

Piano Strategico Urbano e Metropolitano dell'Area Integrata dello Stretto di Messina

Documento di sintesi non tecnica



COSA È

IL PSUM

PIANO STRATEGICO

inteso come Percorso di **cambiamento** orientato ad innalzare il livello di **benessere ambientale** e la **vivibilità** del territorio, con il fine di migliorare la qualità della vita, la coesione sociale e l'inclusività dei suoi abitanti

URBANO

in quanto mappa di navigazione strategica per i dipartimenti del Comune che dovranno orientare le proprie politiche verso la **sinergia strategica** tra circoscrizioni per obiettivi condivisi

METROPOLITANO

non solo a livello amministrativo, ma anche in quanto **Strumento Innovativo di Governance Territoriale**, che fa riferimento al territorio comunale ma tiene conto dell'influenza dell'area vasta di riferimento reale

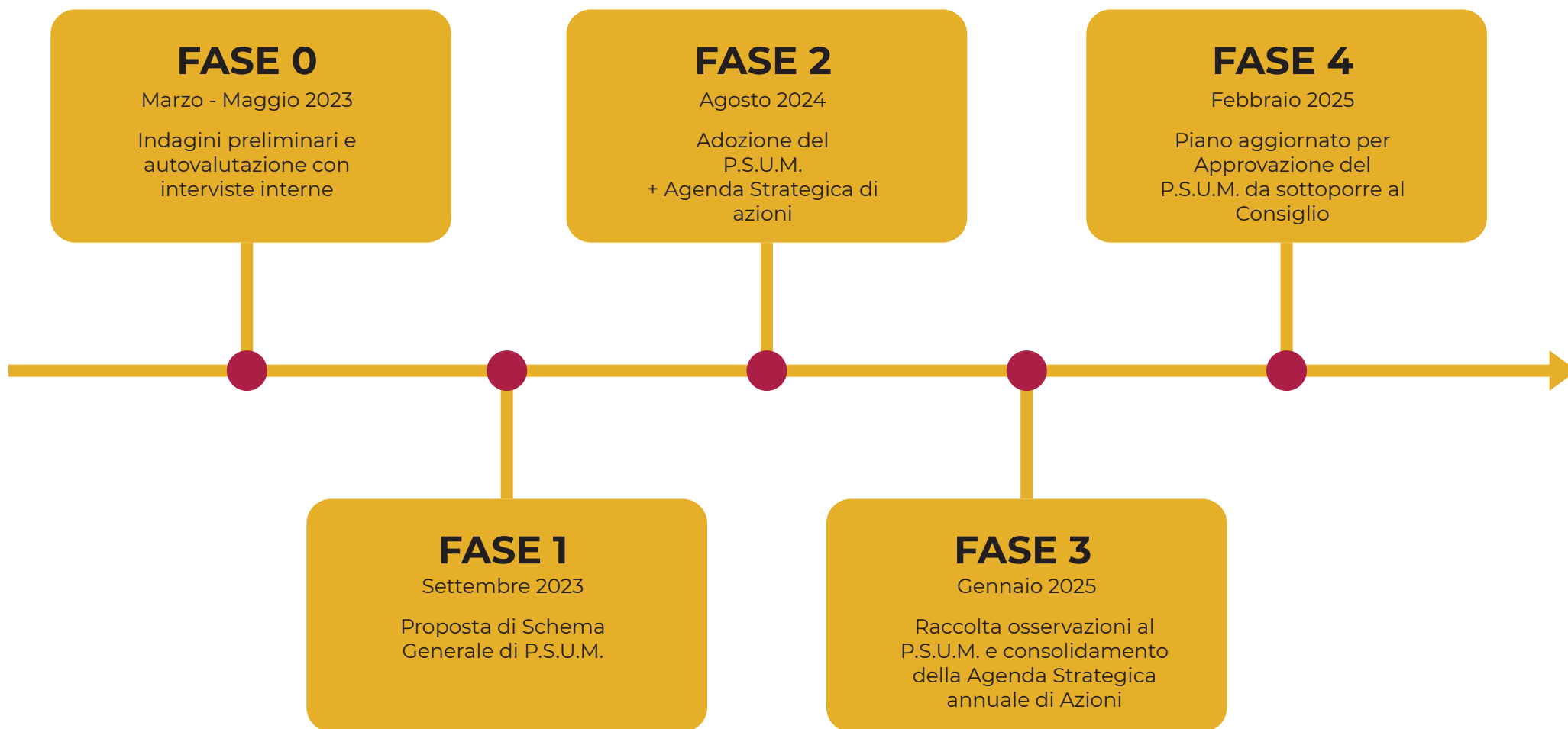
DELLO STRETTO DI MESSINA

concepito come naturale superamento dei confini amministrativi, ponendo al centro la **relazione storica** di lunga durata dello Stretto, in primis considerando Reggio Calabria e Villa San Giovanni

Strumento di **regia** e coordinamento delle scelte e delle azioni in atto nelle diverse scale territoriali con **orizzonte decennale**



ROADMAP



LINGUAGGIO STRATEGICO



UN FUTURO PER **ME**

LOGO

- Il flusso di idee come una corrente marina che si muove attraverso i confini terrestri
- La geografia del territorio peculiare, lo stretto che è elemento di divisione ma anche di unione, un vuoto-pieno
- Il nodo, l'elemento centrale, cardine

SLOGAN

Lo slogan, la breve frase che accompagna il logo sia nelle vesti istituzionali che negli usi più pubblicitari deve esprimere il concetto di sviluppo della città di Messina, che deve essere centrale nei ragionamenti futuri.



ANALISI

SVOLTE

ATLANTE CONOSCITIVO

- Analisi del contesto ambientale
- Analisi del contesto socioeconomico e della competitività territoriale
- Analisi dell'accessibilità e valutazione dei servizi di prossimità del territorio
- Analisi della programmazione e pianificazione e valutazione prospettica dell'equilibrio territoriale locale

ASCOLTO DEL TERRITORIO

- Interlocuzione con dipartimenti del Comune di Messina
- Intervista agli stakeholder primari
- Tavoli tecnici con stakeholder locali
- Dialogo con la collettività
- Press Mapping



ATLANTE

CONOSCITIVO

Analisi del contesto
ambientale

Analisi del contesto
socioeconomico e della
competitività territoriale

Analisi dell'accessibilità e
valutazione dei servizi di
prossimità del territorio

Analisi della
programmazione
e pianificazione e
valutazione prospettica
dell'equilibrio territoriale
locale

