionalizzare il trasporto merci locale e diminuire l'impatto locale del traffico specie in area urbana;
- Sostenere la logistica delle imprese artigianali e industriali locali;
- Ottimizzare i trasporti e ridurre i costi di trasporto e logistica.

### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Il progetto, essendo ad uno stato ancora preliminare di definizione, vede il coinvolgimento (ancora da verificare) di una serie di soggetti: Interporto Marche, associazioni di categoria, Comuni (di Jesi e della Vallesina), Consorzio Zipa, singole imprese e cooperative.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Master universitari post lauream
- Impat Point

*Elementi da approfondire*

Il Comune di Jesi ha intenzione di procedere su questo progetto promuovendo un bando per la predisposizione di uno studio di prefattibilità. Tale studio potrebbe essere orientato a:

- Ridefinire le politiche del traffico e della sosta dei veicoli commerciali nell'area urbana;
- Migliorare la gestione del traffico commerciale nell'area urbana e la collaborazione tra tessuto produttivo locale e trasportatori.

Da un simile studio ci si potrebbe attendere:

- Indicazioni su regole di accesso
- Interventi di ridimensionamento delle infrastrutture a servizio della logistica urbana
- Opportunità di attivare dei centri di distribuzione centralizzati per le consegne
- Microsimulazioni del traffico su una zona pilota

Inoltre, la connessione positiva con altri progetti del Piano Strategico (come ad esempio quello sui Master universitari) potrebbe permettere di cominciare a sperimentare un aspetto del progetto promuovendo un percorso di formazione ad hoc sui temi della logistica.

**3. Impat point<sup>2</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto di realizzare Impat Point territoriali rientra nel programma IMPRESA - Infrastrutture e Management Per la REalizzazione di Spin-off Accademici, presentato e recentemente vinto dal Consorzio IMPAT in risposta al bando indetto dal Ministro delle Attività Produttive.

Il progetto IMPRESA intende mettere a sistema, grazie ai partner aderenti all'iniziativa (università, soggetti finanziari, esperti di settore, enti territoriali, ecc), professionalità e azioni di ausilio per l'avvio di imprese innovative. Il consorzio IMPAT, nella progettazione esecutiva del progetto IMPRESA, al fine di assicurare un'ampia integrazione con il mondo universitario e della ricerca, ha proposto, come struttura organizzativa a base dell'attuazione del progetto stesso, una rete di punti territoriali definiti "IMPAT Point", ubicati presso le diverse sedi universitarie e degli Enti di Ricerca aderenti all'iniziativa. Gli IMPAT Point intendono costituire sul territorio di riferimento il punto operativo del progetto IMPRESA ed agire anche in un'ottica di integrazione e valorizzazione delle esperienze già attuate e in corso da parte delle stesse Università/Enti di Ricerca sui temi della creazione di impresa. Gli IMPAT Point in particolare, intendono affiancare l'Università/Ente di Ricerca nelle attività di mappatura delle tecnologie e delle nuove idee imprenditoriali e offrire servizi di informazione, orientamento, tutoring, assistenza e consulenza sui temi oggetto del progetto IMPRESA. L'IMPAT Point è inteso quale struttura finalizzata allo svolgimento di funzioni sia di sportello aperto al pubblico sia di ufficio a livello locale del Consorzio, limitatamente allo svolgimento delle attività di cui al progetto IMPRESA.

L'impat point è dunque costituito da un ufficio (con una persona dedicata)

2. La scheda è stata redatta sulla base di informazioni tratte dal sito: [www.consorziointpat.it](http://www.consorziointpat.it)

che per due anni svolge il ruolo di base territoriale per il progetto.

A Jesi potrebbe trovare sede un Impat point condiviso fra l'università di Camerino e l'università Politecnica delle Marche, grazie anche ad un co-finanziamento della Banca popolare. Una presenza che può divenire particolarmente interessante, specialmente se pensata in rete con altre iniziative.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

Il progetto intende supportare, in termini economici e di know how, la nascita e/o il consolidamento di imprese spin-off universitarie. In particolare è possibile articolare i termini del supporto in tre distinte fasi:

1. Gestazione e nascita: rivolta a stimolare la nascita di idee imprenditoriali a partire dai risultati di ricerca ottenuti all'interno dei laboratori dei soci del Consorzio IMPAT e dei partner di progetto;
2. Start up: rivolta a supportare l'avvio e il consolidamento di idee imprenditoriali nate dalla fase di gestazione e nascita e da precedenti progetti;
3. Espansione: rivolta a facilitare l'ingresso nelle neo-imprese di capitale di rischio da parte di Venture Capitalist, Business Angels o Banche per lo sviluppo dimensionale del business

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Consorzio IMPAT (promotore, consorzio senza scopo di lucro tra ENEA, Università degli Studi di Ferrara e Tecnopolis Csata S.c.r.l., nato per sostenere la nascita e lo sviluppo di imprese high tech a livello nazionale), Università di Camerino (partner), Università Politecnica delle Marche (partner), Banca Popolare (eventuale co-finanziatore).

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Ecodistretto rurale
- Agenzia degli investimenti
- City logistics
- Master universitari post lauream
- Valorizzazione dei prodotti agroalimentari
- Fotoom
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori
- Customer relationship management (Crm) per piccole e medie imprese

#### *Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

18.000 euro all'anno (per due anni) + 5.000 euro per ciascun partner

#### *Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Il progetto dovrà svolgersi tra il 2009 e il 2011. La durata prevista è di 24 mesi.

#### *Elementi da approfondire*

Interesse delle due università alla creazione di un impact point congiunto, forma e tempi di un eventuale cofinanziamento, ruolo della Amministrazione locale nel progetto.

#### **4. Fotoom: l'energia sotto controllo: progetto per realizzare una matrice di aiuto, controllo, misurazione degli impianti domestici tecnologici energetici<sup>3</sup>**

##### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto nasce dalla considerazione che il settore delle costruzioni ha bisogno di innovazione, con un deciso orientamento verso il risparmio energetico, lo sviluppo della domotica e in generale dell'introduzione di componenti software nella gestione dell'abitazione. Attualmente tuttavia, sulla base di informazioni raccolte anche presso importanti fiere di settore di livello internazionale, si segnala la scarsità di software rivolto alla integrazione e controllo delle energie rinnovabili. Il software per la domotica (meglio omotica) è quasi inesistente, rivolto soprattutto al controllo delle singole parti ma non al controllo complessivo del sistema. Tali applicazioni non sembrano suscitare l'interesse degli operatori; gli stessi impiantisti utilizzano prevalentemente facilitazioni per l'installazione e la connettività delle parti. D'altro canto, il contesto locale appare sensibile a questo tipo di innovazioni. Nell'area della Vallesina, alcune aziende, studi professionali e costruttori hanno già cominciato ad investire per sperimentare l'applicazione all'abitazione di sistemi innovativi.

Questa prospettiva sarà verosimilmente il modo per uscire dall'attuale situazione di crisi del settore, perché la domanda in futuro sarà sempre più orientata alla qualità delle prestazioni tecnologiche dell'alloggio.

Il progetto propone la realizzazione di una matrice software per il controllo dei consumi effettivi e per la migliore gestione degli impianti ad energia non esauribile. Il software proposto avrebbe le seguenti funzionalità:

- Aiuta a "percepire" in tempo reale la resa del proprio impianto energetico (fotovoltaico), in coerenza con il Decreto del Ministero delle Attività Produttive e dell'Ambiente del 5 agosto 2005 (cosiddetto decreto "Conto energia");
- In maniera grafica e centralizzata fa monitoring del sistema energetico e domotico ricevendo una concreta informazione sul ritorno economico dell'investimento effettuato;
- In base a dei parametri preimpostati gestisce in maniera intelligente l'impianto tecnologico e relativi piani di manutenzione ordinaria e straordinaria;
- È aperto ad accogliere personalizzazioni realizzabili dall'utilizzatore che potrà collegare e controllare illuminazione, termoregolazione, controllo accessi ecc...

##### *Le caratteristiche essenziali della matrice software sono:*

- Acquisizione dei parametri elettrici (potenza, corrente, tensione) dal segnale in uscita e in ingresso agli inverter;
- Visualizzazione dei relativi dati di interesse, quali diagrammi di rendimento temporale, dal sistema energetici dell'edificio;
- Memorizzazione dei dati raccolti dell'impianto domotico ed energetico visualizzati con tabelle di riepilogo mensile, diagrammi e statistiche;
- Memorizzazione e controllo alert e piani di manutenzione;
- Videosorveglianza domotica integrata.

La matrice software sarà realizzata "open" e ceduta a chi ne farà richiesta, il quale potrà utilizzarla ed implementarla con proprie personalizzazioni.

3. La scheda è stata redatta sulla base di un testo elaborato da Rolando Agostinelli

*Gli obiettivi perseguiti*

- Favorire un processo di innovazione del settore delle costruzioni;
- Migliorare l'efficienza energetica degli edifici;
- Posizionare Jesi come città all'avanguardia nella ricerca e nelle applicazioni per il risparmio energetico.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- Rolando Agostinelli, gruppo APRA informatica

Partner:

- Comune di Jesi
- Università Politecnica delle Marche
- Confindustria Ancona
- Centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop)
- Imprese di costruzioni, impiantisti, ...

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Master universitari post lauream
- Agenzia degli investimenti
- Impat Point

*Elementi da approfondire*

Occorre lavorare nella costruzione della fattibilità del progetto, con riferimento a diversi fronti:

- Verifica della disponibilità di software analoghi;
- Disponibilità di altri partner (istituzionali e privati);
- Identificazione di un preliminare campo di applicazione;
- Costi e orizzonte temporale del progetto.

**5. Sviluppo tecnologico della Vallesina<sup>4</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto intende affrontare il problema del digital divide fornendo connessione a banda larga. La partnership del progetto composta dal gruppo Loccioni (attivo prevalentemente nel campo dei servizi avanzati e in ricerca e sviluppo), e da Wave Max s.r.l.(società umbra attiva nel campo dell'IT), si propone di investire nella fornitura di connettività wire less (senza fili) a banda larga, tramite la tecnologia Wi Max, in territori oggi privi (o limitati) nell'accesso al mondo del web.

Wi Max è una tecnologia in grado di diffondere connessioni Internet ad alta velocità verso gli utenti per un raggio che, nelle condizioni ottimali, può raggiungere anche i 50 chilometri. Non necessita di cavi e non ha bisogno di appoggiarsi al cosiddetto ultimo miglio (il doppino di rame che collega la centrale telefonica alle case o alle imprese), ma arriva nelle abitazioni, o direttamente sul computer, in ufficio, e sul telefonino, via onde radio grazie a una rete di antenne.

Il progetto prevede una progressiva copertura di tutto il territorio della Vallesina.

La collaborazione della amministrazioni locali è richiesta per la scelta e il posizionamento delle stazioni radio.

Le amministrazioni sono inoltre potenziali clienti per i servizi di pubblica utilità che tale copertura rende possibili. Altri servizi destinati soprattutto

4. La scheda è stata redatta sulla base di un progetto del Gruppo Loccioni

alle imprese, ma di interesse anche per singoli cittadini, potranno essere sviluppati e commercializzati in concomitanza con la realizzazione dell'infrastruttura tecnologica.

*Gli obiettivi perseguiti*

Fornitura di connettività a banda larga tramite frequenze radio, fornitura di servizi commerciali (internet, telefonia tramite protocollo Ip, formazione a distanza, video sorveglianza ecc), e di pubblica utilità (sistemi di controllo della mobilità, telesoccorso, monitoraggio ambientale, ecc) ad essa collegati.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Loccioni (promotore), Wave max s.r.l (partner, titolare della licenza di fornitura della banda larga con il sistema wi-max per la Regione Marche), Amministrazione comunale.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Master universitari post lauream
- Impat Point
- Fotoom
- Qualificazione della presenza dell'università a Jesi

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Primo step di sperimentazione in alcuni quartieri/frazioni di Jesi non raggiunti dalla banda larga, secondo step di estensione della copertura all'intera Vallesina.

