

**Bilancio partecipativo 2019 - 2020**

**Santo Stefano**

**Sintesi scheda Priorità**

**Cura e bellezza del Quartiere** *anche in relazione agli accresciuti flussi turistici.*

*(sono comprese sia i progetti operativi di intervento, sia le azioni di promozione affinché le persone si attivino)*

**COMUNITÀ DI RIFERIMENTO**

Le comunità a cui dovrebbe rivolgersi la priorità sono molteplici, anche in considerazione del fatto che le azioni immaginate potranno avere anche un carattere educativo e rieducativo e di stimolo al risveglio civico. In primo luogo i cittadini del quartiere risultano attori fondamentali nelle attività di cura e valorizzazione dell'ambiente urbano. Oltre questi anche i turisti possono essere soggetti attivi nella cura del quartiere, rispettandone le peculiarità e la storia, poiché il tema della valorizzazione della città riguarda tutti i cittadini di oggi e di domani, senza limiti di tempo o spazio. Anche realtà più strutturate ed educative attive in quartiere e in città possono essere comunità di riferimento come anche soggetti che esercitano servizi commerciali. .

**APPROCCIO**

Secondo i partecipanti al Laboratorio di quartiere Santo Stefano dedicato al bilancio, l'approccio in grado di rispondere ai bisogni indicati dalla priorità prevede attività di sensibilizzazione, educazione e informazione, che con il supporto di pubblicità, campagne mirate, attività di coinvolgimento e processi di comunicazione possono aumentare l'attrattività dei luoghi pubblici.

Si ritiene importante anche la fornitura di strumenti e il supporto di pratiche utili per coinvolgere attivamente il pubblico in azioni concrete di cura dell'ambiente urbano prevedendo anche interventi pratici di restauro e di mantenimento delle strutture architettoniche del quartiere considerando così il coinvolgimento diretto dei cittadini e delle persone che vivono la città.

**ALLEANZE**

Le alleanze utili per rispondere alle esigenze espresse dalla priorità possono coinvolgere enti istituzionali come le scuole, enti locali e istituzioni che curano direttamente il marketing territoriale, fino ad arrivare ad associazioni, piccole realtà nell'ambito culturale e sportivo,

## **fondazione innovazione urbana**

esercizi commerciali e anche artisti di strada e musicisti attivi in quartiere e in città. Si immagina quindi il coinvolgimento di soggetti diversi che possono essere divulgatori di buone pratiche quotidiane.

### **CONTESTI**

I contesti in cui si potrebbero attivare azioni e pratiche che perseguono la priorità sono tutti gli spazi pubblici e gli spazi verdi del quartiere (portici, parchi, strade, piazze, parchi) e gli spazi della zona collinare.

### **ALTRE ESPERIENZE**

Alcune esperienze che possono essere prese ad esempio e ispirazione per i progetti da mettere in atto sul quartiere possono essere:

- Il giardino dei tarocchi (Garavicchio, Toscana)
- Parco Vigeland (Norvegia)
- Fondazione Burri (Città di Castello)
- Dozza, Arte murale
- Le passeggiate Tappeiner con la Via della Poesia di Merano
- Fiesole
- La Collina Modenese e gli eventi organizzati sul territorio