Livello territoriale regionale

Livello metropolitano e comunale

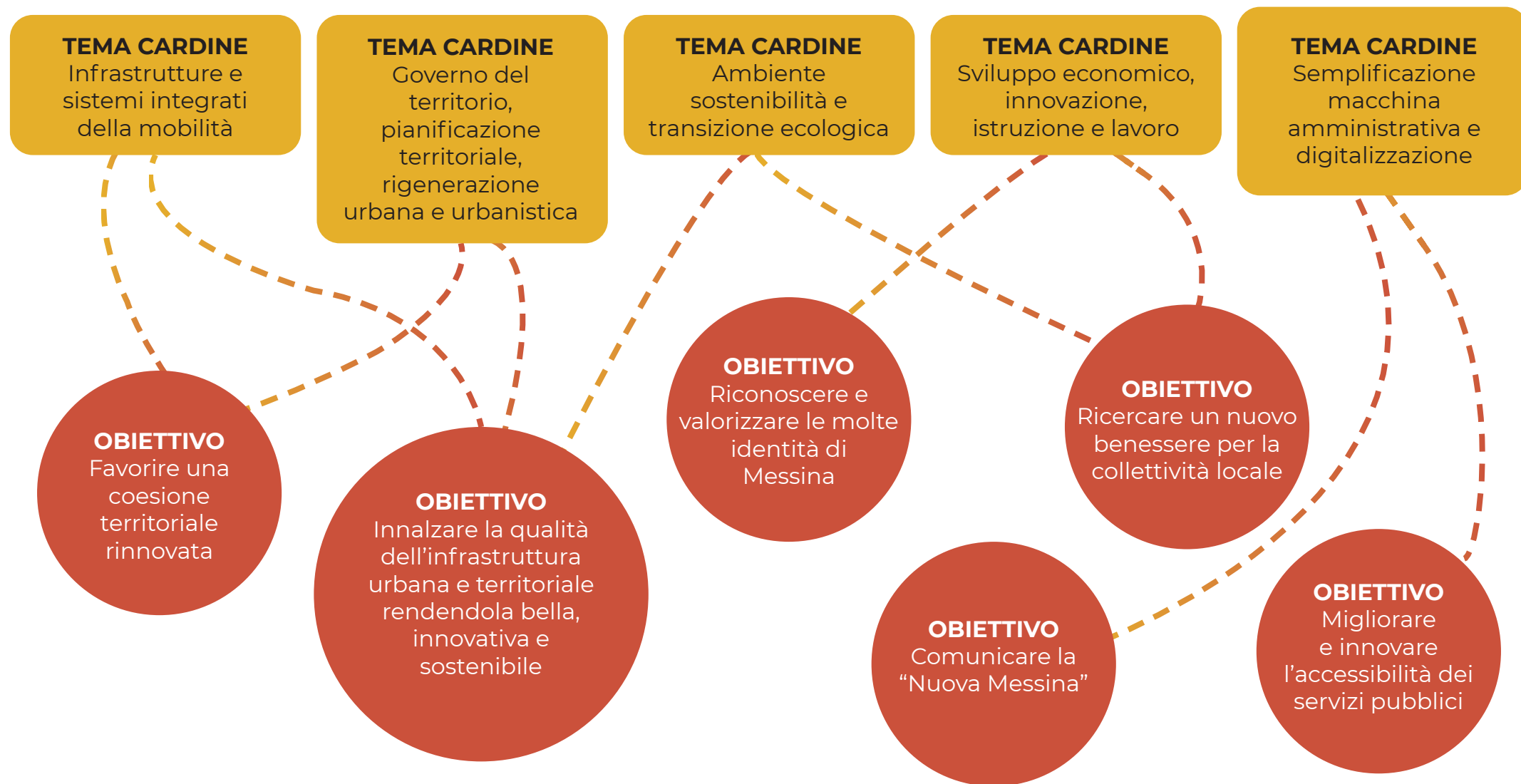
Livello comunale

Livello comunale e di
municipalità



TEMI CARDINE

E OBIETTIVI



OBIETTIVI E LINEE DI INTERVENTO

OBIETTIVO

Ricerca un nuovo
benessere per la
collettività locale



LINEA DI INTERVENTO

INCLUSIONE SOCIALE

Sostegno a processi di inclusione
sociale



LINEA DI INTERVENTO

SCUOLE APERTE

Potenziamento delle scuole a livello
infrastrutturale e di offerta formativa



LINEA DI INTERVENTO

GENDER POLICY

Potenziamento delle politiche per il
raggiungimento della parità di genere

OBIETTIVO

Favorire una
coesione
territoriale
rinnovata

LINEA DI INTERVENTO

MESSINA APERTA

Ricomposizione dei territori di Messina
annullando barriere materiali e immateriali



LINEA DI INTERVENTO

MESSINA E I SUOI SGUARDI

Recupero del rapporto tra i paesaggi
di Messina



LINEA DI INTERVENTO

MESSINA DELLO STRETTO

Promozione del territorio come Area
dello Stretto



OBIETTIVI E LINEE DI INTERVENTO

OBIETTIVO

Migliorare
e innovare
l'accessibilità dei
servizi pubblici



LINEA DI INTERVENTO

SERVIZI DI QUALITA' PER TUTTI
Miglioramento delle reti di servizio
pubblico



LINEA DI INTERVENTO

WELFARE SECONDO MESSINA
Rafforzamento del "secondo Welfare"



LINEA DI INTERVENTO

AZIENDE SPECIALI IN COMUNE
Sinergia tra le Aziende Speciali e il Comune

OBIETTIVO

Innalzare la qualità
dell'infrastruttura
urbana e territoriale
rendendola bella,
innovativa e
sostenibile

LINEA DI INTERVENTO

SVILUPPO RESILIENTE
Contrasto al cambiamento climatico



LINEA DI INTERVENTO

MOBILITA' SOSTENIBILE
Potenziamento della mobilità sostenibile come
strumento di redistribuzione dello spazio



LINEA DI INTERVENTO

OSSERVARE IL CAMBIAMENTO
Monitoraggio dei processi di sviluppo



OBIETTIVI E LINEE DI INTERVENTO

OBIETTIVO

Riconoscere e
valorizzare le molte
identità di
Messina



LINEA DI INTERVENTO

CENTRO DEL MEDITERRANEO

Posizionamento di Messina come centro di
sperimentazione imprenditoriale, scientifica e culturale



LINEA DI INTERVENTO

TRA SCILLA E CARIDDI

Promozione turistica dell'area dello Stretto



LINEA DI INTERVENTO

AGORA' DELLO SPORT

Promozione del sistema infrastrutturale sportivo



LINEA DI INTERVENTO

CITTÀ DEL TERREMOTO

Nuovi sguardi sulla città

OBIETTIVO

Comunicare la
"Nuova Messina"

LINEA DI INTERVENTO

ME FUTURA

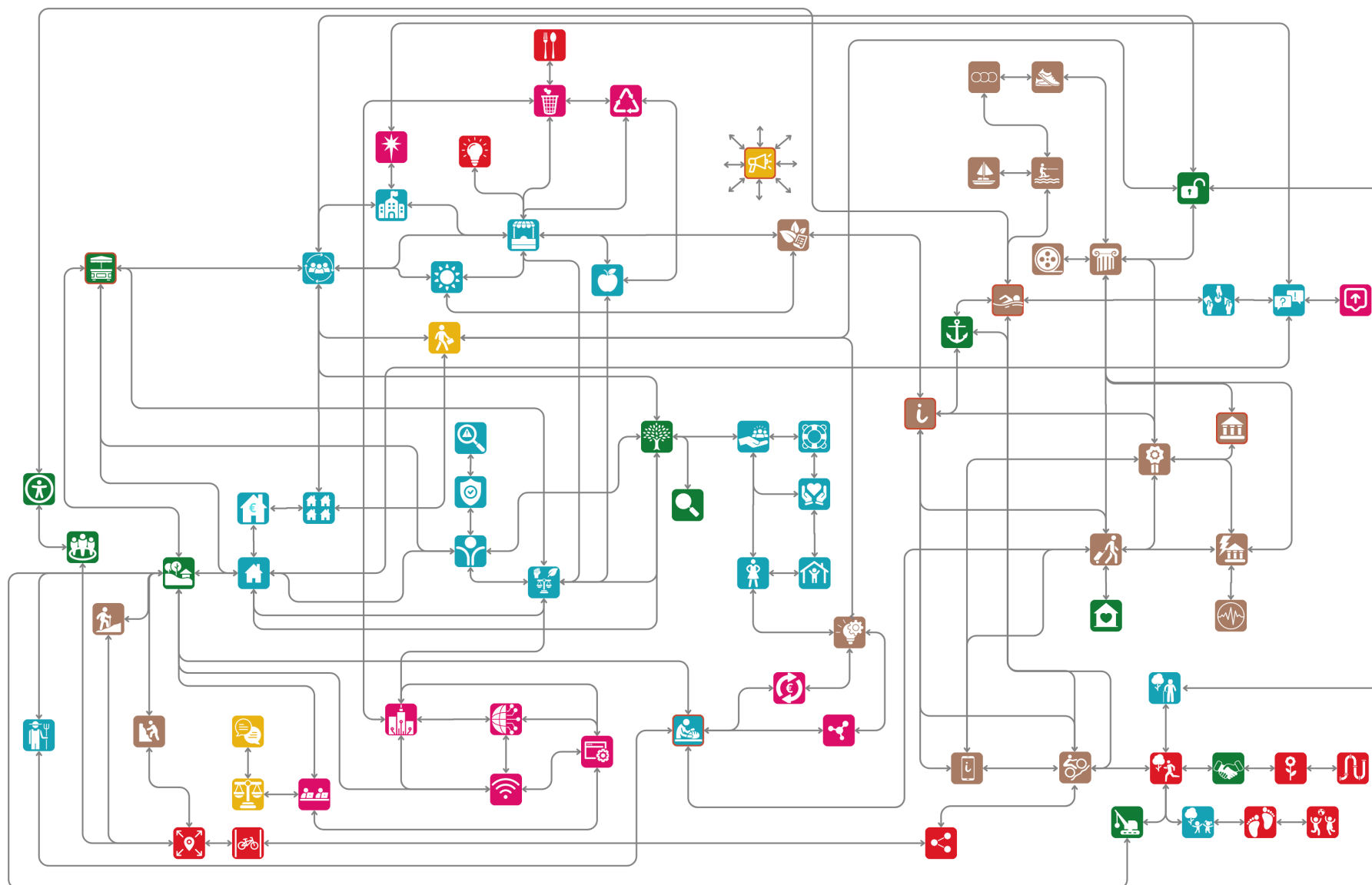
Miglioramento della percezione di Messina



AZIONI

STRATEGICHE

Le azioni sono presentate sotto forma di scheda, e individuate da un nome e un'icona. Ogni azione soddisfa un obiettivo primario, ed è connessa alle altre azioni strategiche