Il promotore si dichiara disponibile a presentare una progettazione esecutiva.

*Elementi da approfondire*

Costi ed eventuali risorse da reperire, grado di maturità della tecnologia Wi Max (che al momento in Italia non trova ancora applicazione diffusa).

## **6. Incoming turistico<sup>5</sup>**

*Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto mira a diversificare e specializzare l'offerta turistica locale aumentando l'attrattività di Jesi e della Vallesina rispetto alla domanda turistica esterna.

Si possono distinguere due tipi di utenze turistiche:

- I gruppi già costituiti: gruppi organizzati da agenzie di viaggio, associazioni, centri culturali italiani all'estero, gruppi d'interesse, ecc.
- Gli individuali: famiglie, piccoli gruppi, coppie

Ciascun tipo di utenza può comprare o far realizzare da un intermediario un programma che include un insieme di prestazioni (pacchetto / forfait) o elaborare un programma per conto suo partendo dalle proposte fatte dal territorio; e inoltre, ha pratiche e quindi esigenze diverse.

Sviluppare il turismo vuol dire dunque essere in grado di rispondere alle necessità di questi due tipi di utenza:

**1. Gruppi:**

Si tratta di un turismo organizzato che richiede un'offerta specifica sia

5. La scheda è stata rivista sulla base di osservazioni formulate da Therese Rouleau



Fa davvero un certo effetto essere fissati da tutto quel pubblico stipato in ogni posto della platea e dei palchi del Pergolesi.

Ci sentiamo osservati mentre ammiriamo, questa volta aiutati dal colore, il nostro Teatro di Tradizione, unico in una città non capoluogo.

Un Teatro che invita l'appassionato a viaggiare per gustare ricche stagioni liriche e variegati stagioni di prosa.



per quanto riguarda le prestazioni (numero dei partecipanti, durata delle visite, ecc.) che per le tariffe (tariffe speciali per i gruppi). Questo tipo di utenza richiede soprattutto:

- un'offerta adattata, proposta sia dalle strutture di ospitalità (alloggi e ristorazione – tariffe e menù per gruppi) che dalle strutture che si visitano (monumenti, musei, zoo, parchi di divertimento, ecc.); tariffa ridotta per gruppi, accoglienza in lingue, accettazione della carta di credito nei musei, ecc;
- dei pacchetti: un territorio in grado di proporre un'offerta integrata;
- un'agenzia di viaggio con attività di incoming: la possibilità per l'organizzatore del viaggio di stabilire un contatto commerciale con un unico interlocutore in grado di occuparsi sia dell'organizzazione che dell'aspetto commerciale. L'organizzatore può "comprare" un pacchetto già elaborato o chiedere un pacchetto su misura.

## 2. Individui

Si tratta di turisti che perlopiù si organizzano per conto loro, documentandosi tramite guide (cartacee, on-line...) o direttamente sul posto; possono comprare un forfait (per es. forfait weekend- pernottamento + prestazioni varie), ma spesso scelgono tra le diverse possibilità proposte dal territorio e fanno il proprio programma (turismo "alla carte").

Questo tipo di utenza richiede soprattutto:

- strumenti d'informazione adeguati: strumenti generali o tematici che propongono l'intero territorio, piuttosto che una miriade di documenti, diversi l'uno dall'altro, limitati a una piccola parte del territorio (comune, associazione di alcuni comuni, ecc.);
- informazioni esaustive, aggiornate, affidabili; scritte in modo sintetico, chiaro e nell'ottica di chi visita questo territorio (non per addetti ai lavori); disponibili in diverse lingue;
- una rete efficiente di punti d'accoglienza in grado di diffondere informazioni sull'intero territorio.

Attualmente l'offerta turistica locale si presenta fortemente frammentata e composta per lo più da realtà di media e piccola dimensione, che faticano a costruire rete tra loro e a presentarsi sul mercato con un'offerta integrata e diversificata.

Relativamente alla domanda, al momento la presenza di turismo a Jesi ed in generale nel territorio della Vallesina si connota per alcune caratteristiche peculiari; nonostante l'interesse e le notevoli risorse culturali, paesaggistiche ed enogastronomiche che il territorio è in grado di offrire, i visitatori ed i turisti sono spesso solo di passaggio e l'estensione media del soggiorno è stato, nel 2006, pari a 2,5 giorni (dato elaborato a partire dal movimento turistico rilevato dall'Osservatorio sul Turismo della Regione Marche nelle strutture ricettive di Jesi).

In questa direzione l'offerta turistica necessita di essere meglio specializzata ed indirizzata rispetto a target specifici di popolazione, siano essi individui singoli o famiglie, oppure gruppi (si pensi ad esempio al turismo scolastico).

Dal punto di vista normativo per quanto attiene il settore del turismo la Legge Regionale 11 luglio 2006, n. 9 'Testo unico delle norme regionali in materia di turismo' identifica una nuova articolazione territoriale definita 'sistemi turistici locali'.

Questi si caratterizzano per essere contesti turistici omogenei o integrati, comprendenti ambiti territoriali caratterizzati dall'offerta integrata di beni culturali, ambientali e di attrazioni turistiche, compresi i prodotti tipici dell'agricoltura e dell'artigianato locale, o dalla presenza diffusa di imprese turistiche singole o associate.

I sistemi turistici locali costituiscono un'articolazione fondamentale

dell'organizzazione turistica regionale e rappresentano lo strumento per l'attuazione della collaborazione tra pubblico e privato nella gestione dell'attività di formazione del prodotto turistico e sono promossi dagli enti locali o da soggetti privati, singoli o associati, attraverso forme di concertazione con le associazioni di categoria che concorrono alla formazione dell'offerta turistica, nonché con i soggetti pubblici e privati interessati.

Tali strutture in particolare:

- a) individuano, anche ai fini della loro commercializzazione, i prodotti turistici riconducibili al territorio di riferimento, valorizzando in modo integrato le risorse locali con particolare attenzione alle specificità delle zone interne, montane e costiere;
- b) organizzano l'attività di accoglienza, armonizzandola ed integrandola con le altre attività presenti nel territorio di riferimento.

Per lo sviluppo del progetto l'opportunità offerta dalla nuova legislazione appare particolarmente rilevante, laddove potrebbe favorire ed incentivare forme di cooperazione e collaborazione intercomunali ed interprovinciali di particolare interesse.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Valorizzare Jesi come città turistica, con particolare attenzione ai gruppi;
- Lavorare, attraverso il potenziamento ed il raccordo delle organizzazioni e degli operatori che a diverso titolo si occupano di turismo, alla costruzione di pacchetti di offerta turistica integrati ed articolati (ad es. percorsi federiciani, integrando possibilità di pernottamento, degustazioni, partecipazione ad eventi culturali e musicali, ecc.);
- Organizzare l'offerta, anche concependo strumenti adeguati in grado sia di favorire l'allungamento della durata di soggiorno che l'aumento del volume di presenze. Questo passa anche attraverso l'elaborazione d'itinerari o l'organizzazione di servizi di prenotazione (convenzionali o on line) per le strutture ricettive;
- Attrarre nuovi turisti e visitatori, passando da forme di turismo di passaggio a forme di turismo di soggiorno maggiormente protratte nel tempo ed in grado di favorire una più ampia ed approfondita conoscenza del contesto e delle risorse locali.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Comune di Jesi – Ufficio Turismo (IAT), Sistema Turistico della Marca Anconetana, GAL, Italcook, associazioni di categoria (albergatori, commercianti, etc), agenzie di viaggio, operatori turistici, centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop).

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Ecodistretto rurale
- Agenzia per gli investimenti
- I "sommeliers delle carni"
- Master universitari post-lauream
- Gruppo Acquisto Solidale "Il tempo felice"
- Marketing del centro storico
- Anniversario pergolesiano

#### *Elementi da approfondire*

Lo sviluppo del turismo a Jesi suppone innanzitutto l'implementazione di una cultura di squadra o di rete, che permetterà:

- sia a "livello orizzontale" ovvero tra i diversi enti e operatori turistici

della Vallesina, sia a “livello verticale” tra i diversi enti e organismi istituzionali in carico della promozione del territorio (Sistema turistico, Provincia, Regione), il potenziamento delle relazioni, una maggior efficienza e leggibilità dell’offerta;

- la creazione di pacchetti rivolti a diversi segment di clientela (gruppi e individuali) e l’esistenza di una struttura in grado di commercializzarli;
- la creazione di un vero sistema d’informazione innanzitutto a livello della Vallesina con la realizzazione di strumenti adeguati in grado di valorizzare un’offerta ricca e variegata ma molto frammentata (prezzario delle strutture ricettive, itinerari tematici e non, ecc.).

Oltre all’organizzazione dell’offerta l’altro elemento fondamentale dello sviluppo risiede nella promozione, la comunicazione e la commercializzazione di detta offerta.

L’attivazione del Sistema Turistico Unico della Marca Anconetana può essere per Jesi e la Vallesina una vera opportunità a patto che la metodologia di lavoro del STL permetta la creazione di una rete tecnica e non solo politica. Ovvero coinvolga gli organismi d’accoglienza del territorio alla definizione e alla messa in opera della strategia di sviluppo, e alla creazione di una rete di organismi “relais” a livello infraterritoriale.

### **7. I “sommeliers delle carni”: la valorizzazione dei prodotti agro-alimentari del territorio; la catena del valore attraverso la cultura, la socialità e la formazione<sup>6</sup>**

*Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto prevede la creazione di un sistema di “misurazione” o descrizione oggettiva delle carni bovine: in sostanza, la costruzione di un disciplinare di qualità della carne, da patrocinare da parte del pubblico, ma anche da disseminare, anche grazie a iniziative di formazione.

Il progetto si basa su una serie di risorse presenti nel contesto locale:

- l’esistenza dell’azienda Arca Felice di proprietà comunale
- allevamento di animali di razza marchigiana altamente caratterizzati
- produzione biologica

La premessa logica è che per apprezzare le carni occorre conoscerle e sapere cosa aspettarsi. In analogia con quanto accade con il vino, si può sostenere che i protocolli di degustazione dei vini consentono di riconoscere le differenze e le peculiarità dei prodotti. Come per i vini, tutte le caratteristiche possono essere rese misurabili all’osservazione oppure descritte nei dati di etichetta (oggi semplificata dal sistema della rintracciabilità). La stessa procedura potrebbe essere adottata con le carni, in particolare quelle bovine che sono le più conosciute, apprezzate e complesse.

La costruzione di un tale progetto richiede il concorso di tre diverse tipologie di “attori”, ciascuno dei quali dovrebbe esservi coinvolto sulla base di uno specifico ruolo da svolgere:

1. In primo luogo, i “creatori della conoscenza”:

- gli istituti alberghieri
- l’università di agraria
- le scuole di cucina, le associazioni di cuochi (italcook, associazioni di cuochi territoriali, associazioni di ristoratori, ecc.)

