

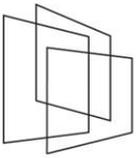
Torino  
Metropoli  
2025

# Città e pianificazione strategica: l'esperienza di Torino

**Valentino Castellani**

Bologna, 25 ottobre 2016

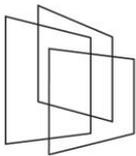
*Alma Mater Studiorum Università di Bologna  
Corso di Laurea Magistrale in Advanced Design –  
Corso di Politiche Urbane  
prof. V. Orioli, arch. G. Custodi, arch. M. Massari*



# Torino: una città che cambia.

*La pianificazione strategica nasce in una fase di profonda trasformazione economica, urbanistica, istituzionale*

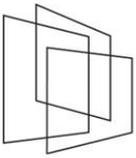
- **TRASFORMAZIONE INDUSTRIALE**  
(pesante crisi economica e di identità)
- **TRASFORMAZIONE POLITICA**  
(elezione diretta del Sindaco del 1993)
- **TRASFORMAZIONI URBANE**  
(nuovo PRG del 1995, primo dopo 50 anni)



# Il declino industriale

*Dalla metà degli anni '70 al 2000*

- **Fine del modello di «one-company town»**  
(dipendenza da Fiat)
- **Più di 80.000 posti di lavoro persi in 10 anni**  
(disoccupazione al 12%)
- **10 mln di mq di suolo urbano di aree abbandonate**
- **Crisi della Leadership Politica Locale**  
(4 Sindaci in 5 anni!)

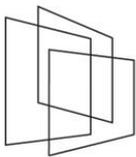


## 1993: la svolta

*Il passato non è più motore di sviluppo, occorre rompere gli schemi tradizionali. È necessaria una nuova visione per la città!*



**Da one-company town  
manifatturiera a Città Europea,  
con una missione plurale e  
diversificata (non solo Fiat).**



# Le grandi trasformazioni urbane Il nuovo PRG. 1995

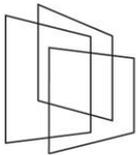
- potenziamento del **nodo ferroviario** di Torino;
- riuso delle aree industriali adiacenti.

## LA “SPINA CENTRALE”

- Un Viale urbano lungo 15 Km sopra la sede ferroviaria interrata;
- un collegamento tra le vecchie aree industriali di trasformazione (4 milioni di mq).

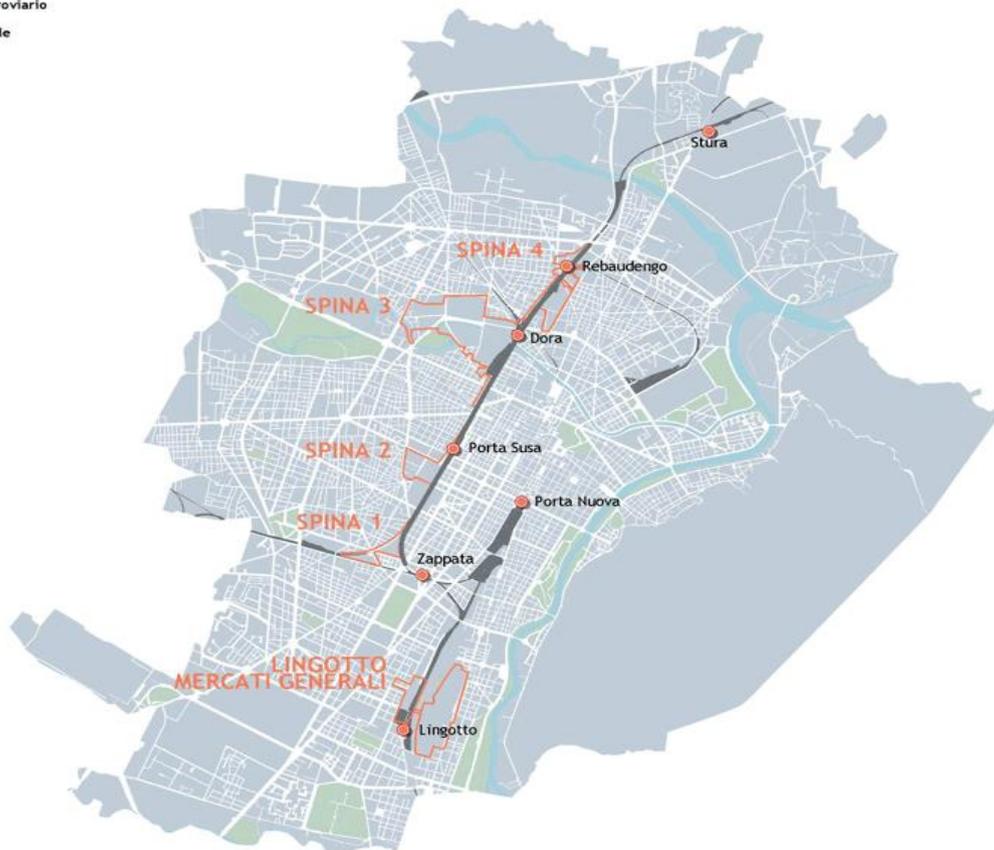
## IL “PASSANTE” (Collegamento ferroviario interrato)

