



Sindaco:
Marcello Nasini

Assessore all'Urbanistica:
Enzo Morbidini

Assessore ai lavori Pubblici:
Eridano Liberti

Responsabile Area Tecnica
Geom. Bruno Rosignoli

Progetto:
AREA TECNICA EDILIZIA
Corso V. Emanuele II, 25
06089 Torgiano PG
Tel. 075 9886028

urbanistica@pec.comune.torgiano.pg.it

Sommario

1	Premessa	3
2	Contesto di riferimento	
2.1	Nota metodologica	4
2.2	La perimetrazione del PUC	4
2.3	Il territorio	6
2.4	Inquadramento demografico in sintesi	7
2.5	L'economia locale	9
2.6	Il sistema commerciale : caratteristiche	10
2.7	Il sistema commerciale : qualità	12
3	Le strategie e le linee direttrici di valorizzazione	
3.1	le criticità e i punti di forza	16
3.2	le direttrici strategiche di valorizzazione	16
3.2.1	riqualificazione dell'ambiente urbano e degli esercizi	18
3.2.2	attrattività del sistema	
3.2.3	comunicazione degli eventi e animazione dell'area	19
3.2.4	fruibilità e accessibilità	21
4	Il piano finanziario degli interventi	21

1. PREMESSA

1- Premessa

La presente relazione documenta i contenuti del piano di marketing urbano redatto per la valorizzazione dell'ambito urbano di Torgiano e delle aree commerciali ad esso limitrofe oggetto del Programma Urbano Complesso PAR-FSC -2007-2013.

Gli interventi del Piano sono volti a qualificare ed accrescere l'attrattività del centro urbano e delle aree commerciali ad esso limitrofe, all'interno del perimetro del PUC 3 con particolare riferimento ai seguenti obiettivi generali:

- a) Rivalorizzazione della città tramite il miglioramento di molteplici funzioni riguardanti il potenziamento dell'offerta commerciale, il potenziamento dell'attrattività residenziale, il miglioramento dei servizi e l'implementazione delle connessioni sia veicolare che pedonale dell'area;
- b) Incrementare la fruizione degli spazi pubblici e qualificare l'offerta commerciale, artigianale e dei servizi in genere;
- c) Aumentare nel complesso l'attrattività dell'area di intervento;
- d) Qualificare e caratterizzare l'immagine dell'ambito di intervento tramite strumenti di comunicazione e di qualificazione urbana.

Nel capitolo seguente si riportano i principali elementi di analisi del contesto di riferimento al fine di delineare una visione ampia delle caratteristiche e delle dinamiche del sistema urbano volto all'individuazione dei punti di forza e delle criticità.

Nel capitolo successivo, si individuano i punti di forza le criticità e si delineano le strategie e le direttrici di valorizzazione del contesto di riferimento.

Nel capitolo finale verranno descritti gli interventi e le azioni che compongono la fase operativa del piano di marketing; per le azioni del marketing urbano in sede conclusiva si riporta il piano economico finanziario degli interventi.

Tale strumento è propedeutico ad altri interventi pubblici previsti nel PUC 3 riconducibili ad altre tipologie di intervento (riportate qui in allegato)

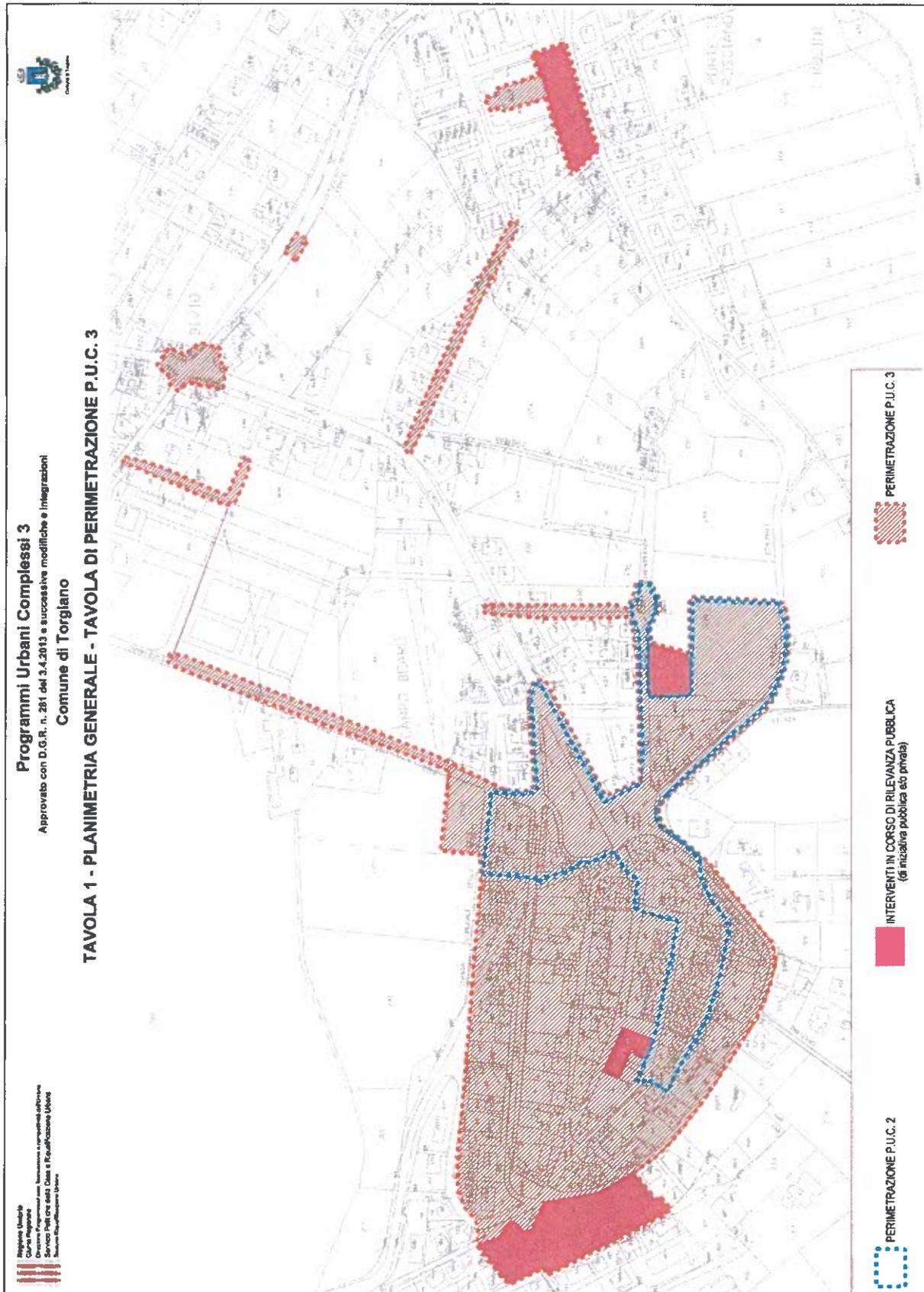
2. CONTESTO DI RIFERIMENTO

2.1 Nota metodologica

Gli elementi di analisi derivano da I progetto “ Torgiano –città commercio Laboratorio di Progettazione Partecipata DOCUMENTO DI INDIRIZZO PER LA RIQUALIFICAZIONE URBANA E LA RIVITALIZZAZIONE ECONOMICA” elaborato a cura della CONFCOMMERCIO di Perugia e Comprensorio, della CONFCOMMERCIO Commissione Consiliare Politiche Per Le aree Urbane, dal Comune di Torgiano e della associazione VIVI Torgiano – City Mail.

