

# LuBeC 2021

7 e 8 ottobre, Real Collegio di Lucca

Cultura 2026 | Competitività,  
innovazione e digitalizzazione

Culture & Cultural Heritage  
Partnership

AZIONE 6  
PIANO URBANO STRATEGICO PER LA CULTURA



*Agenzia per la  
Coesione Territoriale*

Giovanni Pineschi

LuBeC è un evento di



Con la partecipazione di



Con il sostegno di



Main Sponsor



# PIANO URBANO STRATEGICO PER LA CULTURA

## DOCUMENTO METODOLOGICO



*Agenzia per la  
Coesione Territoriale*



Federal Ministry  
of the Interior, Building  
and Community



Ministero  
dei beni e delle  
attività culturali  
e del turismo

LuBeC è un evento di



[www.lubec.it](http://www.lubec.it) | [info@lubec.it](mailto:info@lubec.it)



## Introduction

Anche se tutte le città dichiarano che il patrimonio culturale urbano è importante, il patrimonio costruito e la cultura sono solitamente trattati attraverso interventi diversi e frammentati, senza una visione olistica complessiva.

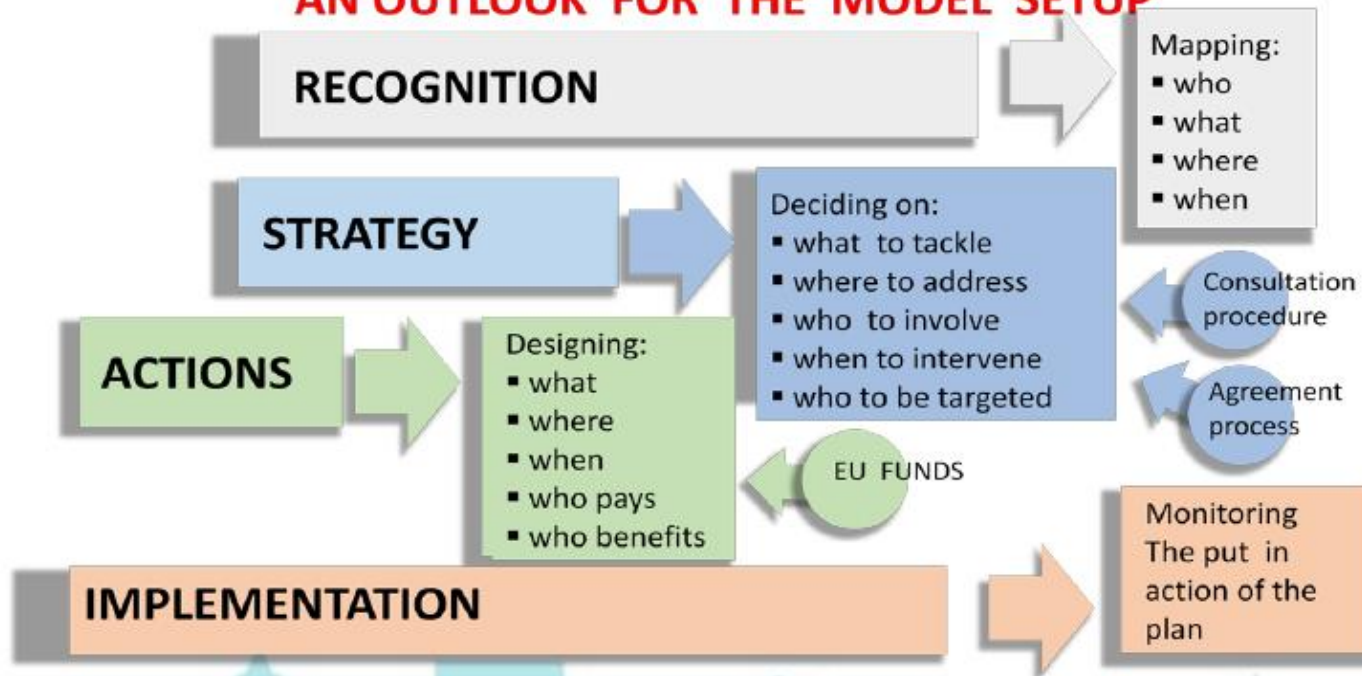
Manca spesso una chiara strategia per la valorizzazione della cultura e del patrimonio culturale per la città.