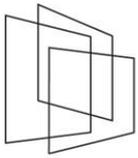
Il vecchio tracciato ferroviario viene potenziato in capacità e completamente interrato.



## Spina Centrale e passante ferroviario

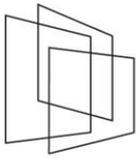
— Passante ferroviario  
— Spina Centrale





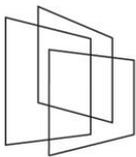
## ANNI '80





# OGGI



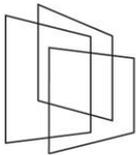


# In questo contesto nasce il 1° Piano Strategico

- Per costruire insieme **una visione condivisa del futuro** di un dato territorio, attraverso processi di partecipazione, discussione, ascolto
- In modo **volontario**, non prescrittivo
- Coinvolgendo mondo **pubblico e privato** insieme

**Oggi Torino è al suo terzo Piano Strategico.**

- 2000 | Piano per la promozione della città (primo in Italia)
- 2006 | Piano per l'economia della conoscenza
- 2014 | Piano per la città delle opportunità



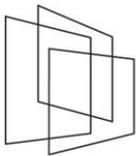
# Il 1° Piano Strategico per la promozione della città

**Il 1° Piano Strategico per la promozione di Torino nasce nel 2000, per dare una nuova identità internazionale alla città.**

Nasce attraverso lo scambio di buone pratiche, frutto dell'esperienza di Barcellona e altre città.

E' lo strumento per **affrontare una crisi d'identità** nell'epoca post-industriale, capace di **immaginare un nuovo futuro.**

Torino è la prima città italiana ad adottare un Piano Strategico, e fra le prime città europee.



# Il 1° Piano Strategico per la promozione della città

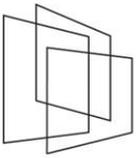
Al centro del 1° Piano Strategico c'è la trasformazione dell'identità della città, da città manifatturiera a città plurale, attraverso:

- **LA CULTURA**  
(nuove istituzioni e attività culturali)
- **I GRANDI EVENTI**  
(Olimpiadi Invernali del 2006)
- **LA PROMOZIONE DELLA CITTÀ**  
(visibilità internazionale, turismo)
- **LE TRASFORMAZIONI FISICHE**  
(riorganizzazione della mobilità, Spina, rigenerazione urbana)

**Il Piano indica 6 linee strategiche, 20 obiettivi e 84 azioni**

# UN PROCESSO A PICCOLI PASSI

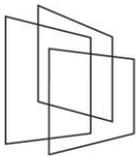
- La prima Azione è stata un Tavolo Cittadino (1994) per coordinare le proposte da presentare alla UE per l'uso delle risorse Obiettivo 2
- La Seconda Iniziativa (1997) è stata il Forum per lo Sviluppo
- Infine il lancio del Piano Strategico concluso nel 1999