2.2 La perimetrazione del PUC 3

La perimetrazione del PUC 3 comprende l’area del centro storico di Torgiano e alcune aree ad esso limitrofe come meglio indicate nella planimetria (planimetria 1).



Planimetria 1

2.3 Il territorio

Torgiano è un centro collinare fondato nel Medioevo, con un'economia basata sulle tradizionali attività agricole, su un discreto ventaglio di imprese industriali e sul turismo ecologico e culturale. I torgianesi, il cui indice di vecchiaia è di poco superiore alla media, si distribuiscono prevalentemente nel capoluogo comunale e nelle località di Brufa, Ferriera, Fornaci e Pontenuovo mentre solo una piccola parte della comunità vive in aggregati urbani elementari e in case sparse sui fondi. Le zone pianeggianti del comprensorio comunale e le prime pendici collinari sono caratterizzate dalla diffusa presenza di vigneti e oliveti mentre sulla sommità dei poggi e sui declivi montani hanno il sopravvento la vegetazione e la fauna stanziale.

- **Superficie:** 37,88 Km²
- **Altezza s.l.m.:** 219 mt
- **Abitanti:** 6.667

Fonte ufficio anagrafe e statistica Comune di Torgiano

La maggiore urbanizzazione si è prodotta negli anni 60/80 e ha riguardato il capoluogo, sviluppandosi lungo le direttrici viabili quali la SP 403 Torgiano Bevagna, SP 401 in direzione ponte san Giovanni e Brufa, SP 400 la Torgiano Bastia, sostanzialmente del tipo spontaneo carente di infrastrutture pubbliche quali parcheggi, gli interventi di edificazione recenti hanno in parte riequilibrato tale carenza non ancora del tutto colmata.

La presenza di un'area con destinazione artigianale – produttiva (denominata Art. 81) posta tra le direttrici di SP 403 Torgiano Bevagna e SP 400 Torgiano Bastia, area questa che nel tempo ha dimostrato una scarsa efficienza delle sue funzioni, pone anche il problema della sua riconversione, con una trasformazione di destinazione coerente con lo sviluppo urbano attuale e futuro.

In questo ultimo periodo lo sforzo fatto è stato quello, di dotare le aree di espansione di un sistema di viabilità pedonale che connettesse le aree di espansione residenziale al nucleo storico del capoluogo, tale progetto trova nella individuazione di alcuni interventi ricompresi nell'ambito del PUC 3 ipotizzato, il completamento di tale infrastruttura di connessione ultimando la stessa in via definitiva.

Altra peculiarità ricompresa negli interventi pubblici del PUC 3 riguarda la realizzazione di una rotatoria stradale delle direttrici SP 403 Torgiano Bevagna e SP 400 Torgiano Bastia, attualmente regolate da un sistema semaforico che ovviamente provoca disagi e ostacolo ad un corretto sistema di transito veicolare.

L'espansione demografica che il Comune di Torgiano ha vissuto in questi ultimi dieci anni siamo passati da 5522 di abitanti agli attuali 6667 (dato al 31/12/2012) con un incremento del 20,74 % è stata frutto della posizione strategica che l'agglomerato urbano ha nei confronti di Perugia e Foligno cioè dei due snodi, di un complesso sistema infrastrutturale viario.

Il capoluogo è stato interessato in forma marginale da questo complesso movimento di espansione demografica, anzi è stato interessato da un lento e crescente modificazione della tipologia residenziale che sempre più a riguardato l'inserimento in tale contesto di persone extracomunitarie.

Tale aspetto se da un lato comporta un migliore inserimento dei soggetti stranieri nel contesto sociale, dall'altro denota una carenza di servizi nel centro storico che facilitano la non permanenza dei cittadini italiani in tale contesto.

2.4 Inquadramento demografico e sintesi

A fine 2012 la popolazione residente nel comune di Torgiano risulta di 6667 abitanti raggruppata in n° 2661 nuclei familiari

Tabella 1

LA POPOLAZIONE RESIDENTE NEL COMUNE

	maschi	femmine	Totale
Popolazione (dato al 31/12/2012)	3247	3420	6667
Numero di famiglie	2661		
Numero di convivenze	0		
Numero medio di componenti per famiglia	2,6		

Fonte ufficio anagrafe e statistica Comune di Torgiano

Tabella 2

LA POPOLAZIONE RESIDENTE PER ZONA NEL COMUNE – dati riferiti al 2012-

Zona	Abitanti	% su Totale
Centro storico Torgiano	1073	16%
Case sparse Torgiano	134	2%
Resto del capoluogo compreso Ponte Rosciano (725)	1866	28%
Signoria	422	6,40%
Brufa (centro storico)	148	2,20 %
Brufa adiacente al centro	1125	16,90 %
Ponte Nuovo - Fornaci	1263	19 %
Miralduolo - Ferriera	636	9,5 %
TORGIANO	6667	100 %

Tabella 3

LA POPOLAZIONE RESIDENTE NELL'AREA PUC 3 – dati riferiti al 2012-

AREA	TOTALE	%
Centro Storico	1073	16,10 %
Resto del capoluogo	1241	18,60 %
Ponte Rosciano	725	10,90 %
Totale PUC 3	2939	45,60 %

La percentuale è calcolata rispetto alla totalità della popolazione residente

Tabella 4

ANDAMENTO DEMOGRAFICO 2007-2012

ANNO	POPOLAZIONE	VAR. %
2007	6227	
2008	6337	+1,77 %
2009	6479	+2,24 %
2010	6585	+1,64%
2011	6600	+0,23 %
2012	6667	+1,02 %
Var. 2007/2012	440	7,07 %

Le cause principali della crescita demografica, come già accennato in precedenza risulta essere la posizione strategica di Torgiano capoluogo rispetto a delle realtà densamente abitate, vedi ponte san Giovanni e Bastia, i cui nuclei residenziali sono gravate da condizioni di vivibilità con criticità più marcate rispetto alla realtà Torgianese.

Tale fenomeno di aumento della componente residenziale spesso non si riflette con l'aumento dell'offerta commerciale e dei servizi terziari anzi rafforza in alcuni casi l'esodo dei cittadini di Torgiano verso distretti commerciali limitrofi.

Quasi che vi sia la necessità di diversificare le funzioni definendo le aree residenziali a se stante e lontano dai servizi commerciali.

Il processo di inurbamento del comune di Torgiano ha cominciato a svilupparsi fin dal dopo guerra come conseguenza della modificazione del rapporto della conduzione agricola, prima caratterizzata dalla presenza di latifondisti che avevano numerosi mezzadri.

La modificazione della tipologia delle culture, con l'avvento della prima zona DOC dell'Umbria ha definitivamente modificato il rapporto sinergico che nel tempo si era istaurato tra coltivatore diretto e territorio, spostando l'interesse dei Torgianesi verso le realtà produttive industriali limitrofe vedi Perugia, Bastia ecc.

Torgiano, anche in funzione di una attenta gestione del suo patrimonio ambientale legato alla coltivazione vitivinicola non ha mai avuto uno sviluppo industriale vero e proprio, se non per episodi sporadici e di poco conto ad esclusione della presenza di una azienda di carattere nazionale.

Quindi un territorio volto al mantenimento della sua natura agricola, con la presenza di cittadini che trovano sfogo lavorativo nelle realtà produttive circostanti.