## Introduction

L' Azione propone una struttura logica comune per un piano strategico che potrebbe essere adottata dalle città europee e poi modulata e articolata secondo le diverse esigenze locali e le diverse specificità territoriali.

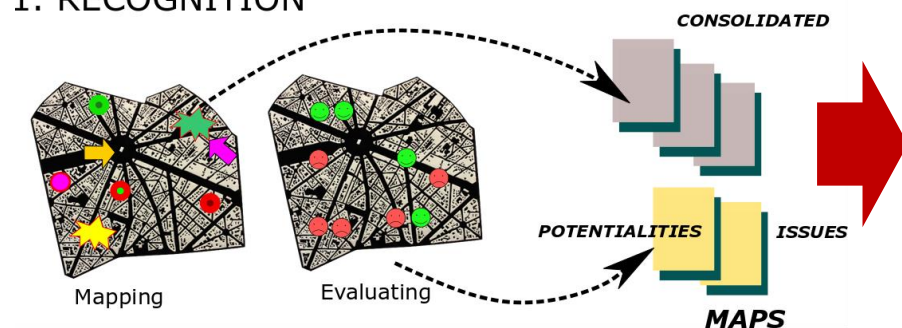
Il modello dovrebbe essere focalizzato a promuovere un migliore finanziamento dei fondi locali, nazionali e FESR, combinando tutti i frammenti di cultura urbana in una strategia coerente ed efficace di valorizzazione del patrimonio e del patrimonio locale