AZIONI

STRATEGICHE

Esempio di una scheda estratta dal documento

AGENDA STRATEGICA		AGENDA STRATEGICA	
258		BECOME	
	Intervento proposto	Erogazione di servizi	
	Breve descrizione	Il progetto mira a consolidare processi di innovazione sociale nel territorio messinese già sperimentati e validati nell'ambito del "Programma per la riqualificazione e sicurezza delle periferie urbane", con un approccio coerente con quanto attivato nell'ambito della programmazione 2014-2020; inoltre, recepisce gli indirizzi progettuali elaborati dal Comune di Messina all'interno del Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027 per la stessa iniziativa "BecoME", in coerenza e in continuità con la programmazione in essere. L'iniziativa intende garantire una parità di accesso ai servizi che sanciscono il diritto alla casa, attraverso una presa in carico multidimensionale delle esigenze di persone e famiglie in situazione di rischio o di svantaggio e di esclusione sociale, perseguendo i seguenti obiettivi specifici: - la riduzione delle condizioni di indigenza, attraverso un percorso di autonomia personale facilitato dall'attivazione di uno o più servizi di sostegno alla persona e alla qualità della vita dei nuclei familiari; - l'innovazione e il rafforzamento di modelli, strumenti e percorsi di aggancio e orientamento dei cittadini, attraverso piani anche collettivi di integrazione sociale; - l'efficientamento delle procedure di accesso all'edilizia sociale pubblica e alle altre opportunità di sostegno all'abitare sociale. La realizzazione del progetto contribuirà inoltre a: - il contenimento del grado di consumo del suolo urbano, mediante la valorizzazione del patrimonio immobiliare della città ad oggi inutilizzato per la dotazione di housing sociale; - la garanzia di un migliore e più efficiente scorrimento delle graduatorie E.R.P. (Edilizia Residenziale Pubblica); - una maggiore movimentazione del mercato immobiliare ed edilizio locale; - l'emersione del "nero" e la conseguente tutela dei diritti della parte contrattuale "debole". Nel dettaglio, BecoME si sostanzia nelle seguenti azioni: - l'attivazione di servizi di valutazione multidimensionale e mediazione socio-culturale personalizzati, gestiti da équipe tecnico-sociali multidisciplinari e finalizzati a definire il fabbisogno e l'individuazione di percorsi personalizzati di sostegno; - l'istituzione di un budget di inclusione orientato ad espandere le libertà sostanziali delle persone beneficiarie negli ambiti della socialità, conoscenza, lavoro e abitare, con un valore massimo annuo di 20.000 e una durata massima di 4 anni. Il budget potrà sostanzarsi, ad esempio, in: voucher di sostegno all'abitare e/o al pagamento delle spese correlate, voucher di sostegno delle spese sanitarie, inserimento in percorsi di abitare sociale finalizzato all'autonomia e all'indipendenza; - percorsi di inclusione socio-lavorativa, percorsi di formazione-lavoro.	
	Destinatari	- Persone e famiglie in condizione comprovata di disagio/emergenza abitativa - Persone e famiglie inserite nelle graduatorie E.R.P. nel rispetto della normativa antimafia	
 Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina		 BECOME Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM Obiettivo primario: Ricercare un nuovo benessere per la collettività locale Linea di intervento primaria: Inclusione sociale Obiettivo secondario: Migliorare e innovare l'accessibilità dei servizi pubblici Linea di intervento secondaria: Welfare secondo Messina Azioni e Progetti Bandiera collegati      - Fertility - Per la giustizia ambientale e la giustizia sociale e Fertility - BIS - WelcoME - Stay young - Osservatorio del benessere - I chioschi sociali - Piazza Cairoli Orizzonte temporale Breve (≤ 3 anni) Buone pratiche di riferimento Programmi di Housing First Il modello Housing First prevede l'accesso immediato a un alloggio stabile e sicuro per le persone senza fissa dimora, senza precondizioni legate al recupero da dipendenze o alla partecipazione a programmi di reinserimento sociale. Questi programmi offrono un supporto intensivo e personalizzato per affrontare le cause alla base della situazione di senza tetto e favorire il recupero dell'autonomia.	
			
			



PROGETTI

BANDIERA

Alcune azioni, ritenute rilevanti dal punto di vista strategico e prioritarie per l'attivazione delle altre, sono state implementate e definite Progetti Bandiera. Nella mappa delle azioni sono presenti anche i Progetti Bandiera, poiché considerati imprescindibili per comprendere la rete di connessioni tra le azioni. I Progetti Bandiera sono riconoscibili nella mappa dal bordo aranciato dell'icona che li rappresenta.

I Progetti Bandiera sono presentati sotto forma di scheda, e individuate da un nome e un'icona. Ogni Progetto soddisfa un obiettivo primario, ed è connesso alle altre azioni strategiche.



PROGETTO BANDIERA

Le Botteghe del Sapere - Massa San Nicola



PROGETTO BANDIERA

I chioschi sociali - Piazza Cairolì



PROGETTO BANDIERA

Messina Blu: un Mare di Possibilità



PROGETTO BANDIERA

Governance turistica



PROGETTO BANDIERA

Casa Museo Antonello da Messina



PROGETTO BANDIERA

Messina, la città che non ti aspetti



PROGETTI BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	LE BOTTEGHE DEL SAPERE MASSA SAN NICOLA
Intervento proposto	Erogazione di servizi Attività gestionale e/o organizzativa
Breve descrizione	Alla luce dell'attenzione circa le tematiche di inclusione e innovazione sociale, l'Amministrazione comunale di Messina ha individuato, entro il Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027, uno specifico intervento denominato "Le botteghe del sapere", con una dotazione finanziaria di 4 mln di euro. L'intervento è finalizzato a migliorare l'accesso all'occupazione dei giovani e dei gruppi svantaggiati in generale, attraverso l'inclusione sociale e lavorativa. Attraverso la realizzazione delle attività si intende migliorare l'inserimento occupazionale dei giovani e dei gruppi svantaggiati nel mercato del lavoro, integrando altri interventi previsti dall'Amministrazione Comunale di Messina. Allo stesso tempo, si valorizzeranno gli antichi mestieri e l'artigianato della comunità locale. Per farlo, verranno sostenute le attività esistenti e verranno create nuove opportunità così da incrementare sensibilmente i posti di lavoro. L'intervento prevede il coinvolgimento di imprenditori, artigiani, associazioni, enti (pubblici e privati), nonché istituti scolastici per quanto riguarda l'offerta di percorsi personalizzati, in grado di avvicinare gli adolescenti e i giovani al mondo del lavoro, dell'artigianato e delle tradizioni. L'intervento prevede le seguenti fasi di sviluppo. 1. Individuazione dei destinatari finali e degli artigiani e imprese interessate allo sviluppo delle attività e ospitare i destinatari. 2. Organizzazione, con stakeholders locali (come Università, scuole, ecc.) dei percorsi formativi professionalizzanti, di autoimprenditorialità e autoimpiego. 3. Avvio misure di politica attiva (esperienze lavorative temporanee, erogazione di tirocini retribuiti). 4. Supporto alla creazione di nuove start-up che richiamano l'artigianato e gli antichi mestieri, anche attraverso la realizzazione di nuove forme di partenariato pubblico-privato e di collaborazione tra imprese profit. All'interno di questa prospettiva, l'Amministrazione comunale intende focalizzare l'avvio dell'intervento nella frazione di Massa San Nicola, porzione del territorio comunale che, nella storia recente, è stata particolarmente incisa da dinamiche di fragilità socio-economica, tanto da venire citata come "villaggio fantasma". Situato nella parte nord-occidentale del territorio comunale, Massa San Nicola ha subito un progressivo spopolamento dopo la seconda guerra mondiale, a causa di un significativo movimento migratorio verso gli Stati Uniti, passando da circa 450 a meno di 40 abitanti, sino al quasi completo abbandono attuale. In tempi più recenti, dopo specifica attenzione anche da parte della Soprintendenza dei Beni Culturali, sono stati approvati progetti funzionali a ottenere case in comodato d'uso a chi si fosse stabilito a Massa San Nicola; tale situazione ha riscontrato l'interesse di alcuni giovani "nuovi abitanti", prevalentemente del nord, che lavorano le campagne. Una rinnovata attenzione al borgo è testimoniata dal lavoro di alcuni gruppi civici (associazione culturale Map Messina, associazione "Borgo



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA

	LE BOTTEGHE DEL SAPERE MASSA SAN NICOLA
Breve descrizione	San Nicola", movimento civico "Casali di Tramontana") che si muovono nella sensibilizzazione circa il valore storico-testimoniale di questo contesto (si veda ad es. https://www.casaliditramontana.it/tag/massa-san-nicola/). L'avvio di un processo di rigenerazione per tramite dell'intervento "Botteghe del Sapere" ben si concilia con la tradizione artigianale che Massa San Nicola ha saputo esprimere nella storia del borgo, in modo particolare connessa alla produzione di essenze profumate dalla spremitura degli agrumi ("u spiritu").
Destinatari	- Giovani - soggetti vulnerabili - imprese artigiane - start-up
Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Ricercare un nuovo benessere per la collettività locale Linea di intervento primaria: Inclusione sociale Obiettivo secondario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento secondaria: Centro del Mediterraneo
Azioni collegate	 - I villaggi delle radici - Terra chiama giovani - Imprese coese - Turismo culturale: tra arte e patrimonio, tradizioni ed enogastronomia
Stima dei costi di realizzazione	L'intervento si configura come prima focalizzazione, di sperimentazione attuativa, di quanto definito entro la scheda progettuale ME4.4.8.2.c Botteghe del Sapere del Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027. Per una efficace strutturazione e implementazione dell'intervento si ritiene opportuno appostare una cifra non inferiore ai 250mila euro.
Fonti di finanziamento	Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027
Benefici attesi	- Inserimento occupazionale dei giovani e dei gruppi svantaggiati nel mercato del lavoro - Sostegno alle attività esistenti e creazione di nuove opportunità - Interventi di rigenerazione del patrimonio costruito del borgo e progressivo ripopolamento - Riattivazione utilizzi agricoli di terreni abbandonati
Modalità attuative	Partenariato pubblico-privato
Durata prevista dell'azione	Entro un complessivo orizzonte temporale che traguarda al 2027, l'intervento a Massa San Nicola richiede una fase di progettazione e attivazione della durata di 1-2 anni e una fase di implementazione che può dare vita a un processo di lungo periodo che diventi autonomo e sia sostenibile negli anni.



