

PIANO STRATEGICO

GUIDA

Il 2° Piano Strategico è articolato in quattro aree tematiche, frutto del lavoro delle Commissioni, da cui scaturiscono 12 direzioni d'intervento, talvolta specifiche di una singola area, altre volte trasversali. Ciascuna direzione è composta da un numero variabile di obiettivi (54 in totale) che mettono a fuoco altrettanti aspetti dell'intervento proposto dal Piano in un certo ambito o settore.

TERRITORIO METROPOLITANO **TM**

QUALITÀ SOCIALE **QS**

POTENZIALE CULTURALE **PC**

SVILUPPO ECONOMICO **SE**

L'insieme composto dalle aree tematiche, le direzioni d'intervento e gli obiettivi è presentato nel volume 2° Piano Strategico DIREZIONI E OBIETTIVI e indica un ventaglio di opportunità che si possono cogliere. Le azioni strategiche corrispondenti al livello operativo del Piano sono invece presentate nella raccolta 2° Piano Strategico PROGETTI E AZIONI e sono composte come una scheda tecnica recante opportunità, rischi, scopi, risorse e responsabilità.

Il fine di questo primo volume è esporre, in una sequenza che non ha l'intento di indicare primazie, le 12 direzioni d'intervento con i relativi obiettivi e il grafico di riferimento.

FORMAZIONE **[FOR]**

CREATIVITÀ **[CRE]**

TRASFORMAZIONE INDUSTRIALE **[IND]**

LAVORO **[LAV]**

TRASFORMAZIONI URBANE E TERRITORIALI **[TER]**

RISORSE CULTURALI **[RIC]**

PROMOZIONE E TURISMO **[PRO]**

IMMIGRAZIONE **[IMM]**

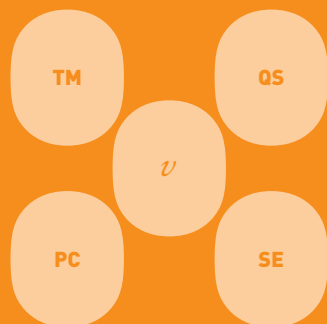
ACCESSIBILITÀ, TRASPORTI E MOBILITÀ **[MOB]**

LOGISTICA **[LOG]**

SALUTE E CURA **[SAL]**




CASA E RIGENERAZIONE URBANA **[RIG]**





I grafici che accompagnano le direzioni d'intervento illustrano le quattro aree tematiche sopra presentate, cui se ne aggiunge una quinta corrispondente alla visione (*V*), rappresentandole come fossero province di un territorio solcato da un reticolo di relazioni. Osservate attraverso una speciale lente, il particolare punto di vista proposto dalla singola direzione d'intervento, le aree diventano mappe che mettono in evidenza il modo con cui agiscono i 54 obiettivi. Scopo dei grafici è illustrare come ciascun obiettivo, anche se è generato in una certa area (quella in cui operano gli attori che ne propongono in particolare l'attuazione al sistema locale), dispiega i suoi effetti, esercita una esplicita influenza o viene a sua volta influenzato dalle aree limitrofe, spingendo gli attori che vi operano a entrare in comunicazione con gli altri, come condizione essenziale al raggiungimento dell'obiettivo stesso.



Secondo la modalità d'azione preferita dagli obiettivi, le aree possono assumere tre diversi stati, mentre sono quattro i tipi di relazioni che si possono instaurare.

Se, durante il passaggio su aree diverse, l'effetto che l'obiettivo dispiega viene incrementato (e dunque un certo effetto è determinato dall'esistenza di un effetto precedente) questa circostanza è segnalata da uno stop. —●—

-  AREA IN CUI RISIEDONO GLI ATTORI CHE PROPONGONO L'OBIETTIVO
-  AREA INFLUENZATA DALL'AZIONE DELL'OBIETTIVO
-  AREA NON INTERESSATA DALL'AZIONE DELL'OBIETTIVO

-  **RESIDENTE**
GLI EFFETTI DELL'OBIETTIVO SI DISPIEGANO INTERNAMENTE ALL'AREA CHE LO GENERA
-  **OFFERENTE**
NELLA SUA REALIZZAZIONE L'OBIETTIVO DISPIEGA EFFETTI SU ALTRE AREE
-  **BIUNIVOCO**
L'OBIETTIVO DISPIEGA EFFETTI SU ALTRE AREE E DA QUESTE VIENE RICAMBIATO
-  **DOMANDANTE**
PER ESSERE REALIZZATO L'OBIETTIVO RICHIEDE UNA INFLUENZA DA ALTRE AREE

Il testo del Piano Strategico è inoltre arricchito da un apparato di rimandi interni che consente di saltare, come un ipertesto, fra obiettivi accostati per analogia rispetto agli argomenti trattati. → 4 [TER]

Naturalmente le relazioni fra aree e obiettivi disegnate dai grafici, e sottolineate dai rimandi, sono soltanto alcune, le più esplicite fra quelle possibili. Non va infatti dimenticato che la maggior parte delle relazioni all'interno del Piano Strategico sono latenti e che la natura stessa del Piano tende verso una certa "rotondità", nel senso che il Piano presuppone e progetta un sistema in cui tutti gli attori locali contribuiscono al raggiungimento di obiettivi comuni, ciascuno secondo la propria natura e le proprie possibilità. Il che è come dire che, ragionando per assurdo, nel Piano Strategico di un contesto locale perfettamente funzionante, ciascuna area dialogherebbe spontaneamente con tutte le altre, proponendo un sistema in cui lo sviluppo economico non è mai disgiunto dalla qualità sociale e urbana, si fa forte del potenziale culturale locale, sa richiedere al territorio di adattarsi a esigenze di crescita e funzionalità, senza dimenticare che le trasformazioni urbane più riuscite sono quelle che rispondono anche a criteri di armonia.