## AN OUTLOOK FOR THE MODEL SETUP

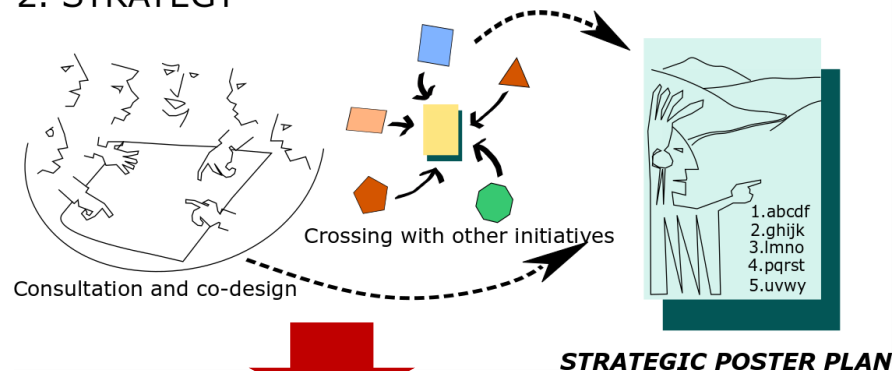




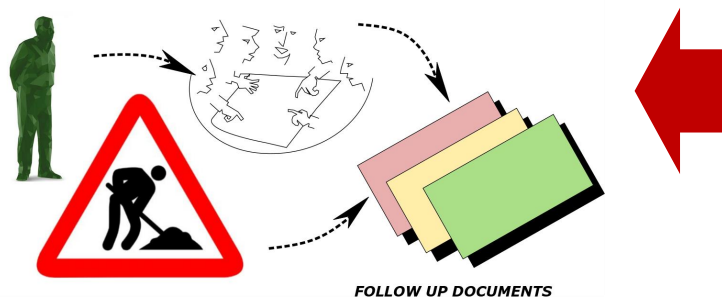
## 1. RECOGNITION



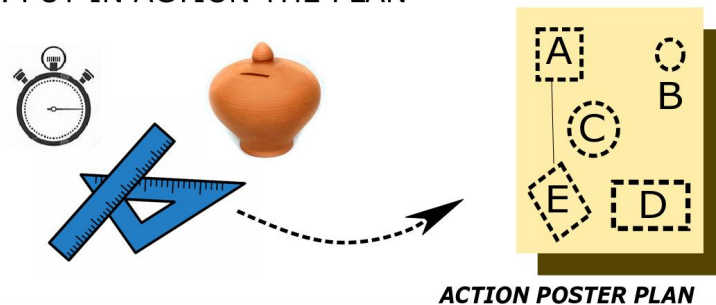
## 2. STRATEGY

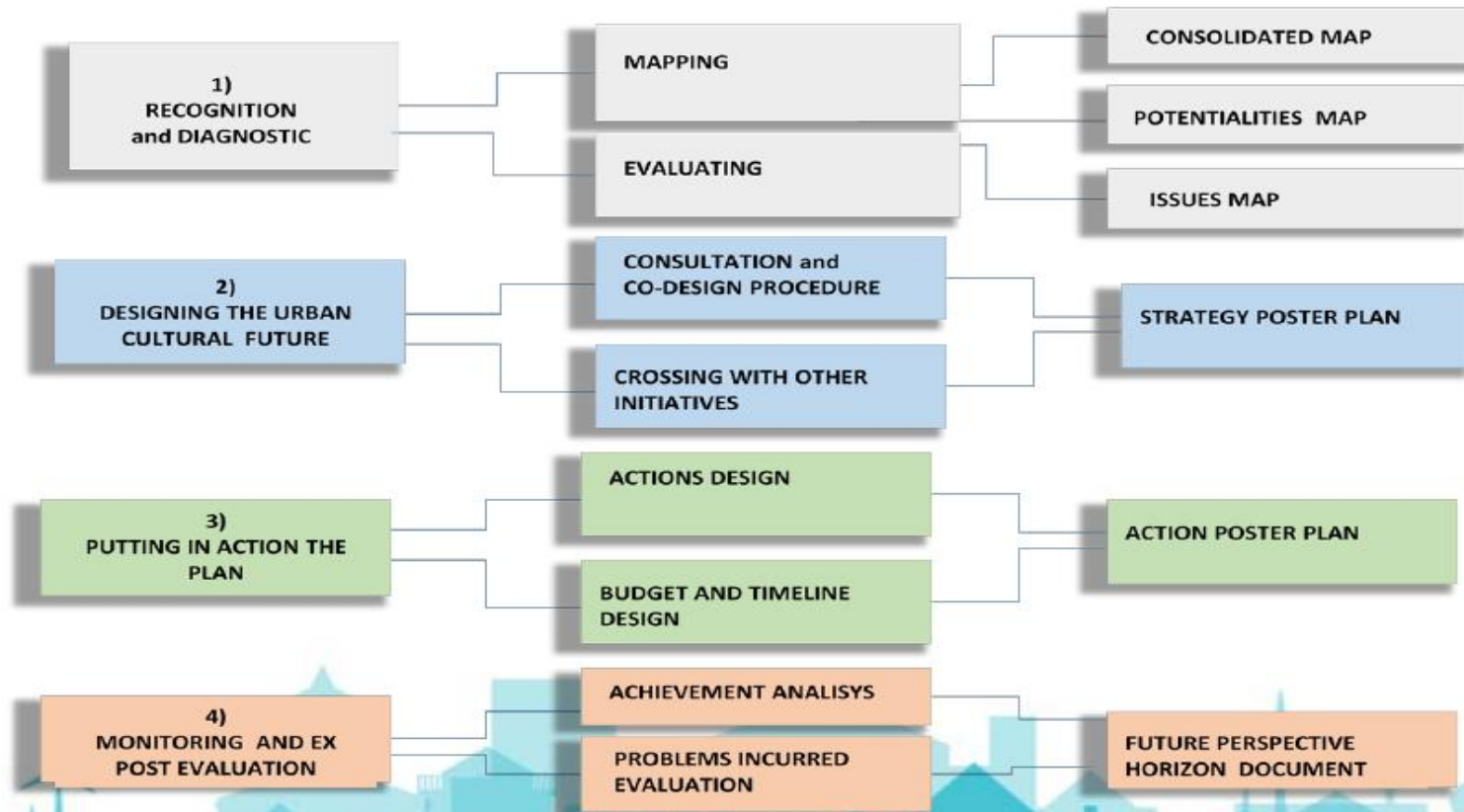


## 4. IMPLEMENTATION AND FOLLOW UP



## 3. PUT IN ACTION THE PLAN





## 1. RECOGNITION and DIAGNOSTIC

### *To highlight the elements that produce culture in the city*

*A seguito dell'introduzione del concetto di "patrimonio vivente", che vede continuità e cambiamento come concetti fondamentali per le nuove pratiche di promozione e cura del patrimonio, è necessario riconoscere il nuovo panorama delle pratiche culturali che si aggiungono a forme consolidate di patrimonio artistico.*