2. Quindi, gli “applicatori della conoscenza”:

- i produttori/allevatori
- le imprese di trasformazione (macellazione e sezionamento)

6. La scheda è stata redatta sulla base di un testo elaborato da Emiliano Baldi e Graziano Vittori

- le imprese di distribuzione e somministrazione (ristoranti, banchettistica, ospitalità alberghiera, ecc.)
3. Infine, i “diffusori della conoscenza”:
- le associazioni che ruotano intorno al cibo e alla ristorazione (ais, assivip, slowfood, ecc.) attraverso percorsi di apprendimento vari: corsi specifici all’interno dei corsi di sommeliers, master sulla ristorazione, degustazioni verticali od orizzontali, corsi di cucina nazionali o internazionali
  - gli operatori della ristorazione, qui nel ruolo attivo di fornitori di informazioni alla propria clientela

Nel concreto, il compito dei creatori della conoscenza è stilare la “scheda di degustazione”, ovvero i parametri che devono essere insegnati dai diffusori della conoscenza. A loro volta, i diffusori della conoscenza, attraverso figure formate allo scopo, chiamiamoli i “sommeliers della carne”, hanno il compito di insegnare i sistemi di misurazione della carne in eventi specifici: corsi specifici con tanto di esame e attestato, all’interno dei corsi di sommeliers (già ora c’è una lezione sull’anatomia bovina al terzo corso), degustazioni organizzate, corsi di cucina e quant’altro.

Tra questi attori si inseriscono i produttori, i trasformatori, i distributori e i somministratori, che formano la filiera.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Promuovere i prodotti agroalimentari del territorio nella e attraverso la ristorazione;
- Avvicinare gli attori della filiera agroalimentare (produttori e distributori) alle nuove preferenze e stili di consumo;
- Diffondere una conoscenza ampia e codificata da appositi disciplinari della qualità delle carni;
- Formare operatori del settore capaci di valutare caratteristiche e qualità delle carni (sommeliers delle carni);
- Spingere al miglioramento delle produzioni proposte o all’equilibrio prezzo/valore dei prodotti;
- Coinvolgere i consumatori nella conoscenza delle carni affinché siano essi stessi a spingere verso la razionalizzazione delle produzioni.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotori del progetto:

- Emiliano Baldi, dir. gen. di Baldi Carni e componente del Comitato territoriale Vallesina di Confindustria Ancona
- Graziano Vittori di Arca Felice

Partner:

- Comune di Jesi
- Istituti alberghieri
- Università di agraria
- Ital Cook
- Associazioni di cuochi territoriali
- Associazioni di ristoratori e singoli operatori
- Produttori/allevatori
- Imprese di trasformazione (macellazione e sezionamento)
- Imprese di distribuzione e somministrazione (ristoranti, banchettistica, ospitalità alberghiera, agriturismi, ecc.)
- Associazioni che ruotano intorno al cibo e alla ristorazione (ais, assivip, slowfood, ecc.)
- Centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop)

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Ecodistretto rurale
- Valorizzazione dei prodotti agroalimentari
- Master universitari post-lauream
- Gruppo Acquisto Solidale “Il tempo felice”
- Marketing del centro storico
- Anniversario pergolesiano
- Teatro dei Profumi e dei Sapori
- Mercato del contadino

*Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

- Attivazione della rete dei creatori della conoscenza: € 15.000 (premi, borse di studio, diffusione mediatica)
- Realizzazione dei materiali didattici e formazione dei primi “sommeliers delle carni”: € 20.000
- Corsi ed eventi: € 25.000
- Controllo risultati / obiettivi e rifasamento del progetto:
- Importo totale: € 60.000

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

- Attivazione della rete dei creatori della conoscenza: 6 mesi (fino a giugno, in concomitanza della fine di istituti e università)
- Realizzazione dei materiali didattici e formazione dei primi “sommeliers delle carni”: 3 mesi (fino a settembre, in concomitanza dell’inizio di corsi e iniziative)
- Corsi ed eventi: 9 mesi
- Controllo risultati / obiettivi e rifasamento del progetto: Luglio 2010

*Elementi da approfondire*

Si tratta di un progetto importante nel quadro complessivo del Piano Strategico.

Mentre appare solido nella sua definizione al livello locale (i possibili partner sono stati individuati), la dimensione che probabilmente conviene cominciare a trattare è quella della diffusione di questo progetto-pilota e del suo consolidamento al livello regionale e nazionale.

Da un lato, quindi – come lo stesso promotore del progetto suggerisce – il futuro “Parco tecnologico”, inteso come ente aggregatore di diverse competenze, sarebbe l’attore ideale per la creazione, il mantenimento e lo sviluppo del progetto: ideazione di nuovi parametri di valutazione, misurazione di altri prodotti agroalimentari, formazione dei “sommeliers” del cibo, master per i ristoratori nazionali ed esteri, ecc.

Dall’altro, sembra auspicabile che il progetto venga speso ad un livello ben più che locale, intercettando attori che si muovono a scale più ampie: dalle associazioni sul food, la ristorazione e per la promozione della cultura materiale di livello nazionale, ad enti sovralocali (Regione, Ministero Politiche agricole, Autorità europea per la sicurezza alimentare...)

**8. Master universitari post lauream<sup>7</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto intende favorire lo sviluppo di processi di innovazione nell’eco-

7. La scheda è stata redatta sulla base di un testo elaborato da Marco Gialletti

nomia locale a partire dall'ampliamento dell'offerta formativa su dimensioni cruciali per la qualificazione del tessuto produttivo di Jesi.

In questo senso, il progetto rappresenta un primo passo verso la costituzione di un Parco tecnologico a Jesi, assumendo l'idea del Parco in una prospettiva incrementale: prima di porre il problema della costituzione di un "recinto" tecnologico, intende avvicinare questo obiettivo promuovendo la creazione di occasioni di formazione avanzata.

Nello specifico, il progetto prevede di realizzare cinque master post lauream su altrettanti temi che costituiscono i campi di azione cruciali dello stesso Piano Strategico:

- Meccanica
- Logistica
- Itc
- Energia
- Agroalimentare

Il progetto muove dalla considerazione delle criticità e delle opportunità presenti a Jesi in termini di competenze: da un lato, riconoscendo la necessità di corrispondere alla domanda crescente di personale qualificato da parte delle imprese; dall'altro, rintracciando nel sistema produttivo locale risorse di conoscenza e di know-how che è opportuno valorizzare per far crescere il sistema nel suo complesso.

Il progetto di master, già abbastanza formalizzato nella sua articolazione, prevede:

- Per ogni master, 12 insegnamenti da 16/20 ore per corso
- 6 con docenti universitari
- 6 con docenti provenienti dal mondo professionale
- 4 testimonianze di imprenditori del settore per ogni corso
- La presenza di minimo 15 studenti per corso e massimo 25
- Tirocinio finale in azienda di 3 mesi

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Iniettare capitale umano eccellente nel sistema industriale al fine di favorire l'evoluzione e l'aumento della competitività delle imprese del territorio;
- Catturare la reale domanda del tessuto industriale jesino;
- Individuare i profili professionali;
- Definizione "partecipata" dei piani di studio
- Coinvolgimento reale nel progetto delle imprese e delle istituzioni
- Partnership con l'Università Politecnica delle Marche per il patrocinio ed il riconoscimento legale dei titoli di studio conseguiti;
- Attenzione agli aspetti socio-professionali (embrione di Community).

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- Marco Gialletti, amm. del. di Nautes e componente del Comitato territoriale Vallesina di Confindustria Ancona

Partner:

- Comune di Jesi
- Confindustria Ancona
- Fondazione "A.Colocci"
- Università Politecnica delle Marche
- Centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop)

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina

- Fotoom
- Ecodistretto rurale
- Agenzia degli investimenti
- City logistics
- Impat Point
- Valorizzazione dei prodotti agroalimentari
- Customer relationship management (Cmr) per piccole e medie imprese
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori

*Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

Il progetto incorpora già una ipotesi formalizzata di piano finanziario:

COSTI GENERALI: 45.000 €

*Segreteria*

*Spese di gestione*

*Comitato Tecnico Scientifico (Direttore + Docenti)*

COSTI DOCENZE: 3.500 € medio a insegnamento (spese comprese)

per 60 Insegnanti totali

COSTI COMUNICAZIONE: 15.000 €

*Portale Web*

*Comunicazione Pubblicitaria*

*Comunicazione Stampa*

COSTI LOGISTICI: 20.000 € Max

*Aule*

*Trasporti studenti*

*Servizio vitto e alloggio studenti*

*Attività culturali e di intrattenimento*

COSTO ISCRIZIONE LIBERA STUDENTI: 2.300 €

COSTO PER AZIENDA TIROCINIO ASSOCIATO: 1.200 €

COSTO BORSA DI STUDIO: 3.000 €

Corsi più tirocinio aziendale con selezione del candidato tramite colloquio

CONTRIBUTO DELLE ISTITUZIONI: 80.000 € Min.

CONTRIBUTO DALLE ISCRIZIONI: 210.000 € Min.

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Il progetto prevede lo sviluppo di master sull'orizzonte di un anno, con questa articolazione:

Esami di Ammissione: Settembre

Corsi: Inizio Ottobre – Fine entro Aprile

Tirocinio: Maggio – Giugno - Luglio

Esame Finale: Settembre

*Elementi da approfondire*

La tempistica del progetto andrà verosimilmente messa a punto, in modo da avere agio per rafforzare una proposta che pare qualificante per l'intero piano strategico. In anticipo rispetto alla effettiva partenza del progetto andrà sviluppata una fase di pubblicizzazione del master.

Occorre consolidare il partenariato, formalizzando le relazioni già in corso tra i partner ed eventualmente ampliandolo anche ad altri soggetti (Camera di commercio, Provincia, Regione?).

## 9. Gruppo Acquisto Solidale “Il tempo felice”<sup>8</sup>

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

L'idea di costituire un Gruppo di Acquisto Solidale (GAS) nasce con l'intenzione di favorire il miglioramento ambientale, creare una rete di relazione tra le realtà produttive dell'area e massimizzare le esperienze di imprenditoria sociale locale.

Il progetto prevede la creazione di un GAS con la partecipazione volontaria dapprima dei soci e dei dipendenti della Cooperativa Futura, ma aperto a tutti quanti vogliano associarsi: cittadini, dipendenti di aziende, lavoratori pubblici e privati e soci di cooperative. La cooperativa mette a disposizione del GAS lo spazio fisico per l'incontro dei consumatori con i produttori.

Oltre all'acquisto dei prodotti alimentari il GAS può essere sollecitato dai soci ad effettuare acquisti collettivi di qualsiasi altro bene o servizio. In Italia si stanno infatti diffondendo i primi GAS per l'acquisto di energia o per la gestione di impianti di energie rinnovabili.

Il gruppo, al fine di raggiungere gli obiettivi sociali che si pone, organizza visite alle aziende dei produttori ed incontri su tematiche rilevanti legate all'alimentazione e all'ambiente. Il GAS può sviluppare sinergie con le Pubbliche Amministrazioni del proprio territorio, ad esempio, per promuovere la coscienza ambientale del cittadino per la raccolta differenziata ed il risparmio energetico.

Attualmente il progetto prevede che i partecipanti al gruppo definiscano dapprima una lista di prodotti su cui intendono eseguire gli acquisti collettivi. Sulla base di questa lista i nuclei famigliari o i singoli aderenti compilano un ordine che, sommato a quello degli altri, definisce un ordine di gruppo che viene trasmesso al produttore. Quando arriva la merce dal produttore, questa viene suddivisa tra le famiglie che appartengono al gruppo e ognuno paga per la sua parte di merce.

Dal punto di vista operativo il GAS si occupa di mettere in relazione domanda e offerta, contattando i produttori agricoli, ortofrutticoli ed alimentari del territorio ed organizzando la logistica della domanda e dell'offerta, riducendo così gli sprechi.