La presenza degli stranieri si diffonde dagli anni 2000 essenzialmente dovuta alla richiesta di badanti per persone anziane, realtà questa che si incentra essenzialmente nel centro storico visto l'invecchiamento della popolazione in esso ubicata.

2.5 L'economia Locale

Il comune di Torgiano è essenzialmente un fiorente centro agricolo, da notare la presenza di tre grosse concentrazioni terriere che da sole rappresentano circa il 70% di tutto il territorio agricolo, la viticoltura, l'olivocultura accanto alla produzione di mais rappresentano le produzioni più diffuse. Altro aspetto legato alla conduzione agricola è la presenza di strutture turistiche ricettive di particolare pregio e classificazione, con l'incremento dagli anni 90 di strutture agrituristiche

La presenza di strutture museali di rilievo quali il Museo del Vino e a seguire quello d'olio accanto al centro museale comunale che raccoglie la collezione di Nino Caruso e le vaselle d'autore frutto della manifestazione che a novembre lega il territorio alla presentazione del Vino Novello sono un punto indiscusso di richiamo turistico a livello Regionale, Nazionale e Internazionale.

Quindi l'economia del territorio si basa essenzialmente sulla produzione agricola, e turistica ricettiva, non vi sono, anche in ragione di una attenta riconversione delle aree compromesse, allevamenti di animali ad esclusione di un centro volto alla produzione di latte.

Torgiano non presenta realtà produttive del tipo industriale se non per la presenza di una azienda a carattere internazionale per la produzione di parquet, ma è centro manifatturiero di rilievo con la presenza di aggregazioni produttive di piccole o medie dimensioni di fascia alta.

Da notare un incremento del comparto delle costruzioni che comunque in questo ultimo periodo risente della crisi economica in atto.

Il cittadino di Torgiano, trovano campo di impiego oltre che nelle realtà produttive locali essenzialmente nei comuni limitrofi.

2.6 Il sistema commerciale : caratteristiche

L'analisi del sistema commerciale ha riguardato tre aspetti nodali:

- La domanda e l'offerta commerciale
- La relazione domanda / offerta ed evasione commerciale
- La sosta

QUESTIONE NODALE UNO: LA DOMANDA E L'OFFERTA COMMERCIALE

Il rapporto tra domanda e offerta per il settore alimentare e non alimentare presenta i caratteri che seguono.

COMPOSIZIONE DELLA DOMANDA COMMERCIALE

La domanda scaturisce dal rapporto tra la popolazione¹ e la sua capacità di spesa pro capite annua² per il settore alimentare e non alimentare.

POPOLAZIONE INTERO COMUNE 6.585 ABITANTI			
SPESA PRO CAPITE ANNUA SETTORE ALIMENTARE	SPESA PRO CAPITE ANNUA SETTORE NON ALIMENTARE		
2.163 €	4.092 €		
	Vestitario	Articoli per la persona	Oggetti per la casa
	1.227€	1.476 €	1.389 €

COMPOSIZIONE DELL'OFFERTA COMMERCIALE

L'offerta è stata calcolata mediante l'utilizzo di una soglia presunta di produttività delle attività economiche. La produttività è restituita in euro per metro quadrato di vendita³ riferito al settore merceologico e alle tre tipologie dimensionali presenti nel Comune, come riportato in tabella.

¹Fonte: dato Istat generale 2011.

²Fonte: elaborazione Settore Urbanistica e Progettazione Urbana - Concommercio, ispirata per l'ordine su dati Istat "Spesa per consumi finali delle famiglie" del regionali 2009, edizione 2012.

³Fonte: dati del commercio 2012 forniti dal Comune di Torgiano.

	ESERCIZI DI VICINATO (fino a 190 mqv)	M1 (da 151 a 600 mqv)	M2 (da 601 a 1.000 mqv)
SETTORE ALIMENTARE	2.373 €	2.478 €	5.221 €
SETTORE NON ALIMENTARE	950 €	1.002 €	1.793 €

Nel calcolo dell'offerta si è tenuto conto anche del mercato settimanale, che si svolge in Viale Giuseppe Mazzini ed è composto da 16 banchi, per il quale è stato considerato che un posteggio di mercato settimanale equivalga ad un punto vendita al dettaglio con una superficie di vendita pari alla metà di quella del posteggio stesso.

OFFERTA DEL MERCATO SETTORE ALIMENTARE	OFFERTA DEL MERCATO SETTORE NON ALIMENTARE	OFFERTA COMPLESSIVA DEL MERCATO
78.309 €	205.200 €	283.509 €

QUESTIONE NODALE DUE: RELAZIONE DOMANDA/OFFERTA ED EVASIONE COMMERCIALE

La relazione stimata tra domanda e offerta, calcolata sull'intero Comune, presenta una condizione di disequilibrio nel settore alimentare con un deficit totale pari a 3,4 milioni di euro. Tale fabbisogno si traduce in una evasione commerciale di 517 € annui pro capite.

FABBISOGNO SETTORE ALIMENTARE NELL'INTERO COMUNE

DOMANDA ALIMENTARE	
-capacità di spesa media annua	14.241.213 €
OFFERTA ALIMENTARE	
-produttività annua	10.838.428 €
FABBISOGNO ALIMENTARE	
-evasione commerciale	3.402.785 €

Allo stesso modo la relazione tra domanda e offerta del settore non alimentare presenta una condizione di disequilibrio con un deficit totale pari a circa 16 milioni di euro. Tale fabbisogno si traduce in una evasione commerciale di 2.422 € annui pro capite.

FABBISOGNO SETTORE NON ALIMENTARE NELL'INTERO COMUNE

DOMANDA NON ALIMENTARE	
-capacità di spesa media annua	26.945.820 €
OFFERTA NON ALIMENTARE	
-produttività annua	10.997.960 €
FABBISOGNO NON ALIMENTARE	
-evasione commerciale	15.947.860 €

L'analisi dei settori aggregati fa emergere una richiesta di merci non fornite dal sistema commerciale torgianese pari a circa 20 milioni di euro.

DOMANDA E OFFERTA NELL'INTERO COMUNE

DOMANDA COMPLESSIVA	
-capacità di spesa media annua	41.187.033 €
OFFERTA COMPLESSIVA	
-produttività annua	21.836.388 €
FABBISOGNO COMPLESSIVO	
-evasione commerciale totale	19.350.645 €

**QUESTIONE NODALE TRE:
LA SOSTA**

La localizzazione della sosta e le varie tipologie di parcheggio sono state rilevate mediante osservazione diretta e riportate in mappa. I posteggi totali sono 243 nell'area del centro storico e nelle sue immediate vicinanze e 208 di questi sono a sosta libera o a rotazione.

Consistenza degli stalli suddivisa per tipologia

Tipologia degli stalli	Quantità	Percentuale sul totale
Sosta libera	159	65%
Sosta a rotazione	49	20%
Sosta riservata	25	10%
Sosta disabili	6	3%
Sosta carico/scarico merci	4	2%
TOTALE	243	100%

La mappa seguente evidenzia che i posteggi a rotazione (in blu), in genere della durata di 2 ore, sono concentrati su Corso Vittorio Emanuele II, in Piazza Matteotti e nella zona limitrofa a Piazza Umberto I. I tre parcheggi a maggiore capienza sono a sosta libera (in verde) e localizzati in Via P. Tiradossi, Viale della Rimembranza e Via G. Bruno.