*Dopo una prima analisi del consolidato panorama del patrimonio culturale - dai monumenti alle forme di cultura più capillari e diffuse come gli eventi e le feste locali - ci proponiamo di descrivere le varie forme della cultura urbana, mettendo in luce tutte le potenzialità e le criticità inesprese di queste forme estese di patrimonio.*

*L'obiettivo di questa diagnosi è quello di riconoscere l'ampio spettro di forme culturali che possono contribuire al raggiungimento di obiettivi di coesione, economico-sociali ed ecologici in linea con l'approccio costruito nell'ambito del Piano d'azione del Partenariato.*

### Who

*Chi sono i principali soggetti che contribuiscono a determinare il tessuto culturale urbano? Quali attori istituzionali e quali informali? Il Piano deve costruire un sistema completo di rappresentazione di tutti gli attori che operano nella città e che contribuiscono a caratterizzare l'identità culturale della città.*

### What

*Quali sono gli oggetti, i luoghi rappresentativi, i monumenti, le aree, i sistemi che costituiscono la spina dorsale del substrato culturale urbano? La cultura urbana produce "oggetti" materiali e immateriali che si stratificano nel tempo, la rappresentazione di tali oggetti costituisce un telaio che i cittadini e gli utilizzatori memorizzano e condividono come patrimonio collettivo.*

### Where

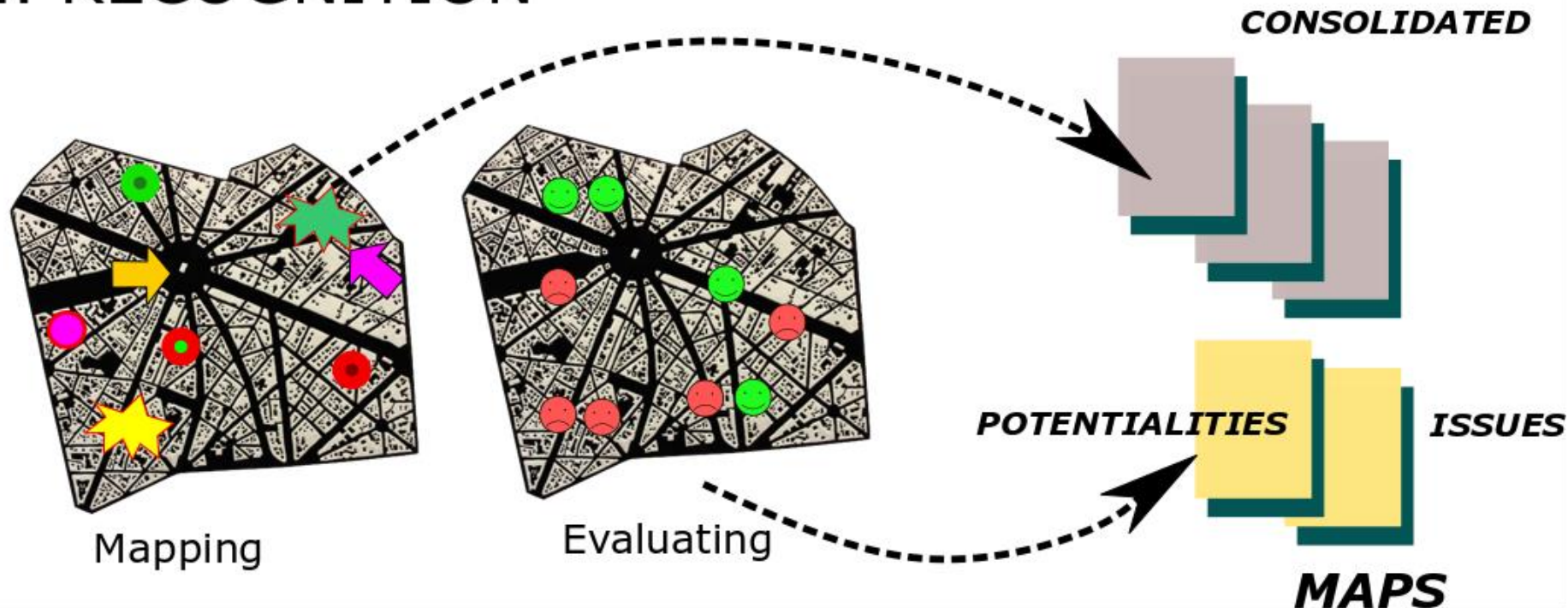
*Dove sono localizzati gli oggetti e le aree, vi sono relazioni funzionali o fisiche tra oggetti aree e soggetti? La localizzazione permette di comprendere la relazione effettiva e potenziale tra i diversi elementi, attivando nuovi percorsi creativi e progettuali per assetti possibili della culture e del patrimonio.*