Per i prodotti non deperibili, è possibile che ogni produttore tenga una certa quantità di prodotto presso il locale di distribuzione in modo da permettere ai soci di effettuare anche acquisti estemporanei al momento del ritiro del proprio ordine. Gli ordini possono essere effettuati al GAS secondo diverse modalità: di persona, per telefono o fax o per e-mail. È possibile costruire un listino del gruppo o distribuire i listini dei singoli produttori. Il ritiro avviene secondo date e modalità prestabilite presso un locale prestabilito.

Per una migliore e più efficace socializzazione dell'iniziativa è indispensabile lo sviluppo di un sito, dove ospitare le comunicazioni e le iniziative dei soci nonché dei produttori.

### *Gli obiettivi perseguiti*

- Promuovere le filiere corte dei prodotti agricoli, ortofrutticoli e zootecnici;
- Sostenere gli acquisti consapevoli da parte dei cittadini per il rispetto del lavoro e dell'ambiente;
- Sviluppare il contatto diretto tra consumatore e produttore;
- Fornire ai soci/cittadini le informazioni necessarie a riconoscere i prodotti con le migliori caratteristiche di qualità nutrizionale, organolettica a o semplicemente merceologica.

8. La scheda è stata rivista sulla base di osservazioni formulate da Patrizia Barbaresi



L'obelisco dove lo metto?

Il trasferimento dalla centralissima Piazza del Teatro a Piazza Federico II è immortalato dal fotografo.

Ora la fontana (a dire il vero unico elemento architettonico di pregio) è stata restaurata e tra breve anche la piazza vedrà una nuova sistemazione nell'ambito di interventi di trasformazione e recupero avviati grazie al Contratto di Quartiere.



*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Il progetto è stato promosso e ideato dalla Cooperativa Futura che ha sede in Jesi ed è fortemente radicata nel contesto locale.

La Cooperativa, per propria politica aziendale, intende dare il proprio contributo alla difesa delle produzioni agricole ed agroalimentari locali, fornendo ai produttori del proprio territorio l'opportunità di arrivare al consumatore utilizzando il vantaggio della filiera corta.

Le aziende, le cooperative ed i produttori locali che al momento costituiscono la rete di riferimento per l'acquisto dei prodotti sono:

- ARCA FELICE per le carni biologiche;
- CJPO consorzio di produttori agricoli locali per la verdura e frutta.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Ecodistretto rurale
- Valorizzazione prodotti agroalimentari
- I "sommeliers delle carni"
- Marketing del centro storico
- Teatro dei Profumi e dei Sapori
- Mercato del contadino

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Il progetto è già stato avviato.

L'associazione *'Il Tempo felice'* (nome acquisito da un preludio di G.B.Pergolesi) è stata regolarmente registrata. Sono stati costituiti gli organismi dirigenti e si è dato avvio agli incontri con i produttori, dando inizio alla completa autonomia nella vita sociale, gestionale ed organizzativa.

Ad oggi è iniziato l'acquisto delle carni e della verdura con grande soddisfazione degli associati per il prezzo ma soprattutto per la qualità, in particolare delle carni.

Da una prima indagine fra gli associati sul gradimento si è rilevata la modifica dell'abitudine di consumare soltanto le parti nobili della carne, essendo il pacco completo di ogni taglio. In cucina si è ripresa con soddisfazione la pratica di ricette antiche, con l'ottimizzazione dei costi e la riscoperta della varietà dei sapori.

Sono state attuate numerose nuove adesioni.

*Elementi da approfondire*

In un'ottica di miglioramento e potenziamento delle attività promosse e seguite dal GAS, si rende necessaria per il futuro un'adeguata strutturazione gestionale, che ne possa facilitare lo sviluppo e la continuità, nonché la crescita culturale e del peso di contrattazione.

**10. Marketing del centro storico: "A tavola con il territorio"<sup>9</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto di marketing urbano del centro storico nasce da una ricerca commissionata dal Comune di Jesi e dalla Camera di Commercio di Ancona a Retecamere. La ricerca ha lanciato, sulla base delle analisi socio-economiche e delle interviste ai principali attori locali, una serie di idee progettuali con riferimento a possibili strategie di promozione, con l'obiettivo del rafforzamento e del rilancio sia economico che di immagine della parte antica della città in ambito nazionale ed internazionale.

<sup>9</sup> La scheda è stata redatta sulla base di un rapporto di ricerca elaborato da Retecamere per il Comune di Jesi sul tema del marketing urbano e le strategie di promozione del centro storico.

Tra tali idee progettuali (definite “progetti-volano”) figurano iniziative nei campi della formazione, dell’housing, dei servizi alle imprese insediato, della comunicazione, dell’offerta e della produzione culturale, della riqualificazione degli spazi aperti, della coesione e dei servizi alla persona e alla collettività, della ricettività e dell’offerta turistica, della promozione dei prodotti eno-gastronomici, ecc.

Tra questi, un progetto che la ricerca di Retecamere ha approfondito in occasione delle attività del Piano Strategico riguarda la visibilità/vetrina dei prodotti tipici di qualità, a partire dal “*Verdicchio dei Castelli di Jesi*”, per innestare un programma di sviluppo del territorio che faccia perno sul centro urbano ed estenda gli effetti al di fuori della mura cittadine. Il progetto si intitola “A tavola con il territorio”.

Le attività previste all’interno di questo progetto sono le seguenti:

1. Generare nell’opinione comune il concetto che Jesi è sinonimo di qualità dei prodotti tipici unita alla cultura e alle tradizioni, attraverso una campagna di sensibilizzazione e informazione distinta in fase intra moenia e fase extra moenia nella quale prevedere anche:

- iniziative “stagionali” mirate su specifici target (ad esempio per i giovani “da casa a scuola”);
- seminari informativi per i cittadini sulle caratteristiche e l’utilizzo in cucina dei prodotti tipici locali;
- evento enogastronomico annuale di rilevanza nazionale (ad esempio “la settimana dei Castelli di Jesi: i menù con il verdicchio”);
- accordo con gli esercizi commerciali della ristorazione (e Bar) per l’utilizzo e la distribuzione dei prodotti tipici locali come in corso per il Verdicchio;
- accordo con le imprese industriali per visite guidate dei loro clienti e fornitori tra i prodotti tipici di qualità;
- sito web dedicato ai prodotti con accesso “obbligato” nei PC della bolla WI-FI che sarà realizzata in piazza.

2. Dare visibilità “costante” ai prodotti tipici del territorio:

- individuazione del “paniere” di prodotti tipici di qualità e definizione accordi di cooperazione con produttori e punti vendita locali selezionati;
- individuazione sede della “vetrina prodotti” e analisi del relativo “stato d’uso”;
- adeguamento sede con espositori e materiale informativo sui prodotti e sui punti vendita selezionati;
- promozione in sinergia con altre iniziative/progetti esistenti (ad esempio corsi e presentazioni ad hoc di Italcook e la lista dei ristoranti che presentano menù basati esclusivamente sui prodotti tipici locali);
- integrazione con attività dell’obiettivo 1 (ad esempio la cartellonistica stradale che riproduce il messaggio distintivo su Jesi la città del Verdicchio e da i riferimenti per la vetrina dei prodotti), soprattutto con il sito web dedicato.

3. Sfruttare le opportunità che crea l’effetto traino dell’identità distintiva in tutti i settori e ambiti di possibile offerta già esistenti a Jesi:

- analisi delle integrazioni possibili (ad esempio workshop universitari sulle produzioni tipiche e la loro tutela o borse di ricerca sulle innovazioni da applicare in alcune produzioni alimentari tipiche);
- programma integrato di sinergie e offerte per i cittadini e visitatori (ad esempio una “Jesi card”);
- accordi con gli imprenditori sulle condizioni economiche favorevoli (standard) da applicare;

- programma di investimenti per l'adeguamento delle strutture (ad esempio per l'albergo diffuso e per gli alberghi).

#### 4. Creare sinergie con altri progetti in cantiere (Sommeliers delle carni e Ecodistretto rurale):

- A) analisi delle integrazioni possibili: selezione di quali prodotti dell'ecodistretto e quali carni andranno nella vetrina;
- B) definizione dei progetti esecutivi (ecodistretto rurale e someliers delle carni) prevedendo la vetrina come cassa di risonanza e "canale" di promozione.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

Gli obiettivi generali perseguiti dal programma di marketing territoriale sono:

- Individuare opportunità di rilancio del centro storico partendo dalla sua struttura storico-urbanistica;
- Mettere in evidenza le caratteristiche degli elementi (piazze, palazzi storici etc.) e la loro reale disponibilità ed attitudine in funzione dell'organizzazione di un offerta integrata e lo studio di un progetto "leader";
- Costruire un offerta integrata legata in particolare alle attività del commercio, dell'artigianato e del turismo;
- Favorire la "tenuta" della residenza storica e sociale e l'inserimento di nuove tipologie della domanda tra cui quella estera;
- Elaborare strategie integrate di intervento con l'individuazione dei possibili settori di nuove attività e ipotesi progettuali.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- Comune di Jesi

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- Camera di commercio di Ancona
- Associazioni di categoria
- Ital Cook
- Enoteca Regionale
- GAS (gruppi di acquisto solidale)
- Centrali cooperative (Agci, Confcooperative, Legacoop)

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Ecodistretto rurale
- Incoming turistico
- I "sommeliers delle carni"
- Master universitari post-lauream
- Gruppo Acquisto Solidale "Il tempo felice"
- Anniversario pergolesiano
- Qualificazione della presenza dell'università a Jesi
- Teatro dei Profumi e dei Saperi
- Mercato del contadino

#### *Elementi da approfondire*

La costruzione di una efficace strategia di marketing e promozione del centro storico costituisce un obiettivo cruciale per l'Amministrazione comunale.

Il suo raggiungimento tuttavia dipende dalla messa a punto e attuazione di una serie di progetti, in ambiti di politiche tra loro diversi (ricettività, offerta turistica, cultura, formazione, sviluppo dell'enogastronomia, ecc.) che vanno ricondotte a sistema attorno ad un obiettivo unitario, come

appunto quello della riqualificazione e rilancio del centro antico. La realizzazione del progetto dunque dovrà essere alimentata dal contributo di altre progettualità, che ad esso dovranno riferirsi. Costi e tempistica del progetto infine andranno definiti in connessione con quelli delle varie iniziative previste.

## 11. Anniversario Pergolesiano

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto relativo alle celebrazioni per l'Anniversario Pergolesiano nasce e si definisce a partire dalla ricorrenza, nel 2010, del Terzo Centenario della nascita di Giovanni Battista Pergolesi, musicista jesino del XVIII di fama universalmente riconosciuta (definito "il Mozart italiano") che, a partire dal settecento, da oscuro musicista di provincia venne ad essere considerato uno dei massimi protagonisti della scena musicale europea.

Le ricorrenze, le celebrazioni e le iniziative che il progetto prevede mirano a tenere viva l'attenzione sulla figura del grande compositore e sulle circostanze che ne determinarono il mito ed al tempo stesso vogliono essere occasione di valorizzazione e promozione della città di Jesi e del suo territorio nel panorama culturale e musicale nazionale ed internazionale.

Il progetto sarà articolato secondo i seguenti assi portanti, al fine di raggiungere un'ampia categoria di destinatari. Nello specifico:

- Rappresentazione integrale delle opere pergolesiane nel corso del 2010;
- Esecuzione di concerti a partire dal 2009;
- Realizzazione di percorsi didattici rivolti a studenti italiani e stranieri, a partire dal 2009;
- Realizzazione di una grande esposizione sui luoghi in cui l'autore ha vissuto e sul contesto culturale in cui ha operato;
- Realizzazione di prodotti multimediali;
- Organizzazione di convegni internazionali di studio;
- Realizzazione di pubblicazioni scientifiche e divulgative.