AGENDA STRATEGICA

	LE BOTTEGHE DEL SAPERE MASSA SAN NICOLA
Orizzonte temporale	Breve (≤ 3 anni) Medio (4-5 anni)
Buone pratiche di riferimento	Rigenerazione culturale, sociale ed economica dei borghi a rischio abbandono e abbandonati, Regione Toscana Con Delibera Giunta Regionale n. 37 del 17/01/2022 è stato approvato l'Avviso pubblico destinato ai Comuni toscani per la manifestazione d'interesse finalizzata alla selezione di un Progetto pilota per la rigenerazione culturale, sociale ed economica dei borghi a rischio abbandono e abbandonati. La Bottega della Carta, Amatrice (RI) La Bottega del Sapere di Amatrice è specializzata nella produzione della carta a mano, una tradizione artigianale tipica di Amatrice. La Bottega organizza laboratori didattici e visite guidate. La Bottega delle Erbe Officiali, Castiglione di Carfagnana (LU) La Bottega del Sapere di Castiglione di Carfagnana coltiva e vende erbe officinali e prodotti a base di erbe officinali. La Bottega organizza laboratori di fitoterapia e corsi di cucina con erbe officinali.



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

PROGETTI BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA	
	I CHIOSCHI SOCIALI PIAZZA CAIROLI
Intervento proposto	Erogazione di servizi
Breve descrizione	Il progetto si propone di trasformare piccoli spazi di piazza (es. edicole) in punti di riferimento per gli abitanti delle aree più periferiche e/o disagiate di Messina, dove offrire servizi di prossimità attraverso relazioni fondate su solidarietà e fiducia. Il primo esempio di chiosco sociale sarà costruito nella Piazza Cairolì, come esempio centrale e completo di attività e funzionalità, che dovrà essere poi ripetuto nelle piccole centralità periferiche. L'obiettivo del progetto sarà promuovere l'inclusione sociale, migliorare la qualità della vita dei giovani e delle famiglie, creare spazi di aggregazione sicuri e stimolanti. Sarà necessario coinvolgere associazioni locali, scuole, parrocchie e istituzioni. Vengono proposte le seguenti attività: • Laboratori Creativi di Arte, musica, teatro, scrittura. • Sport e Benessere come Tornei sportivi, escursioni... • Supporto Educativo con Doposcuola, corsi di lingue, preparazione agli esami. • Incontri e Workshop con Seminari su tematiche sociali, professionali e ambientali. Fasi del Progetto: • Analisi dei Bisogni: Raccolta dati e consultazioni con la comunità locale. • Pianificazione: Definizione delle attività specifiche, calendario e risorse necessarie. • Attuazione: Avvio delle attività in uno o più punti pilota. • Valutazione e Miglioramento: Monitoraggio dei risultati e raccolta di feedback per migliorare il progetto e ampliarlo ad altre aree.
Destinatari	• residenti nelle aree periferiche e/o disagiate di Messina • i ragazzi e le ragazze in età preadolescenziale e adolescenziale • famiglie
Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Favorire una coesione territoriale rinnovata Linea di intervento primaria: Messina aperta Obiettivo secondario: Migliorare e innovare l'accessibilità dei servizi pubblici Linea di intervento secondaria: Welfare secondo Messina
Azioni collegate	 • I villaggi delle radici • Fertility - Per la giustizia ambientale e la giustizia sociale • Fertility - BIS • BecoME • WelcoME • YoungME

TPS PRO

opts
PROGETTO STRATEGICO



AGENDA STRATEGICA	
	I CHIOSCHI SOCIALI PIAZZA CAIROLI
Stima dei costi di realizzazione	Progettazione e Pianificazione: 50-100k€ Studi preliminari, analisi dei bisogni, e consultazione con la comunità Costi di progettazione architettonica e ingegneristica Costruzione e Installazione: 300-500k€ per chiosco Costi di costruzione (materiali e manodopera) Installazione di infrastrutture di base (acqua, elettricità, fognature) Arredamento e attrezzature interne Tecnologia e Digitalizzazione: 50-100k€ Installazione di totem informativi e Wi-Fi pubblico Piattaforme digitali per la gestione dei servizi Servizi e Manutenzione: 100-150k€ all'anno per chiosco Personale (portinai di comunità, operatori, manutenzione) Fornitura di materiali di consumo e servizi (pulizia, sicurezza) Comunicazione e Promozione: 30-50k€ Campagne di sensibilizzazione e promozione del progetto Eventi di lancio e attività promozionali Totale Stimato per un Chiosco Sociale: 550-930.000€, a seconda delle funzionalità e della grandezza del chiosco sociale
Fonti di finanziamento	Fondi Europei: • Fondo Europeo di Sviluppo Regionale (FESR): Supporta progetti che promuovono lo sviluppo sostenibile e la coesione economica e sociale. • Fondo Sociale Europeo (FSE): Destinato a migliorare l'occupazione e le opportunità di istruzione. • Programma Horizon Europe: Finanziamenti per la ricerca e l'innovazione, inclusi progetti di rigenerazione urbana. • Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027 Finanziamenti Nazionali e Regionali: • Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR): Include fondi per la rigenerazione urbana e l'inclusione sociale. • Fondi regionali della Sicilia: Sovvenzioni per progetti di sviluppo locale e inclusione sociale. Mira a trasformare piccoli spazi di piazza in punti di riferimento per le aree periferiche di Messina, offrendo servizi di prossimità basati su solidarietà e fiducia. I benefici attesi includono: • Sociali: Promozione dell'inclusione sociale, rafforzamento della coesione comunitaria, creazione di spazi sicuri e stimolanti per giovani e famiglie. • Educativi: Fornitura di supporto scolastico, corsi di lingue e



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA	
	I CHIOSCHI SOCIALI PIAZZA CAIROLI
Benefici attesi	• preparazione agli esami. • Culturali: Organizzazione di eventi culturali, workshop e attività ricreative che valorizzano le tradizioni locali. • Ambientali: riqualificando aree sottoutilizzate.
Modalità attuative	Partnership pubblico-privato
Durata prevista dell'azione	Entro un complessivo orizzonte temporale che traguarda al 2027, l'intervento richiede una fase di progettazione e attivazione della durata di 1-2 anni e una fase di implementazione che può dare vita a un processo di lungo periodo che diventi autonomo e sia sostenibile negli anni.
Orizzonte temporale	Medio (4-5 anni)
Buone pratiche di riferimento	Portineria di Comunità, Torino Nato dalla Rete Italiana di Cultura Popolare in collaborazione con l'Ufficio Pastorale Migranti e Nessuno è straniero, rappresenta una best practice europea di innovazione e coesione sociale. Situato nell'ex edicola di Porta Palazzo, è sostenuto dalla Città di Torino e cofinanziato dal PON Metro. La Portineria offre servizi come aiuto compiti, traduzioni, pet-sitting, baby-sitting, assistenza informatica, e consegna della spesa, tramite i "portinai di comunità". Inoltre, ha promosso eventi culturali durante l'estate, diventando un presidio culturale cittadino e un punto di riferimento per il quartiere. Chioschi Sociali, Parigi A Parigi, l'iniziativa dei Chioschi Sociali ha visto la trasformazione di vecchi chioschi di giornali in punti di riferimento per la comunità. Questi spazi offrono una gamma di servizi, tra cui informazioni turistiche, assistenza per le pratiche amministrative, e piccoli eventi culturali e sociali. Il progetto è stato lanciato dal Comune di Parigi in collaborazione con diverse ONG locali, con l'obiettivo di rivitalizzare le aree urbane e promuovere l'inclusione sociale. I chioschi sono gestiti da volontari e personale locale, creando opportunità di impiego e formazione per i residenti del quartiere. PostAzione, Greve in Chianti È un progetto che recupera e riutilizza una vecchia stazione ferroviaria per creare uno spazio polifunzionale a servizio della comunità. Gestito da La Stadera Onlus, offre servizi come uno spazio di coworking, una caffetteria e un punto di incontro per attività culturali e sociali. Il progetto è stato finanziato attraverso una campagna di crowdfunding su Eppea e ha ricevuto il sostegno di istituzioni locali e regionali. Il Vagone, Milano Gestito dalla cooperativa Cascina Biblioteca, è un bar sociale situato in un vecchio vagone ferroviario riadattato. Offre opportunità di lavoro a persone con disabilità, creando un ambiente inclusivo e accogliente. Oltre ai servizi di ristorazione, il Vagone organizza eventi culturali e attività sociali, promuovendo l'integrazione e la partecipazione attiva della comunità locale.