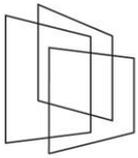
**TORINO  
CITTÀ DI  
CULTURA**

**IL  
CINEMA**





- Il Museo del Cinema
- Torino Film Festival (già Festival Cinema Giovani)
- Il Virtual Reality Park
- La Film Commission



Torino  
Metropoli  
2025

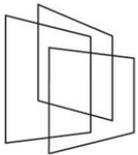
15

**TORINO  
CITTÀ DI  
CULTURA**

**LUCI  
D'ARTISTA**

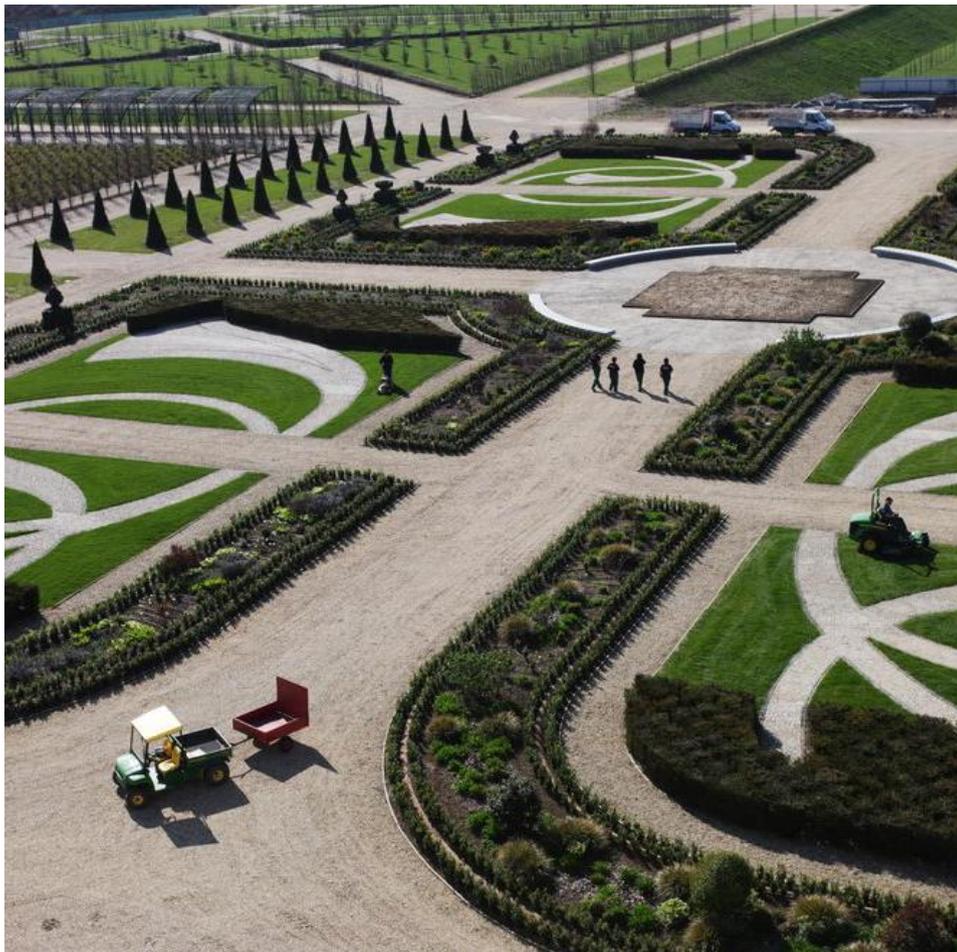


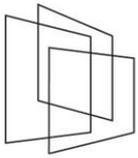
[torinostrategica.it](http://torinostrategica.it)