In vista della ricorrenza verranno effettuati interventi di restauro conservativo e riqualificazione funzionale del Teatro Pergolesi di Jesi e verranno aperti nuovi spazi che resteranno permanentemente patrimonio del territorio e della città, anche per iniziative non strettamente legate a Pergolesi.

### *Gli obiettivi perseguiti*

Il progetto si pone i seguenti obiettivi:

1. Promuovere e favorire la conoscenza dell'Opera Barocca e pergolesiana in particolare;
2. Promuovere e favorire l'espressione artistica;
3. Promuovere e favorire l'utilizzo di strumenti informatici quale forma di espressione artistica e di rielaborazione creativa;
4. Promuovere Jesi ed il suo territorio nel complesso attraverso la valorizzazione dei suoi 'talenti';
5. Valorizzare la multiculturalità favorendo il dialogo tra identità e contesti storico-geografici differenti.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

La Fondazione Pergolesi Spontini, istituita appositamente con il compito di promuovere e divulgare l'opera e la figura di questo autore, è il soggetto promotore e responsabile del progetto. Essa intende promuovere però l'istituzione di un Comitato Nazionale per celebrare tale ricorrenza, cui partecipano soggetti pubblici e privati. Hanno infatti accettato di affiancare la Fondazione nella richiesta di istituzione del Comitato soggetti istituzionali, associazioni culturali e personalità rilevanti del panorama musicale e culturale nazionale, che con la loro opera concorrono a 'dare voce' non solo all'opera del Maestro ma anche alle città e ai territori in cui Pergolesi è nato ed è vissuto. In tale contesto, è auspicabile il coinvolgimento delle cooperative che operano nel settore culturale e turistico.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Agenzia per gli investimenti
- Marketing del centro storico
- Incoming turistico

*Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

da definire

Parte degli interventi potrebbero essere coperti con il concorso di finanziamenti europei mediante la partecipazione ad appositi bandi.

*Elementi da approfondire*

Il progetto promosso dalla Fondazione Spontini rappresenta un'importante occasione per la promozione della figura di Pergolesi Spontini ed allo stesso tempo si presta ad essere occasione rilevante per incrementare le possibilità di visibilità e conoscenza del territorio jesino.

È allora particolarmente rilevante in questo caso, ed in maniera più stringente, identificare con precisione le possibili connessioni tra questo progetto e quelli segnalati, in modo tale da costruire sinergie fertili per attrarre nuovi turisti e nuovi visitatori, così come per valorizzare e riqualificare il patrimonio storico architettonico del centro storico di Jesi.

**12. Il Palazzo dell'Università**

Qualificazione della presenza dell'Università a Jesi

*Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

La presenza dell'università a Jesi, dagli anni 90, costituisce ormai una realtà consolidata che occorre ulteriormente qualificare dal punto di vista dei servizi complementari. Su questo fronte, un servizio fondamentale è quello dell'accoglienza e dei servizi mensa per gli oltre 500 studenti, così come la maggiore fruizione delle strutture della Fondazione Colocci costituisce un elemento di rilievo per la cittadinanza ed un elemento importante di sviluppo per il centro storico di Jesi.

Il progetto prevede dunque la realizzazione di:

- un pensionato per studenti per 15-20 posti letto nella sede delle ex carceri (in attuazione, per altro, di una previsione del Contratto di quartiere presso il complesso delle ex carceri);
- una mensa, a servizio degli studenti universitari ma anche degli alunni delle scuole superiori provenienti da fuori Jesi che si fermano anche nel pomeriggio, ipotizzando di destinare a questo uso gli spazi oggi occupati dall'Ufficio Anagrafe del Comune;
- una gestione degli spazi del "Palazzo dei Convegni" per collegare

direttamente le strutture aperte al pubblico della Fondazione (biblioteca, aula magna, etc) con “l’asta dei servizi” del centro antico jesino.

*Gli obiettivi perseguiti*

- Qualificare e rafforzare, attraverso la dotazione di servizi complementari, la presenza dell’università a Jesi.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotori del progetto:

- Comune di Jesi
- Fondazione Colocci

Partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- ERSU di Macerata
- Regione Marche

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Ecodistretto rurale
- Agenzia degli investimenti
- Marketing del centro storico
- City logistics
- Impat Point
- Master universitari post lauream
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori

*Elementi da approfondire*

Il percorso di concertazione per la realizzazione del progetto è solo in parte avviato.

### **13. Customer relationship management (Crm) per piccole e medie imprese<sup>10</sup>**

*Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il prevede l’Implementazione e diffusione di una piattaforma di CRM (Customer relationship management) ad uso delle piccole e medie imprese rilasciata in modalità OpenSource.

La gestione delle fasi del ciclo di prevendita-vendita-postvendita, pur essendo uguali per ogni impresa e settore, è spesso affidata a strumenti diversi (da software non specifici a annotazioni cartacee). Ne consegue che le informazioni sui clienti risultano sparse in più archivi, senza possibilità di recuperare uno storico delle attività svolte e di fare una programmazione seria delle visite e dei servizi che le imprese devono erogare ai clienti.

Una buona gestione del cliente necessita, quindi, che le attività marketing, vendita e Post vendita siano tutte collegate tra loro rispetto ad un oggetto comune vale a dire la scheda cliente. In questo modo sarebbe possibile monitorare le diverse fasi del ciclo di vendita, tramite indicatori e report, elaborare delle segmentazioni e agire in modo coordinato con proposte mirate per i nostri già clienti e/o clienti potenziali.

Dunque, lo strumento del CRM (Customer Relationship Management) può rappresentare un’interessante opportunità di crescita e sviluppo per l’azienda. Si tratta di un ambito avanzato sul terreno dell’innovazione di

<sup>10</sup>. La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato dalla Cna

processo all'interno di medie imprese, alla ricerca di maggiore qualità nel governo dei processi, in particolare in questi ambiti:

- Automazione della forza vendita
- Automazione delle funzioni di marketing operativo
- Supporto e servizi ai clienti
- Gestione del ciclo attivo dall'ordine al pagamento
- Gestione integrata delle attività cooperative

La sfida è introdurre nelle PMI cultura e formazione specifica, nonché strumenti adeguati di alto livello che non presentino però elevati costi di acquisizione ed implementazione. Per questo si propone di diffondere metodologie e strumenti provenienti dal mondo OpenSource.

La soluzione OpenSource CRM di riferimento sarà Vtiger

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Integrare uno strumento CRM con una applicazione gestionale per PMI, in modo tale che la gestione innovativa del ciclo attivo via CRM stesso, possa essere integrata nell'attività complessiva dell'impresa (clienti/fornitori, magazzino, scorte, contabilità, produzione, assistenza, servizi, etc).

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- CNA e CNA Informatica s.p.a.

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- piccole e medie imprese locali
- Comune di Jesi

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Fotoom
- Ecodistretto rurale
- Agenzia degli investimenti
- City logistics
- Impat Point
- Master universitari post lauream

#### *Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

La stima del costo complessivo del progetto è 50.000 euro per lo sviluppo di tutte le fasi.

#### *Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Fase 1: Analisi e implementazione di ogni singolo componente della piattaforma di CRM OpenSource Vtiger

Fase 2: Analisi ed implementazione di una integrazione con applicazione Gestionale

Fase 3: Disseminazione

- iniziativa di presentazione
- brochure di presentazione (500 copie) con cd-rom allegato contenente la soluzione OpenSource CRM integrato con Gestionale per PMI
- portale di presentazione della soluzione, area di download dell'applicazione stessa e della documentazione originale in italiano prodotta, links a risorse tematiche
- Corso di formazione su CRM OpenSource Vtiger e ERP Cna.Net integrato rivolto a PMI del territorio; obiettivo: 30-40 partecipanti; sede: ZIPA o altra sala nel Comune di Jesi.

*Elementi da approfondire*

Lo sviluppo di un tale progetto richiede verosimilmente una preventiva analisi della domanda potenziale presso le imprese e una condivisione della proposta presso altre organizzazioni degli interessi e istituzioni locali.

**14. Teatro dei Profumi e dei Sapori<sup>11</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Durante gli ultimi dieci anni l'attenzione per l'enogastronomia, i prodotti tipici, il biologico, la qualità dell'ambiente, e la conseguente rivalorizzazione della diversità paesaggistica, è notevolmente cresciuta. Ormai, la produzione, la promozione e la valorizzazione del cibo di alta qualità rappresenta un elemento di grande rilevanza culturale ed economica e aggrega fasce sempre più ampie di utenti. Questo trend espressione di un'evoluzione nel modo di vivere e nel modo di concepire il tempo libero ha contribuito alla nascita di un nuovo tipo di prodotto turistico: il turismo enogastronomico.

Per quanto riguarda Jesi, occorre considerare che in città hanno sede diversi organismi di eccellenza legati alla produzione, promozione e valorizzazione dei prodotti della filiera agroalimentare:

- l'Azienda Agraria Arcafelice, che si fa promotrice dell'agricoltura e dei prodotti biologici
- l'Enoteca della Regione Marche, sezione di Jesi, gestita dall'AS-SIVIP
- l'Istituto Superiore di Gastronomia, Italcook, nato da un progetto tra Città di Jesi e Slow Food Italia.

Per altro, due di queste strutture hanno sede a Palazzo Balleani, palazzo storico di proprietà del Comune di Jesi, situato nel cuore del centro antico.

Il problema che si intende affrontare è l'attuale frammentazione dell'offerta del territorio in termini di risorse enogastronomiche, che sarebbe opportuno riconnettere in un sistema di offerta riconoscibile.

Il progetto "Teatro dei Profumi e dei Sapori" intende:

- fornire un marchio-griffe che caratterizzi un insieme di iniziative volte a promuovere e valorizzare l'offerta agroalimentare ed in particolare enogastronomica di qualità del territorio;
- essere la vetrina dei prodotti tipici di qualità del territorio nonché del suo patrimonio ambientale e delle sue peculiarità paesaggistiche;
- essere un luogo di formazione ai mestieri legati all'enogastronomia;
- proporre prodotti e servizi sul tema del cibo, dei sapori, del patrimonio ambientale;
- promuovere e valorizzare la ricerca nel settore agroalimentare ed enogastronomico.

È opportuno che tale marchio/griffe corrisponda ad alcuni principi di base comuni, quali: protocolli di qualità da rispettare, coinvolgimento, in ogni iniziativa, di diversi partner del mondo enogastronomico, ecc.

Il nome "Teatro", scelto al posto di altri noti e usati, come "Palazzo" (esiste il Palazzo del Gusto di Orvieto, probabilmente l'esperienza più completa in questo senso, ma nelle Marche anche quello di Acquala-

11. La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato dall'Assessorato al Turismo Comune di Jesi





Come si anima una città ed un territorio. Ad una polverosa diurna strada quasi deserta, fotografata molti anni addietro, gli fa da contraltare la stessa brulicante via in versione notturna ai nostri giorni. La città viene sempre più vissuta, colonizzata anche di notte, soprattutto dai giovani. L'Arco Clementino fa da scenografia alla distesa quasi infinita di carri carichi del cavolfiore bianco di Jesi: una "forza" della natura una volta vanto del territorio.

gna), intende richiamare il ricco patrimonio artistico e architettonico marchigiano, permetterebbe di fare un legame con le manifestazioni organizzate nel 2010 per le Celebrazioni Pergolesiane e alluderebbe più ad una rassegna di iniziative e di eventi che ad una sede fisica. L'esempio potrebbe essere "Jesi estate" che raggruppa sotto un unico marchio un insieme di spettacoli, concerti, presentazione di libri, o ancora quello che è stato tentato nel 2008 con le diverse iniziative organizzate per il Quarantennale del Verdicchio.