TPS PRO

opts
PROGETTO STRATEGICO



PROGETTI

BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	MESSINA BLU: UN MARE DI POSSIBILITÀ
Intervento proposto	Infrastrutturazione fisica Erogazione di servizi
Breve descrizione	Messina, con la sua splendida costa affacciata sullo Stretto, ha un enorme potenziale turistico balneare che merita di essere valorizzato appieno. Questo progetto bandiera mira a rendere il mare di Messina accessibile a tutti, con particolare attenzione ai disabili, e a promuovere gli sport acquatici, rendendo la città una meta ambita per gli amanti del mare e delle attività all'aperto. ACCESSIBILITÀ Per rendere il mare di Messina accessibile a tutti, si propone la creazione di infrastrutture specifiche. Le spiagge andranno dotate di passerelle in legno o materiale antiscivolo che permetteranno ai disabili di raggiungere facilmente la riva e di sedie anfibe (sedie Job) che consentiranno di muoversi sulla sabbia e di entrare in acqua senza difficoltà. Non dovranno mancare servizi igienici e docce accessibili, con spazi ampi e attrezzature adeguate e zone d'ombra con gazebo o tettoie accessibili a tutti. Il progetto non prevede solo infrastrutture, ma anche l'organizzazione di corsi e lezioni di sport acquatici, tenuti da istruttori qualificati e con attrezzature accessibili, e di eventi per promuovere lo spirito sportivo e l'inclusione attraverso il coinvolgimento di associazioni di disabili e sportive. CORRIDOIO DI LANCIO PER SPORT ACQUATICI Per rendere Messina una destinazione per gli sport acquatici come surf, windsurf, SUP (Stand Up Paddle), kitesurf e kayak, si propone la realizzazione di un corridoio di lancio dedicato, chiaramente segnalato e sicuro. Andranno designati tratti di costa, unitamente ai rispettivi specchi d'acqua, per la partenza e l'arrivo di sportivi e amatori che praticano questi sport. Queste aree saranno dotate anche di scivoli e rampe per facilitare l'accesso in acqua a chi ha mobilità ridotta. Saranno, inoltre, disponibili aree per il noleggio e il deposito delle attrezzature sportive, garantendo sicurezza e comodità. Questo progetto rappresenta una grande opportunità per trasformare la costa di Messina in una destinazione di eccellenza per il turismo inclusivo e gli sport acquatici, per migliorare la qualità della vita dei residenti, e per attrarre turisti nazionali e internazionali promuovendo un ambiente accogliente, sicuro e dinamico per tutti.
Destinatari	• Turisti • Abitanti di Messina e delle zone limitrofe • Persone con disabilità • Atleti e appassionati di sport acquatici • Operatori turistici locali
Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento primaria: Tra Scilla e Cariddi Obiettivo secondario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento secondaria: Agorà dello sport



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA

	MESSINA BLU: UN MARE DI POSSIBILITÀ
Azioni collegate	     • Turismo verde, lento e attivo • Marine al centro • NEURODIVER-CITY. Una comunità inclusiva e digitale per sostenere la neurodiversità • Accessibilità universale • In movimento, sport d'acqua tra i fari
Stima dei costi di realizzazione	Il progetto comprende diverse componenti e infrastrutture. A livello generico, una stima dei costi potrebbe essere la seguente: • Infrastrutture Accessibili – Il costo di realizzazione di passerelle, sedie Job, servizi igienici, docce e zone d'ombra potrebbe variare da 500.000€ a 1.000.000€; • Corridoio di Lancio per Sport Acquatici – la costruzione di piattaforme di partenza, segnali di avviso e sistemi di sicurezza potrebbe costare tra 300.000€ e 700.000€; • Programmi di Inclusione e Promozione – l'organizzazione di corsi, lezioni, eventi e campagne di sensibilizzazione potrebbe richiedere un budget compreso tra 200.000€ e 500.000€.
Fonti di finanziamento	• Fondi comunali e regionali • Fondi europei destinati allo sviluppo regionale
Benefici attesi	• Miglioramento dell'accessibilità del mare per persone con disabilità • Miglioramento delle infrastrutture costiere • Aumento della reputazione di Messina come destinazione turistica inclusiva e attiva • Attrazione di nuovi flussi di turismo responsabile • Promozione di uno stile di vita attivo e sano attraverso la pratica di sport acquatici e attività all'aperto
Modalità attuative	Gestione diretta Avviso pubblico Partnership pubblico-privato
Durata prevista dell'azione	Il progetto potrebbe richiedere da 3 a 5 anni per essere pienamente attuato e consolidato.
Orizzonte temporale	Medio (4-5 anni) Lungo (6-10 anni)



AGENDA STRATEGICA

	MESSINA BLU: UN MARE DI POSSIBILITÀ
Buone pratiche di riferimento	Barcellona La città ha attuato un progetto focalizzato sull'accessibilità e sull'inclusività nelle spiagge, garantendo che persone con disabilità possano godersi il mare e partecipare alle attività acquatiche, attraverso diverse azioni: • investimenti nella creazione di spiagge accessibili a tutti con passerelle, rampe e servizi igienici adatti alle persone con disabilità motorie; • dotazione di sedie anfibe, sollevatori per consentire l'accesso in acqua a persone con disabilità, e altre attrezzature speciali per garantire una esperienza confortevole e sicura; • offerta di servizi di assistenza e attività ricreative per persone con disabilità, come lezioni di nuoto e sport acquatici adattati; • formazione del personale delle spiagge per fornire assistenza e supporto alle persone con disabilità; • organizzazione di campagne di sensibilizzazione.



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

PROGETTI BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	GOVERNANCE TURISTICA
Intervento proposto	Erogazione di servizi Attività gestionale e/o organizzativa
Breve descrizione	Un'azione pilastro per consentire lo sviluppo di tutte le progettualità legate al turismo di Messina consiste nella progettazione e implementazione di un sistema di governance di destinazione che sappia creare connessioni tra i diversi attori presenti sul territorio e favorisca l'integrazione tra le progettualità presenti e lo sviluppo sinergico di nuove iniziative. Le sotto-azioni necessarie per una governance turistica efficaci sono le seguenti: • Redigere un piano strategico e di marketing turistico volto a identificare gli elementi di valore distintivi della città di Messina e a comunicarli all'esterno in modo chiaro e attrattivo per migliorare la conoscenza e la percezione della città, verso la creazione di una vera e propria destinazione turistica riconosciuta. Un'efficace strategia di marketing territoriale punta a mappare l'offerta turistica e culturale attuale evidenziando presidi e gap esistenti e ad analizzare i trend del mercato turistico (evoluzione dei comportamenti dei viaggiatori, visitors' journey, macro-trend dell'offerta, etc.) per comprendere come l'offerta attuale possa rispondere ai bisogni esistenti e latenti dei turisti, e quali segmenti dell'offerta sviluppare per intercettare nuovi flussi di viaggiatori. • Il Piano dovrà essere quindi teso a creare un'immagine unica e distintiva della città, che interpreti le sue molteplici vocazioni (culturale, naturalistica, balneare, etc.) e sappia integrarle in una visione complessiva sinergica. In quest'ottica, il piano dovrà comprendere una sezione dedicata ad unificare il brand di destinazione, inglobando il brand esistente "Messina Città di Antonello" e ampliandolo per riuscire a raggiungere un target più vasto di visitatori. Un possibile brand turistico potrebbe essere "Messina, Città dei fari", il quale, partendo dalla caratterizzazione data dalla loro presenza lungo la costa, permetterebbe di promuovere un'identità di "città luce", punto di approdo e di incontro di persone, sensibilità, culture e idee. Un brand alternativo potrebbe essere "Messina, la Città che non ti aspetti", che permetterebbe di valorizzare l'identità della nuova Messina nei confronti sia dei turisti (comunicazione esterna) sia della collettività locale (comunicazione interna), secondo una stessa linea editoriale. Il brand sarà alla base di tutte le attività della scheda "Comunicazione turistica e sviluppo del brand di destinazione". • Consolidare e sviluppare le attività della DMO promuovendo la gestione integrata dell'offerta turistica nel Comune e nella Città Metropolitana di Messina e la collaborazione con la città di Reggio Calabria, in ottica di creazione di una destinazione turistica ampia che adotti logiche di redistribuzione dei flussi e che favorisca la collaborazione tra soggetti pubblici e privati. • Potenziare il progetto di sviluppo della card turistica integrata Visit Me come strumento unitario di promozione e commercializzazione delle attrattive e dei servizi turistici del territorio aderenti all'iniziativa, con la possibilità per il visitatore di fruirne in termini scontati o gratuiti, pagando in anticipo un prezzo