LOCALIZZAZIONE E TIPOLOGIA DEI PARCHEGGI NEL CENTRO STORICO

La fase di ascolto e partecipazione ha evidenziato che, nelle percezioni degli operatori e dei cittadini, il tema della sosta risulta tra le prime cause di evasione commerciale dal sistema distributivo del centro storico a favore di altri

sistemi urbani e/o di centri commerciali pianificati situati in prossimità di Torgiano.

Oltre alla questione che attiene alla disponibilità di posti auto, è emersa quella legata alla distanza dei parcheggi a maggiore capienza dall'asse commerciale del centro storico.

È, quindi, risultato utile un confronto fra le distanze percorse a piedi nelle dinamiche di uso del centro storico e il vicino centro commerciale Collestrada di Perugia.

La figura seguente sovrappone, alla medesima scala, le planimetrie dei due contesti e permette di osservare che lo spazio coperto del centro commerciale (perimetrato in rosso) ricopre buona parte del centro storico di Torgiano (perimetrato in verde): circa il 57% della superficie; mentre se si sommano gli spazi coperti (in rosso) e gli spazi esterni del centro commerciale Collestrada (in blu) questi superano dell'84% circa la dimensione del centro storico.



COMPARAZIONE TRA IL CENTRO STORICO E IL CENTRO COMMERCIALE COLLESTRADA

Nelle figure e nelle tabelle che seguono sono riportate prima le distanze che separano il punto medio di un parcheggio, o di una strada con spazi di sosta in linea, dai punti principali di Corso Vittorio Emanuele II, considerato come asse principale del sistema urbano-commerciale del centro storico e poi il punto medio di un parcheggio, o settore di parcheggio, dagli ingressi principali dell'ipermercato, nel caso del centro commerciale.

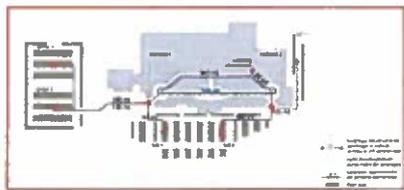


LE DISTANZE MEDIE DEI PARCHEGGI AI PUNTI DI ACCESSO DEL SISTEMA URBANO-COMMERCIALE E DEL CENTRO STORICO

Parcheeggi centro storico	Piazza Umberto I	Piazza Beglioni	Piazza della Repubblica	Piazza Giuseppe Garibaldi
Torre Baglioni	-	365 m	270m	225 m
Matteotti	-	210 m	115 m	70 m
Mazzini	-	250 m	155 m	110 m
Tiradossi	280 m	160 m	255 m	300 m
Poste	70 m	125 m	220 m	-
G. Bruno/Angeloni	60 m	180 m	275 m	-
G. Bruno/Poste	140 m	195 m	290 m	335 m
G. Bruno/Torre	-	275 m	180 m	225 m

Il caso delle distanze percorse dai fruitori del centro storico è articolato e ha suggerito di prendere come riferimento le piazze che si attestano su Corso Vittorio Emanuele II e i parcheggi più prossimi a esse.

La metodologia utilizzata permette di constatare che il caso medio più sfavorevole nel centro storico è dato dal parcheggio Torre Baglioni che dista 225 metri da Piazza Garibaldi. Il caso più favorevole è fornito dal parcheggio G. Bruno/Angeloni che dista 60 metri da Piazza Umberto I. Il caso più sfavorevole in assoluto è Torre Baglioni - Piazza Baglioni che distano 365 metri.



DISTANZE MEDIE DEI PARCHEGGI AI PUNTI DI ACCESSO DEL CENTRO COMMERCIALE

Parcheeggi centro commerciale	Ingresso 1	Ingresso 2	Ingresso Ipermercato
Ovest 1	200 m	-	365 m
Ovest 2	140 m	-	305 m
Sud 1	65 m	-	230 m
Sud 2	-	105 m	170 m
Est	-	105 m	170 m

Nell'accesso al centro commerciale il caso medio più sfavorevole tra i parcheggi a raso è rappresentato dal punto Ovest 1, che dista 200 metri dall'ingresso principale e 365 metri dall'ingresso dell'ipermercato; il caso medio più favorevole è invece dato dai punti Est e Sud 2, che distano 105 metri dall'ingresso più prossimo e 170 metri dall'ingresso dell'ipermercato.

È interessante osservare la corrispondenza tra gli intervalli minimo-massimo delle distanze che:

- per il centro commerciale si attestano su 65-365 metri
- per il centro storico su 60-365 metri.

Va notata infine la corrispondenza tra la galleria del centro commerciale e il sistema urbano-commerciale (Garibaldi - Vittorio Emanuele II - Umberto I) che sviluppano, rispettivamente 345 e 315 metri lineari.

Le distanze dei parcheggi e lo sviluppo del sistema urbano-commerciale del centro storico presentano, pertanto, assetti fisici comparabili a quelli del centro commerciale anche se le questioni sulla sosta poste da cittadini e operatori obbligano a riflessioni attinenti alla:

- gradevolezza dei percorsi;
- sicurezza percepita dei percorsi;
- capacità attrattiva del sistema urbano-commerciale;
- disponibilità di posti auto;
- gestione della sosta a rotazione.

2.7 Il sistema commerciale : qualità

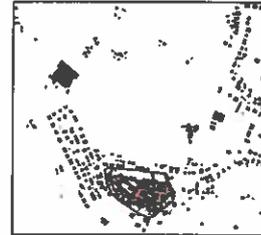
QUALITÀ E CARATTERI DEL SISTEMA ECONOMICO (DATI GENERALI)

Fig. 75

La mappa seguente localizza le attività economiche aggregate e le attività economiche isolate, misurando la lunghezza di ingressi e vetrine. La tavola della qualità e dei caratteri del sistema economico permette di riportare gli elementi di qualità emersi sui quali concentrarsi per ridefinire la fisicità dei fronti commerciali.

DATI DI SINTESI DEL CENTRO STORICO*	
Attività economiche	47
Spazi commerciali o artigianali dismessi	15
Totale spazi rilevati 62	
Stima della lunghezza di vetrine e ingressi esistenti nel centro storico	182 metri

* Porzione di territorio compresa tra Via G. Bruno, Viale P. Tiradossi, Piazza G. Matteotti e Via del Mattatoio