FORMAZIONE

→ pag 68

- 1 [FOR]**
ALZARE IL LIVELLO D'ISTRUZIONE
DI BASE DEI GIOVANI
- 2 [FOR]**
RAFFORZARE IL SISTEMA REGIONALE
DI FORMAZIONE PROFESSIONALE
- 3 [FOR]**
AUMENTARE LA QUALITÀ DEI PROCESSI
DI APPRENDIMENTO NELL'ISTRUZIONE
E NELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE
- 4 [FOR]**
PROMUOVERE L'INTEGRAZIONE DEGLI
ALUNNI STRANIERI NELLA SCUOLA
- 5 [FOR]**
FAVORIRE L'INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL SISTEMA UNIVERSITARIO
E L'ATTRAZIONE DEI TALENTI
- 6 [FOR]**
RIPENSARE I PERCORSI UNIVERSITARI
IN UN'OTTICA DI MEDIO E LUNGO PERIODO
- 7 [FOR]**
RAFFORZARE IL SISTEMA
DELLE SCUOLE DI DOTTORATO
- 8 [FOR]**
SOSTENERE LA VOCAZIONE LOCALE
ALLA CULTURA TECNICO-SCIENTIFICA
- 9 [FOR]**
PROMUOVERE UN SISTEMA INTEGRATO
DI GOVERNANCE DELLA FORMAZIONE

CREATIVITÀ

→ pag 80

- 1 [CRE]**
QUALIFICARE LE RISORSE UMANE
ATTRAVERSO I SISTEMI
FORMATIVI, L'APPRENDISTATO
E IL DISCEPOLATO
- 2 [CRE]**
SOSTENERE LA NASCITA
DELLE IMPRESE CULTURALI
E L'ACCESSO AL MERCATO
- 3 [CRE]**
FAVORIRE L'ESPERIENZIALITÀ,
LA SPERIMENTAZIONE,
LE TECNICHE E LE PRATICHE
DI PROMOZIONE DELLA CREATIVITÀ
- 4 [CRE]**
PROMUOVERE IL DESIGN
NELLA SUA DIMENSIONE ORIZZONTALE
E PERVASIVA

TRASFORMAZIONE
INDUSTRIALE

→ pag 88

- 1 [IND]**
PERSEGUIRE UNA STRATEGIA
DI INTERNAZIONALIZZAZIONE
DEL TESSUTO PRODUTTIVO LOCALE
- 2 [IND]**
ADOTTARE LA PROSPETTIVA
DELLA COLLABORAZIONE TRA IMPRESE
E CON I SOGGETTI ESTERNI
- 3 [IND]**
PROMUOVERE AZIONI DI FORMAZIONE
MANAGERIALE
- 4 [IND]**
FAVORIRE PROCESSI DI INNOVAZIONE
NELLE IMPRESE
- 5 [IND]**
RIPENSARE IL RUOLO DEL SOSTEGNO
PUBBLICO AL SETTORE ICT
- 6 [IND]**
CONSOLIDARE UNA COMUNITÀ
OPEN SOURCE AL SERVIZIO
DELLO SVILUPPO DELLE IMPRESE LOCALI
- 7 [IND]**
FAVORIRE LA DINAMICA INDUSTRIALE
NEL SETTORE ICT
- 8 [IND]**
PROMUOVERE UN PROGETTO COMUNE
DI DISTRETTO TECNOLOGICO NEL SETTORE
AEROSPAZIALE
- 9 [IND]**
ANALIZZARE IL SISTEMA LOCALE
DELLA FINANZA E LE POSSIBILI
INTERAZIONI FRA SETTORE PUBBLICO
E OPERATORI PRIVATI

LAVORO

→ pag 100

1 [LAV]

EVITARE CHE LA FLESSIBILITÀ
SI TRASFORMI IN PRECARIETÀ
NEL LAVORO GIOVANILE

2 [LAV]

RENDERE SICURE E VALORIZZARE
LE TRAIETTORIE PROFESSIONALI
IN UNA PROSPETTIVA
DI LIFE LONG LEARNING

3 [LAV]

SOSTENERE L'OCCUPAZIONE
DELLE DONNE CON PARTICOLARE
RIGUARDO ALLE FAMIGLIE POVERE
CON BAMBINI

4 [LAV]

SOSTENERE LO SVILUPPO
DI UN INVECCHIAMENTO ATTIVO

5 [LAV]