409

AGENDA STRATEGICA

	GOVERNANCE TURISTICA
Breve descrizione	fisso e correlato alla durata del soggiorno. Per quanto concerne la mobilità, andranno privilegiati servizi di trasporto sostenibili dal punto di vista ambientale, con agevolazioni per l'uso di biciclette, mezzi elettrici e veicoli collettivi. • Creare un ecosistema digitale per gli operatori del settore turistico, con l'obiettivo di fornire servizi diversificati sia alle imprese sia ai singoli professionisti del settore. Esempi di benefici per gli aderenti saranno: possibilità di vedere la propria attività valorizzata e promossa nelle iniziative comunali, accesso a materiali e informazioni utili, accesso a contenuti formativi esclusivi. Parallelamente, l'AC beneficerà della presenza di una ricognizione puntuale delle iniziative presenti nella destinazione e dell'innalzamento del livello medio dell'offerta turistica. • Creare un programma di formazione e aggiornamento per gli operatori turistici locali su argomenti quali: • come creare esperienze di visita in linea con la richiesta dei viaggiatori; • come creare un'offerta sostenibile da punto di vista ambientale; • come comunicare efficacemente la propria attività sui canali online; • i canali esistenti per la promo-commercializzazione delle attività turistiche; • gli strumenti economico-finanziari per la propria attività: creazione di business plan, sistemi di revenue management, etc.; • i corsi di lingua straniera per il turismo; • i corsi di progettazione per accedere a finanziamenti nazionali ed europei per PMI. • Creare infopoint diffusi sul territorio, non solo negli uffici comunali o di promozione turistica, ma anche presso esercizi commerciali quali bar ed edicole per animare questi luoghi e renderli di nuovo un fulcro animato della vita in città. • Sensibilizzare all'accoglienza turistica rivolta ai cittadini che offrono servizi al pubblico (es. commercianti e piccoli esercenti) attraverso la distribuzione di materiali informativi da poter rendere disponibili presso le loro attività e la condivisione di aggiornamenti sull'offerta turistica cittadina. • Creare un distretto del commercio che favorisca lo shopping dei turisti (in particolare, crocieristi) nel centro città. • Creare un team incaricato della strutturazione di un'offerta turistica attenta al tema della sostenibilità, anche attraverso attività di sensibilizzazione rivolte a tutti i principali stakeholder del settore. • Redigere un piano di sostenibilità del sistema turismo per l'area del comune e della città metropolitana di Messina.
Destinatari	• Operatori turistici e culturali • Turisti • Associazioni di categoria • Imprenditori locali • Abitanti di Messina e delle zone limitrofe

410

AGENDA STRATEGICA

	GOVERNANCE TURISTICA
Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento primaria: Tra Scilla e Cariddi Obiettivo secondario: Favorire una coesione territoriale rinnovata Linea di intervento secondaria: Messina dello Stretto
Azioni collegate	 • Comunicazione turistica e sviluppo del brand di destinazione • Turismo verde, lento e attivo • Turismo culturale: tra arte e patrimonio, tradizioni ed enogastronomia • Messina, città della cultura • Eco, le scuole del futuro • Marine al centro
Stima dei costi di realizzazione	Azione modulare composta da sotto-azioni che vanno da un costo di 30.000€ (programma di formazione e aggiornamento) a 300.000€ - 500.000€ (piano strategico, creazione DMO, creazione piattaforma digitale) in base al livello di dettaglio e al tipo di funzionalità richieste e all'eventuale accompagnamento nell'implementazione del Piano / avvio delle attività della DMO.
Fonti di finanziamento	• Fondi Ministeriali (es. FUNT) e Regionali (es. FESR) • Fondi europei per specifiche linee di azione (es. Erasmus+ per le attività di formazione)
Beneficiari attesi	• Aumento delle collaborazioni tra operatori turistici e culturali locali • Miglioramento dell'offerta turistica locale • Miglioramento della distribuzione dei flussi turistici sul territorio comunale, ma anche provinciale e dello Stretto • Attrazione di nuovi flussi di visitatori e di investimenti • Creazione di accordi con player del turismo • Miglioramento della percezione della città, anche da parte degli stessi cittadini
Modalità attuative	Partenariato pubblico-privato
Durata prevista dell'azione	Trattandosi di un'azione modulare, si prevede la possibilità di avviare nell'immediato le prime attività (es. elaborazione del piano strategico e di marketing) e sviluppare completamente il progetto nel corso dei prossimi 3-5 anni. L'azione è strutturata come un innesco che possa dar vita a un processo di lungo periodo che diventi autonomo e sia sostenibile negli anni.
Orizzonte temporale	Breve (≤ 3 anni) Medio (4-5 anni)

411

PROGETTI

BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	GOVERNANCE TURISTICA
Buone pratiche di riferimento	Queensland, Australia Questa destinazione ha saputo identificare un macro-trend globale di riferimento, quello del turismo rigenerativo e trasformativo, e usarlo come punto di partenza per costruire un brand di destinazione forte e univoco e per creare un'offerta turistica a supporto dello stesso. L'analisi delle caratteristiche del territorio e della sua cultura, del suo patrimonio ambientale e della possibilità di svolgere esperienze a contatto con la natura, ha portato all'identificazione del claim di riferimento "Travel for good" basato sui principi cardine di cura del sé (mente, corpo, animo) e del mondo (ambiente, comunità, umanità), che ha guidato l'identificazione della proposta di valore della destinazione: "Connettere i viaggiatori con un luogo che li sorprenda con fantastiche meraviglie, dal quale partiranno ristoranti e rinnovati. Un luogo che cambierà loro e il mondo." All'interno del piano di marketing del Queensland sono identificate anche le linee guida per svolgere una comunicazione della destinazione in linea con la proposta di valore identificata, e che sia quindi dinamica, ottimistica e in grado di ispirare i viaggiatori, e viene fatta - a tutti i turisti che visiteranno questa destinazione - la promessa che ripartiranno cambiati dal loro viaggio (per maggiori dettagli: https://teq.queensland.com/au/en/industry/what-we-do/marketing). Milano & Partners È l'agenzia di promozione ufficiale di Milano, creata dal Comune di Milano e dalla Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi per liberare le potenzialità della città e accrescerne la rilevanza internazionale. Catalizza le energie del territorio al fine di rafforzare il posizionamento di Milano come destinazione sostenibile per il turismo e come hub dell'innovazione capace di attrarre e trattenere grandi eventi, investimenti, startups internazionali e i migliori talenti. Utilizza il brand YesMilano per promuovere una città inclusiva e sostenibile, capace di accogliere e supportare le giovani generazioni. La mission è di promuovere la città attraverso un racconto corale che si sviluppa su diversi assi quality tourism, grandi eventi, education, innovazione e internazionalizzazione. Le divisioni sono: - Turismo: valorizzare Milano città con l'energia di una metropoli globale e dall'inconfondibile stile di vita italiano. Una città che è la porta di accesso al territorio regionale, alle montagne olimpiche di Milano Cortina 2026, all'Italia; - Convention Bureau: attrarre congressi e grandi eventi, sviluppando Milano come destinazione MICE di livello mondiale per fiere e congressi; - Capitale Umano: Rafforzare la reputazione di Milano come centro per formazione d'eccellenza e opportunità di sviluppo, accogliendo e trattenendo sempre più studenti, founders e professionisti da tutto il mondo; - Investimenti & Innovazione: Potenziare la reputazione di Milano come hub per Fintech, Life Sciences, Greentech e Deeptech accrescendo l'attrazione di investimenti esteri diretti (Foreign Direct Investment) nei settori più strategici per la città.



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA

	GOVERNANCE TURISTICA
Buone pratiche di riferimento	Cooperativa di Comunità Identità e Bellezza, Sgiacca Per accogliere bene chi giunge a Sgiacca, i bar e negozi si trasformano in infopoint sempre aperti e totalmente inclusivi. Sanno come accogliere e dare informazioni in tutte le lingue del mondo grazie a traduttori simultanei. Hanno un orario di apertura ampissimo perché inizieranno la mattina con il bar e chiuderanno a notte tarda con il pub. Il tutto in luoghi perfettamente accessibili e distribuiti nel centro storico. Forniscono idee, risposte, proposte di esperienze e itinerari. Ma soprattutto accolgono i concittadini temporanei e gli mostrano il meglio della loro comunità. Trentino Marketing Trentino Marketing ha sentito la responsabilità di contribuire attraverso una rinnovata comunicazione, ancor più attenta alla narrazione di storie che parlano di rispetto per i valori, per le persone e per l'ambiente e attraverso il proprio ruolo di promotore del territorio, sensibilizzando e stimolando operatori, cittadini e turisti concorrendo, in più, al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite e dalla Strategia provinciale per lo Sviluppo Sostenibile. Ecco che nel corso degli ultimi anni la Società ha avviato un percorso che è culminato con la costituzione di una Task Force Sustainability, con l'obiettivo di far maturare una cultura d'impresa ispirata a principi condivisi ed introdurre buone pratiche per una crescita responsabile aziendale e dei processi organizzativi, e con l'avvio di un tavolo di confronto con i principali stakeholder del territorio per ragionare su possibili progetti comuni nell'ambito della sostenibilità. Non ultimo la decisione, a gennaio 2023, di iniziare formalmente un percorso di avvicinamento alla stesura di un Bilancio di Sostenibilità.