**TORINO  
CITTÀ DI  
CULTURA**

**LE  
REGGE  
SABAUDE**





Torino  
Metropoli  
2025

17

# LE OLIMPIADI INVERALI TORINO 2006

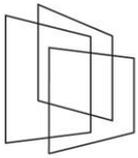


# XX GIOCHI OLIMPICI INVERNALI TORINO 2006 (1997)

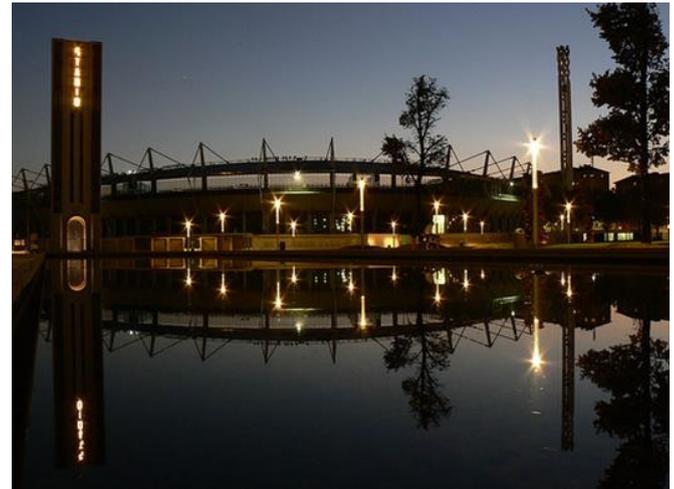


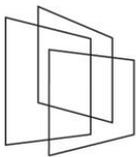
## Una straordinaria opportunità per

- **Promuovere l'immagine internazionale di Torino (eredità immateriale)**
- **Ottenere rilevanti risorse finanziarie concentrate in un brevissimo periodo temporale (sei anni) per sostenere investimenti sulle infrastrutture della città e dell'area montana e per accelerare la realizzazione del PRG**
- **Creare il coinvolgimento dei cittadini mirato al riconoscimento immediato del miglioramento e capace di generare un forte senso di appartenenza**



# EREDITÀ MATERIALE





## Dai Giochi Olimpici al 2° Piano Strategico

*I Giochi olimpici hanno rappresentato il punto di svolta, dalla depressione degli anni '90, ad un nuovo orgoglio di appartenenza alla città.*

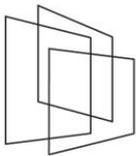


**E' NECESSARIO  
CONSOLIDARE GLI OBIETTIVI DEL 1° PIANO**



**E' NECESSARIO  
DARSI NUOVI OBIETTIVI E RINNOVARE L'AGENDA**





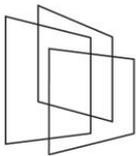
## Il 2° Piano Strategico per l'economia della conoscenza

*La mission del 2° Piano Strategico (2006) è trasformare l'area torinese secondo i criteri della società e dell'economia della conoscenza, orientandola sempre di più alla produzione di prodotti e servizi ad alto valore aggiunto.*

Il 2° Piano Strategico promuove crescita economica e qualità sociale. La chiave per raggiungere questi risultati è investire, a **scala metropolitana**, su:

- **CAPITALE UMANO**
- **INNOVAZIONE**
- **ECCELLENZE LOCALI**

**Il Piano indica 12 direzioni d'intervento, 54 obiettivi**  
torinostrategica.it



# Verso l'economia della conoscenza

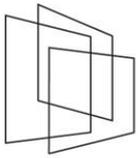
*In un'economia avanzata, il vantaggio competitivo è sempre più basato su idee, innovazione e capacità di applicare nuovi saperi.*

## IL PUNTO CENTRALE

Torino possiede gli asset necessari per uno sviluppo basato sulla conoscenza, come città tradizionalmente caratterizzata da un potenziale scientifico, tecnologico, culturale.

## GLI ASSI PRIORITARI

- I cluster **automotive-meccanica-design-aerospazio, medicina-servizi sanitari, ICT** come direttrici portanti dello sviluppo economico
- La **qualità del sistema metropolitano** e le sue risorse (trasformazioni urbane, ambiente, cultura, eredità olimpica, turismo).

