

Apri oggi a Venezia Urbanpromo, la rassegna di marketing urbano promossa da Inu e Urbit

Progetti, il privato sta a guardare Stanghellini: opportunità soltanto dal settore pubblico

DI LOREDANA DIGLIO

Parte oggi a Venezia, per chiudere sabato, la sesta edizione di Urbanpromo, la rassegna di marketing urbano e territoriale promossa dall'Istituto nazionale di urbanistica e da Urbit, che quest'anno dedicherà una particolare attenzione alla programmazione comunitaria, alla rigenerazione urbana e al ruolo propulsivo delle città nell'attuale fase economica. «Urbanpromo è la fotografia di ciò che avviene nel Paese, un'istantanea della realtà d'oggi», ha osservato Stefano Stanghellini, presidente di Urbit e responsabile dell'organizzazione di Urbanpromo, «e quel che questa edizione mostrerà è che il settore privato è in una fase d'attesa, in pausa, mentre il pubblico, offrendo nuove opportunità d'investimento, assume su di sé una funzione anticiclica, un ruolo importante nel rilancio dell'economia». I numeri parlano chiaro: dei 120 progetti che la quattro giorni di Ve-



Stefano Stanghellini

nezia presenterà, solo una decina proviene da soggetti privati. «È importante in quest'edizione l'apporto delle regioni, che presentano progetti di riqualificazione e rigenerazione urbana, promossi principalmente grazie ai finanziamenti comunitari», ha continuato Stanghellini. «Il ministero delle infrastrutture, in particolare,

presenterà le sintesi delle progettazioni più avanzate di aree vaste, in collegamento con infrastrutture, che ha selezionato in venti realtà urbane e territoriali».

Anche quest'anno gli obiettivi di Urbanpromo sono

il miglioramento dei processi di pianificazione e progettazione; la diffusione delle innovazioni, con l'occhio di riguardo di sempre alle iniziative di eccellenza; lo stimolo alla cultura della sostenibilità. Oltre a tutto questo, Urbanpromo sarà anche l'occasione d'incontro per i protagonisti dei processi di pianificazione: enti cui compete il governo della città e del territorio, proprietari, promotori immobiliari, imprese di costruzione, istituti di credito, fondazioni bancarie e tutti gli altri operatori. Tutto questo con 50 convegni 500 relatori, 100 enti e società espositori.

I condizionamenti che la difficile congiuntura economica impone ai processi di progettazione e pianificazione saranno uno dei temi salienti di Urbanpromo 2009, mentre due saranno i temi guida proposti ai protagonisti della rassegna: la pianificazione strategica e il marketing territoriale per la promozione dei progetti e il partenariato pubblico-privato nella definizione e nell'attuazione dei progetti. Il programma dei convegni rispecchierà come sempre le condizioni e le priorità del settore della pianificazione nella



situazione attuale. I progetti si disporranno in più settori, tra cui: competitività di città e territori, riqualificazione urbana, energia sostenibile e territorio, social housing e piano casa, nuove centralità urbane, infrastrutture e mobilità. «Per organizzare

Urbanpromo, in questi anni abbiamo monitorato costantemente le novità della pianificazione strategica, del marketing urbano e i progetti di partenariato pubblico-privato, grazie alla collaborazione dei soci Inu e di esperti di settore», ha concluso Stanghellini

, «molto è cambiato: siamo in una fase in cui ci si rivolge soprattutto a progetti di area vasta attraverso la promozione dello sviluppo locale».

—© Riproduzione riservata—