#### *Gli obiettivi perseguiti*

- Approfittare della presenza nel territorio di strutture di eccellenza e di un generale trend positivo per fare del patrimonio enogastronomico uno dei maggiori assi di sviluppo economico e turistico di Jesi e della Vallesina;
- Valorizzare le eccellenze del territorio, creare sinergie tra di esse e costruire reti di collaborazione.

#### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- Comune di Jesi, Assessorato al turismo e sviluppo economico

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- la filiera agricola: agricoltori, viticoltori, produttori, cooperative agricole, sindacati agricoli;
- gli operatori che trasformano e commercializzano i prodotti: case vitivinicole, salumifici, aziende alimentare, ecc.;
- i commercianti del settore alimentare: gastronomie, macellai...;
- il mondo della ristorazione;
- il mondo della formazione e della ricerca: istituti agrari, istituti alberghieri, università di agraria, ecc.

#### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Ecodistretto rurale
- Incoming turistico
- I "sommeliers delle carni"
- Gruppo Acquisto Solidale "Il tempo felice"
- Marketing del centro storico
- Farmer's market
- Anniversario pergolesiano
- Mercato del contadino

#### *Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

I costi sono in gran parte da definire. Le spese da prevedere in linea generale sono:

- la registrazione del marchio e la creazione del relativo logo
- le spese relative alla promozione e pubblicizzazione delle diverse iniziative per le quali si potrebbe presentare una richiesta nell'ambito del bando regionale "Progetti di accoglienza"

#### *Elementi da approfondire*

Per quanto riguarda l'organizzazione operativa del progetto, molti aspetti rimangono da definire. Il fattore di successo di tale progetto risiede senz'altro nella flessibilità della struttura che si intende mettere in piedi; flessibilità che garantirà reattività e agilità a livello organizzativo nonché economia di scala e ottimizzazione delle spese a livello economico.

Inoltre, si potrebbe procedere in modo incrementale, avviando un programma di eventi e di iniziative organizzati in sinergie con diversi partner per cominciare a dare vita al progetto.

La selezione delle iniziative potrebbe essere affidata a una commissione costituita da Comune di Jesi, Assivip, Italcook, Arcafelice, Sistema Turistico Locale, Istituto agrario Salvati ed eventualmente da un esperto dell'università di agraria di Ancona in modo da avere sia una rappresentatività dei settori coinvolti (agricoltura, viticoltura, enogastronomia, turismo e formazione) sia un equilibrio a livello territoriale (tre organismi con base a Jesi, quattro organismi fuori Jesi). La commissione si riunirebbe secondo un calendario preciso per esaminare proposte fatte da terzi o decidere l'organizzazione in proprio di azioni ed eventi.

## 15. Mercato del contadino

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

L'idea di un mercato del contadino (o Farmer's Market, come ormai noto anche in Italia) nasce sia sotto la spinta di esperienze ormai molto diffuse in Italia e all'estero, che per effetto della rilevanza che stanno assumendo, all'interno del dibattito sulla politiche di sviluppo locale, i temi della economia slow, della valorizzazione delle produzioni tipiche locali, della "filiera corta", ecc.

Nel caso di Jesi, il progetto intende sostenere la costituzione di un mercato del contadino, con produttori provenienti dalla provincia di Ancona ed in particolare dalla Vallesina, in una localizzazione che potrebbe essere a Piazza delle erbe, in aggiunta alle giornate di mercato del mercoledì e sabato dove sono già presenti banchi gestiti direttamente dai produttori agricoli. Una ipotesi è che, alla vendita dei prodotti tipici locali, possa associarsi anche la proposta di prodotti artigianali legati al mondo contadino.

### *Gli obiettivi perseguiti*

- Rafforzare la presenza e la riconoscibilità sul mercato delle produzioni agricole locali;
- Incentivare occasioni di integrazione del reddito agricolo;
- Sviluppare iniziative di integrazione della filiera agricola, curando soprattutto gli aspetti della vendita diretta, sia in azienda che in mercati per i produttori;
- Promuovere fattivamente Jesi come città che sperimenta politiche a favore delle produzioni tipiche e a Km zero.

### *Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotori del progetto:

- Coldiretti
- Confederazione italiana agricoltori

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- Comune di Jesi

### *Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Ecodistretto rurale
- Incoming turistico
- I "sommeliers delle carni"
- Gruppo Acquisto Solidale "Il tempo felice"
- Marketing del centro storico
- Teatro dei Profumi e dei Sapori

### *Elementi da approfondire*

Il progetto richiede, per essere di una efficace strategia di comunica-

zione e sensibilizzazione presso le aziende agricole potenzialmente interessate.

Si tratta infatti di un progetto che ha verosimilmente una domanda potenziale ampia, se è vero – come risulta da un recente sondaggio commissionato da Coldiretti alla Swg – che nel 2008 un italiano su due (52%) ha acquistato almeno una volta direttamente dal produttore agricolo, rendendo quella diretta la forma di distribuzione commerciale che ha registrato il maggiore sviluppo nell'anno passato (+8%). Vanno definiti costi e step di implementazione.

## 16. Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori<sup>12</sup>

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto prevede la realizzazione di un percorso formativo rivolto ad artigiani e piccoli imprenditori. I temi di formazione previsti sono cinque:

1. Competenze manageriali ed organizzazione: valutare, riscoprire e valorizzare le proprie capacità e potenzialità manageriali, di acquisire la conoscenza di tecniche e metodologie per usare la propria creatività e sfruttare le proprie caratteristiche e individuare gli strumenti per stimolare la partecipazione dei collaboratori (contenuti principali: capacità manageriali soggettive; gestione per obiettivi/risultati; la pianificazione del tempo);
2. Gestione aziendale: fornire agli imprenditori nozioni concrete in merito all'analisi di bilancio, alla corretta determinazione del "costo" e del "prezzo" e quindi la conoscenza del controllo di gestione (contenuti: cenni di contabilità generale; il bilancio d'esercizio; il controllo di gestione);
3. Finanza d'impresa: trasferire quelle conoscenze di base che permettano di inquadrare nel modo giusto il rapporto tra l'imprenditore e le istituzioni finanziarie capire l'importanza delle politiche finanziarie e dei vari strumenti di finanziamento (contenuti principali: strategie d'impresa e politiche finanziarie; scelte e strumenti di finanziamento per le imprese; le garanzie; il budget finanziario; i flussi di cassa);
4. Marketing e comunicazione: approfondimento dei temi della formazione commerciale dell'impresa, sia quelli tradizionali quali le vendite e la distribuzione, sia quelli innovativi quali le ricerche di mercato, la promozione, la pubblicità e quindi la comunicazione (contenuti principali: introduzione al Marketing; la psicologia di vendita; gli obiettivi e le strategie; il budget di vendita; la comunicazione);
5. Utilizzo degli strumenti informatici e di Internet: con il corso pratico di uso PC e di Internet si vuole fornire quella alfabetizzazione informatica di base che fornisca la conoscenza dei programmi base e di Internet per poter sfruttare tutti i vantaggi legati al sistematico uso del Pc e del Web (contenuti: l'hardware ed il software; Word; navigazione in Internet ed uso della posta elettronica; sistemi ERP e CRM).

L'ipotesi è che a ciascuno dei temi siano dedicati due appuntamenti. Le lezioni dovrebbero essere di 3 ore, poste in un orario di fine giornata, una a settimana.

Le lezioni prevedono una parte di formazione in aula e una parte di esercitazione di gruppo.

<sup>12</sup> La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato dalla CNA

*Gli obiettivi perseguiti*

- Accrescere, negli imprenditori artigiani e nei piccoli imprenditori, la conoscenza delle competenze di management;
- Fornire strumenti di orientamento e di organizzazione particolarmente necessari sia nelle fasi di start-up sia nella gestione delle trasformazioni e dei processi di crescita dell'impresa.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotore del progetto:

- CNA

Altri possibili partner sono da identificare

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Sviluppo tecnologico della Vallesina
- Agenzia degli investimenti
- Master universitari post lauream
- Customer relationship management (Crm) per piccole e medie imprese

*Elementi da approfondire*

Il progetto insiste su una area di intervento (quello della formazione) su cui esistono anche altri interventi del Piano Strategico (a cominciare da quello sui master universitari), nonché opportunità offerte dalla Regione Marche e dalla Provincia di Ancona all'interno dei propri programmi di formazione. I progetti nel campo della formazione andranno dunque messi a sistema e discussi con i referenti provinciali e regionali per trovare eventuali sinergie e finanziamenti.

**17. Alla ricerca del valore nella globalizzazione per micro e pmi<sup>13</sup>***Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Il progetto prevede la realizzazione di un servizio alle piccole e microimprese per supportarle nella competizione.

Il particolare momento di crisi impone un gioco di squadra dove le amministrazioni centrali e locali, le associazioni di categoria, gli istituti di credito devono entrare in campo insieme alle piccole imprese per continuare a farle giocare consentendo loro di mettere in luce i propri talenti.

L'uso delle tecnologie dell'informazione consente la diffusione della conoscenza alla velocità della luce riducendone il valore con il rischio di livellare tutto e tutti verso il basso; occorre per contro sfruttare questa possibilità per amplificare il proprio sapere e spostare in alto il livello della propria offerta di prodotti e servizi.

*Gli obiettivi perseguiti*

Il progetto prevede la realizzazione di un servizio alle piccole e microimprese finalizzato ad individuare:

- le cause che rallentano o bloccano lo sviluppo e la crescita aziendale;
- le esigenze immediate e quelle previste a medio e lungo termine;
- le caratteristiche distintive della singola azienda;
- le aspettative di crescita o il sogno nel cassetto;
- le possibili interazioni con altre aziende a livello di distretto o di filiera

13. La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato dalla Confartigianato

- e i legami, spesso nascosti, fra i diversi soggetti che intervengono nella catena del valore;
- le leve tecnologiche o innovative capaci di innalzare il livello di competizione aziendale;
  - le possibilità di apertura verso mercati internazionali.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

Promotori del progetto:

- Confartigianato

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- Comune di Jesi
- Istituti di credito
- consulenti aziendali
- PMI

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Master universitari post-lauream
- Crescita manageriale degli artigiani e dei piccoli imprenditori
- Customer relationship management (Crm) per piccole e medie imprese

*Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

I costi di seguito ipotizzati coprono il servizio per circa 30 aziende

<b>Voci di costo</b>	<b>euro €</b>
Rimborsi gruppo di lavoro (consulente finanziario, consulente informatico, consulente gestione aziendale, rappresentante PMI)	25.000 (attività di coordinamento)
Comunicazione iniziativa e diffusione risultati	15.000 (portale web, stampa)
Costi per singolo intervento presso le PMI	5.000
Contributi aziende	1.500 (per ogni adesione)
Contributi istituti di credito	100.000
Contributi altre istituzioni	50.000

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

- Costituzione del gruppo di lavoro: 1 mese
- Definizione e messa a punto dell'intervento presso le aziende: 2 mesi
- Comunicazione: a partire dal secondo mese
- Avvio servizi: dal terzo mese
- Controllo risultati: ottobre 2009

*Elementi da approfondire*

Gli elementi da approfondire riguardano la costruzione del partenariato di progetto, con particolare attenzione al ruolo dei possibili partner finanziari (tra cui gli istituti di credito), alla individuazione del target di PMI per la costruzione del servizio, al coinvolgimento dei consulenti di riferimento presso le singole aziende.

## 18. Energy Corner<sup>14</sup>

*Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare.*

La questione energetica è oggi tra le più controverse e dibattute a livello mondiale e rimane tra le principali priorità dei paesi moderni. Rispetto a questa questione, le Amministrazioni Locali sono sollecitate ad assumere un ruolo di primo attore sia nella governance dei processi di pianificazione energetica locale, sia nella attuazione di percorsi di informazione e di diffusione dei contenuti della sostenibilità energetica tra gli attori chiave del territorio.