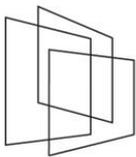


Torino  
Metropoli  
2025

23

# TORINO CITTÀ DELLA CONOSCENZA

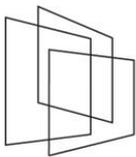




## **Il 3° Piano Strategico: perché**

**Il 3° Piano Strategico è la nuova risposta al cambiamento:**

- **CRISI ECONOMICA E SOCIALE**
- **RIDUZIONE RISORSE PUBBLICHE**
- **NUOVO ASSETTO ISTITUZIONALE LOCALE**



## Il 3° Piano Strategico: come



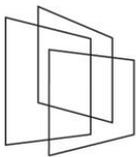
### continuità

- costruendo sui successi
- costruendo sul DNA e gli asset
- promuovendo un metodo concertati



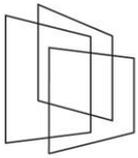
### cambiamento

- affrontando le sfide globali e locali
- dotandosi di una nuova visione per il futuro
- facendo emergere nuove leadership
- diventando metropolitani
- motivando e abilitando al cambiamento



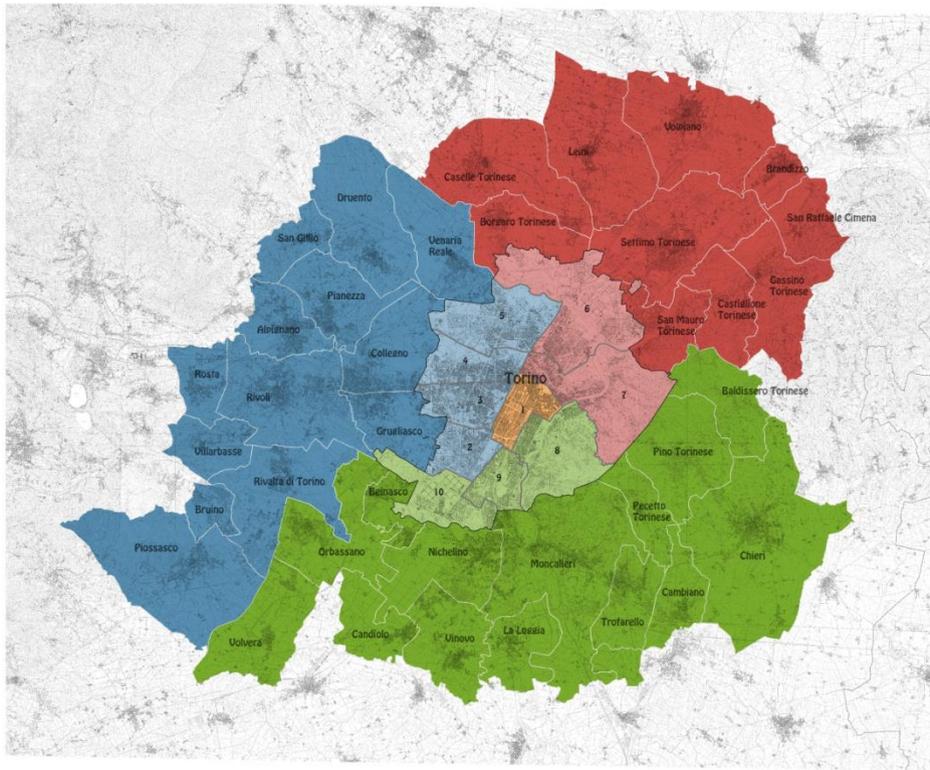
## Scelte di campo

- Un'area metropolitana composta da **38 Comuni** come motore di sviluppo di un territorio vasto
- Ripartire dagli **attori locali**, con particolare attenzione a tre gruppi di attori: **imprese/professioni, PA nel suo insieme, università/ricerca e formazione**
- **Abilitare** (ridurre costi, diseconomie, migliorare fattori produttivi e competitivi) e non indirizzare; agire sul “software” con un Piano a costo basso
- **Scelte prioritarie** per il cambiamento strategico: non è un piano omnicomprensivo
- **Inclusione sociale e sostenibilità** sono principi fondamentali e trasversali, cui tutte le strategie e azioni del Piano devono riferirsi



# L'area metropolitana dei 38 Comuni

I TERZIERI DELL' AREA METROPOLITANA DI TORINO



## Legenda

Perimetro della città di Torino  
Comune Capoluogo

Perimetro Circoscrizioni del  
Comune di Torino

### Circoscrizioni del Comune di Torino e Terzieri

Circoscrizione 1

Area N-O Circoscrizioni 2 - 3 - 4 - 5

Area N-E Circoscrizioni 6 - 7

Area S-E Circoscrizioni 8 - 9 - 10

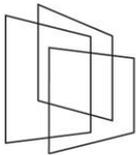
### Comuni dei Terzieri dell' Area Metropolitana