SOSTENERE L'INTEGRAZIONE
DEGLI IMMIGRATI NEL LAVORO
E NELLA SOCIETÀ

6 [LAV]

SVILUPPARE LA RESPONSABILITÀ
SOCIALE DELL'IMPRESA

TRASFORMAZIONI
URBANE E
TERRITORIALI

→ pag 110

1 [TER]

IDENTIFICARE I NODI
DELLA TRASFORMAZIONE INNOVATIVA
NELL'AREA METROPOLITANA

2 [TER]

RAFFORZARE IL SISTEMA DEL VERDE
E PAESAGGISTICO-AMBIENTALE
IN RAPPORTO CON LA CITTÀ
E LE TRASFORMAZIONI

3 [TER]

VALORIZZARE I SISTEMI LOCALI
METROPOLITANI NELLA PROSPETTIVA
POLICENTRICA

4 [TER]

ORGANIZZARE IL TERRITORIO COME NODO
DI RETI PER GENERARE CONOSCENZA,
SVILUPPO E QUALITÀ URBANA

RISORSE
CULTURALI

→ pag 120

1 [RIC]

VALORIZZARE LE ISTITUZIONI
CULTURALI A SERVIZIO
DELLA SOCIETÀ DELLA CONOSCENZA

2 [RIC]

MIGLIORARE L'ACCESSIBILITÀ
DELL'OFFERTA CULTURALE

3 [RIC]

PROMUOVERE LA CULTURA COME FATTORE
DI TRASFORMAZIONE URBANA
E TERRITORIALE

4 [RIC]

INCENTIVARE IL CONTRIBUTO DEI PRIVATI
ALLE POLITICHE E ALLE RISORSE
PER LA CULTURA

5 [RIC]

VALORIZZARE LA CULTURA
COME STRUMENTO DI ATTRATTIVITÀ
E INTERNAZIONALIZZAZIONE

PROMOZIONE E TURISMO

→ pag 130

- 1 [PRO]**
PROMUOVERE L'IMMAGINE DEL TERRITORIO
E ATTRARRE GRANDI EVENTI
- 2 [PRO]**
SFRUTTARE I GRANDI ATTRATTORI
E I PUNTI DI FORZA LOCALI
PER SOSTENERE IL TURISMO
DI SHORT-BREAK
- 3 [PRO]**
RAFFORZARE LE POLITICHE
PER IL TURISMO FIERISTICO
E CONGRESSUALE

IMMIGRAZIONE

→ pag 138

- 1 [IMM]**
PROMUOVERE LA PARTECIPAZIONE
DEI CITTADINI STRANIERI
- 2 [IMM]**
TRASFORMARE GLI INTERVENTI
SPERIMENTALI RIVOLTI
AGLI IMMIGRATI IN POLITICHE
STRUTTURALI E ORDINARIE

ACCESSIBILITÀ, TRASPORTI E MOBILITÀ

→ pag 144

- 1 [MOB]**
SOSTENERE L'INSERIMENTO
E IL RUOLO DI TORINO NEL CORRIDOIO V
DELL'UNIONE EUROPEA
- 2 [MOB]**
COMPLETARE GLI INTERVENTI
SUL SISTEMA DELL'ACCESSIBILITÀ
E DELLA MOBILITÀ POTENZIANDO
LA RETICOLARITÀ
- 3 [MOB]**
AUMENTARE L'APPLICAZIONE
DELLE TECNOLOGIE INNOVATIVE
AI TRASPORTI E ALLA MOBILITÀ

LOGISTICA

→ pag 150

1 [LOG]

CREARE LE CONDIZIONI
PER LO SVILUPPO DI UN POLO
LOGISTICO AVANZATO NELL'AREA
SUD DI TORINO

2 [LOG]

SOSTENERE L'IMPIEGO
DELLE TECNOLOGIE ICT
NEL POLO LOGISTICO

SALUTE E CURA

→ pag 156

1 [SAL]

INTEGRARE LA COMPONENTE
OSPEDALIERA NELLA RETE
TERRITORIALE DEI SERVIZI
SOCIALI E SANITARI

2 [SAL]

SVILUPPARE TECNOLOGIE
PER LA DOMICILIARITÀ DEI SERVIZI
SOCIO-SANITARI E DISPOSITIVI
DI TELEMEDICINA

3 [SAL]

COORDINARE L'AZIONE SOCIO-SANITARIA
COL COMPLESSO DELLE POLITICHE
PER LA SALUTE

4 [SAL]

GARANTIRE AI CITTADINI STRANIERI
L'EFFETTIVO ESERCIZIO DEL DIRITTO
ALLA SALUTE

5 [SAL]

DEFINIRE IL PROGETTO PARCO TORINESE
DELLA SALUTE E DELLA SCIENZA

CASA E RIGENERAZIONE URBANA

→ pag 166

1 [RIG]

AUMENTARE E DIVERSIFICARE
L'OFFERTA E L'ACCESSIBILITÀ
DEGLI ALLOGGI IN LOCAZIONE

2 [RIG]

VALORIZZARE LE PRATICHE
E I RISULTATI DELLE ESPERIENZE
DI RIGENERAZIONE URBANA