### When

*Il fattore tempo: quando la città produce cultura e in che occasioni? Eventi ricorrenti, programmazione della cultura nella città, produzione culturale in differenti periodi e stagioni dell'anno.*



## 1. RECOGNITION



1)  
RECOGNITION  
and  
DIAGNOSTIC

MAPPING

EVALUATING

ACTIVITIES

OUTPUTS

CONSOLIDATED MAP

POTENTIALITIES MAP

ISSUES MAP

PAST TALKS

PEARLS IN THE  
MUD

BLACK HOLES  
AREAS

BOUNDARIES  
AND PLACES

SPARKLING  
AREAS

GREY ZONES

CULTURAL  
HOTSPOTS AND  
VIBRANT AREAS

SERVICES THAT  
COULD DELIVER  
CULTURE

NEED VOICES for  
CULTURE AND  
IDENTITY

CULTURAL  
MAINSTREAM  
OFFER

THE INFORMAL  
UNDERWORLD

BARRIERS,  
FENCES,  
INTERRUPTIONS

CONTENTS

## 2. STRATEGY

### *Designing the urban cultural future*

DECIDING ON: WHAT TO TACKLE, WHERE TO ADDRESS, WHO TO INVOLVE, WHEN TO INTERVENE, WHO TO BE TARGETED.

*La strategia per la cultura è il documento chiave che sintetizza e traduce in azioni strategiche la ricognizione globale delle principali componenti che “producono cultura” all’interno della città.*

*Il documento di strategia deve essere costruito attraverso un processo partecipativo. In questo senso la strategia costituisce il documento base, il telaio dove vengono “appuntate le azioni” possibili per creare, consolidare, incrementare, sistematizzare ciò che è emerso nella fase di mappatura e valutazione.*

*Le possibili azioni andranno proposte e discusse attraverso una procedura di co-progettazione, come la costruzione di un mobile in cui gli stakeholders potranno riempire di contenuti i vari “cassetti” (ma anche eliminarne o aggiungerne altri)*

*La strategia del Piano strategico per la cultura può costituire un importante ingrediente per i piani strategici urbani, integrandosi ad essi, come anche la costruzione della strategia territoriale integrata promossa dall’unione europea per investimenti territoriali integrati (art. 29 Reg. 1060 2021) e attuata attraverso ITI e CLLD*

### What to Tackle

*La strategia per la crescita culturale deve selezionare un numero ridotto, ben identificato di obiettivi concreti e fattibili.*

### Where to Address

*Pochi obiettivi, ragionevolmente raggiungibili sulla base delle risorse umane, della capacità di governance, delle risorse finanziarie a disposizione, sono gli ingredienti di un piano strategico credibile.*

### Who to Involve

*Una accurata definizione del processo partecipativo nella decisione delle operazioni da selezionare, degli investimenti e del supporto da fornire, è il punto cruciale della formazione delle strategie. Consultazione e co-decisione debbono essere orientate a definire questi tre aspetti.*

### Who to be Targeted

*L’individuazione dei luoghi di intervento prioritario, dei diretti beneficiari e dei target groups è il reale risultato della strategia del Piano per la Cultura.*

### When to Intervene

*La strategia deve posizionare le azioni e in un periodo di tempo definito: nel breve, medio e lungo periodo. In questo modo sarà possibile tracciare una vera e propria Road map, condivisa, esplicita nei tempi (crono programma) negli interventi, nelle risorse finanziarie necessarie*

## 2) DESIGNING THE URBAN CULTURAL FUTURE

CONSULTATION  
and  
CO-DESIGN  
PROCEDURE

STRATEGY  
POSTER PLAN  
SETUP

CROSSING WITH  
OTHER  
INITIATIVES

ACTIVITIES

## OUTPUTS

CONSULTATION and CO-  
DESIGN  
PROCEDURE

STRATEGY POSTER  
PLAN

CROSSING WITH  
OTHER INITIATIVES

STAKEHOLDERS  
MAPPING

CO-DESIGN  
PROCEDURE  
SETUP

CONSULTATION  
ACHIEVEMENTS

CO-DESIGN  
ACHIEVEMENTS

PRIORITIES  
WHAT'S FIRST

OBJECTIVES  
(THINGS TO  
ACHIEVE)