Inoltre, la recente liberalizzazione del mercato energetico in Italia e l'evoluzione normativa che ne sta seguendo, ha ancora di più evidenziato la necessità di realizzare presidi sul territorio in grado di divenire per i cittadini e per le imprese veri e propri punti di riferimento in grado di fornire un supporto informativo e consulenziale sulle possibilità e sulle modalità di accesso a finanziamenti a sostegno degli investimenti, sulle più idonee soluzioni tecnologiche ed energetiche da adottare, sulle potenzialità economiche ed ambientali che comportamenti virtuosi di risparmio energetico ed di razionale uso dell'energia possono offrire sia nei processi industriali che nella vita quotidiana.

L'idea dell'Energy Corner nasce dalla necessità di avere un'informazione costante, aggiornata, chiara sul complesso mercato dell'energia, e sulle possibilità e potenzialità economiche, tecnologiche, finanziarie relative ai risparmi energetico e allo sfruttamento delle risorse rinnovabili (solare, geotermia, idrogeno, etc).

L'EnergyCorner si articola in una serie di attività:

1. Attività di comunicazione, informazione, formazione
  - organizzazioni eventi/campagne informative legate al tema dell'energia e del risparmio energetico
  - ricerca, promozione, formazione e informazione nel campo del risparmio energetico e uso delle fonti rinnovabili, rivolto sia alla struttura comunale sia ai privati, intesi come imprese e singoli cittadini
  - informazioni relative al regime di libero mercato dell'energia, ai contratti di fornitura energia elettrica e gas
  - informazione alle imprese e ai privati sui sistemi di certificazione energetica, sul regolamento Comunale in ambito energetico/ambientale, sulla normativa regionale di riferimento
2. Attività consulenziali e di Energy management
  - audit e bilanci energetici, analisi di LCA a supporto delle organizzazioni e delle imprese. analisi dei processi industriali e delle soluzioni tecnologiche da implementare
  - supporto in ambito legislativo (nazionale e regionale), in merito alle applicazioni dei criteri di efficienza energetica e delle fonti rinnovabili
  - valutazioni tecniche ed economiche di interventi impiantistici specifici
3. Attività di Pianificazione e programmazione energetica
  - supporto alle organizzazioni (pubbliche/private) relativamente ad aspetti energetici, tecnologici, soluzioni di implementazione
  - ricerca nuovi canali e opportunità di finanziamento, fiscalità e possibilità di opportunità di finanziamenti ed agevolazioni fiscali
4. Progettazione, ricerca e cooperazione internazionale
  - sviluppo progetti di ricerca
  - progetti Europei

<sup>14</sup>. La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato da Marco Cardinaletti

*Gli obiettivi perseguiti*

Il progetto "Energy Corner" mira a costituire sul territorio jesino una struttura che diventi punto di riferimento in tema di energia per tutta la comunità (per i cittadini, per le imprese e le istituzioni), rappresentando uno strumento di sviluppo e di coordinamento di azioni sinergiche. L'EnergyCorner potrebbe in prospettiva consentire alla città di strutturare percorsi di cooperazione e scambio di esperienze con altre realtà simili (nazionali ed internazionali), nonché avviare progetti di ricerca mirati a consolidare nel tempo una rete di saperi necessaria per lo sviluppo sostenibile del territorio.

*Gli attori coinvolti (responsabile/promotore del progetto, i partner)*

promotore:

- M. Cardinaletti, project manager

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- Comune di Jesi, mondo dell'imprenditoria, CNA, mondo del credito, associazioni ambientaliste, Coldiretti, Public Utilities ESCO, Università, Regione, Provincia, etc.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- Parco tecnologico
- Master universitari post lauream
- SPES – SPort Energeticamente sostenibile

*Costo e risorse finanziarie (disponibili, da reperire)*

I costi del progetto sono funzionali alle diverse fasi dell'azione e ai servizi che internamente verranno sviluppati. Si può/deve ipotizzare una stretta collaborazione con alcune realtà del territorio come le associazioni di categoria del settore produttivo. Le stesse, fin da subito, potrebbero essere interessate a cofinanziare il progetto a seguito di precise garanzie su eventuali consulenze tecniche e particolari servizi che l'Energy Corner offrirebbe.

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

Il processo di costituzione e di creazione dell'EnergyCorner è un processo graduale che prevede l'assunzione delle competenze e dei servizi offerti secondo fasi precise, anche in funzione delle risorse umane e finanziarie a disposizione

*1. FASE I – Start up*

L'EnergyCorner potrebbe ricoprire un ruolo prettamente formativo ed informativo (scuole/cittadinanza/privati) e pianificare ed organizzare l'informazione all'utenza relativamente alle opportunità offerte dal risparmio energetico e all'uso delle fonti rinnovabili; inoltre, potrebbe farsi promotore dello sviluppo del mercato territoriale delle fonti rinnovabili, con i conseguenti benefici energetici ed ambientali.

Questa prima fase prevede come sub attività principali:

- individuare una struttura e personale assegnato con lo scopo di fornire un supporto informativo sui temi energetici, sulle opportunità di finanziamento, sulle modalità di accesso ai principali canali di finanziamento;
- realizzare sito/portale web;
- riorientare la domanda energetica attraverso la costituzione di un adeguato sistema di comunicazione efficace, capillare e mirato;
- promuovere campagne informative a scadenza annuale rivolte a tutti i cittadini, alle utenze del settore terziario e alla popolazione scolastica. Tali campagne avranno come tema la problematica generale del

risparmio energetico e i benefici di ordine ambientale ed economico ottenibili con comportamenti meno dissipativi di energia.

Importante può risultare, a tal fine, il censimento degli operatori territoriali operanti in diversi settori: impiantistico (installatori e manutentori), fonti rinnovabili, ristrutturazioni edilizie (attraverso pratiche di bio-architettura), fornitura di servizi energetici, etc.

Se il progetto EnergyCorner dovesse incontrare l'interesse dell'Amministrazione comunale, anche a valle della sua fase di start-up, si potrebbe pensare di "linkare" il portale al sito web del Comune e di inserire, tra le sue funzioni, quella di seguire lo sviluppo del Piano Energetico Comunale, monitorando le diverse azioni individuate dall'Amministrazione e agevolando la diffusione della conoscenza del Piano tra la cittadinanza e gli stakeholder territoriali (Agenda21 Energia).

## *2. FASE II – Consolidamento Partnership locali*

L'Energy Corner, acquisterà via via maggiori competenze e sarà in grado di offrire servizi sempre più complessi e strutturati considerando anche il graduale coinvolgimento di partner tecnici e del settore privato. Nel medio periodo la struttura potrà quindi acquisire, attraverso il supporto di fondi privati e pubblici, competenze sempre più strutturate in grado di avviare attività di supporto consulenziale verso le organizzazioni del territorio che ne necessitano, sia pubbliche che private. Questa seconda fase è strettamente collegata alla capacità del territorio e degli attori chiave di far crescere la struttura investendo in essa attraverso l'afflusso di progettualità, risorse finanziarie ed umane.

Tra le principali attività di questa fase:

supportare il processo di certificazione energetica degli edifici pubblici;

- sviluppare analisi di settore, di comparto, di filiera sui fabbisogni energetici e sulle possibili soluzioni di miglioramento;
- strutturare maggiormente la propria funzione formativa e informativa attivando strette collaborazioni con scuole, ordini professionali ed associazioni di categoria;
- fornire indicazioni sugli incentivi economici e sul settore normativo di interesse per il mondo produttivo ed i cittadini;
- fornire informazioni sugli iter amministrativi per l'autorizzazione di impianti energetici, per l'installazione di impianti fotovoltaici, geotermici, etc.

## *3. FASE III – Attivazione progetti di cooperazione internazionale*

Quest'ultima fase mira a consolidare il percorso di crescita della struttura, cercando di proiettare la città all'interno di un circuito internazionale di cooperazione e di scambio di buone pratiche con altre realtà che hanno maggiori esperienze o esperienze simili in ambito energetico. L'obiettivo generale è quello di far confluire sul territorio specifici know-how in grado di supportare adeguatamente lo sviluppo economico, tecnologico e sociale dell'intera collettività.

### *Elementi da approfondire*

- Modalità di gestione della struttura;
- Ambiti di operatività;
- Forma giuridica.



250° anniversario della nascita di G. B. PERGOLES

1° FESTIVAL  
INTERNAZIONALE  
DELL'OPERA  
DA CAMERA.

"TROFEO DELLE  
SETTE NOTE D'ORO..

agosto - settembre 1960

**JESI**  
Teatro G. B. PERGOLES





Jesi come “città creativa” grazie alla varietà dell’ambiente urbano, alla molteplicità di competenze di punta in settori diversi (cinema, musica, arti, design) favorite dalla varietà di occasioni di lavoro. Tutto questo può divenire un fattore di attrazione e competitività. L’interscambio tra eccellenze di settori diversi può far innescare un circuito virtuoso.

## 19. SPES - SPort Energeticamente Sostenibile<sup>15</sup>

### *Descrizione del progetto, il problema che intende affrontare*

Le strutture sportive sono tra le categorie di edilizia civile a più alto fabbisogno energetico ed hanno solitamente un peso rilevante nei bilanci energetici degli Enti Locali. Costituiscono pertanto delle strutture target su cui poter avviare progetti di riqualificazione energetica attraverso interventi rivolti sia alla massimizzazione del risparmio energetico che alla realizzazione di piccoli sistemi di produzione energetica rinnovabile.

Il progetto SPES, in linea con gli obiettivi fissati dalla Comunità Europea in ambito Energetico (pacchetto clima ed energia 2020), prevede la sperimentazione di iniziative per la produzione di energia da fonti rinnovabili mediante la realizzazione di impianti in grado di soddisfare la domanda provenienti da attrezzature sportive. Il progetto SPES immagina l'avvio di una tale sperimentazione con un progetto-pilota da implementare nell'area compresa tra Via Tabano, Via delle Nazioni, Via del Burrone, viale dello Sport, dove sono situate due importanti strutture sportive quali il complesso Polisportivo Cardinaletti e il Palasport Triccoli.

L'attività Progettuale prevede una serie di attività:

1. Costituzione del Consorzio e del team di progetto
2. Realizzazione studio fattibilità sul complesso sportivo individuato, al fine renderlo auto-sufficiente dal punto di vista energetico. Lo studio dovrebbe prevedere in via preventiva l'analisi energetica delle strutture sportive e dell'area interessata e successivamente, la definizione del progetto definitivo che dovrà contemplare la migliore soluzione tecnologica da implementare, tenendo in considerazione sia gli aspetti economici, sociali che ambientali.
3. Ricerca/selezione delle diverse fonti di finanziamento attivate a livello internazionale/nazionale/locale. Il progetto mira inoltre a far cooperare settore pubblico con privato, attraverso lo sviluppo di azioni di Cause Related Marketing, grazie alle quali, attraverso la costituzione di partnership miste e la convergenza di obiettivi di sviluppo, è possibile avviare forme di investimento in grado di creare valore aggiunto per tutti gli attori coinvolti: imprese, ente, collettività.
4. Organizzazione eventi informativi e giornate evento sul risparmio energetico e sulle fonti rinnovabili sfruttando lo sport come strumento di comunicazione (Es. Energy Days in concomitanza con importanti eventi sportivi legati alle principali società sportive jesine).
5. Avvio dei lavori per la realizzazione del progetto.