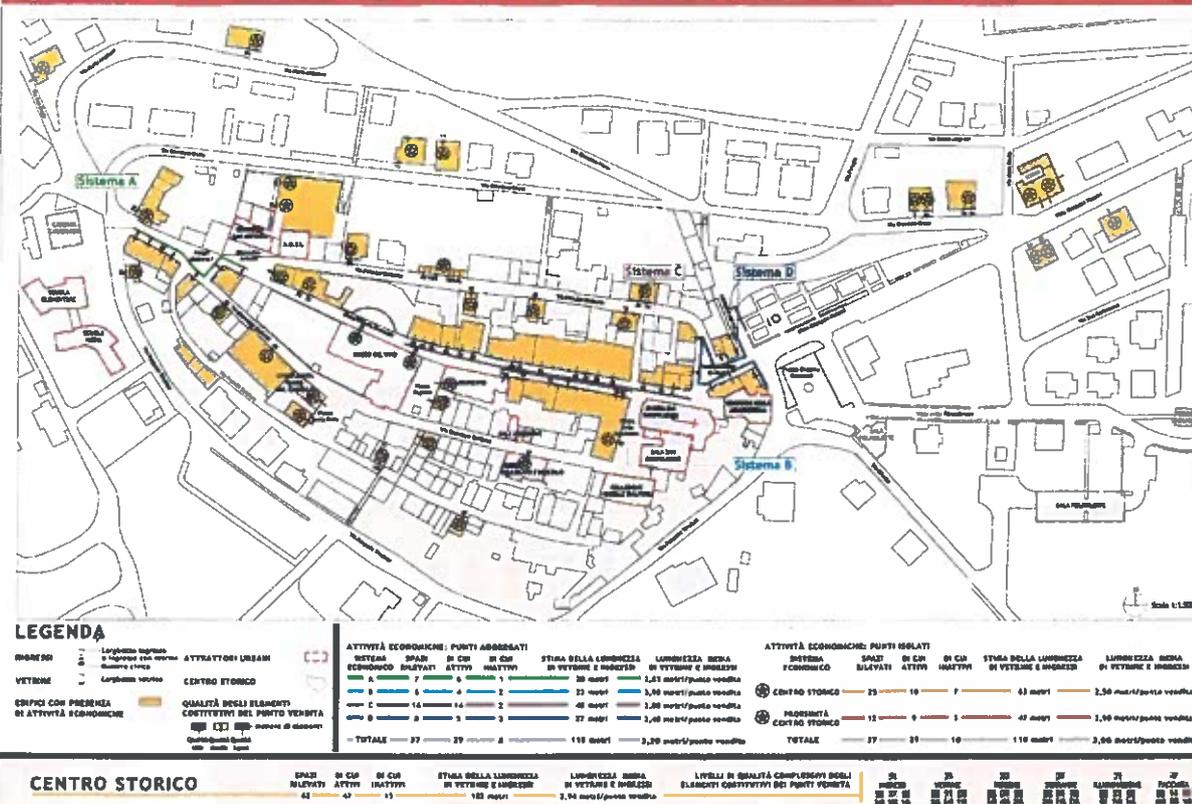
In rosso il reticolo viario con presenza di attività economiche rilevato nel Centro Storico

Livelli di qualità generali:				
Ingressi	18 qualità alta (34%)	27 qualità media (52%)	7 qualità bassa (14%)	TOTALE N. 52 (100%)
Vetrine	11 qualità alta (38%)	15 qualità media (51%)	3 qualità bassa (11%)	TOTALE N. 29 (100%)
Insegne	9 qualità alta (14%)	30 qualità media (48%)	24 qualità bassa (38%)	TOTALE N. 63 (100%)
Serrande	10 qualità alta (26%)	20 qualità media (51%)	9 qualità bassa (23%)	TOTALE N. 39 (100%)
Illuminazione	0 qualità alta (0%)	23 qualità media (74%)	8 qualità bassa (26%)	TOTALE N. 31 (100%)
Facciata	28 qualità alta (60%)	14 qualità media (30%)	5 qualità bassa (10%)	TOTALE N. 47 (100%)
TOTALE	76 qualità alta (27%)	129 qualità media (50%)	56 qualità bassa (21%)	TOTALE N. 261 (100%)

Non sono un economista e non posso avventurarmi in una dimostrazione economica: ma nel mio campo, quello dell'architettura e degli assetti urbani, mi è dato di constatare che la riduzione o la scomparsa del commercio dal cuore delle città compromette gli stili di vita e la società in modo tale da richiedere interventi di valorizzazione del rapporto tra città e commercio.

QUALITÀ E CARATTERI DEL SISTEMA ECONOMICO (MAPPA SITI RILEVATI)

Fig. 76



SINTESI DEL RILIEVO

ATTIVITÀ ECONOMICHE A LIVELLO STRADALE

Il sistema delle attività economiche del centro storico è composto da attività diffuse su quasi tutte le vie, ma concentrate particolarmente in Piazza Giuseppe Garibaldi, Corso Vittorio Emanuele II e Piazza Umberto I; in queste "concentrazioni" il fronte commerciale risulta gradevole, ma non uniforme.

Lungo le altre vie del centro le attività non sono contigue e quindi non costituiscono un fronte commerciale continuo.

Sono stati rilevati gli spazi inattivi, che nel centro storico ammontano a 18.

L'unica bottega storica (dotata di targa di riconoscimento) presente nel centro era la "Barberia" in Piazza Giuseppe Garibaldi, che però a oggi risulta inattiva.

Nel resto del Capoluogo le attività presentano fronti continui e gradevoli in Via Subasio e in Via Giuseppe Di Vittorio; sulle altre strade i fronti sono spesso discontinui per la distanza fra le varie attività; inoltre, le attività commerciali di Via Giuseppe Di Vittorio sono localizzate su un'area pedonale arretrata rispetto al filo stradale di Via Ponterosciano.

ELEMENTI DI ARREDO DI PERTINENZA DELLE ATTIVITÀ

Gli elementi di arredo commerciale nel centro storico risultano generalmente di buona qualità, anche se in alcuni casi necessiterebbero di sostituzioni con elementi nuovi o più adatti al contesto.

Particolarmente gradevoli sono i sistemi di chiusura "tradizionali", ovvero con cancellata metallica, questo tipo di chiusura si inserisce armoniosamente nel contesto degli edifici più antichi.

Non sono presenti dehor, poiché le sezioni delle carreggiate e dei marciapiedi non permettono quasi mai la presenza di tavolini esterni ai pubblici esercizi.

Le insegne rilevate non sono omogenee fra loro, ma singolarmente sono di buona qualità.

Nel centro storico sono state rilevate poche fioriere di pertinenza delle attività (solitamente posizionate al limite della carreggiata stradale) poiché la loro presenza sul marciapiede renderebbe poco agevole il passaggio dei pedoni. Sarebbe interessante prevedere, come per i percorsi pedonali e le piazze, un sistema di arredi commerciali comuni "in stile", per aumentare il senso di unitarietà delle attività commerciali presenti nel centro.

Le attività localizzate nelle vicinanze del centro storico, presentano arredi di buona qualità estetica e in buono stato di manutenzione; nel restante del Capoluogo sono stati rilevati 2 dehor in Via Assisi, entrambi gradevoli, di cui uno dotato di struttura di copertura e uno senza.

Via Ponterosciano presenta un marciapiede in betonelle in ottimo stato di manutenzione mentre in Via dell'Artigianato non sono presenti spazi dedicati ai pedoni.

PIAZZE

Le piazze interne al centro storico risultano tutte estremamente gradevoli; il loro recente rifacimento ha permesso la creazione di un vero e proprio sistema unitario riconoscibile grazie all'uso di materiali e delle decorazioni di spazi aperti. Tuttavia, nonostante la notevole qualità estetica, questi spazi risultano poco frequentati: essendo assenti attività, diventano semplici luoghi di passaggio.

Al di fuori del sistema delle "piazze artistiche", sono presenti altre due piazze: Piazza Giacomo Matteotti e Piazza Giuseppe Garibaldi; la prima, oggetto di recenti ristrutturazioni, risulta di buona qualità, sia nella scelta dei materiali che nell'organizzazione degli spazi; la seconda piazza, situata all'ingresso del centro storico, presenta margini di migliorabilità sia nella qualità degli arredi, che nell'organizzazione complessiva dello spazio.

Al di fuori del centro storico l'unico altro spazio assimilabile a una "piazza" è l'area pedonale in Via Giuseppe Di Vittorio davanti alle attività economiche, con caratteri unitari e gradevoli e in buono stato di manutenzione.