STRATEGIES  
(HOW TO  
ACHIEVE)

BARRIERS,  
FENCES,  
INTERRUPTIONS

MOVING

VISITING

DWELLING

BUSINESS

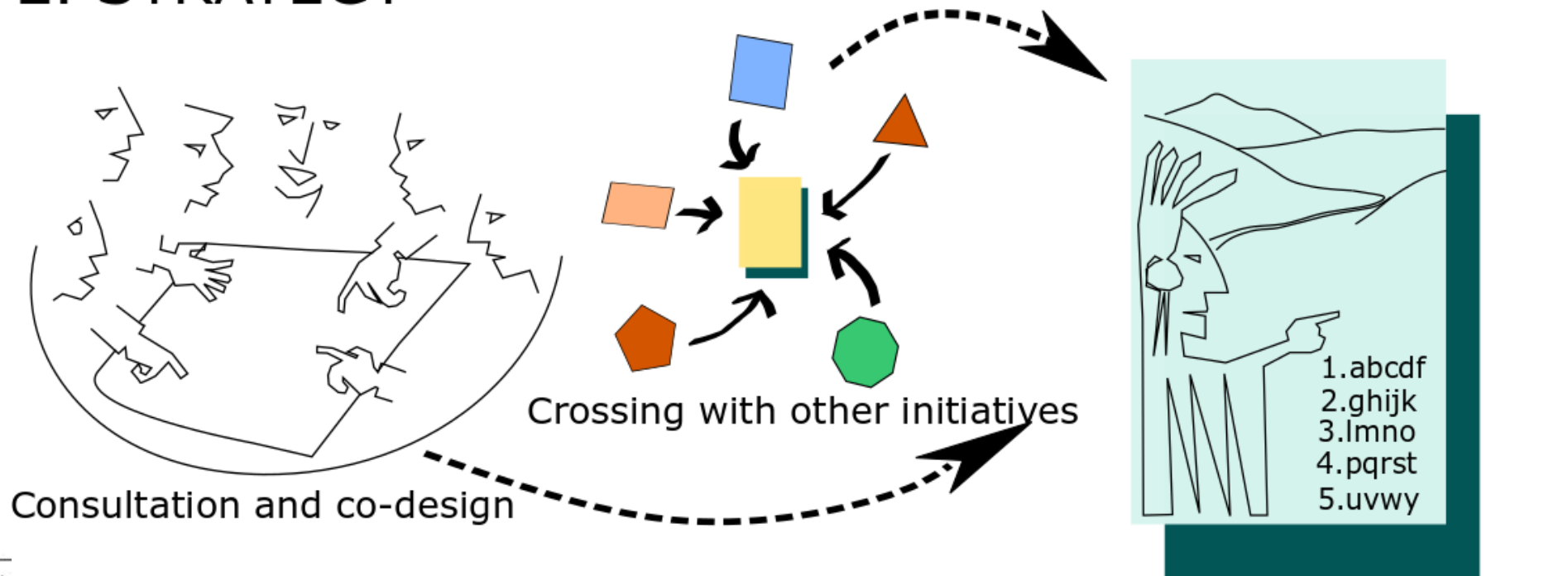
INNOVATING

CARING

CONTENTS



## 2. STRATEGY





### 3. ACTION

## ACTION POSTER PLAN

### *Putting in action the plan in a technical way*

*Il piano di Azione è lo strumento operativo di ciò che viene messo in campo nel tempo breve (2-5 anni) laddove il poster Plan della strategia è il documento di prospettiva con gli obiettivi a lungo termine.*

*Il piano di azione si compone di una lista di interventi da mettere in campo in due –cinque anni localizzata nel territorio (mappa).*

*Ciascuna azione è dettagliata da una scheda composta dalla descrizione del progetto, da un quadro finanziario, da un crono - programma, dalla definizione degli output, dei risultati, del responsabile dell'operazione, dei beneficiari diretti, dei gruppi obiettivo, sul modello ad esempio delle ITI descritte all'art. 30 del Regolamento EU 1060/2021 (CPR).*