Area N-O

Area N-E

Area S-E

Perimetro della Provincia di  
Torino



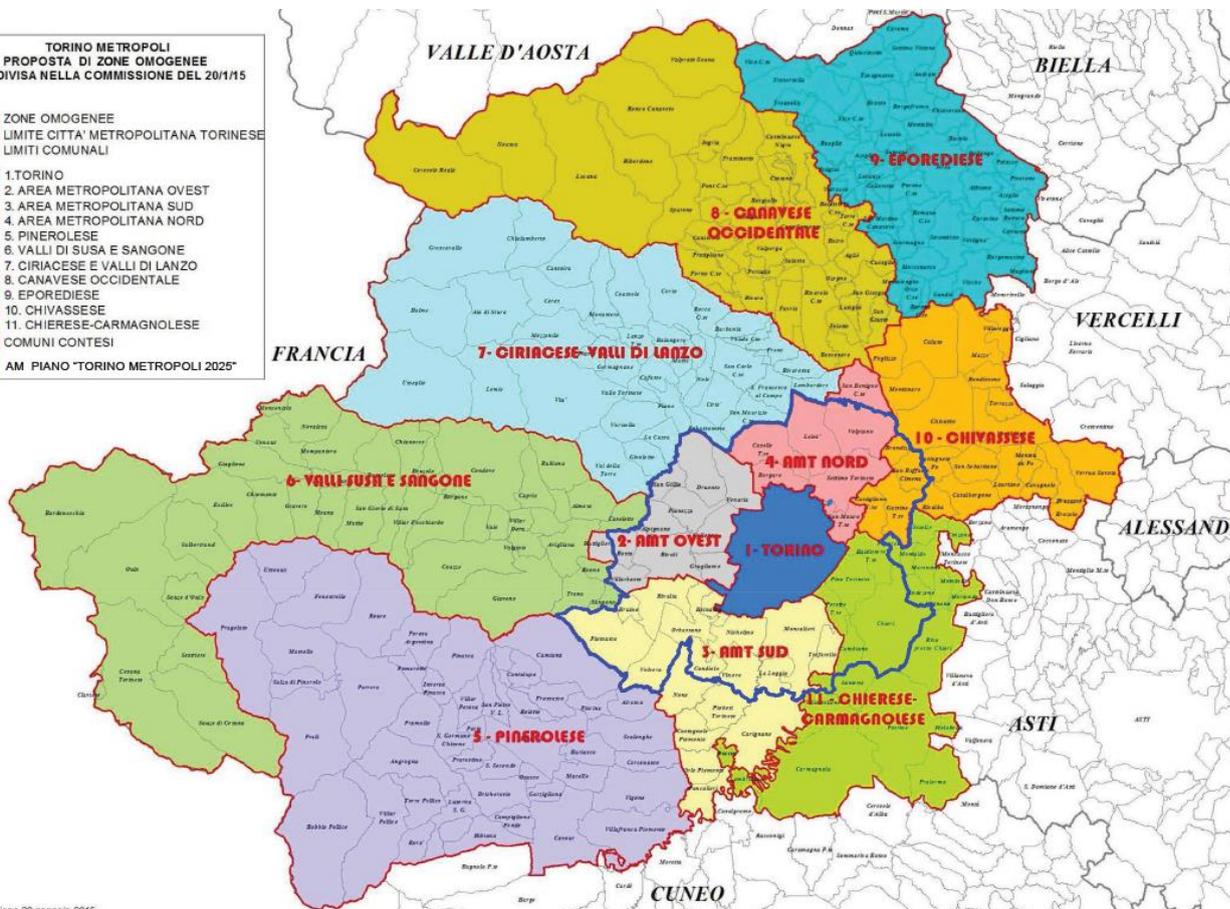
# LA CITTÀ METROPOLITANA E LE ZONE OMOGENEE