PROGETTI BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	CASA MUSEO ANTONELLO DA MESSINA
Intervento proposto	Infrastrutturazione fisica Erogazione di servizi
Breve descrizione	Quella relativa alla Casa Museo Antonello di Messina è un'azione già avviata dal Comune e che viene recepita all'interno dello PSUM per la sua rilevanza strategica. Il progetto prevede la creazione di un museo immersivo e interattivo per rendere fruibile la grande esperienza espressiva di Antonello da Messina, una delle figure più importanti del Rinascimento Europeo, attraverso la narrazione della sua storia. Il Museo verrà realizzato previa demolizione e ricostruzione di un edificio vetusto di proprietà del Comune di Messina ubicato significativamente nel Quartiere nato di Antonello, a pochissimi metri di quello che si presume sia il sito della sua casa natale. Al suo interno verrà narrata la grande ed universale esperienza espressiva di Antonello che avrà caratteristiche di unicità, singolarità e sarà un intervento di rigenerazione e riqualificazione urbana recuperando e azzerando, non solo il degrado edilizio del manufatto che verrà abbattuto, ma riqualificando tutta l'area circostante, potenziando la vocazione culturale del contesto. Per la realizzazione del percorso espositivo, verrà adottato uno storytelling moderno e dallo stile semplice e immediato, che punterà ad avvicinare i visitatori alla figura dell'Artista anche grazie all'utilizzo delle più avanzate tecnologie di realtà aumentata, domotica espositiva e multimediale. Inoltre il museo, per la sua peculiarità, diverrebbe un attrattore di flussi turistici ordinari e specializzati, promuovendo come volano primario tutte le offerte culturali e turistiche che la città di Messina offre e sta potenziando in modo strategico e collaterale al museo, che diverrebbe elemento polarizzante di una ritrovata forte identità culturale. Questo progetto bandiera riprende quanto proposto dal Comune nell'ambito del Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027 nell'azione ME7.5.1.1.c: "Museo immersivo Antonelliano - Casa Museo di Antonello da Messina".
Destinatari	- Cittadini - Turisti - Operatori turistici e culturali - Studenti delle scuole di Messina e Provincia - Abitanti delle zone limitrofe - Studenti provenienti da altre province e regioni
Obiettivi e Linee di intervento di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento primaria: Tra Scilla e Cariddi Obiettivo secondario: Comunicare la "Nuova Messina" Linea di intervento secondaria: Me Futura
Azioni collegate	- Messina, città della cultura - Centri di cultura
Stima dei costi di realizzazione	Attualmente già stanziati 2.850.000€ per la realizzazione del progetto



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA

	CASA MUSEO ANTONELLO DA MESSINA
Fonti di finanziamento	- Piano Operativo del PN Metro Plus e Città medie Sud 2021-2027. - Progetto di Territorio: 2.200.000 € - Fondi SOGEPAT: 650.000 €
Benefici attesi	- Rafforzamento dell'identità di Messina come città di Antonello - Creazione di collaborazioni con centri italiani e internazionali che ospitano opere di Antonello da Messina - Accrescimento del patrimonio di conoscenze legate all'Artista - Creazione di un nuovo spazio culturale per i cittadini - Attrazione di flussi turistici - Creazione di un grande attrattore di riferimento per la Città - Riqualificazione e valorizzazione di un immobile in disuso - Occasioni di formazione e lavoro per i cittadini
Modalità attuative	Gestione diretta Avviso pubblico
Durata prevista dell'azione	I lavori propedeutici alla creazione del Museo sono già stati avviati. Il Museo verrà realizzato previa demolizione e ricostruzione di un edificio vetusto di proprietà del Comune di Messina ubicato significativamente nel Quartiere nato di Antonello, a pochissimi metri di quello che si presume sia il sito della sua casa natale. Il progetto potrebbe richiedere dai 2 ai 5 anni per il completamento dell'infrastruttura e del percorso museale.
Orizzonte temporale	Breve (≤ 3 anni) Medio (4-5 anni)
Buone pratiche di riferimento	Frida Kahlo Museum, Città del Messico Il Frida Kahlo Museum, noto anche come "La Casa Azul" (La Casa Blu), è uno dei musei più famosi e visitati di Città del Messico. Dedicato alla vita e all'opera dell'artista Frida Kahlo, il museo è situato nella casa dove Frida nacque, visse gran parte della sua vita e morì. La collezione permanente del museo include alcuni dei dipinti più famosi di Frida Kahlo, anche se molte delle opere di Kahlo sono esposte in musei internazionali. Il Frida Kahlo Museum, offre una serie di esperienze interattive e multimediali che arricchiscono la visita, rendendola più coinvolgente e educativa. Nel dettaglio: - all'interno del museo, ci sono aree dedicate alla proiezione di documentari sulla vita di Frida Kahlo e Diego Rivera, che offrono un contesto storico e personale, presentando interviste, immagini d'archivio e filmati d'epoca; - alcune stanze hanno proiezioni immersive che trasformano l'ambiente circostante, facendo sentire i visitatori come se fossero entrati nei dipinti di Kahlo; - sono presenti installazioni interattive che permettono ai visitatori di esplorare virtualmente le opere d'arte di Kahlo attraverso touch screen e altre tecnologie per offrire una visione dettagliata delle tecniche artistiche e dei temi trattati nelle opere; - alcune sezioni offrono esperienze tattili, dove i visitatori possono toccare riproduzioni di oggetti personali di Frida, come i suoi abiti o strumenti artistici, per avere una comprensione più tangibile del suo mondo;



AGENDA STRATEGICA

	CASA MUSEO ANTONELLO DA MESSINA
Buone pratiche di riferimento	- alcune aree del museo includono elementi olfattivi (come il profumo delle piante nel giardino) e sonori (come registrazioni di musica preferita da Kahlo) per arricchire l'esperienza sensoriale e rendere la visita ancora più immersiva. Inoltre, il museo offre anche tour virtuali per chi non può visitare fisicamente. Questi tour permettono di esplorare La Casa Azul e le sue collezioni attraverso una piattaforma digitale interattiva. Utilizzando tecnologie come la realtà aumentata e la fotografia a 360 gradi, i visitatori virtuali possono "camminare" attraverso le stanze e visualizzare le opere da vicino.



Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

PROGETTI BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA

	MESSINA, LA CITTÀ CHE NON TI ASPETTI
Intervento proposto	Attività gestionale e/o organizzativa
Breve descrizione	"Messina, la Città che non ti aspetti" rappresenta un progetto ambizioso e innovativo, che mira a mettere in luce le eccellenze della città di Messina e dei suoi abitanti. L'obiettivo generale è diffondere le buone pratiche sperimentate dalla comunità messinese attraverso la creazione di strumenti di comunicazione digitale (sito web e pagine social), dando valore e visibilità ai successi conseguiti nella convivenza e nell'accoglienza e promuovendo una continua evoluzione e crescita di Messina. Le finalità più specifiche riguardano: - la promozione di una consapevolezza delle iniziative positive e delle buone pratiche presenti a Messina; - l'incentivo a una partecipazione attiva dei cittadini alle iniziative locali; - il miglioramento della qualità della vita e della coesione sociale attraverso la condivisione di informazioni e risorse; - il rafforzamento dell'immagine di Messina come città accogliente, innovativa e in costante evoluzione, migliorandone la reputazione sia interna sia esterna. Il progetto interessa una gamma ampia di tematiche e relative sotto declinazioni, ognuna delle quali significativa per il benessere della comunità. 1. Tutela Ambientale - Promozione di iniziative di raccolta differenziata e riciclo - Educazione alla riduzione dell'uso della plastica attraverso campagne informative - Organizzazione di giornate di pulizia delle spiagge e dei parchi cittadini, coinvolgendo scuole e associazioni locali 2. Cura delle Aree Verdi - Progetti di manutenzione e abbellimento dei parchi e giardini pubblici - Coivolgimento della comunità in attività di giardinaggio urbano, con il supporto di esperti botanici 3. Consumo Responsabile - Promozione di mercati biologici e di prodotti a km 0, per incentivare l'economia locale e ridurre l'impatto ambientale - Workshop e seminari su pratiche di consumo sostenibile, rivolti a tutte le fasce d'età 4. Attività e Beni Culturali - Valorizzazione dei monumenti storici e dei siti archeologici attraverso visite guidate e eventi culturali - Collaborazioni con artisti locali per creare installazioni e mostre temporanee che celebrano la cultura messinese 5. Opere d'Arte e Storia del Territorio - Creazione di percorsi turistici tematici che raccontano la storia e le tradizioni di Messina - Digitalizzazione di racconti e testimonianze storiche, accessibili attraverso il sito web del progetto 6. Attività Ludiche, Sportive e di Socializzazione - Organizzazione di tornei sportivi aperti a tutte le età e livelli di abilità