*L'Action Poster Plan rappresenta l'insieme delle operazioni costituite da investimenti, programmi e attività culturali, azioni di sostegno, e iniziative da mettere in campo nell'immediato, attraverso finanziamenti disponibili come ad esempio le misure destinate alle cultura dai fondi strutturali dell'Unione Europea*

### What

*Le azioni specificano l'oggetto dell'intervento, l'obiettivo che si vuole raggiungere, il tipo e la natura di intervento, il risultato finale, in termini di aumento dei benefici, miglioramento del servizio etc... .*

### Where

*Il piano di Azione localizza in maniera precisa l'intervento, esplicitando le correlazioni con l'intorno, sia che si tratti di un intervento puntuale, di natura lineare, a rete, sia esteso ad un area, sia di natura immateriale ma con ricadute locali.*

### When

*Il posizionamento nel tempo delle azioni e degli eventi permette una efficace programmazione e ottimizzazione il fattore tempo è parte integrante della azione, sia in termini di realizzazione degli interventi, sia in termini di programmazione degli eventi.*

### Who

*La precisa individuazione dei referenti delle azioni, l'organizzazione del coinvolgimento dei diversi operatori, istituzionali, tecnici, informali, è la chiave per il successo dell'operazione.*

### Who Benefits Of

*Coinvolgere i gruppi obiettivo nelle iniziative e dimensionare le azioni in funzione delle persone che usufruiscono delle iniziative fa parte di un corretto lavoro di progettazione.*

3)  
PUTTING IN  
ACTION THE PLAN

ACTIONS DESIGN

BUDGET AND  
TIMELINE

ACTION POSTER  
PLAN SETUP

ACTIVITIES

OUTPUTS

ACTIONS LIST SELECTED

BUDGET AND TIMELINE

ACTION POSTER PLAN

ACTION SHEET

BENEFICIARIES

STAKEHOLDERS

ACHIEVEMENTS

WAY OF  
FUNDING

COMPLEMENTAR  
ITIES

MONITORING  
TOOLS

MANAGEMENT  
TOOLS

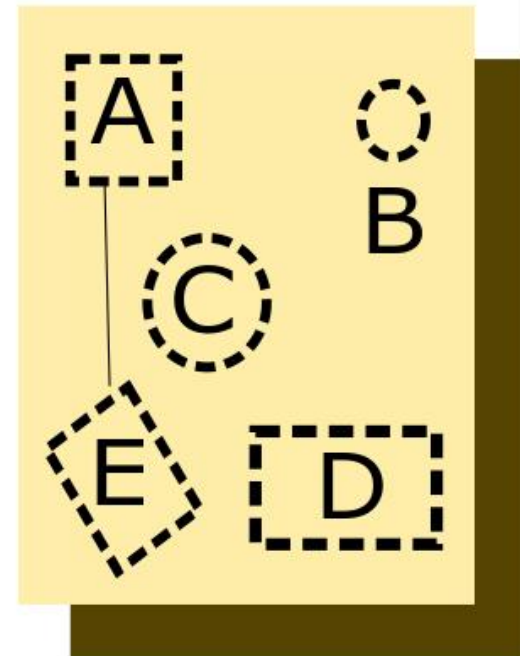
PROGRAMME

COMMUNICATION PLAN

.....

CONTENTS

## 3. PUT IN ACTION THE PLAN



### ACTION POSTER PLAN

URBAN  
AGENDA  
FOR THE EU



[www.lubec.it](http://www.lubec.it) | [info@lubec.it](mailto:info@lubec.it)



## 4. MONITORING AND FOLLOW UP

### **Monitoring and managing the implementation of the Action Plan**

*La quarta ed ultima fase si compone del processo di gestione e monitoraggio delle azioni. L'elemento rilevante ai fini del Piano Urbano Strategico per la Cultura è quella della raccolta delle informazioni ai fini di un processo incrementale di miglioramento della politica urbana.*

*La rilevazione e l'analisi dello svolgimento della politica culturale della città consente di comprendere le eventuali problematiche e i colli di bottiglia per migliorare l'azione nel futuro.*

### **IMPLEMENTATION MONITORING**

*Il processo di monitoraggio della attuazione potrà avvenire attraverso rilevazioni dell'attuazione della spesa e delle realizzazioni, cercando di intervenire attraverso la struttura di gestione, nei casi in cui sopraggiungono problematiche che possono ritardare la realizzazione o compromettere in tutto o in parte il corretto svolgimento delle azioni.*