### *Gli obiettivi perseguiti*

L'obiettivo è di realizzare un'isola sportiva energeticamente autosufficiente, una struttura integrata, polivalente, a basso impatto ambientale, che si autoalimenta a livello energetico attraverso l'utilizzo di fonti rinnovabili. Nell'ambito del progetto SPES, inoltre, dovrebbero essere coinvolti non solo tecnici ed esperti di settore, ma anche le società sportive che usufruiscono delle strutture, in un progetto di comunicazione e sensibilizzazione che attraverso lo sport veicola alla collettività il messaggio dell'eco-efficienza, del risparmio energetico, delle risorse rinnovabili. In tal senso il progetto camminerà su due binari paralleli, ma complementari: La parte prettamente tecnica, legata all'attività di progettazione e successiva realizzazione dell'isola energetica e quella di coinvolgimento

<sup>15</sup>. La scheda è stata redatta sulla base di testo elaborato da Marco Cardinaletti

della comunità, che, a partire dallo sport, avrebbe come obiettivo ultimo la creazione di una Energy Community.

*Potenziali attori da coinvolgere*

Promotore del progetto:

- M. Cardinaletti

I partner coinvolgibili nello sviluppo del progetto sono:

- Comune di Jesi, università, privati, società sportive, Esco, istituti di credito, istituzioni, etc.

*Connessioni con altri progetti del Piano Strategico*

- EnergyCorner
- Polo Tecnologico

*Cronoprogramma di attuazione (step previsti e relativi prodotti intermedi)*

La durata complessiva del progetto è stimata in 24 mesi.

1. Fase iniziale

- Avvio dell'Audit Energetico
- Definizione di un progetto preliminare da presentare ai principali attori chiave del territorio e ai potenziali soggetti partner nel processo di realizzazione. Il progetto dovrà consentire di raggiungere il bilanciamento tra domanda e offerta energetica dell'area attraverso, l'utilizzo di tecnologie integrate per lo sfruttamento di risorse rinnovabili

2. Fase intermedia

- Definizione progetto esecutivo
- Ricerca fondi di finanziamento
- Organizzazione eventi di comunicazione e di coinvolgimento della comunità

3. Fase finale

- Avvio lavori

## 4. L'implementazione del Piano

### 4.1 L'Urban Center

L'Urban Center (per la cui descrizione si rimanda alla relativa scheda) si caratterizza per essere la struttura di pilotaggio del Piano Strategico. In questo senso, le attività che sarà chiamato a svolgere sono:

1. Il monitoraggio e la valutazione del Piano e dei singoli progetti: l'Urban Center sarà responsabile della costruzione e della alimentazione del sistema di controllo sull'avanzamento del Piano, da sottoporre alla discussione e alla approvazione dei partner coinvolti (vedi paragrafo successivo).
2. L'alimentazione costante della riflessione sulle politiche di sviluppo per Jesi e la Vallesina, attraverso l'organizzazione di seminari di approfondimento (anche con il contributo di esperti, sul modello dei tavoli della fase di costruzione del Piano) su temi di innovazione del sistema locale, di istruttoria e presentazione di nuovi progetti di sviluppo, di convegni e giornate di studio su Jesi e la Vallesina.
3. La partecipazione a reti nazionali ed europee di città impegnate in operazioni analoghe di pianificazione strategica e programmazione integrata, con l'obiettivo di posizionare Jesi e la Vallesina all'interno di reti di relazione ben più che locali.
4. La comunicazione pubblica, orientata cioè anche al pubblico dei non addetti ai lavori, sulle iniziative e le politiche di sviluppo locale, mediante mostre, esposizioni ed archivio sistematico dei progetti intrapresi.
5. Lo sviluppo di ulteriori attività che, a giudizio dei partner, siano ritenute cruciali per la qualificazione e la crescita del sistema locale: si pensi ad iniziative nel campo del marketing territoriale, o dell'attrazione di investimenti esterni.

In sostanza l'Urban Center si configurerebbe come una agenzia d'area, con funzioni complesse: di promozione della concertazione, di animazione del dibattito pubblico, di informazione e comunicazione, di marketing, di alimentazione di una "politica estera" della città, ecc.

La definizione del profilo organizzativo di una tale struttura (in termini di coinvolgimento dei possibili partner e di forma giuridica), delle competenze necessarie al suo funzionamento, dei costi di avvio e di gestione, nonché l'individuazione della sede operativa dovranno essere materia di approfondimento nel corso dei prossimi mesi.

### 4.2 Il sistema di monitoraggio del Piano

Per sottoporre a monitoraggio l'attuazione di un dispositivo come un Piano Strategico occorre prendere in considerazione la particolare natura di questo strumento. Un Piano Strategico non è uno strumento di pianificazione in senso proprio e neppure un normale programma di

opere tenute insieme da un'idea guida. Esso si caratterizza piuttosto per essere un documento di politiche, che intende definire le traiettorie dello sviluppo di una città o di un territorio (esplicitando uno scenario o una visione al futuro), le finalità da perseguire, le conseguenti progetti da intraprendere. Tuttavia, l'aspetto peculiare di un piano strategico è che esso, oltre ad avere obiettivi "di contenuto" (la realizzazione di certi progetti, il miglioramento di determinate performance nell'economia locale, o il raggiungimento di risultati positivi in termini di qualità ambientale e dello spazio urbano, dotazione di servizi, ecc.), pone enfasi soprattutto su obiettivi "di processo", come ad esempio la mobilitazione progettuale degli attori, il rafforzamento della cooperazione locale, l'ispessimento dei network di governance, la costruzione di coalizioni a sostegno della realizzazione del Piano Strategico.

Dunque, la costruzione di un sistema di monitoraggio del piano deve incorporare elementi di contenuto e elementi di processo. Il modello che proponiamo di seguito è elaborato sulla base di queste considerazioni.

**4.2.1 Il monitoraggio dei progetti**

Questa parte del sistema di monitoraggio è relativa al controllo dell'avanzamento dei progetti del Piano Strategico. La scheda-tipo seguente va compilata per ciascuno dei progetti del Piano ed eventualmente, con riferimento a quelli che contengono al loro interno diverse operazioni (si pensi all'Ecodistretto rurale, ad esempio), per ciascuna operazione.

*Progetto n. ... (eventualmente articolato per singola operazione)*

Titolo			
Descrizione			
Obbiettivo			
Cronoprogramma			
Costi			

*Avanzamento fisico*

	Costo del progetto/operazione	Risorse impegnate	Risorse spese
Quota partner 1			
Quota partner n			
Totale			

*Avanzamento finanziario*

In quali attività (fasi) è articolato il progetto/operazione?	
Risultati del progetto/operazione (al momento della rilevazione)	
A che punto è l'avanzamento del progetto/operazione? (in % sui risultati conseguiti)	
Quali attività (fasi) previste dal progetto/operazione sono state realizzate?	
In che percentuale si stima l'avanzamento fisico del progetto/operazione?	
Il progetto/operazione presenta ritardi?	
Quali sono gli indicatori di realizzazione?	
Quali connessioni con altri progetti/operazioni del Piano?	
Qual è il contesto territoriale del progetto/operazione?	

**4.2.2 Il monitoraggio del Piano**

Questa parte del sistema di monitoraggio è dedicata al controllo dell'avanzamento del Piano Strategico, con riferimento agli output conseguiti e agli impatti generati.

Gli output si riferiscono ai progetti/operazioni, in termini di:

integrazione	compartecipazione di più tipologie di attori al progetto, multisettorialità, integrazione di risorse	fonte: informazioni qualitative da interviste + dati di monitoraggio
concentrazione	definizione di priorità significative per il contesto e di rilevanza delle risorse destinate a queste priorità	fonte: informazioni qualitative da interviste
rendimento	avanzamento del Piano come sintesi delle performance rilevate dei singoli progetti/operazioni	fonte: dati quantitativi desunti dal monitoraggio dei progetti/operazioni

Gli impatti si riferiscono agli esiti in termini di processo, con riferimento a:

1. modificazione del modo di interpretare i problemi del territorio, specialmente come maggiore articolazione, individuazione di specificità, individuazione di opportunità di integrazione, ecc.;
2. capacità di produrre innovazione nella costruzione dei problemi e nelle soluzioni individuate;
3. presenza di elementi di modernizzazione amministrativa;
4. modificazione della complessità e dello spessore delle reti di relazione, nella dimensione orizzontale (tra soggetti diversi al livello locale) e nella dimensione verticale (tra soggetti posti a diverso livello lungo la filiera della governance multilivello);
5. centralità del ruolo e delle capacità di governo da parte dei soggetti istituzionali (in particolare, Amministrazione comunale);
6. ecc...

Tutte le informazioni per la compilazione di questa parte sono tratte da interviste agli attori.

Le relazioni di monitoraggio saranno di responsabilità dell'Urban Center in quanto struttura di gestione del Piano Strategico. Esse saranno fornite a scadenze semestrali e essere discusse con il gruppo dei partner del Piano Strategico.

### 4.3 Un calendario di attività per il 2009

Il percorso di sviluppo del Piano Strategico dovrà essere concordato e definito dall'Amministrazione comunale insieme agli attori che hanno preso parte alla sua costruzione e alla predisposizione dei progetti.

In questa sede, è possibile fornire delle prime ipotesi circa le prossime mosse da compiere per passare sin da subito alla fase di implementazione del Piano.

- Progettare la struttura di pilotaggio del Piano: si tratta dell'ipotesi di Urban Center delineate in precedenza. Su questo aspetto, si potrebbero orientare alcune competenze esterne mobilitate dal Progetto di territorio "Corridoio Esino" (una iniziativa del Ministero delle Infrastrutture, di cui nel frattempo il Comune di Jesi è divenuto beneficiario).
- Avviare sin da subito, nell'attesa di giungere alla definizione di tutti gli aspetti di dettaglio dell'Urban Center (organizzazione, forma giuridica, statuto, competenze, costi e relativi contributi attesi dai partner, sede, ecc.), almeno alcune delle attività di cui dovrà farsi carico. Si pensi alla organizzazione delle riunioni del partenariato locale e dei seminari di approfondimento tematici, alla predisposizione di una prima relazione di monitoraggio del Piano, all'esposizione e presentazione dei progetti, alla promozione di eventi di comunicazione pubblica. Di queste attività, potrebbe farsi carico l'Ufficio Progetti speciali del Comune.
- Alimentare il percorso di progettazione intrapreso, garantendo l'avvio dei progetti del Piano Strategico più maturi e definendo la fattibilità di quelli che hanno ancora bisogno di approfondimenti e verifiche. Anche in tal caso, sembra necessario orientare attorno a questo scopo le strutture interne comunali e alcune attività previste all'interno del Progetto di territorio.
- Organizzare un evento pubblico di presentazione del Piano Strategico.
- Organizzare un evento pubblico di presentazione del Progetto di territorio e di prima rendicontazione/valutazione dello sviluppo del Piano Strategico nel prossimo autunno.

- Traguardare sull'orizzonte del 2010, approfittando della vetrina offerta dalla celebrazione dell'Anno pergolesiano, una grande iniziativa di marketing che punti a comunicare la visione del Piano Strategico come scenario di futuro integrato per Jesi e la Vallesina attorno alle dimensioni dell'innovazione economica, della sostenibilità urbana e ambientale, della qualità della vita, della creatività culturale, in cui dare conto dello stato di attuazione dei progetti del Piano Strategico.







L'ambiente di Jesi, in cui è piacevole vivere perché offre una pluralità di occasioni, è essenziale. L'ambiente urbano di qualità, infatti, deve essere tutelato e valorizzato perché l'abitabilità di una città è tanto un elemento di benessere e sviluppo personale per i suoi cittadini, quanto un fattore di attrazione e sviluppo per il sistema economico nel suo insieme.