ELEMENTI CARATTERIZZANTI LO SPAZIO PUBBLICO

ELEMENTI DI ARREDO URBANO

Nel centro storico sono presenti pochi elementi di arredo urbano; le sedute, in pietra, sono presenti in Piazza Baglioni e in Corso Vittorio Emanuele II (sedra); la loro quantità potrebbe essere aumentata inserendo delle sedute laddove la presenza di "sedie private" fa emergere la necessità di un luogo dove stare ed incontrarsi.

Potrebbe essere utile, al fine di migliorare ulteriormente la qualità degli spazi urbani e promuovere la produzione artigianale, aumentare la quantità delle fioriere presenti, utilizzando i vasi prodotti dalle maestranze locali. Piazza Giacomo Matteotti e i giardini comunali di Viale Giuseppe Mazzini sono caratterizzati da arredi in stile "moderno", con panchine e cestini in legno e ghisa di buona qualità e in ottimo stato di manutenzione.

Nelle aree limitrofe al centro gli arredi variano molto a seconda della via con panchine in cemento o in pietra e fioriere di qualità migliorabile. In Via Giordano Bruno sono presenti arredi di recente installazione in ghisa e legno di buona qualità.

Gli elementi di servizio tecnico sono ben inseriti nello spazio e quasi mai causano intralcio al passaggio dei pedoni.

Nel resto del Capoluogo gli elementi di arredo sono presenti solo nell'area fra Via Assisi e Via Subasio, di recente installazione e di buona qualità estetica.

Sarebbe opportuno, per migliorare la qualità dello spazio urbano, inserire elementi di arredo anche in Via Ponterosciano e Via Giuseppe Di Vittorio.

SPAZIO PUBBLICO

SEDI CARRABILI

Le aree carrabili nel centro sono realizzate per la quasi totalità in asfalto, a eccezione di Piazza della Repubblica, dove la carreggiata è in mattoni; lo stato di manutenzione è generalmente buono su tutte le vie e piazze.

Le carreggiate, considerato il tessuto storico nel quale sono inserite, non superano i 5,50 metri, solo le strade più esterne hanno una sezione maggiore: Viale Giuseppe Mazzini (circa 9,00 metri), Via Pasquale Tiradossi (con alcuni tratti di 6,00 metri), Via Mario Angeloni (con un tratto di 8,00 metri). Nel centro storico sono presenti pochi elementi di *traffic calming*, in alcune vie (ad esempio in Corso Vittorio Emanuele II) sarebbe opportuno inserire dossi per rallentare la velocità degli autoveicoli; tali elementi sono tuttavia presenti in alcuni "punti sensibili", quali l'Istituto Comprensivo e l'ufficio postale, dove sono stati posizionati dei dossi in gomma.

L'unico punto della rete stradale del centro dove è stata rilevata difficoltà nell'attraversamento è Via Giordano Bruno, nel tratto più esterno, dove il traffico è più sostenuto.

Le altre strade del Capoluogo sono generalmente in buono stato di manutenzione. Su Via Ponterosciano e Via Assisi sono presenti attraversamenti pedonali segnalati con vernice catarifrangente. Parte di Via Mario Angeloni, di Viale Giuseppe Mazzini e Via Ponterosciano sono il tratto di penetrazione urbana della strada provinciale SP403 che collega l'E45 con Bevagna e Foligno.

AREE PEDONALI

I marciapiedi del centro storico sono tutti realizzati in mattoni con il ciglio di divisione dalla carreggiata stradale in pietra bianca; l'utilizzo ripetuto di questi materiali in vie e piazze crea un senso di continuità fra gli spazi.

La larghezza dei marciapiedi varia da un minimo di 60 centimetri su molte delle strade presenti nel tessuto più antico, fino a una larghezza di circa 1,50 metri lungo Via Giordano Bruno.

Nonostante la presenza di marciapiedi lungo quasi tutte le vie del centro (un tratto di Via Giordano Bruno ne è sprovvisto), la circolazione dei pedoni non è sempre agevole a causa di episodi di sosta non regolamentata dagli autoveicoli che invadono gli spazi pedonali, complanari alla sede carrabile.

In alcuni casi isolati si segnala la mancanza di una pavimentazione adeguata ed agevole sull'area di marciapiede, come nella parte iniziale di Viale Giuseppe Mazzini o nella parte finale di Via Giordano Bruno.

Nelle vie limitrofe al centro la pavimentazione delle aree pedonali è in cemento o in betonelle e in buono stato di manutenzione.

Nel Capoluogo l'area di Via Assisi e Via Subasio presenta una pavimentazione dei marciapiedi in cemento e in ottimo stato di manutenzione.

ELEMENTI VERDI

All'interno del centro storico, l'unico spazio dove sono presenti alberature è Piazza Sant'Antonio, dove è presente anche una piccola aiuola con fiori e cespugli, una aiuola dello stesso tipo è presente anche nella vicina Piazza Umberto I.

Alberature più grandi sono presenti solo sulle strade limitrofe al tessuto storico (Viale Giuseppe Mazzini e Via Giordano Bruno), con essenze per lo più caduche; la loro presenza arricchisce con ombra le strade più larghe, ma in alcuni casi la loro collocazione su marciapiedi con sezione ridotta risulta di intralcio alla circolazione dei pedoni.

In Piazza Giacomo Matteotti e nei giardini comunali sono presenti alberi sempreverdi e aiuole con cespugli e fiori.

In Via Pasquale Tiradossi è presente una passeggiata-belvedere dotata di cespugli e pergola, e diversi alberi sempreverdi nei pressi delle scuole.

Al di fuori del centro storico sono presenti elementi verdi solo nell'area fra Via Assisi e Via Subasio.

ILLUMINAZIONE PUBBLICA

Nel centro storico sono presenti punti luce appesi a filo nella maggior parte delle strade, mentre nelle strade più esterne sono presenti punti luce su palo; in entrambi i casi lo stato di manutenzione è buono.

In Piazza Giacomo Matteotti e nei giardini di Viale Giuseppe Mazzini sono presenti dei punti luce su palo e a terra con linee più moderne. Al di fuori del centro storico il sistema dell'illuminazione pubblica è composto da pali.

Il sistema dell'illuminazione dell'area di Via Subasio è composto da lampioni gradevoli con linee moderne, mentre nell'area di Via Giuseppe Di Vittorio i lampioni presentano margini di migliorabilità.

RACCOLTA RIFIUTI

Il sistema della raccolta rifiuti è caratterizzato da un servizio esteso a tutto il territorio comunale, di raccolta "porta a porta", per cui ogni cittadino è tenuto a mettere in strada il proprio contenitore di rifiuti differenziato a seconda del giorno della settimana e del materiale raccolto; tale servizio spiega la scarsa presenza di cassonetti su strada.

MOBILITÀ, SOSTA E SEGNALETICA

MOBILITÀ

Le linee di trasporto pubblico sono di tipo extra-urbano e collegano Perugia, Assisi e Todi, lambiscono il centro storico e effettuano fermata nella parte più esterna di Viale Giuseppe Mazzini, in Via Giordano Bruno, in Via Assisi e in Via Ponterosciano; alcune fermate sono dotate di pensilina di attesa, ma la maggior parte sono costituite da una semplice palina di segnalazione della fermata.

SISTEMA DELLA SOSTA

Nelle vie del centro storico sono presenti diversi stalli per la sosta regolamentata libera e a rotazione con disco orario.