## **IMPLEMENTATION EVALUATION AND ACHIEVEMENT ANALISYS**

*L'analisi e la valutazione degli esiti dell'attuazione, secondo i principi del Project Cycle Management, permette di apportare le necessarie misure correttive, consolidare e capitalizzare i risultati positivi e sviluppare il Piano Strategico in una ottica evolutiva nel futuro.*

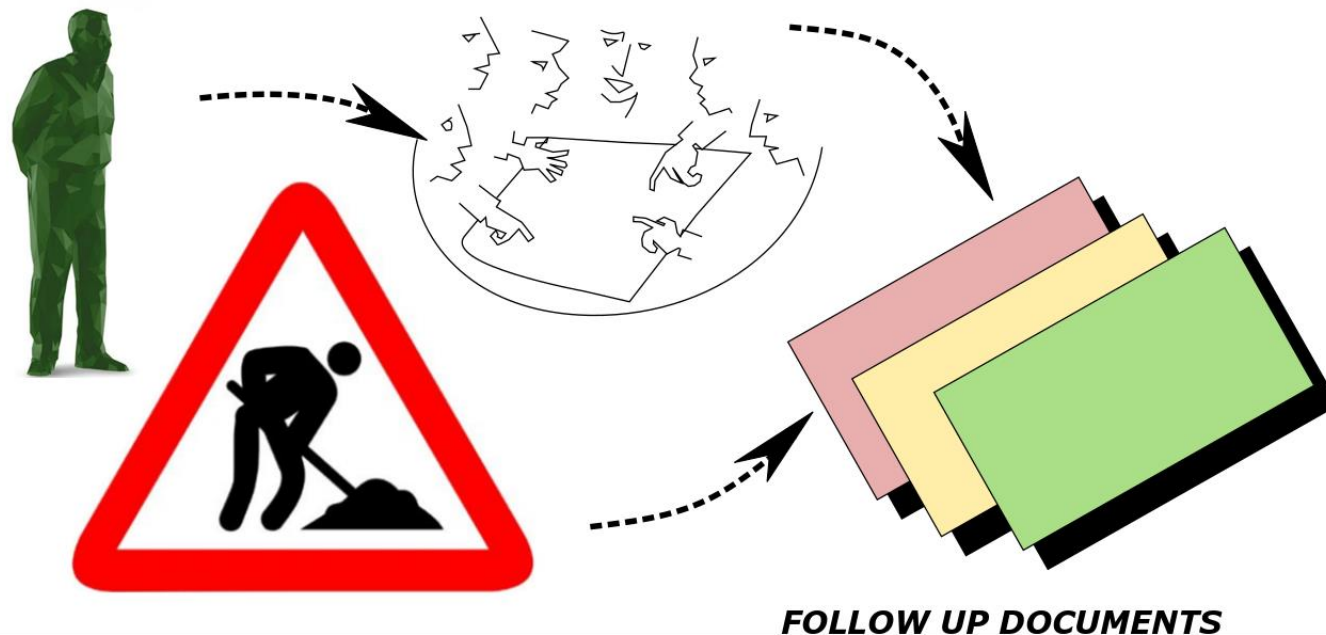
### **STRATEGIC PLAN UPDATING**

*L'aggiornamento periodico del Piano Urbano Strategico della Cultura permette alla città di considerare il piano urbano della Cultura non come un documento statico, che viene prodotto una tantum e che si esaurisce nell'ambito di un ciclo di attuazione ma piuttosto un documento dinamico che viene ideato, elaborato, vissuto dalle comunità urbane, che cresce con esse e che diviene uno strumento di sviluppo culturale, di conoscenza e di identità collettiva.*





## 4. IMPLEMENTATION AND FOLLOW UP





#### 4) MONITORING AND FOLLOW UP



IMPLEMENTATION  
MONITORING

IMPLEMENTATION  
EVALUATION AND  
ACHIEVEMENT ANALYSIS

STRATEGIC PLAN  
UPDATING

ACTIVITIES

#### OUTPUTS

IMPLEMENTATION  
REPORT

EVALUATION  
REPORT

FOLLOW UP  
DOCUMENT

....

....

....

....

....

.

.

.....

CONTENTS

# Grazie per l'attenzione!



UA.Culture.Heritage@ecorys.com



www.urbanagendaforthe.eu



@EUUrbanAgenda