TORINO METROPOLI  
PROPOSTA DI ZONE OMOGENEE  
DIVISA NELLA COMMISSIONE DEL 20/1/15

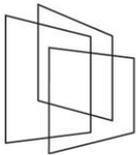
ZONE OMOGENEE  
LIMITE CITTÀ METROPOLITANA TORINESE  
LIMITI COMUNALI

- 1. TORINO
- 2. AREA METROPOLITANA OVEST
- 3. AREA METROPOLITANA SUD
- 4. AREA METROPOLITANA NORD
- 5. PINEROLESE
- 6. VALLI DI SUSA E SANGONE
- 7. CIRIACESE E VALLI DI LANZO
- 8. CANAVESE OCCIDENTALE
- 9. EPOREDIESE
- 10. CHIVASSESE
- 11. CHIERESE-CARMAGNOLESE
- COMUNI CONTESI

AM PIANO "TORINO METROPOLI 2025"

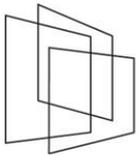


Stazione 20 gennaio 2015



# Un processo inclusivo





# I numeri del processo

**1** CABINA DI REGIA

**9** MEMBRI  
COMITATO  
SCIENTIFICO

**13** COORDINATORI  
(TRA COMMISSIONI E GRUPPI)

**6** PERSONE IN  
STAFF (DI CUI 4  
DIPENDENTI DEL  
COMUNE DI TORINO)

**2** COMMISSIONI  
CUI ADERISCONO 100 ENTI

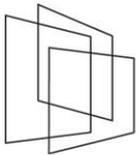
**2** ASSISTENZE  
SCIENTIFICHE

**8** GRUPPI  
TEMATICI

**230** ENTI  
COINVOLTI

**500** PERSONE  
MOBILITATE

**150** INCONTRI  
ORGANIZZATI

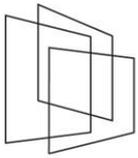


# La fase di ascolto

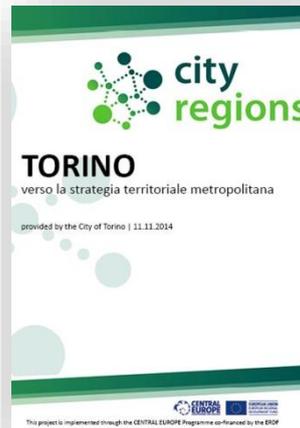
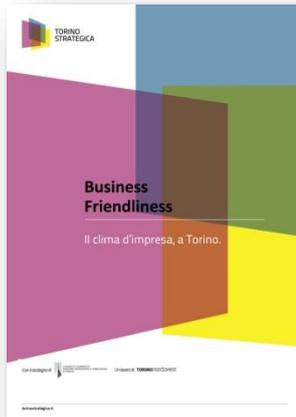


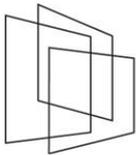
torinostrategia.it





# Analisi e ricerche a scala metropolitana



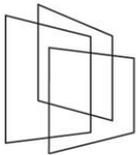


## Visione



*Il sogno torinese è la possibilità per ogni persona di realizzare qui le proprie ambizioni lavorative e di vita.*

Al 2025 Torino metropolitana deve diventare **la città delle opportunità: efficiente per le imprese, attraente per le persone.**



# Strategie

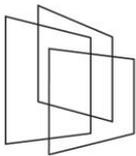
*Gli obiettivi del Piano si realizzano attraverso  
due strategie complementari*



**STRATEGIA 1.  
COSTRUIRE LA GOVERNANCE METROPOLITANA**



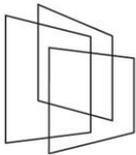
**STRATEGIA 2.  
ABILITARE IL SISTEMA ECONOMICO E SOCIALE**



# Costruire la governance metropolitana

- I fenomeni urbani, economici, identitari ci dicono che **la città è già metropolitana.**
- La governance non è un fine in sé, ma un mezzo per raggiungere obiettivi di sviluppo economico, competitività, attrattività e inclusione
- La governance produce economie di scala, massa critica, efficienze gestionali
- nelle funzioni e nei servizi (risparmio economico), scelte prioritarie legate alle visioni.