Molte strade sono interessate da episodi di sosta irregolare, con autoveicoli che invadono gli spazi pedonali o sostano in aree dove ciò non è consentito; questa "pratica" comporta il restringimento della sezione stradale diventando spesso un ostacolo per la circolazione anche dei pedoni.

Gli stalli per la sosta operativa sono 4 in tutto il centro: 2 sono in Corso Vittorio Emanuele II, 1 in Via G. Garibaldi e 1 in Via G. Bruno.

La maggior parte delle aree a parcheggio sono localizzate ai limiti del centro storico: in Via G. Bruno, in Viale G. Mazzini e in Via P. Tiradossi dove l'area parcheggio è per metà riservata ai clienti dell'Hotel Le Tre Vaselle o per metà libera.

La sola rastrelliera per biciclette rilevata è situata nell'area pedonale davanti all'Istituto Comprensivo Gerardo Dottori.

Al di fuori del centro storico esistono molti spazi dedicati alla sosta in corrispondenza delle attività economiche, ma non direttamente su strada.

ELEMENTI VERTICALI DI SEGNALETICA

La segnaletica stradale è razionale e ben disposta lungo le vie, i pali di sostegno delle indicazioni non causano intralcio alla circolazione dei pedoni.

La segnaletica di orientamento turistico potrebbe essere implementata al fine di segnalare il sistema delle piazze e gli angoli più nascosti (come la piazza-belvedere situata dietro a Palazzo Malizia); il pannello informativo turistico, localizzato in Piazza Giuseppe Garibaldi, si trova in corrispondenza di un marciapiede la cui sezione ridotta non rende agevole la lettura della mappa, inoltre essendo questo complanare con la carreggiata stradale, lo rende spesso oggetto di invasione da parte degli autoveicoli in sosta.

Al di fuori del centro storico la segnaletica di orientamento turistico è razionale e di buona qualità; quella di orientamento commerciale, invece, è migliorabile sia per la qualità estetica che per la razionalità.

EDIFICI

Il centro storico è caratterizzato da piccoli edifici generalmente di 2 e 3 piani tra i quali spicca il Palazzo Grazioli Baglioni.

Gli edifici del centro risultano generalmente in buono stato di conservazione, con molte facciate recentemente ristrutturate.

All'interno del tessuto cittadino sono presenti, inserite in alcune facciate, piccole opere d'arte, come nel caso di Piazza Sant'Antonio con due affreschi del '500: tali opere arricchiscono ulteriormente uno spazio piacevole e curato.

All'interno del centro storico sono presenti la sede del Comune, la Chiesa di San Bartolomeo, l'Istituto Comprensivo Gerardo Dottori con la Scuola Primaria e Secondaria di Primo grado, la Caserma dei Carabinieri, molti spazi polifunzionali dedicati ad attività espositive o per conferenze, la Collezione Comunale delle Vaselle d'Autore e i Musei del Vino e quello dell'Olio e dell'Olivo, che ogni anno attraggono circa 10.000 visitatori da tutto il mondo.

La città antica è caratterizzata da alcuni elementi verticali di pregio, come la Torre Campanaria dell'Oratorio della Misericordia, una torre di difesa lungo le mura antiche e la Torre Baglioni, elementi, questi, che contribuiscono a costruire e a segnare il paesaggio rurale che circonda il paese.

Al di fuori del centro storico l'area di Via Subasio ha assunto valenza di punto di riferimento locale per la presenza di molte attività legate al settore della sanità.

Nella zona di Via Ponterosciano e Via Giuseppe Di Vittorio sono presenti una chiesa, un centro giovani e uno degli ingressi del Parco dei fiumi Tevere e Chiascio, parco che circonda tutto il lato sud della città.

3. LE STRATEGIE E LE LINEE DIRETTRICI DI VALORIZZAZIONE

3.1 Le criticità e i punti di forza

Dalle analisi e dai sopralluoghi effettuati si evidenziano punti di forza e criticità del centro storico che costituiscono la base dalle quali sono scaturite le linee di intervento operative.

PUNTI DI FORZA

- Torgiano epicentro della vita cittadina, sociale e amministrativa e dei servizi
- tradizione commerciale di Torgiano

CRITICITA'

- Aumentare il grado di accuratezza dell'ambiente urbano nell'area centrale
- Commercio disperso (non continuità commerciale)
- Scarsa animazione soprattutto nelle ore serali
- Cura nella presentazione in maniera uniforme delle attrattive commerciali (mancanza di comunicazione delle opportunità)
- Adeguamento e completamento dell'offerta commerciale

3.2 Le direttrici strategiche di valorizzazione

La valorizzazione di Torgiano passa attraverso la vitalità del centro urbano come luogo principale di identità cittadina, di incontro, shopping e tempo libero.

In base quindi ai punti di forza e criticità si definiscono tre direttrici strategiche per la valorizzazione del centro storico e la rivitalizzazione delle funzioni di attrazione dell'area (residenziale, animazione, shopping)

- 1) Riqualficazione dell'ambiente urbano e dell'offerta commerciale e artigianale
- 2) Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazione delle opportunità
- 3) Comunicazione degli eventi ed animazione dell'area
- 4) Fruibilità e accessibilità dell'area

Figura 4 - DIRETTRICI STRATEGICHE DEL PIANO DI MARKETING URBANO

*Attrattività del sistema:
attività economiche e
comunicazione delle
opportunità*

*Riqualificazione
dell'immagine
dell'ambiente urbano e
degli esercizi*

VALORIZZAZIONE DI PIU'

FUNZIONI

Fruibilità e accessibilità

*Comunicazione degli
eventi ed animazione
dell'area*

3.2.1 Riqualficazione dell'immagine dell'ambiente urbano e degli esercizi

Sono compresi in questa direttrice strategica, azioni ed interventi di tutela della qualità urbana, perciò sulle componenti dell'ambiente urbano.

Si fa riferimento sia a quelli di pertinenza degli operatori economici e dei privati (quinte edilizie, elementi di comunicazione esterna degli esercizi: tendaggi, insegne, vetrine, "sedute" dei pubblici esercizi e sia pubblica per interventi sulle componenti di arredo urbano e per la pulizia di esso.

Gli interventi sul rinnovo e coordinamento degli elementi di comunicazione esterna degli esercizi o delle sedute dei pubblici esercizi rientrano anche nella direttrice strategica della "qualità e attrattività del sistema commerciale".

- 1) **Abaco** dei componenti dell'arredo urbano per dare indicazione ai privati per la riqualficazione (vedi punto successivo)
- 2) **Ristrutturazione** interna degli esercizi e loro **riqualificazione** esterna, (insegne, tendaggi, vetrine, sedute dei pubblici esercizi (incentivi alla sostituzione e al coordinamento d'immagine)
- 3) **Rifacimento** della pavimentazione stradale, dei corpi illuminanti, segnaletica, dei cestini per l'immondizia con riferimento alla raccolta differenziata,

3.2.2 Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazione delle opportunità

In questa direttrice sono compresi gli interventi di pertinenza degli operatori economici singoli o in forma associata e del "Pubblico" per mantenere la continuità degli esercizi del sistema di attività economiche che operano nell'area PUC 3 e per comunicare le opportunità che tale sistema offre.