417

AGENDA STRATEGICA

	MESSINA, LA CITTÀ CHE NON TI ASPETTI
Breve descrizione	- Eventi ricreativi e sociali, come serate di cinema all'aperto e laboratori creativi per bambini e adulti 7. Cucina e Alimentazione - Promozione della cucina tradizionale messinese attraverso showcooking e degustazioni guidate - Workshop di cucina sostenibile, per insegnare tecniche di riduzione degli sprechi alimentari 8. Interazione tra Persone e Animali - Supporto ai canili e rifugi per animali attraverso campagne di adozione e raccolte fondi - Organizzazione di eventi che promuovono il benessere animale e l'interazione positiva tra persone e animali 9. Informazioni di Pubblica Utilità e Diritti dei Cittadini - Creazione di una piattaforma informativa aggiornata su servizi pubblici e diritti dei cittadini, con guide pratiche e contatti utili 10. Educazione alla Legalità e Comunità Educante - Campagne educative nelle scuole su legalità e cittadinanza attiva, in collaborazione con le forze dell'ordine e esperti del settore - Programmi di formazione per adulti sulla partecipazione civica e i diritti umani 11. Condivisione Servizi Autogestiti e Solidarietà Abitativa - Promozione di esperienze di cohousing e condomini solidali, per creare reti di supporto tra vicini - Piattaforme digitali per la condivisione di servizi come babysitting, ripetizioni e assistenza agli anziani 12. Sostegno Pratiche Burocratiche e Sostegno Relazionale - Sportelli di assistenza per pratiche burocratiche, con personale qualificato a disposizione dei cittadini - Programmi di supporto per famiglie e individui in difficoltà, con consulenze psicologiche e sociali 13. Reti di Prossimità e Trasporto Sociale - Creazione di reti di volontariato per il trasporto di anziani e persone con disabilità, facilitando l'accesso ai servizi essenziali - Organizzazione di car sharing e bike sharing comunitari, per una mobilità sostenibile 14. Turismo Sociale - Promozione di itinerari turistici accessibili e inclusivi, valorizzando le bellezze naturali e culturali di Messina - Supporto a iniziative di turismo sostenibile, che rispettano l'ambiente e le comunità locali 15. Condivisione Beni per Uso Sociale e Educazione e Sostegno Scolastico - Piattaforme per la condivisione di libri, strumenti e risorse educative, accessibili a tutti - Programmi di doposcuola e tutoraggio per studenti, con il coinvolgimento di volontari e professionisti dell'educazione 16. Stili di Vita e Cura Spazi e Beni Comuni - Promozione di stili di vita sani e sostenibili, con campagne di sensibilizzazione su alimentazione, esercizio fisico e benessere mentale

418

AGENDA STRATEGICA

	MESSINA, LA CITTÀ CHE NON TI ASPETTI
Breve descrizione	- Iniziative per la cura e la manutenzione degli spazi pubblici, con giornate dedicate al volontariato civico Gli obiettivi descritti sono raggiunti mediante i seguenti strumenti di comunicazione digitale: 1. Un sito web, dedicato all'iniziativa "Messina, La Città che non ti aspetti", articolato in: - una piattaforma interattiva e user-friendly, con sezioni dedicate a ciascuna area di intervento; - un blog con articoli, interviste e storie di successo; - un calendario eventi per tenere aggiornati i cittadini sulle iniziative in programma; - un forum per la discussione e la condivisione di idee, aperto a tutti gli utenti. 2. I social network, con: - profili attivi su Facebook, Instagram, Twitter e YouTube, per raggiungere un pubblico ampio e diversificato; - post regolari su iniziative, eventi e buone pratiche, con foto e video delle attività svolte; - dirette streaming di eventi e interviste, per coinvolgere i cittadini in tempo reale. Il progetto seguirà inoltre una metodologia partecipativa e inclusiva, che prevede: - il coinvolgimento della comunità con interviste e collaborazioni con cittadini, associazioni e istituzioni locali per raccogliere idee e suggerimenti; - la raccolta dati, con la creazione di questionari e sondaggi per raccogliere feedback e valutare l'impatto delle iniziative; - la creazione di contenuti multimediali di alta qualità (foto, video, articoli); - la promozione e la visibilità, con l'utilizzo di strategie SEO e campagne pubblicitarie sui social media per aumentare la visibilità del progetto; - il monitoraggio e la valutazione, ovvero un'analisi periodica dei risultati ottenuti e l'adattamento delle strategie in base ai feedback ricevuti, per garantire un miglioramento continuo.
Destinatari	- Cittadini di Messina - Istituzioni locali - Visitatori della città
Obiettivi e Linee di riferimento del PSUM	Obiettivo primario: Comunicare la "Nuova Messina" Linea di intervento primaria: ME Futura Obiettivo secondario: Riconoscere e valorizzare le molte identità di Messina Linea di intervento secondaria: Tra Scilla e Cariddi
Azioni collegate	L'azione deriva e sintetizza il complesso di azioni progettuali previste nel PSUM, dandone evidenza comunicativa.

419

PROGETTI

BANDIERA

Estratto dal documento

AGENDA STRATEGICA	
	MESSINA, LA CITTÀ CHE NON TI ASPETTI
Stima dei costi di realizzazione	Per la realizzazione della prima fase di attività, riferita alla raccolta di dati, informazioni qualitative e suggerimenti dagli stakeholder locali, anche con l'ascolto della comunità messinese, si stima un costo di 30.000€. Il costo della fase successiva, finalizzata alla realizzazione degli strumenti di comunicazione digitale (sito web e social network) e alla creazione dei relativi contenuti multimediali è quantificato in 120.000€. Per la promozione iniziale dell'iniziativa, con l'utilizzo di strategie SEO e campagne pubblicitarie, si valuta un costo di 150.000€. Per il successivo aggiornamento dei contenuti multimediali si stimano, in media, 70.000€ l'anno, con un esborso di 180.000€ a triennio per nuovi lanci pubblicitari e la garanzia di un presidio SEO costante. Infine, per le attività di monitoraggio e valutazione dei risultati del progetto si valuta un esborso pari a 40.000€ al termine del primo anno di vita del progetto e di 60.000€ a conclusione del primo biennio.
Fonti di finanziamento	- Fondi nazionali (es. PN Metro plus e Città medie Sud 2021-2027) - Fondi Regionali (es. FESR)
Benefici attesi	- Maggiore consapevolezza della collettività messinese riguardo il processo di trasformazione virtuosa in atto nella città - Maggiore propensione dei cittadini a una partecipazione attiva alle iniziative promosse nel territorio - Maggiore capacità di Messina di trattenere le nuove generazioni - Migliore reputazione interna ed esterna della città - Maggiore attrattività di Messina per turisti, imprenditori e nuovi residenti provenienti da altri territori
Modalità attuative	Avviso pubblico
Durata prevista dell'azione	L'azione si sviluppa in più tappe temporali, prevedendo: 1. la raccolta di dati, informazioni, idee e desiderata degli stakeholder locali, anche con il coinvolgimento della comunità di Messina, nell'orizzonte di 3 mesi dall'avvio dell'iniziativa; 2. la realizzazione degli strumenti di comunicazione digitale (sito web e social network) e la creazione di contenuti multimediali per la loro alimentazione nell'orizzonte di 5 mesi dalla conclusione della fase 1; 3. successivamente e in termini continuativi: - la promozione dell'iniziativa, con l'utilizzo di strategie SEO e campagne pubblicitarie; - l'aggiornamento dei contenuti multimediali per la comunicazione digitale; - il monitoraggio e la valutazione dei risultati del progetto, per garantire un miglioramento continuo. Per la fase di avvio (punti 1 e 2), in breve, si prevede un periodo di attività pari a 8 mesi ad esso seguirà un'azione costante di arricchimento e rinnovamento degli strumenti di comunicazione digitale per garantire una visibilità forte e ampia del progetto.
Orizzonte temporale	Breve (s 3 anni)

 Piano Strategico Urbano, Metropolitano e dell'Area dello Stretto di Messina

AGENDA STRATEGICA	
	MESSINA, LA CITTÀ CHE NON TI ASPETTI
Buone pratiche di riferimento	Matera La città di Matera ha subito una notevole trasformazione negli ultimi decenni. Conosciuta per i suoi antichi Sassi, la città era un tempo una delle aree più povere del paese, ma, grazie a una serie di iniziative di valorizzazione culturale e promozione dell'immagine, è oggi riconosciuta come un simbolo di eccellenza nella convivenza e nell'accoglienza. L'obiettivo principale era diffondere le buone pratiche della comunità locale attraverso strumenti di comunicazione digitale, valorizzando i successi ottenuti in termini di convivenza e accoglienza, e promuovendo la continua evoluzione e crescita della città. A tale fine è stato creato un sito web ufficiale, un portale interattivo che funge da vetrina per le eccellenze locali, comprese storie di successo di imprenditori, artisti e iniziative sociali; si è inoltre data vita a pagine social, per condividere contenuti visivi e narrativi che mettessero in luce la bellezza dei Sassi, eventi culturali e testimonianze di cittadini e visitatori. Tema centrale è la valorizzazione delle eccellenze locali, con la comunicazione di storie di successo (racconti di artigiani, chef, artisti e imprenditori che hanno contribuito al rinascimento della città) e progetti di convivenza (iniziative volte a integrare nuove comunità, con particolare attenzione all'accoglienza di rifugiati e immigrati, creando un modello di convivenza inclusiva). Gli eventi e i festival sono stati un importante volano di promozione di una nuova visione della città, in particolare con Matera 2019 Capitale Europea della Cultura, Matera Film Festival e il Festival della Letteratura. Fondamentali sono inoltre state le collaborazioni con influencer e blogger, per promuovere la città sui social media, e le partnership attivate con altre città e istituzioni. La promozione di un diffuso rinascimento culturale ha determinato risultati tangibili e sostenibili: un aumento significativo del turismo locale, numerosi riconoscimenti per il modello di sviluppo sviluppato, stimoli per l'economia locale, una maggiore integrazione e coesione sociale, trasformando Matera in un esempio di convivenza pacifica e produttiva.