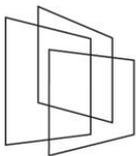




# Agenda di sviluppo economico



- Far ripartire gli **investimenti**, innalzare competitività, produttività, innovazione, creare lavoro, far emergere nuove idee e energie
- **Fattori abilitanti**: investimenti, capitale umano, PA efficiente per le imprese, attrattività locale



# I progetti di governance metropolitana

## TERRITORIO METROPOLITANO

- Strategia territoriale metropolitana

## UN'UNICA VISIONE PER LO SVILUPPO ECONOMICO

- Agenzia strategica per l'economia e gli investimenti

## UN SISTEMA INTEGRATO DI MOBILITÀ

- Agenzia per la mobilità metropolitana e regionale potenziata

## INFRASTRUTTURA VERDE METROPOLITANA

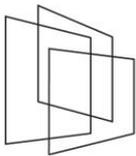
- Agenzia metropolitana Corona Verde

## CITTÀ METROPOLITANA SOSTENIBILE

- Manager per la città metropolitana sostenibile

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE METROPOLITANA

- Task force metropolitana per la semplificazione
- Welfare metropolitano
- Finanza pubblica aggregata



# Abilitare il sistema economico | 1

## SPAZI E LUOGHI PER NUOVE ECONOMIE

- Piano per i luoghi dell'economia
- Quindici progetti di qualità urbana

## CAPITALE TORINO

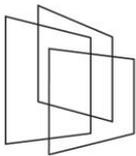
- Scuola di alta formazione manageriale
- Connessione educazione-lavoro
- Lab Accesso aperTO
- LaboraTO

## ACCELERAZIONE

- AcceleraTO

## ATTRATTIVITÀ LOCALE

- Talenti a Torino
- Esperienza Torino
- Torino Bilingue



## Abilitare il sistema economico | 2

### SEMPLIFICAZIONE

- Portale unico per le imprese
- Ecosistema digitale e open data

### RIGENERAZIONE E QUALITÀ URBANA

- Rigenerazione metropolitana
- Nuovo housing sociale
- Cittadinanza attiva e beni comuni

### MOBILITÀ INTELLIGENTE

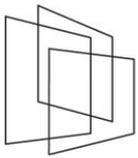
- Piattaforma per la mobilità intelligente
- Logistica per una città intelligente

### PUBBLICA AMMINISTRAZIONE ABILITANTE

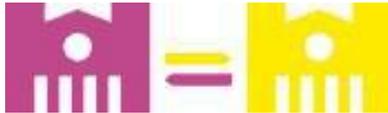
- Social innovation
- Acquisti pubblici per lo sviluppo

### TORINO CITTÀ DEL CIBO

- Food Commission



# Strategie complementari



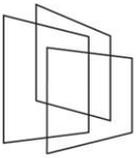
**Università:** collaborazione tra i due Atenei, posizionamento universitario, impatto economico delle Università



**Internazionalizzazione:** fare sistema tra attori diversi, strategie condivise (in entrata, in uscita, locali)

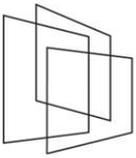


**Sociale:** promozione di sistemi innovativi di welfare metropolitano



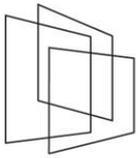
## Pianificazione Strategica: perché?

- Perché la competizione avviene tra **sistemi territoriali** ed è quindi necessaria la cooperazione tra gli attori
- Perché bisogna integrare le azioni di ***gouvernement*** con le azioni di ***governance***



**«Le città, come i sogni, sono  
costruite di desideri e di paure»**  
(Italo Calvino)

**“Non ci sono venti favorevoli  
per il marinaio che non sa  
dove andare”**  
(Seneca)



**GRAZIE PER L'ATTENZIONE!**

**Torino Strategica**  
**[www.torinostrategica.it](http://www.torinostrategica.it)**  
**[contact@torinostrategica.it](mailto:contact@torinostrategica.it)**