Obiettivi sono:

- Aumentare l'attrattività del sistema commerciale
- Mantenere la continuità degli esercizi nell'area

Tali obiettivi di innalzamento dello standard qualitativo sono rivolti alle singole imprese commerciali, artigianali, pubblici esercizi e servizi operanti nell'area

In questo ambito sono compresi le azioni di comunicazione delle opportunità:

- *azione di fidelizzazione (fidelity card)*

La carta fedeltà diventa in realtà, un progetto che finanzia la scuola locale: gli acquisti fatti nei negozi del centro storico danno origine ad un contributo alla scuola, finalizzato ad attività didattiche, di laboratori anche esterni, o acquisto di materiali per il funzionamento scolastico. Tale iniziativa tende a valorizzare l'aspetto sociale, rendendolo doppiamente

utile da un aspetto si argina il fenomeno dell'evasione commerciale fuori Torgiano e dall'altro aspetto si favorisce lo sviluppo della scuola e quindi dei ragazzi.

Altro elemento degno di nota deriva dalla gestione centralizzata dei dati e della movimentazione punti, nonché la raccolta di informazioni attraverso i movimenti dei clienti per ora, giorno e volumi di acquisto come dati aggregati per studio di nuove strategie commerciali.

- *Portale web sul commercio*

Strumento questo che permetterebbe la scoperta delle opportunità che offre il centro in termini commerciali e di servizi. Non un semplice sito " vetrina" ma un punto di riferimento per conoscere il centro di Torgiano oltre alla possibilità di essere trasformato in un vero e proprio portale di e commerce con la possibilità di prenotare o ordinare la merce (specialmente la spesa alimentare con la verifica della possibilità della consegna entro certe distanze). Si pensi al carattere sociale della cosa, considerando il fatto di una popolazione più anziana della media e considerando anche casi di immobilità o malattia..

- *Guida di Torgiano*

Uno strumento cartaceo che funga da agile guida alle attività economiche (artigianato, commercio, pubblici esercizi), ai servizi e agli eventi che si svolgono in ambito comunale e in particolare nell'area oggetto di intervento (periodicità semestrale)

Inoltre è auspicabile attivare le seguenti azioni:

- 1) Favorire l'insediamento e la continuità di attività economiche commerciali e artigianali e di ristorazione nell'are centrale, attraverso incentivazioni riguardanti i proprietari di locali non utilizzati con la rimodulazione a tariffe agevolate delle tassazioni di competenza comunale.
- 2) Qualificare l'immagine esterna tramite incentivi alla trasformazione delle attività per il loro rinnovo, anche attraverso il ridimensionamento degli oneri riferiti all'occupazione del suolo pubblico, al ridimensionamento degli oneri del pagamento della nettezza urbana, al non pagamento della tassa di affissione pubblicitaria volta alla modifica e rinnovo delle insegne.

3.2.3 Comunicazione degli eventi e animazione dell'area

Una delle condizioni per realizzare una efficace strategia di comunicazione è la sua accurata pianificazione.

Ancor più se si ritiene utile l'integrazione tra diverse iniziative, da porre in sinergia attraverso una programmazione organica (piano di comunicazione annuale) che valorizzi le diverse funzioni del centro storico.

Sulla base di questi presupposti metodologici si prevedono un serie di azioni per affermare la notorietà, vivacizzare l'area centrale ed incrementare le opportunità di animazione.

- **Marchio d'area**

L'identità visiva è un primo approccio alla comunicazione integrata dell'area. A tale fine è importante potenziare uno strumento che identifichi ed innalzi la notorietà della stessa, in primo luogo attraverso un marchio con l'indicazione sintetica delle caratteristiche dell'area centrale di Torgiano.

- **Le giornate del commercio e dell'artigianato**

Occasioni per accedere al centro tramite eventi a tema legati allo shopping e agli acquisti, alla promozione/presentazione di nuove opportunità commerciali o artigianali che si svolgono in particolari periodi dell'anno (ad esempio Primavera, Autunno, Natale)

- **Animazione**

La pianificazione di eventi legati all'enogastronomia e alla tradizione locale rivitalizza l'area e ne aumenta la notorietà, contribuendo a mantenere la polarità verso il centro urbano.

Nella realizzazione degli eventi sono coinvolti gli operatori e le loro associazioni; oltre alle altre associazioni di volontariato presenti; l'amministrazione comunale è coinvolta per aspetti più levati alla comunicazione e programmazione.

A titolo di esempio si riporta l'elenco di alcuni eventi in programma:

Aprile : passeggiata ecologica in bicicletta con partenza da Torgiano capoluogo che vede l'attraversamento di varie zone della città, una colazione organizzata e pranzo aperto a tutti in piazza Matteotti.

Aprile /Maggio il "Mercato del Gusto" all'interno di gustando i borghi fiera gastronomica di prodotti a km 0

Luglio : Ben-essere Torgiano dove oltre alle varie attività sportive o ludiche si pensa ad un percorso di benessere gastronomico e del buon vivere. Sempre a luglio c'è Confluenza d'arte che tende a valorizzare il nostro territorio quale centro di incontri d'arte e formazione di artisti.

Agosto : agosto Torgianese con i Vinarelli, la manifestazione enogastronomica si snoda per le vie del paese, con spettacoli di intrattenimento che si svolgono nelle piazze del centro storico, per l'occasione numerosi locali vengono aperti per mostre di pittura

Novembre : Versando Torgiano manifestazione artistica e enogastronomica in occasione della presentazione delle Vaselle per il vino novello e delle ampolliere per l'olio novo realizzati da ceramisti di fama nazionale e internazionale.

Natale : illuminazione natalizia per la città si prospetta la realizzazione di un arredo natalizio da fare in corrispondenza di ogni singola attività

Si prevede la possibilità durante i mesi di maggior affluenza turistica di proporre un giorno fisso a settimana, la visita guidata del territorio con sosta finale nel Centro Storico, con la

relativa visita dei musei Lungarotti, del MACC, cercando di inserire anche il piano nobile di Palazzo Baglioni e la Torre.

3.2.4 Fruibilità e accessibilità (interventi pubblici ricompresi nel PUC 3)

Un'area è vitale e frequentata se la mobilità permette a tutti un accesso con un alto livello di fruibilità. Nel PUC 3 proposto si sviluppano un insieme di interventi che tendono a migliorare tale fruibilità in particolare:

- a) Realizzazione percorso pedonale area parcheggio Torre e centro storico
- b) Percorso pedonale di connessione tra impianti sportivi e centro storico
- c) Realizzazione di ulteriori 15 posti auto in prossimità delle mura cittadine
- d) Rifacimento pavimentazione stradale corso V. Emanuele

3. IL PIANO FINANZIARIO DEGLI INTERVENTI

Linea direttrice	Interventi	Contributo piano
Riqualificazione dell'immagine dell'ambiente urbano e degli esercizi	Ristrutturazione dei punti vendita e degli elementi esterni degli esercizi commerciali e artigianali Rifacimento della pavimentazione di corso V. Emanuele, segnaletica ecc.	
Attrattività del sistema: attività economiche e comunicazioni delle opportunità	Servizi di facilitazione all'accesso e alla conoscenza degli esercizi commerciali dell'area: <ul style="list-style-type: none">• azione di fidelizzazione agli acquisti• portale web• realizzazione guida di Torgiano	€ 15.000
Comunicazione degli eventi e animazione dell'area	<ul style="list-style-type: none">• Marchio d'area• Le giornate del commercio e dell'artigianato• Comunicazione eventi di animazione	€ 10.000
Totale		€ 25000